Д.Т. Жовтун

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ИДЕОЛОГИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ

Актуальность исследования идеологии как феномена духовной жизни и политической практики обусловлена глубокой трансформацией российского общества, происходящей на рубеже XX – XXI вв. Становление новых экономических отношений, изменение социальной структуры общества, формирование новой политической системы и новых форм российской государственности требуют соответствующих ценностных ориентаций для социального поведения участников этого процесса – отдельных индивидов, социальных групп, классов – в соответствии с их жизненными интересами. Поэтому социологический анализ феномена идеологий, в которых концентрируются идеалы, цели и ценности социальных субъектов, позволил бы прояснить социальную картину современного российского общества, получить представление о социальной структуре, экономических, политических и духовных приоритетах складывающихся социальных групп, их жизненных устремлениях. Речь идет о проблемах, которые в свое время были поставлены в трудах К. Маркса, М. Вебера и К. Мангейма.

Первая проблема касается обусловленности форм и содержания идеологии структурой социальных сил в обществе. Здесь рассматривается гипотеза о первостепенной важности для социологического анализа идеологии положения, согласно которой всякая политическая идеология в той или иной мере адекватна положению и опыту группы, выступающей ее носителем.

Второй постулат указывает на определенное искажение и маскировку, осуществляемую идеологией, практическое несоответствие между сложностью опыта и символической схематизацией.

Наконец, третье положение, проиллюстрированное М. Вебером, касается последствий идеологической диффузии, преобразования позиций и поведения путем идеологического убеждения.

В современной России частые и разноуровневые выборы в различные органы государственной и муниципальной власти заметно актуализируют идеологическую проблематику. Социально-психологические и ментальные особенности большинства населения страны, полная потеря исторической ориентации в условиях переживаемого кризиса порождают у этого большинства ностальгию, «метафизиче-

скую тоску» по идеологии. В данном случае не обязательно по коммунистической идеологии, но больше – по интегрирующей и ориентирующей социальной функции идеологии для общественного сознания. Сегодня большинством российского населения явно ощущается духовный вакуум, который в какой-то мере заполняется деятельностью различных конфессий.

В этих условиях одним из эффективных инструментов влияния на социальное и политическое поведение различных слоев российского населения выступает политическая идеология. Поэтому можно говорить о наступлении «нового века идеологий» для России.

Идеология имеет много определений. В отечественной философской и социологической мысли она традиционно трактуется в качестве важнейшего элемента общественного сознания, его теоретического уровня. Занимая центральное место в политическом сознании, являясь, по сути, его ядром, она пронизывает все формы общественного сознания. Идеологические мотивы присутствуют в философии, в правовом, религиозном, нравственном сознании. Причем степень влияния идеологии на другие формы общественного сознания, а через них и на все общественные отношения, в целом зависит от состояния общества. В периоды обострения экономической, социально-политической и духовной ситуации в обществе это влияние активизируется. В условиях же стабильного развития общества роль идеологии как инструмента воздействия на социальное поведение людей заметно снижается, поскольку тогда политическое взаимодействие превалирует над политической борьбой.

Если под идеологией подразумевать мыслительные конструкции, которые узаконивают жизненные притязания на власть определенных общественных групп, и если неистинность или полуправду этих конструкций отнести за счет социально обусловленной предвзятости представлений этих групп, то идеологии существовали еще в античные времена. Другими словами, то, что позднее было названо «идеология», существовало до того, как ему было дано имя.

Самое ценное в идеологии – ее функциональность. Надо признать, что это во многом искусственно культивируемое мифологическое мышление, мобилизующее силы отдельных архетипичных образов и упрощающее картину реальности, редуцирующее богатство социальных отношений до противопоставления «мы» и «они», это безличное коллективное сознание. По мере его роста уменьшается, атрофируется личное сознание индивида, что приводит к постепенному возобладанию бессознательного, к механическому принятию решений в социальном поведении, детерминированном идеологемами.

В идеологии, бесспорно, содержатся иллюзии, фантазии, заблуждения, нередко и преднамеренная фальсификация действительного

положения вещей. Последнее, правда, не главное. Позиция идеологов обусловлена социальным положением их общности, партии, организации, и в силу этих обстоятельств они квалифицируют свой интерес как объективно-истинный, как исключительно справедливый.

Идеология как система «верований» по проблемам социальной жизни сильно воздействует на структуру и направление наших мыслей, чувств и поведения. Ее можно сравнить с приводными ремнями между социальной теорией и социальной практикой. Идеология определяет цели, идеалы и нормативные стандарты поведения, которые, будучи восприняты индивидом, требуют, чтобы каждый человек отказался от своей свободы как индивид и в новом качестве гражданина принял статус ячейки политической структуры, исключающей его самостоятельное функционирование.

Отмеченные особенности идеологии позволяют ей выполнять и положительные функции в жизни общества, переживающего системный кризис. Заметим, что государственным институтам и государственным служащим как субъектам государственного управления нельзя пренебрегать тем, что хорошо продуманная идеология может выполнять интегрирующую, программно-директивную, мобилизующую, манипулирующую и, наконец, охранительную роль на столь ответственном этапе развития российского общества.

Социологический анализ идеологий направлен на выявление взаимосвязи между социальными структурами и формами идеологической символики. Но предмет социолога – не столько идеологическая символика сама по себе, сколько социальная подсистема, в которой она распространяется с помощью тех или иных средств, вызывая определенный эффект. С точки зрения социологии эффективной может быть та идеология, которая формулирует свои идеи в категориях и понятиях, близких сегодняшним настроениям людей, и учитывает доминирующие в обществе ценности.

Решая свои задачи, социология опирается на философско-методологическую базу, которой выступает такое известное направление социологической науки, как социология знания.

Социология знания возникла в философском контексте и в определенной ситуации интеллектуальной истории Германии. Термин был введен в употребление Максом Шелером в 1920-е гг. Предметом социологии знания является взаимосвязь человеческого мышления и социального контекста, в рамках которого оно возникает. Человеческое мышление детерминировано многими факторами (историческими, психологическими, биологическими и т. д.). Можно говорить об экзистенциальной детерминации мышления как такового. Понимание того, что ценности и мировоззрение имеют социальное происхождение, можно найти еще в античности. Начиная с

эпохи Просвещения это понимание становится главной темой западного мышления. Эта проблема содержится в знаменитом изречении Паскаля: то, что истинно по одну сторону Пиренеев, ошибочно по другую.

Однако непосредственным интеллектуальным предшественником социологии знания являются три направления германской мысли XIX столетия – марксизм, ницшеанство и историзм. К. Маркс обосновал основное положение социологии знания о том, что социальное бытие определяет человеческое сознание. На протяжении всего двадцатого века велись ожесточенные споры о том, какую именно детерминацию имел в виду Маркс. Огромное значение для понимания позиции Маркса имело открытие в 1932 г. его работы «Экономико-философские рукописи 1844 г.». Как бы то ни было, социология знания унаследовала от Маркса не только всеобъемлющую формулировку ее центральной проблемы, но также несколько ключевых понятий, среди которых особо следует отметить такие, как «идеология» (идеи как оружие социальных интересов) и «ложное сознание» (мышление, которое отчуждено от реального социального бытия мыслящего).

Особое влияние на социологию знания было произведено понятиями К. Маркса «базис» и «надстройка». Вокруг правильной интерпретации этих понятий разгорелась бурная полемика. Марксисты (например, Ленин), отождествили «базис» с экономической структурой, а «надстройка» считалась его непосредственным «отражением». Сегодня ясно, что это искажение мысли Маркса, представляющее собой скорее механистический, чем (как предполагалось) диалектический, вид экономического детерминизма. На самом деле диалектика этого детерминизма заключается в том, что человеческое мышление производно от человеческой деятельности, труда и социальных взаимосвязей, возникающих в процессе этой деятельности, что значительно богаче по содержанию и смыслу, чем упрощение этой взаимосвязи и сведение ее к экономической детерминации.

Ницшеанство дает социологии знания дополнительную перспективу, в которой человеческое мышление выступает в качестве инструмента в борьбе за выживание и власть. У Ницше была собственная интерпретация «ложного сознания» и свой анализ социального значения обмана и самообмана, иллюзии, присущих человеку. Его понятие «Ressentiment» в качестве фактора, порождающего определенные типы человеческого мышления, было непосредственно заимствовано М. Шелером.

Влияние историзма на социологию знания, особенно в дильтеевском варианте, проявилось в восприятии положения об историчности человеческого мышления, что легко трактуется как признание

социального контекста мышления или как «социального размещения» мышления.

Социологический анализ идеологий заимствует у социологии знания положение о зависимости форм и содержания человеческого мышления от социального контекста, включенность сознания в социальную структуру. При этом следует учитывать, что социальный контекст содержит в себе не только совокупность объективных условий, но и конгломерат субъективных мотивов и решений, пристрастных воззрений, основывающихся на узкокорыстных интересах социальных групп или отдельных личностей.

И все же научным теориям не следует искать собственное утверждение в «ложности» идеологии. Занимаясь этим, научная теория сама превращается в идеологию. Подвергать критике идеологию со стороны науки, а равно и критиковать научную теорию со стороны идеологии, все равно, что вмешиваться в игру в футбол с правилами игры в баскетбол, и наоборот.

С точки зрения социологии превосходство концепции «доказывается» не ее внутренними качествами, логикой и аргументацией, но приложимостью к социальным интересам той или иной группы, располагающей реальной властью или реальными ресурсами борьбы за эту власть.

Те, кто занимает ключевых позиции во властных структурах, используют свои полномочия для навязывания традиционных определений реальности всему подвластному им населению. Потенциальные конкурирующие концептуализации реальности ликвидируются путем «социальной терапии» (тот, кто не чтит богов, должен умереть), либо интегрируются в саму традицию (для этого в государственных структурах существуют специальные институты для осуществления подобной профилактики).

Современное социальное знание все больше символизируется, кодифицируется, математизируется; здесь все шире и интенсивнее применяются компьютерные, информационные сети и технологии, что неизбежно предполагает интерпретацию. В политике это приобретает особое значение. В современной политической коммуникации в центре внимания находится языковое понимание как механизм координации действий – языковой знак функционирует как символ, симптом и сигнал, смысловое содержание которых базируется на интересах субъектов политики. В этом процессе исключительное значение приобретает работа с текстом, как источником знаний, информации, который может быть артикулирован в вербальной или письменной форме.

Чтобы добиться успеха в политическом пространстве, субъекту политики (будь то политическая партия или политический деятель)

важно уметь манипулировать сознанием масс, которое осуществляется прежде всего с помощью языковых форм. Манипулирование – это средство, с помощью которого осуществляется контроль над убеждениями и поведением людей путем создания ложных представлений о действительности.

Манипулирование является, в частности, весьма эффективным средством социального контроля в руках правящей элиты. Это атрибут власти, тесно связанный с интересами властных кругов, защитой этих интересов и их экспансией.

Власть – не только политический, но и идеологический феномен, просачивающийся даже туда, где его невозможно распознать с первого взгляда, – в социальное учреждение, учебное заведение и т. п. Власть множественна, многолика, властей много, как «бесов». Повсюду, со всех сторон человека окружают всевозможные лидеры, громоздкие или крохотные административные аппараты, группы давления или подавления; отовсюду раздаются голоса, берущие на себя ответственность донести до нас истину. И мы начинаем догадываться, что власть гнездится в наитончайших механизмах социального обмена, что ее воплощением является не только государство, классы и группы, но и мода, расхожие мнения, слухи, зрелища, игры, средства информации, семейные и частные отношения.

Будучи множественной в сфере социального пространства, власть в то же время оказывается вечной в историческом времени: «изгнанная, выставленная в дверь, она является к нам в окно»; она никогда не гибнет. Совершите революцию, истребите власть, и она возродится, вновь расцветет при новом положении вещей.

Другими словами, власть вездесуща, она гнездится даже в языке. Мы не замечаем власти, таящейся в языке. Между тем язык – это средство классификации, а всякая классификация есть способ подавления: латинское слово «ordo» имеет два значения – «порядок» и «угроза».

В сфере идеологии манипулирование сознанием строится на следующих идеологемах, образующих содержание информационных потоков.

Во-первых, в обществе предполагается наличие личной свободы и индивидуального выбора. При этом интенсивно эксплуатируется принцип индивидуализма и свободной конкуренции.

Второй миф, лежащий в основе манипуляции сознанием людей, – нейтральность всех ключевых социальных институтов: правительства, средств массовой коммуникации, системы образования, науки, стоящих якобы выше конфликтующих социальных интересов. Манипуляторы изображают экономику как поле равных возможностей для предпринимателей и наемных работников. Так и рынок идей

представляется как широкий спектр разнообразной информации, не направленной какой-либо идеологией.

Третья мировоззренческая позиция заключается в представлении о неизменной человеческой природе, о наличии запросов широчайшей аудитории в самих «острых» и сенсационных информационных материалах, преимущественно связанных с преступлениями, насилием, катастрофами и т. п.

И, наконец, миф о плюрализме средств массовой коммуникации, согласно которому наличие большого числа средств коммуникации свидетельствует о разнообразии их содержания. На самом деле владельцы СМИ умышленно ограничивают выбор информации, предлагая аудитории один вариант действительности: не противоречащий интересам экономической и политической элиты. Здесь возможно замалчивание верной информации (манипулирование умолчанием) или передача фальшивой информации, дезинформации (активное манипулирование).

Манипулирование массовым сознанием формируется также путем фрагментации информации, выражающейся в потоке не связанных друг с другом значительных и незначительных сообщений, постоянно прерываемых рекламой.

Сиюминутность, оперативность информации также является эффективным средством манипулирования сознанием. Конечная цель манипулирования заключается в том, чтобы в одних случаях обеспечить пассивность аудитории, ибо пассивность означает сохранение существующего положения вещей, существующих социальных отношений, а в других – возбудить сознание аудитории, особенно в ходе предвыборных кампаний.

Понять механизм информационной деятельности государства можно, только уяснив степень зависимости государственного аппарата от той экономической системы, которую оно обслуживает, т. е. развитой корпоративной системы. Тесная связь государства с частной корпоративной экономической системой находит свое выражение в структуре информационно-образовательно-коммуникационного сектора, для которого особенно характерно переплетение интересов бизнеса и правительства. Информация, производимая государственными учреждениями, подчинена требованиям и целям корпоративной экономики, а административный аппарат государства почти неотделим от руководящей частнособственнической верхушки коммуникационного сектора.

Выступая в роли «нейтральных» распространителей информации, некоторые СМИ нередко насаждают определенную систему ценностей: погоню за материальными благами, потребительство, эгоизм, индивидуализм, пассивность, покорность.

В условиях идеологического плюрализма идеологическая аргументация, реализуемая в процессе политической практики, неизбежно разветвляется. Но важно, чтобы в социальных функциях идеологий преобладали не разрушительные, а созидательные мотивы. Одна из особенностей духовной ситуации 90-х гг. в России заключалась в разрушении ценностных структур, что сопровождалось иррационализацией поведения на всех уровнях жизни. Источником этой иррационализации явились не только конфликты, развертывающиеся на макроуровне, но и то, что происходит в микросреде. В ходе реформ сформировались три основных мотивационных комплекса социального поведения; они концентрируются не столько в политическом пространстве, сколько в микроструктурах повседневности.

Первый комплекс связан с меркантилизацией личных связей и отношений, включая семейные, со сменой авторитетов и лидеров общественного мнения в среде непосредственного общения, проникновением в повседневную жизнь чувства незащищенности и страха.

Второй комплекс связан с личностным успехом в ходе социально-экономических преобразований: выигрышем в ситуации коммерческого или политического риска, удачным вложением денег и капитала, использованием качественного сервиса и акциями демонстративного потребления, включением международных контактов. Все это создает чувство свободы и огромных возможностей.

Третий комплекс сопряжен с отторжением политических реалий и уходом в частную жизнь. Он связан с конструированием собственной картины мира, не причастной к политике, реформам, какой-нибудь общественно значимой деятельности.

Разрыв между этими тремя комплексами мотивации создал предпосылки иррационализации действительности, суть которой состоит в столкновении противоположных смыслов, приписываемых как событиям и фактам, так и действиям, развертывающимся на политической арене. В результате возникает ситуация, при которой одни и те же символы воспринимаются и оцениваются прямо противоположно. Люди перестают понимать друг друга, а общество раскалывается.

Примером этого является распределение суждений россиян о выборе пути развития России. Результаты социологических опросов, проводимых в разные годы Социологическим центром Российской академии государственной службы при Президенте Российской Федерации под руководством профессора В.Э. Бойкова, показывают амбивалентность общественного сознания российского населения по такой важной ценностной ориентации, как отношение к социализму и капитализму (см. табл.).

Варианты ответа	2003 г.	2006 г.
Следует развивать капитализм с присущей ему экономикой	40,7	42,3
Следует искать новые подходы строительства социализма	58,4	53,2
Затруднились ответить	0,9	4,5

Такая раздвоенность общественного сознания замедляет и затрудняет намеченные в стране преобразования.

Российский кризис 90-х гг. выявил глубинные конфликты между рациональным обоснованием, стремлением к рациональности и нерациональной политической практикой, которая связана с тем, что в мотивацию деятельности и политического поведения включился слой сублимированных мотивов, бессознательного, вытесненного ранее; сегодня он дает мощный идеологический и политический всплеск сознания. Это ключевой момент в понимании идеологических трансформаций, происходящих в российском обществе. Политики апеллируют и к эмоциям, и к разуму человека, претендуют на понимание и представительство этих интересов. Но наиболее успешной может быть та политическая программа, которая более основательно декларирует принцип выражения интересов, преобразует их в цели и средства совместной жизнедеятельности. Реализация такой программы без хорошо продуманной идеологии и профессионально поставленной пропаганды невозможна. При этом государственная идеология и пропаганда, как инструмент ее доведения до общественного сознания, должны учитывать сложный социальный фон – это угрозы и страхи экзистенциального порядка: страх за семью, за жизнь близких людей, вызванный криминализацией общественных отношений.

В то же время Россия, как и любая страна, идущая к демократии, не может удовлетвориться какой-то одной, общей для всех идеологий. Это было бы равносильно признанию того, что население России представляет собой однородную массу, лишенную социальных различий и особенностей, индивидуального своеобразия. Там, где все на одно лицо, власть приобретает столь же монолитный, авторитарный характер. Разность идеологий – одно из свидетельств демократичности общества и общественного сознания.

В современной России, если она действительно озабочена своей модернизацией, правом на существование должны обладать все идеологии, находящие поддержку у населения, – от либеральной до социалистической. Какая из них (включая их разновидности и сочетания) имеет на данный момент наибольшую поддержку, к какой из

них склоняется чаша весов – на этот вопрос могут ответить только выборы, отражающие реальное соотношение общественных и политических сил. Важно лишь, чтобы идеологический выбор был свободным, а не принудительным, не навязывался обществу насильственным или обманным путем. Это возможно лишь тогда, когда выбор осуществляется в рамках единого, признаваемого всеми и никем не нарушаемого правового пространства. Только с созданием такого пространства вопрос об идеологии – о том, какая из них в наибольшей степени отвечает интересам страны – может получить окончательное решение.

Сегодня Россия нуждается в таких политических объединениях, которые способны мыслить в категориях не только идеологических, но и правовых. Кто бы ни пришел к власти в России – либералы, консерваторы, социал-демократы, левые или правые, важно чтобы она оставалась страной с правовыми порядками и институтами, с обязательными для всех (и прежде всего для самой власти) законами и нормами политического поведения. Без них все идеологии опасны, все внушают подозрение; с ними каждая идеология по-своему полезна и способна послужить модернизации и возрождению страны.

Утвердившимся сегодня в России идеологиям и современной российской политике предстоит решать сложные задачи: как в условиях возросшего социального неравенства обеспечить баланс свободы и справедливости, как убедительно обосновать необходимость сильного государства и сильной власти для решения внутренних проблем и обеспечения национальной безопасности, как наиболее плодотворно использовать передовой опыт западных социальных технологий и соединить их с историческими традициями россиян. От того, как будут решаться эти проблемы, зависит будущее не только идеологии и политики, но и демократического развития российского общества.