

Секция «Политология и социология политических процессов»
Социально-политические мифы: образ врага в современном Российском обществе.

Волгина Анастасия Сергеевна

Студент (бакалавр)

Иркутский государственный технический университет, Иркутск, Россия

E-mail: Volgina_05@mail.ru

Различные социокультурные кризисы, как показывает практика, во все времена являлись толчком для социально-политического мифотворчества. Под мифом стоит понимать социокультурный феномен, форму искаженного отражения объективной действительности, влияющий на систему социокультурных отношений. Воздействие мифологии на человека носит серьезный и глубокий характер, дает возможность овладеть сознанием масс и направить их активность в соответствующее русло. В современном Российском обществе за последнее время наблюдается тенденция развития у населения представлений относительно других стран и народов в контексте «свой-чужой».

Образ врага выступает как разновидность социально-политического мифа, который основан на эгоистическом интересе, имеет в своей основе стремление отдельных политических групп к расширению зон влияния и захвату власти [n1]. Субъектом, формирующим образ врага для своих целей и выгоды могут выступать как государственные структуры, так и определенные социальные категории населения, а так же отдельные граждане страны.

В основе данной идеи лежит представление о том, что каждая культура делится на «свою» и «чужую». Как правило отношение к чужому настороженное, а зачастую- негативное, в особенности когда чужое угрожает «своему».

То, каким содержанием наполняется понятие «они» — дружественным, нейтральным или враждебным, — зависит от очень многих обстоятельств. Здесь и историческая память, и конкретно-историческая ситуация, и жизненный опыт и мировоззрение отдельных людей, которые являются субъектами взаимоотношений. Как правило, особенно непросты взаимоотношения соседних народов, у которых накопился многовековой исторический груз взаимных претензий и обид, но также есть и немалый позитивный опыт контактов и сотрудничества [n3]. Именно напряжение, недоверие, опасность по отношению к тому, что отличается от «нашего» и формирует некий образ врага.

Разберемся с некоторыми характеристиками, присущими «врагу» или «чужому». Для образа врага характерны:

-*негативные ожидания*(всем действиям врага в прошлом, настоящем и будущем приписываются деструктивные намерения; что бы враг не предпринял, это будет направлено против «нашей» группы);

-*объяснение любых неблагоприятных обстоятельств происком враждебных сил*(враг-источник всех бед, обрушивающихся на группу);

-*отожествление со злом*(враг олицетворяет противоположность тому, что «нам» дорого, он стремится уничтожить «наши» главные ценности и поэтому сам должен быть уничтожен);

-*мышление по принципу «игры с нулевой суммой»*(что хорошо для врага, плохо для нас, и наоборот);

-*отказ от эмпатии*(у «нас» нет ничего общего с врагами, и никакие факты или информация не изменят «нашего» восприятия; исходить из гуманных соображений и эти-

ческих критериев по отношению к врагу - неуместно и саморазрушительно) [п2];

Образ врага, как инструмент в социально-политическом пространстве, стал активно применяться относительно недавно. Двадцатый век стал вехой активной разработки средств массовой коммуникации, средств массовой информации, с последующим распространением в массовое использование.

Применяя дихотомию «свой-чужой», «плохой-хороший», «бедный-богатый» эти радикалы, и не только, с помощью выше упомянутых достижений в средствах массовой коммуникаций, завоевывали огромное количество сторонников, последователей, что в конечном итоге приводило их к достижению изначально поставленных целей [п4].

Такой миф, как образ врага не могу возникнуть случайно, во многом это является результатом целенаправленной политики, проводимой частью политической элиты с помощью СМИ. СМИ не просто отражают стереотипы массового сознания, канализируя общественные настроения, но и активно участвуют в формировании национальной (культурно-политической) идентичности.

От позиции СМИ в немалой степени зависят те ориентиры, которыми руководствуется сообщество, различая «своих» и «чужих» и определяя свое отношение к «норме» и отступлениям от нее. их роль в создании образа «врагов» прослеживается очень четко. Статьи и видеорепортажи, рассказывающие о «преступлениях» кавказцев, китайцев и т. д., способствуют распространению национальной нетерпимости, нередко перерастающей в радикальный национализм и ксенофобию. Показательно, что многие СМИ, «специализирующиеся» на создании образа «врага», ориентированы на молодежную аудиторию [п2].

По-моему мнению, наиболее незащищенной от социально-политических мифов категорией населения является молодежь. Именно от них зависит будущее России, поэтому важно выяснить образ врага в сознании молодежи. Респондентам было предложено определить врага лично для себя, для своей семьи и близких, а также для страны в целом. Наиболее часто врагом для себя и семьи молодежь представляла государство, а для страны в целом - Америку, Украину, Германию и отдельных представителей этих стран. Стоит отметить, что именно эти страны и фигурируют в СМИ, где представлены не в «лучшем свете».

Таким образом, можно сделать вывод, что разделение на «свой-чужой» существовало всегда и в такой период нестабильности в России стоит обратить внимание на феномен образа врага, который является серьезным фактором влияния на сознание населения страны.

Источники и литература

- 1) Гудков А. Образ врага. Социология / А.Гудков. — Москва, 2005. — С. 39
- 2) Селезнева А. В., Евгеньева Т. В. Образ врага как фактор формирования национальной идентичности современной российской молодежи // Политика: Анализ. Хроника. Прогноз (Журнал политической философии и социологии политики). — 2007. — Т. 46, № 3. — С. 83–92.
- 3) Сенявская Е.С. Противники России в войнах XX века: эволюция «образа врага» в сознании армии и общества. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2006. — 288 с.
- 4) Шмитт Карл. Понятие политического. М.: Журнал "Вопросы социологии". — 1992. — № 1. — С. 35-67.