

Секция «Психология»

**Социально-психологические аспекты восприятия феномена Rammstein
пользователями сайта «Любовь и ненависть»**

Разорина Дарья Николаевна

Студент

*Сыктывкарский государственный университет, Институт социальных технологий,
Сыктывкар, Россия*

E-mail: dn-razorina@yandex.ru

Сферы жизни, организующие социальное пространство и влияющие на формирование образа мира, в настоящее время переходят от статичных форм к мобильным информационно-коммуникативным [2]. Для культуры конца XX – начала XXI века характерен феномен синтезированного музыкально-художественного проекта [1]. Яркий пример данного явления в художественной сфере – музыкальная группа Rammstein. Научный интерес представляют причины всемирной известности и популярности группы на протяжении почти 20 лет, при том, что группа имеет скандальную репутацию, а мнения о ней составляют диапазон от восхищения до ненависти.

Цель проведенного поискового исследования – выделить причины популярности группы и проанализировать отношение к ней. Нами был использован материал о группе, находящийся в открытом доступе в сети Интернет [3, 4 и др.]. Поисковая система социальной сети «В контакте» [3] на запрос «rammstein» представляет 7043 сообщества, включающих от 14 до 110730 участников; названия сообществ помимо названия группы содержат фразы «типичный фанат», «мы пойдем на концерт», «я выжил на концерте» и др. На сайте «Любовь и ненависть» [4] в разделе, посвященном Rammstein, на 8.02.2012 обнаружено 1263 сообщения 1021 человека в категории «любовь» и 274 (213 человек) в категории «ненависть». Единицей анализа принято сообщение. Была разработана система 15 категорий и их индикаторов. Для анализа в категории «ненависть» были отобрано каждое пятое сообщение, в категории «любовь» – каждое десятое; пользователям присвоены условные названия «ненавидящие» и «любящие».

Тема «Rammstein» была начата в октябре 1999 года с сообщения в категории «любовь». В 2001 году выявлен пик активности пользователей (431 сообщение за год), минимум сообщений (36) приходится на 2007 год, к 2011 среднегодовой объем составляет около 100; наибольшая доля сообщений о ненависти (40% от годового объема) приходится на 2003 год. Такая динамика обусловлена, с одной стороны, деятельностью группы, с другой – ростом популярности социальных сетей, куда и переместилась основная часть коммуникаций.

Большинство сообщений (67,5%) не содержит аргументации и представляет эмоционально насыщенные короткие высказывания с глаголами в настоящем времени («обожаю», «ненавижу» и т.д.), часть сообщений описывает группу. Часто образуются цепочки сообщений одного пользователя, содержащие описание его чувств, группы или комментарии к сообщениям других пользователей. Содержательные суждения, в которых по форме глаголов можно определить пол пользователя, в категории «ненависть» чаще высказывают мужчины (31,5%), в категории «любовь» – женщины (18,2%).

«Любящие» отмечают, что группа оригинальна, музыка проста и энергична («под эту музыку хочется двигаться, под нее можно делать все»), многим нравится немецкий

язык, Германия. Они часто выделяют выраженную маскулинность и сексуальную привлекательность музыкантов, глубину текстов и философию Тилля Линдемманна, нередко называя ее больной и извращенной и, тем не менее, привлекательной. «Ненавидящие» указывают на невозможность четко определить стиль музыки, ее не оригинальность, «отвратительные тексты и клипы», «мерзкий немецкий язык», называют музыкантов «фашистами», часто указывают на низкий интеллектуальный уровень и психическое нездоровье поклонников группы. В обеих группах одинаково часто упоминается и оценивается оригинальный голос и личность вокалиста.

Грубоватый образ Rammstein, патриотизм, нонконформизм и сплоченность являются одними из главных характеристик группы, состав которой не менялся со дня основания. Отдельные песни посвящены участникам группы (“Haifisch”), поклонникам (“Rammlied”), имеют социальную тематику (“Rammstein”, “Mutter”), содержат выпады против США и американизации (“Amerika”), против социальных норм (“Mann gegen Mann”), повествуют о переживаниях лирических героев (“Seemann”). Сторонники группы отмечают, что «эту музыку создало наше общество». Имидж группы совершенствовался при помощи все более скандальных тем и образов, пиротехники, ставшей визитной карточкой группы. Важным фактором восприятия Rammstein является налаженная система невербальной коммуникации с залом во время концертов.

Образ группы досконально проработан и тщательно сконструирован: его основой выступает изначальная ставка на провокацию, балансирование на грани принятых в обществе норм, обыгрывание табуированных тем (насилие, секс, психические отклонения и др.). Синтез известных изобразительных форм в сочетании с отдельными, легко поддающимися категоризации элементами, образует сложную систему смысловых контекстов, зачастую противоположных. Это новое семантическое пространство воспринимающие его люди наполняют субъективными значениями.

Группа как сложное для восприятия социально-психологическое явление, неоднозначный для понимания и интерпретации системный культурный феномен, психологически представляет собой сложный и яркий стимул, запускающий ориентировочную реакцию. Именно сложность данного явления для восприятия и поддерживает внимание к ней в течение длительного времени, давая пищу для размышления и повод для общения как «любящим», так и «ненавидящим».

Проведенное исследование показывает, что более двух третей пользователей не выделяют характеристики группы, обе стороны одинаково плохо знают группу, при ее оценке опираются на отдельные аспекты, высказывания имеют яркую эмоциональную окраску, не аргументированы и часто амбивалентны, некоторые пользователи пишут сообщение в категории, противоположной ему по смыслу. Единичные пользователи дают очень детализированную сущностную характеристику группы. В целом можно сделать вывод, что восприятие группы в большей степени определяется творчеством группы по созданию и поддержанию собственного имиджа.

Для получения более точной информации необходимо провести более детальную категоризацию и анализ всего массива данных сайта [4]. В дальнейшем планируется исследование особенностей коммуникации, строящейся вокруг феномена Rammstein, и субъективного значения этого явления для поклонников.

Литература

Конференция «Ломоносов 2012»

1. Моряхин В.А. Синтезированный музыкально-художественный проект как явление культуры рубежа XX - XXI веков. Автореф. дисс. . . . канд. иск. Санкт-Петербург, 2009.
2. Федоркина А.П. Формирование образа мира в контексте развития современных информационных процессов // Мир психол. 2009. 4. С.86–99.
3. В контакте: <http://vk.com>
4. Любовь и ненависть: <http://www.lovehate.ru/Rammstein>