

ОБРАЗ ВЛАСТИ КАК ПРОДУКТ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ: СЕМИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

С.В. Санников

Сибирская академия государственной службы, г. Новосибирск,

Россия

Summary: The article is devoted to semiotical analysis of the phenomena of image of authority. The image is considered as a product of social communication, a transmission of particular idea. Semiotical definition of a term “image of authority” is suggested, depending on R. Barthes’ concept of myth.

Keywords: image of authority, political myth, political psychology, semiotics, definition.

В последнее десятилетие в работах российских исследователей получила распространение трактовка понятия «образ власти» в контексте достижений политической психологии, «в качестве обозначения результата процесса восприятия и социального познания такого элемента социального мира, как политическая власть» [2, с.54]. Образ власти понимается как «система представлений о власти в обществе, включающая понятия о ее сущности, функциях, структуре, а также ожидания от власти определенных социально-политических действий» [3, с.169]. Признавая правомерность подобного подхода, отметим, что он обладает как очевидными достоинствами, так и определенными недостатками. В числе достоинств необходимо назвать известную функциональность подобного понимания «образа власти», возможность использовать его при проведении прикладных социологических и социально-психологических исследований. В числе недостатков необходимо отметить некоторую методологическую ограниченность данного подхода, обусловленную рассмотрением образа власти лишь в контексте комплекса представлений реципиента, в то время как содержательные характеристики образа,

формируемые его создателями и носителями, далеко не всегда соответствующие складывающимся представлениям реципиента, не попадают в категорию образа власти.

Для выработки более полного понимания такого явления как «образ власти» целесообразно обратить внимание на то, что любой образ представляет собой результат и продукт социальной коммуникации, феномен, о существовании которого мы узнаем только в процессе взаимодействия между создателем и реципиентом (а в отдельных случаях также исследователем) образа. Сформировавшиеся в результате восприятия политической власти представления становятся доступны для рефлексии в качестве образа власти только в том случае, если получают некоторое знаковое выражение, как правило, вербальное (в форме речи, нарратива) или визуальное (в форме изображения, видеоряда, жестов и т.д.). Образ власти существует постольку, поскольку он может быть воспринят из совокупности знаков, транслирующих определенную смысловую нагрузку. В этом смысле психологическая реальность образа неотделима от его материального и содержательного выражения, а сам образ власти должен рассматриваться именно как продукт социальной коммуникации или передачи определенной идеи.

В качестве наиболее яркого примера, иллюстрирующего подобную связь, можно привести портреты королевы Марии Антуанетты, проанализированные в работе М.Б. Ямпольского [5]. Рассматривая данные изображения, вряд ли возможно утверждать, что они сами по себе являются совокупностью представлений, поскольку они являются лишь совокупностью символов, знаков, которые нуждаются в прочтении и интерпретации. В данном случае, исследователь анализирует не абстрактно существующие представления, а продукт творчества мифолога власти – создателя этих гравюр, формирующего соответствующий образ.

Постулируя неразрывную связь означающего и означаемого в рамках образа власти, формируемого в процессе социальной

коммуникации, отметим, что подобное понимание образа власти сближает его с семиологической концепцией мифа, представленной в работах французского структуралиста Р. Барта [1]. Данный подход позволяет рассматривать образ власти как семиологическую (семиотическую) систему, покоящуюся на «вторичных кодах» (кодами первого порядка являются те, которыми строится сам язык) [4, с.22]. С использованием данного подхода можно предложить семиологическое определение понятия «образ власти» – под образом власти мы предлагаем понимать вторичную семиологическую систему, включающую в себя связь между совокупностью знаков первого порядка, отражающих содержательные характеристики системы отношений легитимного социального господства и подчинения, и комплексом психических переживаний (феноменов), порожденных восприятием этих знаков.

Библиографический список

1. Барт Р. Мифологии. – М., 2008. – 351 с.
2. Вершинина Н.С., Мирицкая Е.А., Муравьева О.И. Сознательные и бессознательные компоненты образа политической власти // Сибирский психологический журнал. – Выпуск 27. – Томск, 2008. – С.54–59.
3. Романович Н.А. Образ власти как отражение российской политической культуры // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: лингвистика и межкультурная коммуникация. – № 1. – Воронеж, 2010. – С.169–172.
4. Санников С.В. Образы королевской власти эпохи Великого переселения народов в западноевропейской историографии VI века. – Новосибирск, 2011. – 212 с.
5. Ямпольский М.Б. Королева и гильотина (Письмо, очищение, телесность) // Новое литературное обозрение. – № 65. – 2004. – С.93–130.