

РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАУК
НАЦИОНАЛЬНАЯ АКАДЕМИЯ НАУК БЕЛАРУСИ
НАЦИОНАЛЬНАЯ АКАДЕМИЯ НАУК УКРАИНЫ

Личность Культура Общество

Международный журнал
социальных и гуманитарных наук

Том XVII. Вып. 3–4. № 87–88

Москва 2015

СОЦИОЛОГИЯ И ПОЛИТОЛОГИЯ

БЕКАРЕВ А.М., ПАК Г.С. (Н. Новгород, НИУ ННГУ им. Н.И. Лобачевского)	
Время в системе диспозиций личности	175
КОЛИЕВА И.А. (Днепропетровск, ДНУЖТ им. В. Лазаряна) Категории пола и гендера в дискурсах женской субъективации	182
ОГАНЯН К.К. (Санкт-Петербург, СПбГЭУ) Концепции личности в социологии	
П.А. Сорокина и П.Б. Струве: сравнительный анализ	187
САРАЛИЕВА З.Х., ЕГОРОВА Н.Ю., КУТЯВИНА Е.Е. (Н. Новгород, НИУ ННГУ им. Н.И. Лобачевского) Молодая семья в контексте социологии семьи	195
ШИЛОВЦЕВ А.В. (Екатеринбург, УГЭУ) Социальная безопасность личности в условиях нестабильности и неопределенности: от страха к уверенности	206

ИСТОРИЯ И ФИЛОЛОГИЯ

АЛТАБАЕВ Е.В. (Рязань, РГУ), ДЕМИДОВ С.В. (Рязань, РГРТУ) Воссоединение либеральной партии Великобритании в конце 1920-х гг.	210
СОКОЛОВ А.С. (Рязань, РГРТУ), ТУФАНОВ Е.В. (Ставрополь, СГАУ) Деятельность Рязанской организации РКП(б) в период становления советской государственной системы управления (1917-1920 гг.)	215

ПСИХОЛОГИЯ И ПЕДАГОГИКА

БОССОНГ Х.В. (Германия, Университет Дуйсбург-Эссен) Обучение в отсутствии... Какие последствия могут иметь дистанционное обучение и растущая академическая свобода студентов?	223
ДМИТРЕНКО Т.А. (Москва, МПГУ) Информационно-коммуникативные технологии в подготовке специалистов по межкультурному общению в высшей школе	231
СУЛТАНОВА Н.Д. (Набережные Челны, ПГУФКСИТ) Развитие личности вынужденных мигрантов зрелого возраста в начальный постмиграционный период	238

ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ

БЛЕЕР А.Н. (Москва, РГУФКСМиТ) Педагогические технологии экстремальной деятельности человека	248
БОГОРОДЕЦКИЙ Д.А. (Москва, РГУФКСМиТ) Стрелковые тренажеры в системе российского патентования	256
КОНДРУХ А.И. (Москва, РГУФКСМиТ) Практическая стрельба как вид спорта, прикладная дисциплина, боевое искусство	261
ПЕРЕДЕЛЬСКИЙ А.А., КОНДРУХ А.И. (Москва, РГУФКСМиТ) Психологические аспекты практической стрельбы (на примере концепции С. Кирша)	266
ПЕРЕДЕЛЬСКИЙ А.А. (Москва, РГУФКСМиТ) Динамика эволюции единоборств в России с конца XIX до начала XXI века	276

РАЗНОЕ

БУШМАРИНА Н.Н. (Москва, МПСУ), СТЕПАНОВ Н.А. (Рязань, РГРТУ) Роль семьи в воспитании религиозной культуры ребёнка	280
ПЕРЕПЕЛКИН Л.С. (Москва, Институт востоковедения РАН) О структуре современной террористической деятельности (часть I)	284

Кафедра

ИКОННИКОВА Н.К. (Москва, НИУ ВШЭ) Видимое и невидимое в социальном пространстве	294
РОЦИНСКИЙ С.Б. (Москва, РАНХиГС) С памятью о прошлом, с верой в будущее. К юбилею кафедры философии РАНХиГС	303

Профессионал

РЕЗНИК Ю.М. (Москва, ИФ РАН) Философия как общее дело о Устроитель со-бытия. К юби

Памяти наших

Невосполнимая потеря. В.Л.

Обзоры и реце

ГУРЕВИЧ П.С. (Москва, ИФ РАН) ПОПОВА Е.П. (Москва, ИФ РАН) ЖИГУНОВА Л.С. (Новый С) КУЧУКОВА З.А. (Нальчик, ИФ РАН) ТЛОСТАНОВА М.В. (Москва, ИФ РАН) постсоветский/постколониал

Информация д

Читайте только в нашем жур Содержание (на английском)

+ Кафедра

UDC 316.012

DOI: 1606-951X.2015.2.2110



Н.К. ИКОННИКОВА

ВИДИМОЕ И НЕВИДИМОЕ В СОЦИАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Аннотация: В статье рассматриваются некоторые ключевые социологические понятия: социальное пространство, социальная позиция, социальная реальность как воспринимаемые членами общества социальные отношения и нормы. Показано, как

восприятии социального пространства проявляются усвоенные в процессе социализации и разделяемые членами общества знания, в первую очередь повседневные, отражающие социальный опыт людей. При этом показано, как развивается трактовка этих понятий при использовании их для объяснения современного общества, в котором все большую роль играет визуальное.

Abstract: The article considers some key categories of sociology: social space, social position, social reality as social relations and norms, perceived by members of the society. The author demonstrates how everyday knowledges (learned through the process of socialization and commonsense practices, and shared by members of society) are exhibited in perceptions of social space. The article reveals the changes in interpretations of mentioned above categories when we use them to explain recent society and the role of visuality in it.

Ключевые слова: социальное пространство, социальная позиция, видимое, социальное воображение.

Keywords: social space, social position, visual, sociological imagination.

Каждый день вокруг себя мы наглядно видим течение общественной жизни. Еще больше картин социальных событий, лиц предоставляют нам телевидение и интернет. Однако, что мы на самом деле видим? Видим ли, что думают люди, каковы их мотивы? Видим ли мы общественные отношения, функционирование социальных институтов, социальные позиции? Можно сказать, что да. В обществе используется множество символов, которые представляют нам эмоции, жесты, знаки социальных различий довольно наглядно. Но эти знаки конструируются и демонстрируются людьми, значит подчинены их воле и манипулированию, умышленному и непреднамеренному. Как решить, правильно ли они изображают отношения и символы?

Иконникова Наталья Кирилловна — кандидат социологических наук, доцент, доцент департамента социологии НИУ ВШЭ (Москва), E-mail: n.k.ikonnikova@gmail.com.

социальных действий? И ч
ресное, почему?

На эти и другие подоб-
сравнивают свою теоретич-
которое они наблюдают, и
так и о содержании видимы
понятия позволяют социол

Социальное пространство и социологическое воображение

Подробное социологическое исследование своей работе «Социальная структура и социальные изменения» это связанные определенными социальными позициями люди. «Положения и статусы» его связей «социальной структуры» то есть с ее членами» [7, 29]. Социологи видят, в первую очередь, социальные качества и связи. Это не только если в этом обществе (например, «сохранение культуры, если нужно»), выделяются и даже профессиональные группы, которых культуры, которых и физиологические отличия, различия в цвете кожи, пол, это было в системе апартеида.

Как отбираются определе-
ного пространства конкретн
парет Мид. Она исследовала
ные модели семьи, устройст
тия, другие социокультурны
ростков. Её вывод состоит в
тому, что определенные груп
раimenta, при этом престижн
ных культурах.

Например, пишет Мид, парламент которых был сформирован. Взятые в целом, они бо-
ются успехами других и менее
активной сфере... Больше всего
общества наименее созвучны
агрессивные и сильные, агре-
ссии нашего общества, где кро-
ме агрессивных, неукротимых
[295]. Однако не во всех «при-
к насилию, властный тип» в

социальных действий? И что при этом от наблюдателя скрывают, и что самое интересное, почему?

На эти и другие подобные вопросы пытается ответить социология. Социологи сравнивают свою теоретическую модель общества с тем социальным поведением, которое они наблюдают, и пытаются сделать выводы как о верности своей модели, так и о содержании видимых социальных явлений. Рассмотрим, какие инструменты, понятия позволяют социологам делать это.

Социальное пространство: социологический взгляд и социологическое воображение

Подробное социологическое описание социального пространства представил в своей работе «Социальная мобильность» П.А. Сорокин. Социальное пространство — это связанные определенными связями и занимающими те или иные социальные позиции люди. «Положение человека в социальной вселенной определяется путем установления его связей «со всеми группами населения, внутри каждой из этих групп, то есть с ее членами» [7, 299]. Таким образом, смотря на социальное пространство, социологи видят, в первую очередь, людей, при этом их интересуют их особые, социальные, качества и связи. Это могут быть, конечно, и особенности темперамента, — но только если в этом обществе особо выделяются люди с определенным темпераментом (например, «сохраняющие хладнокровие в любой ситуации» или «умеющие плакать, если нужно»), выделяются настолько, что именно это качество дает им престиж и даже профессиональный статус (как у профессиональных плакальщиц в некоторых культурах, которых специально приглашают на похороны). Это могут быть и физиологические отличия, — но только если в конкретном обществе люди с определенным цветом кожи получают привилегии или, наоборот, дискриминируются (как это было в системе апартеида).

Как отбираются определенные личностные качества в зависимости от социального пространства конкретного общества описывает американский антрополог Маргарет Мид. Она исследовала процессы взросления в разных культурах и то, как разные модели семьи, устройство общины, условия выживания и хозяйственные занятия, другие социокультурные условия связаны с тем, как воспитывают детей и подростков. Её вывод состоит в том, что эти явления тесно связаны и могут приводить к тому, что определенные группы будут демонстрировать определенные черты темперамента, при этом престижность тех или иных черт темперамента различается в разных культурах.

Например, пишет Мид, «у арапешей в каждом поколении вырастают дети, темперамент которых был сформирован и преобразован множеством различных способов. Взятые в целом, они более пассивны, более восприимчивы, сильнее восторгаются успехами других и менее склонны проявлять инициативу в творческой или трудовой сфере... Больше всего среди арапешей страдают те, для кого вся структура этого общества наименее созвучна их душевному укладу, — мужчины сильных страстей, агрессивные и сильные, агрессивные женщины. Это очень контрастирует с оценками нашего общества, где кроткие, неагрессивные мужчины загнаны в угол и только на агрессивных, неукротимых женщин смотрят с неодобрением и осуждением» [5, 295]. Однако не во всех «примитивных» культурах это так. «Агрессивный, склонный к насилию, властный тип» встречается «среди более пожилых и богатых людей и у

детей, которых они воспитывали... Мягкий, неагрессивный, слабый тип – у пожилых неудачников, по-видимому плохо начавших свой жизненный путь» [5, 221].

Можно сказать, что социальное пространство существует только в нашем воображении, — хотя и порождает для нас очень ощутимые и реальные последствия. Оно не совпадает с физическим, геометрическим, географическим. «Люди, находящиеся вблизи друг от друга в геометрическом пространстве (например, король и его слуга, хозяин и раб), в социальном пространстве отделены громадной дистанцией. И наоборот, люди, находящиеся очень далеко друг от друга в геометрическом пространстве (например, два брата или епископы, исповедующие одну религию, или же два генерала одного звания и из одной армии, один из которых в Америке, а другой — в Китае), могут быть очень близки социально» [7, 297].

Воображение, о котором мы говорим, означает умение соотносить непосредственно воспринимаемое, видимое и слышимое, с возникшими на основе усвоения ценностей, норм, представлений о жизни и на основе социального опыта знаниями. Социологи часто пишут о «социологическом воображении», необходимом для того чтобы за внешними проявлениями поведения людей увидеть то, в какие социальные отношения, институты они включены. «Социологическое воображение дает возможность постичь историю и обстоятельства отдельной человеческой жизни, а также понять их взаимосвязь внутри общества... понять, что происходит в мире и что с ним самим — в точке пересечения биографии и истории общества... появляется неожиданное чувство, как будто они проснулись в доме, который до этого им лишь казался знакомым и родным... Прежние решения, некогда казавшиеся весомыми, теперь представляются безрассудными и невежественными ... В людях вновь оживает способность удивляться» [6: 14, 16], — так описывает социологическое воображение Ч.Р. Миллс. Но можно сказать, что «социальным воображением» обладают все члены общества. Именно оно позволяет нам понимать других людей, связывать их слова и жесты с их должностью или профессией, национальной принадлежностью, ролью друга и т.д., отношением и ожиданиями по отношению к нам.

Таким образом, важным оказывается как определенный способ видения общества, присущий социологам, так и то, как само изучаемое общество видит свою структуру, позиции и связи в ней, работу социальных институтов: «Ведь важно узнать не то, каким образом тот или иной мыслитель лично представляет себе такой-то институт, но понимание этого института группой; только такое понимание действительно» [3, 12]. Последнее утверждение принадлежит Э. Дюркгейму. Поставив задачу изучать, как та или иная группа понимает социальный институт, он описывает и доступный социологии способ сделать это: такое понимание «не может познаваться простым внутренним наблюдением, поскольку целиком оно не находится ни в ком из нас; нужно, стало быть, найти какие-то внешние признаки, которые делают его ощутимым» [3, 12]. Поэтому социологи в основном смотрят на общество и слушают общество (по крайней мере, работы о том, чем пахнет общество или каково оно на ощупь, если и встречаются, то очень редко — наверное, потому, что пока у нас нет инструментов, чтобы задокументировать это должным образом).

То, что Дюркгейм называет «социальными фактами», часто существует *в* вполне видимых вещей. «Право существует *в* кодексах, ход повседневной жизни записывается *в* статистические таблицы, *в* исторические памятники, моды воплощаются *в* костюмах, вкусы — *в* произведениях искусства» (курсив — Н.И.) [3, 54].

Однако подчеркнем, что видальных отношений: кодексы, статистические таблицы – это противопоставление жизни и новится невидимым, когда мы наглядно видимым. Подсчитывая течение дня, составляйте таблицы в одну таблицу. Окажется, но ведь вы же проживали в дороге домой отличалось от дома, а другой – в хорошей компании-то случае на это потребовалось всего не видно из таблицы! Институтами были при этом – если вас, конечно, проинформированы должны фиксировать, где и в каких условиях фактами: мы наблюдаем, узнаем, знаком каких социальных свое «зрение» так, чтобы зафиксировать связывающие их невидимыми ологических понятиями. Понимая, «не будучи материальными» пускаящие исследование [3]

Однако чем более общее (абстрактность) мы используем, тем труднее зафиксировать, — тем точнее. Поэтому социологи в констатации обобщения и детализации «полета» или многокрасочной

Видение и повседневное з

Социальное пространство
ного рода вещей и технологий
символов. Собственно говоря
фических знаниях, которые по
странстве. Это не просто уме
именно знание того, что там
вседневной жизни, отличаю
варе. В словаре вряд ли будет
что буфет — это не только ме
делать домашние задания, «п
мы знаем, что хозяин этого к
словами, устно или письменн
мы сделаем вид, что не знаем
очень благоприятной ситуац

Встречая человека, мы, в

Однако подчеркнем, что видимое при этом — лишь видимость, кажимость социальных отношений: кодексы — это не само право, костюмы — это не сама мода, а статистические таблицы — это не сама повседневная жизнь. Наверное, последнее противопоставление жизни таблицам наиболее ярко показывает, как много становится невидимым, когда мы пытаемся что-то зафиксировать и сделать для всех наглядно видимым. Подсчитайте, сколько времени на какие занятия вы тратите в течение дня, составляйте такие отчеты в течение недели, сведите полученные записи в одну таблицу. Окажется, что вы каждый день делали примерно одно и то же, но ведь вы же проживали каждый день как уникальный, и ваше настроение по дороге домой отличалось от дня ко дню, и шли вы домой один день в одиночестве, а другой — в хорошей компании, и может это даже объясняет, почему в каком-то случае на это потребовалось в два раза больше времени, — но ведь этого всего не видно из таблицы! Но из нее может быть видно, с какими социальными институтами были при этом связаны ваши занятия — семья, школа, клуб, СМИ... — если вас, конечно, проинструктировали, что описывая свою деятельность, вы должны фиксировать, где и с кем вы это делаете. Также и со всеми другими социальными фактами: мы наблюдаем нечто, о чем должны от наблюдаемой группы узнать, знаком каких социальных отношений это нечто является, при этом настроив свое «зрение» так, чтобы за отдельными действиями и словами конкретных людей видеть связывающие их невидимые отношения, обозначаемые различными социологическими понятиями. Поскольку социальные отношения, как пишет Дюркгейм, «не будучи материальными, все же представляют собой реальные вещи, допускающие исследование» [3, 21].

Однако чем более общее понятие (как «социальный институт», «социальная мобильность») мы используем, чем больше наблюдаемых явлений мы можем с его помощью зафиксировать, — тем меньше при этом мы реальную жизнь конкретных людей. Поэтому социологи в конкретных исследованиях всегда ищут баланс между крайностями обобщения и детализации, видения абстрактной схемы «с высоты птичьего полета» или многокрасочной картины «под микроскопом».

Видение и повседневное знание

Социальное пространство противоречиво. Оно, с одной стороны, зависит от разного рода вещей и технологий (и чем дальше, тем больше), а другой — от знаний, символов. Собственно говоря, социальные отношения всегда строились на специфических знаниях, которые позволяют человеку ориентироваться в социальном пространстве. Это не просто умение прочесть надпись «аудитория» или «буфет», но и именно знание того, что там принято делать. Эти знания, используемые нами в повседневной жизни, отличаются от того, как описываются те или иные понятия в словаре. В словаре вряд ли будет зафиксирована очевидная для студентов информация, что буфет — это не только место, где можно что-то поесть, но и место, где можно делать домашние задания, «потусить» и т.д. Видя на кабинете табличку «директор» мы знаем, что хозяин этого кабинета может принуждать нас что-то делать некими словами, устно или письменно, даже не прикладывая физических усилий, — а если мы сделаем вид, что не знаем, что значат его слова, то окажемся скорее всего в не очень благоприятной ситуации.

Встречая человека, мы, в соответствии с народной мудростью, по его «одежке»

соотносим его вид с известными нам субкультурами или статусными группами, и эти знания помогают нам по крайней мере в первый момент знакомства и общения (при том, что этот человек тоже знает, что мы именно это знаем, и ведет себя на основе этого общего нашего знания, стремясь подтвердить или опровергнуть первое видимое впечатление). Чем сложнее общество, чем больше в нем различных групп и позиций, чем разнообразнее отношения между ними, тем более сложную систему символов используют члены этого общества, чтобы эти позиции и отношения обозначить, и тем больше нюансов смыслов за ними скрывается.

Это побуждает социологов все больше и больше говорить о социальном пространстве как пространстве в первую очередь состоящем из знаний (и в первую очередь из наших повседневных знаний, а не сугубо научных), т.е. пространстве символическом.

Как было отмечено выше, Питирим Сорокин указывал, что социальное пространство состоит из социальных связей — но из связей людей, он даже писал, что социальное пространство — это «всё население». Другой известный теоретик социального пространства, Пьер Бурдьё, отказывается рассматривать социальное пространство через реальные группы, учитывать их численность, членство. Однако он также считает, что «можно изобразить социальный мир в форме многомерного пространства, построенного по принципам дифференциации и распределения, сформированного совокупностью действующих свойств..., способных придавать его владельцу силу и власть в этом универсуме» [2, 15]. Его определение хорошо применимо к примеру про воображаемое здание с табличками «директор», «буфет», «аудитория», которые мы описали выше. Бурдьё вводит еще одну тему в обсуждение символического пространства — тему власти, власть его понимания — это «символическая сила въедения предвидения, направленная на внушение принципов въедания и разделения этого мира» [2, 27], навязывание способа узнавания мира, его восприятия.

Здесь подразумевается въедание в двух смыслах: въедание как узнавание, понимание и буквальное въедание как зрение. Конечно, эти смыслы тесно связаны. То, что человек видит, он соотносит с тем, что он знает, чтобы понять, что же это такое.

Восстановим теперь цепочку рассуждений социологов о том, что видимо в социальном пространстве. Мы видим некоторые материальные знаки (вещи, здания, внешний облик людей, буквы, изображения), распознаем на основе усвоенных в процессе социализации знаний их смысл. Этот смысл заставляет нас действовать в соответствии с предписаниями, правилами, обозначаемыми указанными знаками: на стуле сидеть, входить в дверь, а не в окно. Хотя, конечно, даже зная правила, мы оставляем за собой свободу их нарушать, и такое поведение тоже оказывается значимым, определенным образом показывающим нас обществу. Таким образом, видимое поведение и видимое физическое, геометрическое пространство воспринимается нами через призму наших знаний, в том числе повседневных, совершенно обыденных. Эта «призма» может создавать для смотрящего разнообразные эффекты, и в нашем обыденном языке мы привыкли описывать эти искажения именно как зрительные. «Смотреть сквозь розовые очки», «видеть в черном свете», «быть зашоренным», «смотреть в кривое зеркало», «рассматривать с профессиональной точки зрения» — эти и другие выражения описывают различные эффекты восприятия, порождаемые нашими установками, предрассудками, ограниченностью или специализацией знания.

Видимое и невидимое в ф

До этого мы в основном рассматривали материальные отношения, социальные отношения, от нашего воображения, точности отображения в реальности объектов, физические просторы, проявляются описанные в литературе, что само понятие ландшафта, опосредованного системой, превращается в ландшафт, который и перестраиваются не только дворцовые постройки, а аллеи

В въедание этих пространств дает определенные ожидания пространства, как в нем себя работающие, отдыхающие и т.д. рит, что он живет «в центре», жесткие юмористических про о его достаточно высоком со этой точки зрения и стремлен структурой.

П. Бурдьё, на которого мы опираемся, рассматривает физическое место, материальные и культурные блага [2], которые могут принимать форму прибавления, связанные с «фактом» вещей (благами или услугами, материальное оснащение). Это так называются престижным адресом.

В известной работе Х.У. Зингера проанализированы эти выгоды, что стоит особняком, всё исключено сосредоточено вдоль «набережной» тихих, аристократических набережной. Здесь мы находим живут многие из тех, кто достиг успеха. Здесь расположены самые красивые видимость своего успеха и также нужно завязать правила, — иначе твоё место жительства.

Доступ к привилегиям и в них используют одни важные в обществу, образовывать их в другие, дающие видений в социальном пространстве, престиж и влияние. Покупка п существующее положение в физическом

Видимое и невидимое в физическом пространстве, созданном культурой

До этого мы в основном обсуждали, как мы видим по сути невидимые социальные отношения, социальные статусы, понимание которых зависит в какой-то мере от нашего воображения, точнее, усвоенных в процессе социализации знаний об устройстве общества. Однако есть вроде совершенно очевидно видимые материальные объекты, физические пространства, например, городской ландшафт, парк. Как здесь проявляются описанные выше эффекты социального восприятия? В. Сакс утверждает, что само понятие ландшафта — это категория социального видения и восприятия, опосредованного системой приписанных значений [11, 154]. Среда поселения превращается в ландшафт, когда в соответствии с принятой эстетикой проектируются и перестраиваются не только многоквартирные дома и частные коттеджи, но и дворовые постройки, а аллеи организуют пространство в «парк» [9, 23].

В видение этих пространств также встроено наше социальное знание. Оно рождает определенные ожидания, и также определяет наше понимание того, что это за пространство, как в нем себя вести, какими качествами обладают люди, живущие, работающие, отдыхающие и т.д. в этом пространстве. Например, когда человек говорит, что он живет «в центре», или например, «на Рублевке», описанной уже и во множестве юмористических произведений, то подразумевается, что это свидетельствует о его достаточно высоком социальном статусе и успешности. Вполне объяснимо с этой точки зрения и стремление людей переехать в большой город с развитой инфраструктурой.

П. Бурдьё, на которого мы уже ссылались, называет это «социально квалифицированное физическое место», дающее возможность присваивать различные материальные и культурные блага [2, 59]. Он отмечает, что «[п]ространственные прибыли могут принимать форму прибылей локализации» двоякого рода. Это выгоды от положения, связанные с «фактом нахождения рядом с дефицитными или желательными вещами (благами или услугами, такими как образовательное, культурное или санитарное оснащение). Это также «прибыли позиции или ранга (как те, что обеспечиваются престижным адресом)» [2, 58].

В известной работе Х.У. Зорбо «Золотой берег и трущобы» наглядно описаны и проанализированы эти выгоды местоположения и ранга. Он пишет, что «в Чикаго всё, что стоит особняком, всё эксклюзивное, всё, что несет на себе отметину *l'haute soci  t  *, сосредоточено вдоль «набережной» между отелем «Дрейк» и Линкольн-парком или вдоль тихих, аристократических улиц, непосредственно примыкающих к этому отрезку набережной. Здесь мы находим наибольшее сосредоточение богатства в Чикаго. Здесь живут многие из тех, кто достиг особых успехов в промышленности, науке и искусствах. Здесь расположены самые фешенебельные отели и клубы Чикаго» [4]. Чтобы создать видимость своего успеха и высокого статуса, надо поселиться на Золотом берегу, но также нужно завязать правильные знакомства, войти в круг избранных и признанных, — иначе твое место жительства окажется не значимым, как бы не видимым.

Доступ к привилегиям и высокому статусу означает обретение и власти. Люди используют одни важные в обществе ресурсы для того, чтобы конвертировать, преобразовать их в другие, дающие еще больше возможностей для занятия ведущих позиций в социальном пространстве. Получение образования сулит хорошую зарплату, престиж и влияние. Покупка престижного жилья — доступ в элиту. Занять господствующее положение в физическом пространстве важно, чтобы управлять этим про-

странством, влиять на то, кто и как получает доступ к важным ресурсам, и тем самым закрепить свой высокий социальный статус. «Одно из преимуществ, которое дает власть над пространством, — возможность установить дистанцию (физическую) от вещей и людей, стесняющих или дискредитирующих, в частности, через навязывание столкновений, переживаемых как скученность, как социально неприемлемая манера жить или быть, или даже через захват воспринимаемого пространства — визуального или аудио — представлениями или шумами, которые в силу их социальной маркированности и негативной оценки, неизбежно воспринимаются как вмешательство или даже агрессия» [2, 58–59]. Поэтому тот, кто хочет быть в центре внимания людей, занимает место за кафедрой или в центре; феодалы строили замки не возвышении не только из оборонительных соображений, но и для зримого утверждения своей социальной роли.

Таким образом, быть видимым в определенном месте — значит утверждать свой статус и власть. Что же тогда стараются сделать невидимым? Очевидно, это прикрытые заборами и удаленные от социально престижных мест свалки, социально неблагополучные районы. Сама конструкция созданного человеком ландшафта подсказывает нам, на что нужно смотреть, а что должно остаться вне поля зрения. Вспомните, как устроен, например, городской парк. Главная, стремящаяся быть довольно торжественной, аллея, окружающие ее пространства, где мы можем не так жестко следовать правилам вроде хождения по дорожкам и чинного шествия, какие-нибудь хозяйственные задворки, практически скрытые от взгляда отдыхающих. В тщательно продуманных пейзажных парках каждый вроде бы природный объект играл роль мазки, цветового акцента, объемного элемента картины. В парке Гатчинского дворца под Санкт-Петербургом было продумано даже, какой пейзаж виден из конкретного окна, так чтобы ничего нежелательного эту картину не портило.

Значение видимости в современном обществе: вопрос о власти

Визуальное, видимое в современном обществе играет все возрастающую роль. Сегодняшнюю культуру часто характеризуют именно как визуальную. Визуальные технологии, различные способы визуализации проникают во все аспекты жизни людей: мы визуализируем в фотографиях каждый момент нашей жизни (а без этого события как бы и не существуют, и наоборот, самое обыденное действие, о котором мы всем сообщаем с помощью фотографии всем в социальных сетях, напоминает о нашем существовании и роли), образы рекламы, оформление любых пространств и вещей согласно требованиям дизайна.

И при этом, вспоминаем рассуждения Бодрийяра о символической власти в пространстве, «[э]стетика в ее современном значении не имеет больше ничего общего с категориями прекрасного и безобразного», отсылая к стоимости/ знаку [1, 210]. «Таким образом, — пишет П. Штомпка, — восприятие окружающего мира становится все более опосредованным изображениями. Образы конструируют и формируют наше постижение мира. Визуальная восприимчивость заменяет или дополняет восприимчивость текстовую» [8, 7].

Однако любой образ — это не столько изображение, сколько искажение и замещение реальности, специфическое ограничивающее «окно» или «зеркало», рамки и искривления которого отражают сложное взаимодействие их конструктора, смотрящего и технические особенности визуальной технологии, косвенно воплощающие

замыслы их разработчиков. использовать ресурсы, в том числе социального статуса и влияния в визуальном, тем более значимом, тем заметнее и активнее оно становится. Для визуальных позиций и отношений. Для социального пространства социологи стали использовать режим, режим видимости, позволено видеть, как нас замечают, невидимое в этом отношении, невидимое социальное пространство.

Одновременно современные социальные конфликты и несправедливости в сфере визуального. Различны, причем именно так, как о том, т.е. получать информацию о том, что происходит. Иногда эта борьба принимает форму жизни мигрантов, бомжей, животных будоражили общественное мнение, убедительнее любых слухов, ограничение использования животных в разных странах, детей, животных для рекламы. Группы заявляют права на свое социальное пространство.

Подведем краткие итоги.

1. Открытые действия, жесткие позиции и отношения в наглядном смысле, но отнюдь не в более широком смысле, являются членами общества для своей позиции в социальном пространстве.

2. Многомерность социального пространства сложным образом организована. Она проявляется так же, как и в других зонах, значимых и незначимых.

3. Парадоксальным образом самой социальной реальностью является то, что такое социальное пространство состоит, необходимо социальное воображение, как и во всем, включая даже невидимое социальное пространство, повседневно.

4. Доступ к этому знанию, то, как нас видят другие, яв-

замыслы их разработчиков. В этом как раз и проявляется власть, как возможность использовать ресурсы, в том числе технологии и образы, для укрепления своего социального статуса и влияния на других. Чем большее значение общество придает визуальному, тем более значимым ресурсом становится визуальное, следовательно, тем заметнее и активнее оно будет использоваться для обозначения социальных позиций и отношений. Для описания проявлений власти в создании видимого пространства социологи стали использовать понятие «режим видения» (или скопический режим, режим видимости). То, «как мы видим, как мы способны видеть, как нам позволено видеть, как нас заставляют видеть и как мы переживаем (see) видимое и невидимое в этом отношении» [10, IX] определяется теми, кто присваивает себе данное социальное пространство.

Одновременно современное визуальное дает возможность сделать видимыми социальные конфликты и неравенства. Поэтому борьба за власть разворачивается в сфере визуального. Различные дискриминируемые группы требуют, чтобы их увидели, причем именно так, как они себя видят. Это борьба за «право видеть, смотреть», т.е. получать информацию о том, что происходит, и борьба за право быть увиденными. Иногда эта борьба принимает форму распространения образов: фоторепортажи о жизни мигрантов, бомжей, заключенных в Абу Грейб, или бедствующих приютах о животных будоражили общественное мнение, и именно зрительный образ оказывался убедительнее любых словесных рассказов. Иногда эта борьба означает, наоборот, ограничение использования и распространения образов. Примером могут служить принятые в разных странах законы об ограничении использования образов женщин, детей, животных для рекламы товаров, не имеющих к ним прямого отношения. Группы заявляют права на свой образ, ставший важным ресурсом в борьбе за место в социальном пространстве.

Подведем краткие итоги.

1. Открытые действия, жесты, предметы, изображения представляют социальные позиции и отношения в наглядной форме «факта», естественно, скрывая внутренние смыслы, но отнюдь не в большей мере, чем слова. Любые значимые ресурсы используются членами общества для установления социальных отношений и утверждения своей позиции в социальном пространстве.

2. Многомерность социального пространства проявляется не только в том, что в нём сложным образом организованы различные статусные позиции, группы и общности. Она проявляется также в том, что в нём можно различать видимые и невидимые зоны, значимые и незначимые точки обзора.

3. Парадоксальным образом видимая часть социальной реальности не является самой социальной реальностью, а только набором знаков, указывающим на эту реальность. Чтобы понять социальные отношения и позиции, из которых она собственно состоит, необходимо социологическое или социальное воображение. Возможность такого воображения, как и вообще понимания социальной жизни зависит от наших знаний, включающих даже не столько «книжные» и научные представления, сколько социальный опыт, повседневный здравый смысл.

4. Доступ к этому знанию, как и возможность влиять на то, что и как мы видим, то, как нас видят другие, является предметом борьбы, которую социологи описы-

вают как борьбу за власть и другие значимые ресурсы (материальные, связанные с престижем и привилегиями). Кто-то участвует в этой борьбе относительно пассивно, выбирая, какую картинку он хочет видеть на экране телевизора, кто-то более активно, заполняя Instagram различными изображениями, а кто-то делает сложные и иногда опасные фото- и видеорепортажи, открывая другим ранее невидимые, игнорируемые, стороны социальной жизни. В любом случае, каждый человек видит знаки социальной реальности вокруг себя и как-то использует свое социальное воображение. Но у кого-то в голове рождается образ земли-острова, покоящегося на черепахе, а у кого-то — образ Земли, видимой из другой галактики. Наши представления о социальном пространстве могут различаться столь же разительно.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бодрийяр Ж. К критике политической экономики знака. М.: Библион-Русская книга, 2003.
2. Бурдье П. Социология социального пространства. М.: Институт экспериментальной социологии СПб.: Алетейя, 2007.
3. Дюркгейм Э. Социология. Ее предмет, метод, предназначение. М.: Канон, 1995.
4. Зорбо Х.У. Золотой берег и трущобы (избранные главы) // Социальные и гуманитарные науки за рубежом. 2004. Сер. 11. Социология. № 3. С. 115-154; № 4. С. 140-178. Режим доступа: <http://www.hse.ru/data/2010/09/04/1220656758/Zorbaugh.doc>
5. Мид М. Культура и мир детства. Избранные произведения. М.: Главная редакция восточной литературы издательства «Наука», 1988.
6. Миллс Ч.Р. Социологическое воображение. М.: Издательский дом NOTA BENE, 2001.
7. Сорокин П.А. Человек. Цивилизация. Общество. М.: Политиздат, 1992.
8. Штомпка П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования: учебник. М.: Логос, 2007.
9. Barrell J. The Idea of Landscape and the Sense of Place 1730-1840: An Approach to the Poetry of John Clare. Cambridge: Cambridge University Press, 1972.
10. Foster H. Preface // Foster H. (Ed.). Vision and Visuality, Seattle: Bay Press, 1988.
11. Sachs W. For Love of the Automobile: Looking Back in the History of Our Desires. Berkeley: University of California Press, 1992.

BIBLIOGRAPHY

1. Baudrillard J. For a Critique of the Political Economy of the Sign. (Russian translation). M.: Biblion-Russkaya kniga, 2003.
2. Bourdieu P. The sociology of social space. (Russian translations). SPb.: Aleteya, 2007.
3. Durkheim E. Sociology, its subject, method, and assignment. (Russian translation). M.: Kanon, 1995.
4. Zorbaugh H.W. The Gold Coast and the Slum (selected chapters, Russian translation) // Socialnye i humanitarnye nauki za rubezhom. 2004. Ser. 11. Sociologiya. № 3. S. 115-154; № 4. S. 140-178. Available: <http://www.hse.ru/data/2010/09/04/1220656758/Zorbaugh.doc>
5. Mead M. The culture and the world of childhood. Selected writings. M.: Glavnaya redakciya vostochnoy literatury izdatelstva «Nauka», 1988.
6. Mills C.W. The Sociological Imaginations. (Russian translation). M.: Izdatelskiy dom NOTA BENE, 2001.
7. Sorokin P.A. Chelovek. Civilizatsiya. Obschestvo. M.: Politizdat, 1992.
8. Sztompka P. Visual sociology. Photography and the method of study: A handbook. (Russian translation). M.: Logos, 2007.
9. Barrell J. The Idea of Landscape and the Sense of Place 1730-1840: An Approach to the Poetry of John Clare. Cambridge: Cambridge University Press, 1972.
10. Foster H. Preface // Foster H. (Ed.). Vision and Visuality, Seattle: Bay Press, 1988.
11. Sachs W. For Love of the Automobile: Looking Back in the History of Our Desires. Berkeley: University of California Press, 1992.

UDC 378.014.15



С.Б. РОДИНСКИЙ

С ПАСА
ВЕРС
КАФЕ
РАНХ

Аннотация. В статье описана история кафедры философии и социологии государственного хозяйства и государственного управления, являющаяся главной учебно-научной базой для подготовки специалистов в области философии и социологии. Кафедрой налажено теснейшее взаимодействие с кафедрой философии и социологии РАНХиГС. Показана преемственность кафедр, которую, естественно, поддерживали виднейшие советские философы и социологи. В частности говорится о задачах, которые ставились перед кафедрой, отвечая на требования времени.

Abstract: Department of philosophy and Public Administration is a main educational and scientific base for the preparation of specialists in the field of «Personality. Culture. Society» has addresses the history of this department in the Department of Social Sciences, the Russian Academy of Sciences, the Russian Academy of Administration, and the Russian Academy of Sciences. The article demonstrates the continuity of the department's work, which was carried out by the professors of the department and the Russian scientists and philosophers. In the future, the department will be solved by the department in its current work.

Ключевые слова: кафедра философии и социологии, Академия Управления, Российская академия государственного хозяйства и госслужбы, преемственность.

Keywords: Department of philosophy and Public Administration, Russian Academy of Administration, Russian Academy of Sciences, Russian Academy of Administration, and the Russian Academy of Sciences.

В августе следующего, 2016 года. Это — одно из самых старейших кафедр.

Родинский Станислав Борисович — доктор философских наук, профессор кафедры философии и социологии ИОН РАНХиГС (Москва). E-mail: rodin@phs.ru