



СОЦИАЛЬНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ: НОВЫЕ ИЗМЕРЕНИЯ

СТАТЬИ

УДК 316.654
ББК 60.5

ИЗУЧЕНИЕ ПРОЦЕССА ФОРМИРОВАНИЯ КОЛЛЕКТИВНЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ НА ПРИМЕРЕ ОБРАЗА «ВРАГА» В ОБЩЕСТВЕННОМ СОЗНАНИИ ¹

Войтов Александр Владимирович

Кандидат социологических наук, доцент кафедры философии, истории и политологии,
Волгоградский государственный аграрный университет
alexvoy@mail.ru
просп. Университетский, 26, 400002 г. Волгоград, Российская Федерация

Аннотация. Статья посвящена анализу существования и конструирования образов в общественном сознании (в частности образа «врага») как одного из инструментов формирования коллективных представлений.

Ключевые слова: коллективные представления, образ в общественном сознании, социальная идентичность.

Современные тенденции развития науки свидетельствуют о формировании междисциплинарного подхода к изучению разнообразных объектов. Использование знаний и достижений таких наук, как социология, психология и история, дают нам возможность применения междисциплинарного подхода при изучении образов в массовом сознании, сохраненных в документах столетней давности.

Коллективные представления – понятие не только социологическое, но и психологическое, раскрыть его смысл пытались многие

ученые XIX–XX вв. [1]. Наиболее интересным видится подход Э. Дюркгейма, который считал коллективные представления не только своего рода самостоятельным бытием (фактов), но и отмечал первичность социальных фактов по отношению к индивидуальным, особенно в части представлений. По мнению французского социолога, понятие «коллективные представления» является динамичной стороной коллективного сознания, включая в себя эмоционально окрашенные общие идеи и верования. Представления о «враге»,

будь то враг реальный или вымышленный, являются ярким примером эмоционально окрашенных общих идей, и наиболее важный аспект заключается в том, что формируются эти идеи у отдельного индивида лишь после воздействия на него одним из средств массовой коммуникации. Другими словами, идентичные или схожие индивидуальные представления и идеи могут быть сконструированы искусственно по средствам трансляции коллективных представлений. В данных условиях мы можем говорить о соотношении понятий «индивидуальное» и «массовое сознание», и если с первым все достаточно понятно (механизмы, факторы формирования), то второе требует подробного изучения.

Массовое сознание представляет собой определенным образом упорядоченный комплекс взглядов и убеждений, образов и символов, формирующихся под массивным воздействием средств массовой информации и стереотипов массовой культуры, политических организаций, структур образования и воспитания, религиозных организаций и др.

Массовое сознание возникает стихийно, как результат естественного стремления человека упорядочить разнородный эмпирический материал, сложить из противоречивых элементов житейского опыта относительно целостную картину мира.

Наличие образов в массовом сознании такая же неотъемлемая часть, как наличие в нем норм и правил, однако образы представляют не прямое руководство к действию или бездействию, а некую ориентацию на «другого», воплощенного в этом образе.

Среди многообразных социологических методов, часть из которых в большей степени применима для изучения массового сознания, другая часть – в меньшей, особое внимание, на наш взгляд, следует уделить опросу и анализу документов.

Опрос считается самым популярным методом в современной социологии, отчасти это объясняется средствами, необходимыми на его реализацию, отчасти – его возможностями при изучении объекта исследования. Однако существуют темы, а соответственно и объекты исследований, изучение которых с помощью опроса не просто неудобно и непрактично, а невозможно. Одной из таких тем яв-

ляется общественное сознание в прошлом, когда носители его (люди) уже недоступны для изучения. Остаются лишь документы, созданные ими или с их помощью. В таком случае на помощь как социологам, так и историкам приходит анализ документов.

Анализ документов позволяет получать сведения о прошедших событиях, непосредственное наблюдение которых уже невозможно. Изучая документы, в которых те или иные явления жизни, события прослеживаются в течение многих лет, можно выявить тенденции и направленность их изменения. Так, для отечественных исследователей особую важность приобретает обширная социальная статистическая информация, которая долгое время была закрытой и, следовательно, использовалась в крайне ограниченном объеме. Однако эта информация обеспечит возможность реалистического анализа прошлого нашего общества, более полного понимания происходивших в то время процессов и явлений, что позволит избежать подобных ошибок в будущем.

Нередко документальные источники служат главным способом получения нужной для исследования информации. При анализе документов источником социологической информации выступают сообщения, которые содержатся в протоколах, докладах, резолюциях и решениях, выступлениях политиков, публикациях газет, журналов, в художественных произведениях, иллюстрациях, фильмах, дневниках, летописях и т. п. В данном конкретном случае источником информации могут и будут служить материалы центральной печати в годы Первой мировой войны. Однако, по нашему мнению, к источникам информации следует добавить и подобные материалы за несколько лет до и несколько лет после первой мировой войны, а также более личные документы (например, личные письма), что необходимо для проверки закрепления в массовом сознании подобных образов.

Анализируя документы, исследователь может концентрироваться на содержании конкретных сообщений, интерпретируя определенным образом слова, словосочетания, образы. На основе этого можно выявить, например, общие тенденции, которые проявляют СМИ в своем отношении к тому или иному социальному явлению. Такой анализ предполагает на-

личие у исследователя высокого профессионализма, разносторонней культуры, умения нестандартно мыслить, а также глубоких знаний из области истории, этнографии, этики, художественной литературы. Недостатком этого вида анализа является высокая степень субъективности результатов исследования.

Однако такой метод, как анализ документов, включает в себя несколько разновидностей: качественный и количественный анализ документов, хотя и сами документы могут разделяться на первичные, вторичные, целевые и др.

Традиционный (классический) анализ документов, в отличие от простого ознакомления с ними или прочтения для приобретения нового знания, – это именно метод исследования, который, как всякое научное исследование, предполагает выдвижение определенных гипотез, тщательное изучение существа анализируемого материала, логики текста, обоснованности и достоверности приводимых сведений. Этот анализ «стремится как бы до конца проникнуть вглубь документа, исчерпать его содержание». Огромную роль играют здесь опыт исследователя, глубина его знаний по предмету и интуиция.

Основная трудность при работе с доступными (то есть нецелевыми) документами – умение читать данные на языке гипотез исследования. Ведь документ был составлен вовсе не для того, чтобы проверить гипотезы социолога. Поэтому, прежде чем анализировать документальные материалы по существу, социолог вынужден проделать утомительную работу поиска в документе индикаторов (признаков) ключевых понятий исследования.

Другой разновидностью анализа документов может быть контент-анализ – перевод в количественные показатели массовой текстовой (или записанной на пленку) информации с последующей статистической ее обработкой.

Контент-анализ начинается с выявления смысловых единиц, в качестве которых используют понятия, выраженные в словах и отдельных терминах. Это могут быть понятия из области экономики (интенсификация, технический прогресс, методы хозяйствования, оптимизация управления и др.); термины политического содержания (интернациона-

лизм, демократия, разрядка, мирное сосуществование, перестройка); нравственные или правовые символы (почин, активность, инициативность, деловая предприимчивость, нарушение законности, несоблюдение дисциплины); научные (модель, система, космическое пространство и т. п.). В нашем случае подобными понятиями будут следующие: «враг, чужой, захватчик, противник» и т. п. Анализ текста по содержанию понятий несет немало важной социальной информации.

Кроме понятий в документах также можно фиксировать и изучать заявленную тематику (в нашем случае – название статей). Темы развертывания инициативы, борьбы с бюрократизмом, распространения передового опыта или соблюдения социальной справедливости, соблюдения норм социалистического образа жизни как темы массовых коммуникаций очень показательны. Столь же показательны сюжеты из личных документов, например писем о самом себе или о своих близких, о делах производственных и политике, об искусстве и т. п. Все это – свидетельства определенной направленности взглядов, интересов, ценностных ориентации и норм деятельности.

Также показательными при изучении образа врага (на контрасте) могут быть исследованные имена исторических личностей, политиков, выдающихся ученых и деятелей искусства, передовиков производства.

Эти характеристики могут свидетельствовать о влиянии отдельных лиц или представляемых ими организаций на общественное мнение. По числу ссылок на отдельных авторов определяют значимость той или иной научной идеи: если число ссылок растет или падает, это свидетельствует о росте или падении авторитета данной концепции.

В эту же группу можно включить упоминания организаций, учреждений или иных общественных институтов.

Целостное общественное событие, официальный документ, факт, произведение, случай и т. п. несут специфическую смысловую нагрузку и тоже могут быть приняты за единицы анализа. Частота и длительность (во времени) упоминания общественного события или государственного решения (например, борьба за трезвый образ жизни) – свидетельство его важности для общества.

Анализ документов – важный метод сбора информации при формулятивном плане исследования (для выдвижения гипотез и общей разведки темы) и на стадии работы по описательному плану. В экспериментальных исследованиях возникают значительные трудности перевода языка документов на язык гипотез, но, как показывает опыт, и эти затруднения можно преодолеть при умелом обращении с материалом.

Общественное сознание представляет собой определенным образом упорядоченный комплекс взглядов и убеждений, образов и символов, формирующихся под массивным воздействием средств массовой информации и стереотипов массовой культуры, политических организаций, структур образования и воспитания, религиозных организаций и др.

Массовое сознание возникает стихийно, как результат естественного стремления человека упорядочить разнородный эмпирический материал, сложить из противоречивых элементов житейского опыта относительно целостную картину мира.

Наличие образов в массовом сознании – это такая же неотъемлемая часть, как наличие в нем норм и правил, однако образы представляют не прямое руководство к действию или бездействию, а некую ориентацию на «другого», воплощенного в этом образе.

В ходе проведенного Г.С. Денисовой и Л.В. Клименко социологического исследования [2] были получены результаты, при анализе которых особое внимание, на наш взгляд, необходимо уделить распределению ответов на вопрос о том, что объединяет респондентов с людьми, проживающими в их местности. Среди прочих причин – язык, исторические судьбы, религия (важная в большей степени для мусульман), традиции, обычаи, образ жизни – важное место в структуре ответов занял ответ «общие беды». На наш взгляд, «общие беды» могут быть приравнены к «общему врагу» как некое общее негативное условие вокруг которого может сплотиться население определенной территории. В рамках указанного опроса актуальным для нашей тематики является вопрос о субъекте, способном объединить людей, проживающих в одной местности. Большая часть респондентов указывает на различные уровни власти (областная администрация, рай-

онная, отдельные деятели), а также образовательные учреждения, общественные организации и средства массовой информации. Таким образом, мы можем говорить о весьма эффективном и востребованном использовании органами власти собственных (административных) ресурсов, а также средств массовой информации для формирования идентичности населения Юга России, используя образ «врага» как одну из форм «общей беды».

Образ врага – это представления, возникающие у социального (массового или индивидуального) субъекта о другом субъекте, воспринимаемом как некий элемент, несущий угрозу его интересам, ценностям или самому социальному и физическому существованию, и формируемые на совокупной основе социально-исторического и индивидуального опыта, стереотипов и информационно-пропагандистского воздействия. Образ врага, как правило, имеет символическое выражение и динамический характер, зависящий от новых внешних воздействий информационного или суггестивного типа [3].

Существует точка зрения, согласно которой «образ врага» – это всего лишь искусственная пропагандистская конструкция, свекорыстно формируемая в массовом сознании «сверху». Она получила распространение в перестроечный и постсоветский период в контексте атаки на коммунистическую систему, которую обвиняли во всех смертных грехах, в том числе в продуцировании «образа врага» как инструмента консолидации «тоталитарного общества». В этом было немало правды, но далеко не все было истиной, поскольку подход был основан на «двойных стандартах» в оценке «демократического» Запада и «тоталитарного» Востока.

Безусловно, образ врага имеет символический характер, является динамичным, изменчивым, но далеко не всегда выступает инструментом «политики правящей группы общества» (например, субъект восприятия может как раз противостоять этой группе, и она сама быть «врагом»).

Долгое время в истории современного российского общества «общей бедой», а соответственно и «врагом» был и остается терроризм. При всем прочем для создания подобного «врага» государство по определению не

должно применять усилий, напротив, государство должно бороться с подобным явлением. Однако комментируя террористические акты, раскрывая личности террористов власти различных уровней, СМИ конструируют «образ врага» – образ террориста, указывая его национальность, место жительства, религию и другие характеристики, что может быть использовано не для сплочения всего населения и создания общей идентичности, а напротив, для формирования этнической и религиозной враждебности (предвзятости) и стигматизации, что крайне недопустимо в условиях многоконфессионального и многонационального проживания народов и наций Российской Федерации.

В ходе исследования 1999 г. среди наиболее популярных ответов на вопрос о наличии «врага» третье место заняли чеченцы, боевики Дудаева, Басаева, Радуева, ведущие войну на Северном Кавказе, террористы (в сумме упоминания такого рода выросли за последние годы с 16 % примерно до 30 %) [4].

В современном мире, учитывая глубокий политический, а также национальный и культурный кризис столь территориально близкой к России страны, как Украина, в качестве потенциального «врага» могут быть восприняты националисты-радикалы. От того, как политическое руководство России, используя средства массовой информации, будет конструировать данный образ и будет ли он восприниматься «врагом», зависят не только взаимоотношения с нашими географическими соседями, но и собственная социальная иден-

тичность, в особенности такого сложного со всех точек зрения региона, как Юг России. Изучение же подобного процесса может и должно стать предметом исследования ученых из различных областей науки, что не только обогатит теоретическую составляющую данного вопроса, но и может стать полезным для принятия практических решений и выводов относительно механизмов формирования коллективных представлений.

ПРИМЕЧАНИЕ

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках проекта проведения научных исследований по теме «Эволюция «образа врага» в сознании русского общества в годы Первой мировой войны (по материалам центральной печати)», проект № 14-31-01231.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Денисова, Г. С. Особенности региональной идентичности населения Юга России / Г. С. Денисова, Л. В. Клименко // СоцИс. – 2013. – № 7. – С. 25–34.
2. Дукельский, В. Ю. Скажи мне, кто твой враг / В. Ю. Дукельский. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://www.cpolicy.ru/projects/c_society/109.html. – Загл. с экрана.
3. Сенявская, Е. С. Противники России в войнах XX века. (Эволюция «образа врага» в сознании армии и общества) / Е. С. Сенявская – М. : Рос. пол. лит. энцикл., 2006. – 288 с.
4. Ярошевский, М. История психологии от античности до середины XX в. : учеб. пособие / М. Ярошевский. – М. : [Б. и.], 1996. – С. 180–183.

COLLECTIVE REPRESENTATION FORMATION STUDY BASED ON “ENEMY” IMAGE IN THE PUBLIC CONSCIOUSNESS

Voytov Aleksandr Vladimirovich

Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor,
Philosophy, History and Politology Department,
Volgograd State Agrarian University
alexvoy@mail.ru
Prosp. Universitetsky, 26, 400002 Volgograd, Russian Federation

Abstract. The article is devoted to the analysis of existence and construction of images in consciousness, in particular the image of “enemy” as one of the tool for the collective representation formation.

Key words: public consciousness, image in the public consciousness, social identity.