

Международная Академия Психологических Наук

**Санкт-Петербургский гуманитарный
Университет профсоюзов**

В.В. Козлов, В.В.Новиков, Е.В.Гришин

ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ

**Учебное пособие
для вузов**

Москва, 2010

В.В. Козлов, В.В.Новиков, Е.В.Гришин

Политическая психология. – М.,: 2010. - с.

Учебник представляет собой системное представление научно обоснованных теоретических и прикладных основ политической психологии, которые актуальны для широкого круга современных специалистов. В книге изложен обобщенный материал по новому направлению отечественной социальной психологии. В нем детально рассматриваются предмет и задачи политической психологии; влияние на нее психологии личности, малых и больших групп, психологии масс в политике, конфликтологии, кризисологии, а также положения, выводы и рекомендации по использованию потенциала политической психологии в практической деятельности профессионала, изложены исследовательские методы и возможности их прикладного использования. Учебник написан на основе многолетнего опыта практической, исследовательской и преподавательской работы авторов в нашей стране и за рубежом. Содержание учебного пособия разработано в соответствии с требованиями Гос. Стандарта и программами изучения политической психологии в вузах гуманитарного профиля.

Книга адресована студентам, слушателям, аспирантам, преподавателям, а также политикам, социологам, психологам. Учебник будет весьма полезен и для специалистов-практиков в сфере политики (в том числе предвыборной деятельности), политического консультирования, рекламы и PR.

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|------------|
| Введение..... | 5 |
| Глава 1. Политическая психология как наука..... | 7 |
| 1.1. Объект, предмет, методы и задачи политической психологии..... | 7 |
| 1.2. Основные принципы и проблематика политической психологии | 16 |
| 1.3. Политическая психология как наука о политическом поведении..... | 20 |
| Глава 2. Политика как профессиональная, научно-практическая деятельность..... | 43 |
| 2.1. Власть как психологический механизм. Политика как содержание власти | 43 |
| 2.2. Психологическое содержание труда в политике: предмет и средства труда, характеристики групп состояний..... | 50 |
| 2.3. Психология политического общества. Творение политики: парламент, совет, нация, собрание. | 56 |
| 2.4. Психология расширения политики: партия; аудитория; малая группа, публика..... | 59 |
| 2.5 Психология исполнения политики: правительство, команда, армия, коллектив. | 63 |
| 2.6. Психология повиновения политики: толпа; семья; население; митинг..... | 67 |
| Глава 3. Становление политико-психологических идей (от Античности до XIX века)..... | 71 |
| 3.1. Специфика античной политической мысли (Демосфен, Платон, Аристотель, Цицерон, Светоний)..... | 71 |
| 3.2. Политико-психологические идеи Возрождения (Дж. Вико, Н. Макиавел- ли) и Просвещения (Монтескье, Руссо)..... | 75 |
| Глава 4. Парадигмальные модели в политической психологии..... | 81 |
| 4.1. Физиологическая психология. Вильгельм Вундт, Михаил Сеченов, Иван Павлов..... | 83 |
| 4.2. Психоанализ | 87 |
| 4.3. Бихевиоризм. | 122 |
| 4.4. Экзистенциально-гуманистическая психология..... | 126 |
| 4.5. Трансперсональный проект в политической психологии..... | 141 |
| Глава 5. Психология масс..... | 152 |
| 5.1. Формирование основных понятий и специфики исследовательского подхода психологии масс (Тард, Сигеле, Лебон)..... | 152 |
| 5.2. Понятие “массы”. Массовое сознание. Массовое поведение. Определение понятий «толпа» и «масса». Основные виды и специфика массы. | 156 |

| | |
|---|------------|
| 5.3. Пять основных «смыслов» понятия «толпа»- классификация Д. Белла. Типы поведения. Теории поведения толпы. Манипулирование массами. Общественное мнение..... | 164 |
| 5.4. Массовые настроения как политико-психологический феномен: определение, генезис, субъекты, функции. Основные подходы к классификации и механизм формирования массовых политических настроений..... | 175 |
| 5.5. Специфика стихийного политического поведения, его основные факторы и механизмы (циркулярная реакция, эмоциональное кружение, импульсивные действия). Субъекты стихийного поведения. Паника и агрессия как основные формы стихийного поведения..... | 186 |
| Глава 6. Политическая психология личности и лидерства..... | 204 |
| 6.1. Механизмы, уровни, основные стадии и системы политической социализации личности. Социальная установка. Диспозиционная регуляция социального поведения..... | 204 |
| 6.2. Политическое руководство и лидерство. Метод и стиль руководства. Управленческая матрица Р. Блейка и Д. Мутона. Системы стилей руководства Рэнсиса Ликерта. Основные функции лидера, руководителя. Типология стилей руководства..... | 245 |
| Глава 7. Психологическое сопровождение избирательных кампаний..... | 260 |
| 7.1. Понятие и функции выборов. | 260 |
| 7.2. Современная избирательная кампания..... | 265 |
| 7.3. Основные этапы избирательной кампании..... | 271 |
| 7.4. Понятие «электоральное поведение». Функции электората..... | 276 |
| 7.5. Основные подходы к исследованию электорального поведения..... | 282 |
| 7.6. Методы исследования электорального поведения..... | 301 |
| 7.7. Стратегия и тактика избирательной кампании..... | 310 |
| 7.8. Имидж политика..... | 318 |
| 7.9. Психологические технологии управления электоральным поведением..... | 348 |
| Глава 8. Политическое познание..... | 364 |
| 8.1. Специфика сбора и усвоения социально-политической информации. Проблема восприятия в политической психологии..... | 364 |
| 8.2. Внимание в структуре политического познания..... | 371 |
| 8.3. Кодирование: построение образа мира политики | 374 |
| 8.4. Память в структуре политического познания..... | 391 |
| 8.5. Личностно-стилевые факторы политического познания как индивидуальный «психологический инструментарий»..... | 400 |
| 8.6. Ошибки восприятия политической реальности..... | 412 |
| Литература..... | 424 |

ВВЕДЕНИЕ

Политическая психология для России новая наука. Только в эпоху перестройки в начале 90-х годов появились работы, посвященные этому раздел социальной психологии. Только с появлением многопартийной системы и реальной политики в стране эта новая наука привлекла к себе интерес и в настоящий момент занимает статус научной и образовательной дисциплины.

Данный учебник является подробным и систематическим изложением курса «Политическая психология», интегрирующего не только научные теории, но и реальные политические и исторические ситуации, облегчающие усвоение теоретического знания, а также методы исследования политических феноменов и воздействия на них.

Авторы книги представляют разные срезы политической психологии.

Новиков Виктор Васильевич, доктор психологических наук, профессор, Заслуженный деятель науки РФ, имеет опыт теоретической, преподавательской и практической работы в сфере политической психологии с начала 90-ых годов. Он организатор, основатель, руководитель первой кафедры социальной и политической психологии в России, консультант многих крупных политических деятелей. Провел многочисленные специальные исследования на эти темы. Накопление и оформление изложенных в книге знаний происходило в процессе преподавательской и научной деятельности на факультете психологии ЯрГУ, руководстве докторским Советом по социальной психологии.

Владимир Васильевич Козлов, доктор психологических наук, профессор кафедры социальной и политической психологии Ярославского государственного университета П.Г. Демидова, специализируется в области социальной психологии, кризисологии, психологии индивидуального и социального сознания, психологии личности, методологии психологии. Провел более пятисот пятидесяти научно-практических и профессиональных семинаров с исследованием трансформационных возможностей групповых методов работы в социальной психологии с участием более 17000

человек на территории России, ближнего и дальнего зарубежья. Им разработано около 50 авторских тренинговых программ, внедрено в психологическую практику 35 авторских методик и целостных технологий самоисследования и личностного роста. Главное значение профессора Козлова для развития психологии – это попытка организации новой методологии и парадигмы психологии (седьмой волны психологии – интегративной). Козлов В.В. вложил огромное количество энергии разработке интегративной психологии как новой парадигмы психологии, интеграции методов исследования личности и группы, разработке новых методов психосоциальной помощи населению в индивидуальной и групповой формах.

Евгений Гришин со студенческих лет интересовался политическими технологиями, участвовал во многих избирательных компаниях разного уровня. Выбрав политическую и социальную психологию в качестве научной специализации, защитил кандидатскую диссертацию, в настоящее время работает над докторской по различным социально-психологическим аспектам электорального поведения. Одновременно он является крупным специалистом - консультантом по организации и проведению избирательных компаний.

Этот учебник не простое введение в специальность. Он демонстрирует многомерный и сложный мир науки, исследований и психотехники политической психологии.

В.Ф.Петренко,

доктор психологических наук, профессор, член-корреспондент РАН

ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ КАК НАУКА

1.1. Объект, предмет, методы и задачи политической психологии

Объектом политической психологии являются личность, группы, организации, ассоциации, имеющие общественно-политическую функцию в социальной среде. Как все живые системы, они рождаются и действуют, функционируют и прекращают свое существование в социальной среде, которая имеет экономические, правовые, социальные, культурные качества. При этом мы должны понимать, что не любое общественно-политическое движение может быть оформлено в политическую партию, но политика есть всегда, когда есть межгрупповое взаимодействие или взаимодействие личности и группы.

Существует множество конкретных объектов, изучением которых занимается политическая психология: психология лидерства, авторитет, имидж, электорат, поведение толпы, внутригрупповые взаимоотношения элиты, массовидные политические феномены и т. д., и т. п.

Некоторые политические психологи вычленяют в качестве конкретных объектов политической психологии три основные сферы:

1. **политическую психологию внутривнутриполитических отношений**, в которой исследуется личность «политического человека», а также проблемы политической социализации и социальных установок как психологических характеристик, через которые раскрывается личность в политике. Формы связи «интрапсихических детерминант с политическими процессами» прослеживаются путем анализа проблем лидерства,

внутригрупповых взаимоотношений в правящей элите, проявлений политического недовольства, антиправительственных выступлений, поведения на выборах электората, национальных и расовых волнений и т. д. Психология личности «политического человека» рассматривается в двух аспектах:

а) личность лидера (исследуются психологические особенности конкретных государственных, политических и общественных деятелей мотивации политического поведения принятия политических решений особенности политического мышления, харизма лидера, политико-психологические механизмы влияния на различные социальные группы и слои населения),

б) личность рядового участника политических процессов или члена определенных социальных групп (степень и типы вовлеченности «среднего человека» в политику, качество участия в политической деятельности, ролевые ориентации личности, механизмы «привязанности» к политической системе). Социальные установки и стереотипы изучаются в качестве ведущих механизмов политического поведения и рассматриваются как организованная предрасположенность личности к определенному восприятию ситуации, ее оценке и последующим действиям. Установка включает в себя когнитивную ориентацию, эмоциональное отношение и готовность к некоему действию, т.е. активно-действенное отношение субъекта к политическим объектам — к партиям, движениям, деятелям, проблемам и т. д. Отличительной особенностью изучения установок в рамках политической психологии в последние годы стало стремление не просто описать их, но раскрыть механизмы их формирования, предсказать направленность их изменений, и выработать методы целенаправленного воздействия на эти изменения.

2. внешней политики и международных отношений фокусируется на значимости политической психологии в теории и практике международных отношений, невозможности

игнорировать или принижать роль в политике лидеров государств, общественного мнения разных стран, пропаганды, ситуативных факторов и вызываемых ими психологических последствий. Объектами политико-психологического анализа становится политическая элита разных стран (личностей и групп, принимающих решения, имеющих международное значение), а также «общественность», большие социальные и национально-этнические группы, массы в целом как силы, способные оказать влияние на элиту. Исследуются проблемы конфликтов, механизмы принятия внешнеполитических решений, процессы влияния тех или иных акций элиты на общественное мнение и, наоборот, воздействия общественного мнения на позиции элиты, психологические механизмы ведения переговоров и урегулирования противоречий.

3. военно-политическую психологию, которая опредмечивает вопросы борьбы с армиями реальных и потенциальных противников, с партизанами и «мятежниками», а также включает в себя изучение особенностей личности их лидеров, практическую разработку психологических механизмов предательства, отработку подрывных психологических мероприятий, разработку специальных операций, совершенствование тактики допросов, механизмов ведения психологической войны в разных форматах и др.

Каждая сфера включает огромное многообразие конкретных объектов — практически все политические явления, институты и процессы, включающие в себя тот или иной психологический аспект.

Политическая психология на конкретно-практическом уровне тесно взаимодействует с рядом близких психологических дисциплин — прежде всего, с психологией пропаганды и с психологией организации и управления. С первой ее объединяют проблемы социальных установок, общественного мнения, массового поведения и т. п. Со второй — теоретические и практические аспекты проблематики конфликтов и лидерства, особенностей психологии малых и больших социальных групп.

Вне сомнения, группы, организации, ассоциации как объекты исследуется социологией, политологией, экономикой, но политическая психология имеет свой специфический предмет.

Предметом политической психологии являются психологические закономерности, свойства, механизмы политического поведения человека, малых и больших групп, народов, государств и их объединений. При таком понимании определенные проявления человеческой психики, связанные с политической деятельностью, получают и определенный политологический ракурс изучения.

В современных цивилизованных странах, в том числе и в России, политическая психология прочно вошла в арсенал практической политики. Политическая психология является перспективной областью исследования в мировой политической науке. Да и в отечественной литературе, несмотря на идеологические табу, первые разработки появились еще в годы хрущевской «оттепели» (вторая половина 50-х гг.), хотя ее официальное признание как составной части политической науки состоялось лишь в годы перестройки.

Без специальной помощи и консультирования экспертов в этой сфере не обходится принятие практически ни одного важного политического решения. Услугами политической психологии пользуются президенты и сенаторы, электорат и кандидаты на выборах, средства массовой информации. Часто и общественное мнение формируется под решающим влиянием носителей политической психологии. Работа политических психологов является не только востребованной, но и наиболее высокооплачиваемой не только в России, но и за рубежом.

На наш взгляд, современную политическую психологию нельзя отнести ни к разделу политологии, ни к разделу социальной психологии, Вне сомнения, она имеет кровнородственные корни в этих науках, но уже имеет свое качественное своеобразие. Области политической психологии многообразны. Это исследование ценностей политических культур, настроения, установок и ожиданий избирателей. Не меньшей ценностью пользуются исследования психологических особенности политического лидерства и элит,

формирования имиджа политика, особенностей национального характера разных народов и этнических групп. В компетенции политической психологии анализ причин возникновения и разрешения политических конфликтов, проблемы электорального поведения, конкуренции политических сил и др.

В соответствии с известным в российской психологии деятельностным подходом, предмет политической психологии это политика как особая человеческая деятельность, обладающая собственной структурой, субъектом и побудительными силами. Как особая человеческая деятельность, с психологической точки зрения, политика поддается специальному анализу в рамках общей концепции социальной предметной деятельности, разработанной академиком А.Н. Леонтьевым. С точки зрения внутренней структуры, политика как деятельность разлагается на конкретные действия, а последние — на отдельные операции. Деятельности в целом соответствует мотив, действиям — отдельные конкретные цели, операциям — задачи, данные в определенных условиях. Соответственно, всей политике как деятельности соответствует обобщенный мотив управления человеческим поведением (его «оптимизации»). Конкретным политическим действиям соответствуют определенные цели согласования (или отстаивания) интересов групп или отдельных индивидов. Наконец, частным политическим операциям соответствуют отдельные акции разного типа, от переговоров до войн или восстаний.

Субъектом политики как деятельности могут выступать отдельные индивиды (отдельные политики), малые и большие социальные группы, а также стихийные массы. Политика как деятельность в целом, как и ее отдельные составляющие, может носить организованный или неорганизованный, структурированный или неструктурированный характер.

Методологической основой исследований политической психологии стала современная парадигма научного знания, утверждающая системность социально-политических, социально-экономических и социально-психологических процессов развития

общества, а также взаимосвязь теории и практики формирования современных человеческих сообществ различного объема как устойчивых полифункциональных ячеек любого социума, в том числе и российского.

Политическая психология очень молодая наука. В 2008 году она может отметить свое 40-летие, т.к. формально время ее конституирования датируется 1968 годом, когда в рамках Американской ассоциации политической науки было создано отделение политической психологии и, одновременно, в ряде университетов ввели специальную программу углубленной подготовки политологов в области психологических знаний.

Деятельностно-поведенческий подход является адекватной методологической основой политической психологии, особенно в ее системно-уровневой функциональной интерпретации. К сожалению, с конкретной методологической точки зрения, современная политическая психология отличается выраженным эклектизмом прагматической направленности: особенности того или иного изучаемого политическим психологом объекта и соображения практического удобства исследователя (включая его субъективные предпочтения) диктуют выбор способа теоретической интерпретации получаемых результатов. Этот феномен мы можем обозначить как парадигмальную неопределенность: как российская, так и зарубежная политическая психология, имеет интенцию к эклектическому заимствованию самых разных концепций и методов из разных школ и направлений психологии.

В качестве главных методологических оснований рассматриваются традиционные для социально-психологических исследований последнего десятилетия положения системно-структурного и деятельностного подходов, разработанных зарубежными и отечественными психологами и рефлексивно-деятельностного подхода.

Теоретико-методологической основой исследований выступают: общепсихологическая теория деятельности (А.Н. Леонтьев, С.Л. Рубинштейн, К.А. Абульханова-Славская); отечественная парадигма

изучения способностей (Б.М. Теплов, Б.Г. Ананьев, Л.С. Выготский, В.Н. Мясищев, К.К. Платонов, В.Д. Шадриков, Н.В. Кузьмина и др.); зарубежные направления в изучении способностей (L. Cauriville, J. Villet, R.V. Cattell, C. Spearman, R. Pawlik, J.W. French, M.D. Dunnett), современные разработки в области изучения управленческих способностей (О.С. Анисимов, А.А. Бодалев, А.А. Деркач, В.Г. Зазыкин, В.А. Крутецкий, Н.Д. Левитов, Н.С. Лейтес, Э.А. Голубева, В.Д. Шадриков, Н.В. Кузьмина, В.В.Новиков, Н.П. Ильин, Л.А. Регуш, А.В. Карпов, С.С. Котов, К. Роджерс, М. Хофер, Р. Бромбах и др.); системно-генетический подход к изучению способностей (В.Д. Шадриков, Е.П. Ильин, Л.А. Регуш, А.В. Карпов, В.Н. Дружинин и др.); психологические исследования личностной сферы эффективных руководителей (Р. Стогдилл, А.И. Китов, В.В.Новиков, Л.И. Уманский, Р.Л. Кричевский, А.А. Деркач, Э.Ш. Камалдинова, М.К. Тутушкина, Л.Д. Столяренко и др.); концепция формирования жизненной стратегии в рамках личностно-деятельностного подхода (К.А. Абульханова-Славская); исследования в области психологии профессиональной деятельности (Е.А. Климов, А.К. Маркова, В.Д. Шадриков и др.); теоретические основы интегративной психологии (В.В. Козлов, В.А.Мазилев, К.Уилбер); теоретические и прикладные исследования организаторских и управленческих способностей (Л.И. Уманский, Ю.П. Платонов, А.Л. Журавлев, А.С. Чернышев, В.В.Новиков, Е.И. Бойко, З.Г. Матвеева, А.М. Омаров, С.Ю. Флоровский и др.).

В качестве основной теоретической платформы исследований используются системно-функциональный и деятельностный подходы, традиционно разрабатываемые в отечественной экономике и психологии, концепции социальных представлений С. Московичи, социально-психологических особенностей групповой деятельности, получившей в литературе имя В.В. Новикова, а также теория психологических отношений В.Н. Мясищева и теория особенностей социального мышления и субъекта деятельности К.А. Абульхановой-Славской.

В решении некоторых теоретических аспектов исследуемых проблем в политической психологии используются работы отечественных и зарубежных психологов (Б.Г. Ананьев, А.В. Брушлинский, В.Н. Бехтерев, Р.Б. Гительмахер, А.Л. Журавлев, А.Н. Леонтьев, В.В.Козлов, Е.С. Кузьмин, В.А. Мазиллов, В.В. Новиков, Н.Н. Обозов, Б.Д. Парыгин, К.К. Платонов, А.А. Ухтомский, В.С. Филатов, А.В. Филиппов, Е.В. Шорохова и др., а также: Т. Адамс, М. Аргайл, Т. Келли, Н. Кобаяси, Т. Конно, К. Левин, Д. Морено, Д. Макгрегор, А. Маслоу, Э. Мэйо, У. Оучи, Т. Питерс, В. Уотермен, В. Франкл, Э. Фромм, Ф. Хайдер, Д. Холпин и др.).

Для решения ряда некоторых задач в политической психологии используется комплекс методов теоретического и эмпирического познания, прежде всего, системный подход к изучению институциональных преобразований, лежащих в основе реформирования политики. Например, применительно к электоральному поведению, этот подход означает, что управление электоральным поведением населения объективно направлено на преобразование внешней и внутренней среды функционирования современных субъектов федерации. Этим определялась формулировка исследуемой проблемы, отраженной в названии диссертации.

Широкая палитра методологических оснований гуманистической направленности, позволяет достаточно терпимо относиться к многообразию исследовательских методов, традиционно применяемых сегодня в социальной и политической психологии.

Как известно, за рубежом изучение феноменов общественно-политического сознания и электорального поведения ведется преимущественно методами социальной психологии (разные виды наблюдений, бесед, опросов), причем, в основном, когнитивного направления. Объектом контент-анализа, например, становятся различные тексты или аудио- и видеозаписи. Опробовано, например, уже немало различных *модификаций контент-анализа*, изучаемыми компонентами которого являются вербализованные суждения и

утверждения, разного рода высказывания о сложных явлениях политической жизни, способах и средствах достижения цели. Анализируются разного рода понятия и вербальные обозначения целей, ценностей, поступков (встречающихся в публикациях СМИ) в озвученных заранее подготовленных или спонтанно возникающих дискуссиях, спорах, репликах, отзывах и т.п.

Другой метод, часто используемый в политической психологии, стал *метод построения семантического пространства*. Он эффективно применяется в ставших классическими в нашей стране исследованиях и публикациях В.Ф. Петренко (МГУ) и его сотрудников.

В политической психологии широко применяются различные *психологические тесты* (при непосредственном контакте с реципиентами), а также многочисленные методы дистантного анализа (в случаях, когда агент недоступен исследователю. Среди таких методов мы называем *метод анализа результатов деятельности*, *метод сбора и обобщения независимых характеристик* (так называл его изобретатель К.К. Платонов), *методы референто- и социометрии, психографологии, психофонетического анализа речи, мониторинг реагирования* и многообразные *методы опросов*.

В арсенале социально-психологических процедур значительное место занимает *метод эксперимента*, как лабораторный, так и естественный (полевой). Среди прочих нередко используется и *метод экспертных оценок*. Особое место в исследованиях электорального поведения занимает электоральный паспорт изучаемого объекта.

Помимо собственно исследовательских процедур, широко используются разного рода и направления *методы коррекционного воздействия* на политическое поведение личности и группы.

Практика политического консультирования, предполагает применение и множества других методов психодиагностики и коррекции, используемые не только в работе с реципиентами, но и с широкой публикой. Отметим также, что решение поставленных в политической психологии задач осуществляется с применением подлинно системного и процессного анализа, абстрактно-логических,

экономико-статистических, диалектических методов имитационного моделирования, методов сравнений, обобщений и аналогий.

Политическая психология как наука ставит перед собой **три основные задачи.**

1. Анализ психологических компонентов в политике, понимание роли «человеческого фактора» в политических процессах.

2. Прогнозирование роли психологических аспектов в политике.

3. Управленческое влияние на политическую деятельность со стороны ее психологического обеспечения.

Эти задачи являются одновременно исследовательскими целями, концептуальными стратегиями, а также аспектами разработки практических методов политической психологии

1.2. Основные принципы и проблематика политической психологии

Современная политическая психология имеет возможность вобрать в себя лучшие методологические достижения зарубежной (не только западной) науки, так и отечественной психологии. В гносеологическом отношении нам не хотелось бы предать забвению позитивистские общеметодологические принципы построения науки, которые были краеугольными в советской психологии: детерминизма, генетический, единства сознания и деятельности в их новом осмыслении.

Как самостоятельная наука политическая психология имеет пять основных частно-методологических научных принципов, которые кроме исследовательского, имеют и этическое содержание для политических психологов.

1. Принцип взвешенности и научного объективизма. Эпицентром политико-психологического исследования должна быть «зона взаимодействия политических и психологических явлений». Попытки уклона в ту или иную стороны чреваты методологической опасностью редукционизма, то есть сведения сложных политико-психологических реалий либо к узко-политическому, либо к упрощенно-психологическому объяснению.

2. Принцип гласности и публичности. Центральное место в политико-психологических исследованиях должны занимать «наиболее значимые и актуальные политические проблемы», к которым «привлечено внимание общественности». Гласность и публичность результатов исследований политической психологии служит дополнительным препятствием для их использования в социально-эгоистических, антиобщественных или криминальных целях.

3. Принцип широкого учета социально-политического контекста исследования политической психологии. Необходимо уделять максимально возможное внимание политическому и социальному контексту анализируемых психологических явлений. Недооценка контекста ставит под угрозу надежность и адекватность получаемых выводов, может породить опасные для общественно-политического развития рекомендации. При этом методический плюрализм и разнообразие способствует содержательному расширению объяснительных возможностей политико-психологической науки за счет ее вначале методической, а затем и содержательной широты.

4. Принцип внимания к итоговому результату. Необходимо исследовать не только конкретные результаты влияния тех или иных психологических факторов на политику, но и сам процесс формирования тех или иных политических явлений и процессов, а также потенциальные тенденции их развития.

5. Принцип нейтрализма. Современная политическая психология весьма терпима в отношении оценок как внешней, так и внутренней политики, которые связаны с политической деятель-

ностью, то есть, нейтрально характеризует поведение людей в условиях тех или иных политических ситуаций или их отношение к системе политических учреждений и организаций общества. Это политически и идеологически нейтральная наука.

При учете общих принципов построения науки общей, социальной психологии, политологии и социологии, которые являются источниками политической психологии генетически, мы сможем иметь полное представление о ее принципах.

Проблематика политической психологии многообразна и мы можем две основные группы проблем.

1. Проблемы, связанные с объектами политической психологии. На этом уровне мы можем вычленить:

1. проблема личности в политической психологии, которая сводится с одной стороны/ к анализу личности в социально-типическом выражении, с акцентом на тот или иной достаточно массово выраженный политико-психологический тип личности, с другой - проблема политического лидерства в индивидуально-психологическом выражении.

2. проблемы малых групп, включающих психологические механизмы действий различного рода элитных групп, фракций, клик, групп давления, а также формальные и неформальные отношения лидера с ближайшим окружением; психологию взаимоотношений внутри малой группы и ее отношений с внешним окружением, психологию принятия решений в группе и целый ряд связанных с этим проблем.

3. проблемы больших групп (классы, страты, группы и слои населения) и национально-этнических общностей (племена, нации, народности). В этом аспекте раскрываются политико-психологические механизмы крупномасштабного давления больших «групп интересов» на принятие политических решений, этнические и межэтнические конфликты и т. п.

4. проблемы психологии масс в политике - анализ психологии масс и массовых политических настроений, организа-

ций и движений, массовых коммуникационных процессов, явлений (поведение толпы, «собранной» и «несобранной» публики, массовая паника и агрессия, а также другие проявления так называемого «стихийного» поведения).

2. Проблема исследовательского инструментария

Мы уже сделали минимальный обзор исследовательских методов.

Первая проблема - адаптации исследовательских методов. Самые распространенные исследовательские приемы и методы политической психологии пришли в нее из различных направлений психологии. Это методы наблюдения, анкетирования, конкретно-ситуационного анализа, тестирования, психологического моделирования, сценарного поведенческого прогнозирования и т. д. Часть методов заимствована из социологии (в частности, разнообразные варианты опросных методов). Часть методов берется из политологии (например, метод сравнительного историко-политологического анализа, метод сценарного моделирования и прогнозирования, в разных модификациях).

Главной процессуальной особенностью политической психологии является системный подход к выбору исследовательских методов, соотносимых по сложности к феноменам политики и созданию методических батарей исследования, позволяющих в максимальной степени соединять достоинства и минимизировать недостатки отдельных процедур, взятых из разных исследовательских сфер.

Вторая проблема – формирование адекватной политико-психологической интерпретационной модели, которая позволит осуществить не только «первичную», но и «вторичную» переработку информации, извлечь и переосмыслить именно те данные, которые укладываются в понятийную систему политической психологии и решают исследовательские задачи данного научного направления.

Третья проблема – ретрансляция исследовательских данных политической психологии на понятный язык потребителей из сферы массовых информационных процессов, для выработки политической

стратегии и тактики, принятия и осуществления политических решений на различных уровнях, политического прогнозирования.

1.3. Политическая психология как наука о политическом поведении

В политической психологии, как дисциплине, изучающей связи между психологическими и политическими процессами, принято считать источником всех политических процессов, в том числе и массовых, психические процессы, состояния и свойства человека (Э.Фромм, Г.Олпорт, Е.Богарус и др.). И «человек политический» в этом ракурсе понимается как «продукт личностных психологических мотивов, перенесенных в публичную сферу» (Лассуэлл). Следует дополнить это определение: в концепции А. И.Юрьева «политический человек» - это «человек, оказавшийся в отношениях с властью, осуществляющий власть или повинующийся власти», «человек, чьи качества определяются взаимодействием с властью и влиянием той политической среды, в которой он находится», «человек, действующий таким образом, «каким он в отсутствие власти действовать бы не стал»¹. Обобщив определения политического человека, можно сделать вывод, что сама политика - «явление психологическое в первую очередь, а потом уже идеологическое, экономическое, военное и др.»².

Политическое поведение определяется значительной частью исследователей как **совокупность всех действий** (акций и интеракций), осуществляющихся в политической сфере и различающихся по степени своего влияния на власть. А.И.Юрьев дифференцирует 4 уровня политического поведения: политическая

¹ Юрьев А.И. Введение в политическую психологию. - СПб, 1992. - 232 с.

² Юрьев А.И. Глобализация как новая форма политической власти, изменяющая человека и миропорядок // Россия. Планетарные процессы. / Под ред. В.Ю. Большакова. - СПб.: СПбГУ, 2002(а). - С. 235-264.

деятельность, политическая работа, политический труд, политическая активность. Автор признает за политической деятельностью высшую форму политического поведения, определяя деятельность как «общую физическую и психическую активность человека, регулирующую сознательной целью. ...Только один уровень политических явлений достоин анализа с позиций категории деятельности: борьбы за ясное, полное человеческое сознание»³. Политическая активность, в противовес политической деятельности, характеризуется как наиболее примитивная форма политического поведения: «Самые черные страницы политической истории человеческого общества написаны на языке политической активности, ограниченной только собственной и чужой силой. В этом случае достойные человека смысл, нормы подменяются сиюминутными обстоятельствами и вовлекают в морально-правовое падение множество ничего не понимающих и погибающих людей»⁴.

В концепции Юрьева именно «политическая активность выполняется в группе сообществ, чей удел - повиновение политике. Именно эта популяция граждан наиболее многочисленная, но и влиятельная в политической жизни. Во время спокойного политического цикла спектр их возможностей сводится к сопричастности политическим изменениям, к совместности обсуждения политики, к соучастию в проявлении политических страстей, к сознательности в согласии с политикой. Но их политическая активность получает право на влияние или в период избирательных кампаний, или присваивает себе это право в период политического кризиса»⁵.

Большая часть зарубежных публикаций по политической психологии связывает политику с категорией поведения. С одной стороны, это обусловлено влиянием бихевиоризма, в котором категория поведения — основная. С другой — значительная часть политических явлений продуцируется на уровне поведения, опираясь на природную

³ Там же.

⁴ Юрьев А.И. Введение в политическую психологию. - СПб, 1992. - 232 с.

⁵ Там же

понятливость, изобретательность, узко профессиональную подготовку. В нашем случае поведение понимается как система реакций на стимулы политического характера: участие в поиске, создании, распределении жизненных ресурсов.

В политико-психологической литературе существуют расхождения относительно детерминации политического поведения.

Сторонники теории *рационального выбора* (А.Даунс, Р.Кари, Л.Хуад и др.) настаивают на ведущем значении в поведении индивида его стремления к выгоде, поиску удовольствия и минимизации потерь. Но эта теория не выдерживает критики: история знает много примеров, когда за свои убеждения человек шел на костер или на плаху, нимало не заботясь ни о выгоде, ни об удовольствии.

В то же время А.Горц и другие ученые, поддерживающие идею «автономного человека», утверждающую неуклонное нарастание индивидуализации социального поведения и исключительную сложность мотивов, которыми руководствуются граждане в современных условиях, не только предлагают как можно более детально исследовать их установки, но зачастую доходят до признания принципиальной неспособности анализировать субъективные мотивации. М.Вебер выделял целе-рациональные, ценностно-рациональные, аффективные и традиционные действия, имеющие место в политической сфере.

Рассматривая политическое поведение с точки зрения политической психологии, важно помнить, что политическое поведение непосредственно связано с политическим сознанием человека и является прямым следствием функционирования политического сознания как сложной системы⁶.

Доказательством влияния политического сознания на политическое поведение является и формирование в сфере власти особых психологических типов, предопределяющих характер выполнения людьми своих ролей и функций. Доказано, что по-разному осуществляют свои политические роли и действуют в

⁶ Крамник В.В. Социально-психологический механизм политической власти. -Л., 1991.158 с.

политике люди, склонные к насилию или человеколюбию, экзальтации или рационализму, конформисты и нонконформисты, те, кто стремится жестко (ригидно) придерживаться установленных правил или обладает подвижной (лабильной), пластично изменяющейся в соответствии с обстановкой системой политического сознания. Классическим примером внутреннего соответствия психологических и властных структур в жестких режимах стала характеристика американским ученым Т.Адорно личности «авторитарного» типа, поддерживающей систему власти своим догматизмом, ригидностью, агрессивностью, некритическим восприятием групповых ценностей и шаблонным мышлением. Как доказано многочисленными исследованиями, политический экстремизм базируется на гипертрофированных иррациональных мотивах человека, которые, в свою очередь, чаще всего являются следствием некой психической ущербности человека, тормозящей его рациональный выбор и заставляющей обращаться к подобным видам деятельности. Так, по данным некоторых исследований, у правых и левых экстремистов обнаружено, что, по сравнению со сторонниками других политических течений, они значительно чаще испытывают чувства социальной изолированности, одиночества, бессмысленности жизни, тревоги за свое будущее.

Исследованию общественной среды, которая определяет политическое поведение человека, уделил много внимания А.И.Юрьев в своей докторской диссертации. Общественная среда, согласно гипотезе А.И.Юрьева, дифференцируется на систему массовидных явлений психолого-политического характера. При этом под массовидным явлением понимается большая или малая совокупность людей, объединенная психологической общностью. Всего в человеческом обществе, с точки зрения излагаемой концепции, человек может одновременно существовать в 16 объединениях людей» (там же) - команда, правительство, армия, коллектив, парламент, совет, нация, собрание, толпа, семья, население, митинг, партия, аудитория, малая группа, публика.

Эта классификация массовидных политических явлений позволяет идентифицировать характер политического объединения людей и прогнозировать их политическое поведение. Для этого используется система признаков, присутствующих в одних группировках и отсутствующих в других.

В современной политической и психологической науке достаточно большое количество исследований посвящено изучению факторов, обуславливающих электоральную активность людей. В результате этих исследований мы знаем, какие агенты социального влияния, в конечном итоге, определяют исход выборов. Все известные на сегодняшний день избирательные технологии нацелены на включение социально-психологических механизмов, регулирующих поведение избирателей (сами избирательные технологии принято определять как совокупность способов воздействия на массы с целью повлиять на их электоральное поведение и побудить их отдать голоса за определенного кандидата. Однако до сих пор плохо изучены проблемы того, а) какие составляющие человеческой психики, в итоге, обеспечивают успешность, эффективность подобного воздействия; б) какими методами осуществляется подобное воздействие (каковы механизмы осуществления этого воздействия). Эта проблема является весьма актуальной, так как исследователи отмечают, что в настоящее время единственно правильный подход к организации предвыборной борьбы отличается осознанием необходимости органического соединения практического опыта политической борьбы и научного знания. А.И.Юрьев, говоря о мотивации политического поведения, отмечает, что политика не возбуждает у человека какие-то специфические потребности - здесь задействованы просто человеческие потребности. Людям нужно ориентироваться в политической жизни под влиянием интересов и потребностей, в т. ч. неудовлетворенных, которые сформированы вне самой политики. Они ожидают от тех, кто олицетворяет власть, подтверждения своей значимости, а не только удовлетворения их политических или

материальных желаний. Власть должна заботиться о человеке, думать о нем и служить ему, быть небезразличной ⁷.

Тесно связаны с потребностями мотивы как побудительные силы поведения. Они могут быть неосознаваемы, но при этом довольно сильно воздействовать на восприятие человека. Образ власти опосредуется ведущими для личности мотивами (поэтому, например, так называемый властный характер стимулирует позитивную оценку авторитарных политиков).

Значение субъективного контроля и отношение к политической власти тоже коррелируют. Лица с высокими значениями локус-контроля (интерналы) считают самих себя ответственными за собственные успехи и неудачи, а экстерналы (люди с низкими значениями) винят в своих неудачах обстоятельства и других. Интернальность предопределяет скорее позитивный настрой к власти и доверие к правительству, а экстернальность характеризуется политическим отчуждением и подозрительностью по отношению к управителям. Человек с экстернальным локус-контролем предпочитает патернализм со стороны государства.

Политическая идентификация, под которой понимается механизм соотнесения индивида с некоей абстрактной политической общностью, сформированной на базе однотипных социальных факторов, также влияет на политическое поведение. Все индивиды такой абстрактной общности обладают идентичными аттитюдами (социальными архетипами), предпочтениями и ценностями. Система ценностей индивида - одна из основных составляющих процесса формирования образа власти и регуляции электорального поведения. Многие ученые признают огромную роль ценностей в регуляции политического поведения (16, 20, 42, 55, 153; 226 и др.).

Система представлений личности о политике - это конфигурация идей и установок, в которой они находятся в функциональной взаимозависимости и которая являет собой умственное видение картины мира с вероятными причинно-следственными связями. В

⁷ Юрьев А.И. Введение в политическую психологию. - СПб, 1992. - 232 с.

такой системе немаловажна роль установок, что опосредуют внешние стимулы, идущие от ситуации, и внутренние стимулы, определяемые потребностями личности. В повседневной жизни при оценке деятельности власти в целом установки создают предрасположенность к тому, что одни аспекты этой деятельности замечены, а другие - проигнорированы (оценка личностных качеств политика нередко отделяется от суждений о его политике или взглядах).

В структуре самой установки есть три компонента: когнитивный, эмоциональный и поведенческий. Когнитивная составляющая предполагает у личности предварительные знания, интерес к политике. Ею объясняется индивидуальный отбор информации по тем политикам, о которых человек уже осведомлен и к которым приковано его внимание. Эмоциональное отношение к политическому объекту (нравится - не нравится, приятно - неприятно), как правило, предшествует критическому осмыслению такой информации. Роль эмоционального компонента возрастает, если действия объектов установки или развитие ситуации затрагивают личные потребности и интересы людей (президентские выборы, когда вместе с главой государства определяется тип развития страны, что прямо касается частной жизни людей. Наконец, поведенческая составляющая - это готовность к действию, например, осознанное намерение проголосовать за того или иного кандидата.

Другой важный элемент системы представлений - убеждения как более интериоризированный тип установки, своего рода стержень личности. Идеологические убеждения играют особенную роль в нашей стране, где по ним можно судить о политических взглядах и электоральном выборе человека. Ассоциирование политика с некоей идейной платформой может и добавить ему «очков» (у сторонников) и отнять их (у противников данной идеологии).

Рассматривая проблему мотивации политического поведения, нельзя обойти вниманием тему влияния бессознательных факторов на политическое поведение человека, так как мотивация политического действия многослойна, она сочетает в себе как сознательные, так и

бессознательные импульсы, и то, что мыслится, артикулируется тем, что не мыслится.

Интересна точка зрения В.Ю.Большакова относительно возникновения коллективного бессознательного в процессе эволюции общества: «Задолго до появления государств алгоритмы, обеспечивающие индивидуальное поведение, перезаписались на сознательном уровне и стали передаваться в поколениях не только в виде инстинктов, но и в воспитании, вышедшем на качественно иной уровень с появлением речи. Сознательные уровни обеспечили возникновение и развитие культуры, а досознательные механизмы регуляции, к которым кроме вышеперечисленных следует отнести и массовидную регуляцию поведения, стадию перезаписи не прошедшую, сформировали комплекс бессознательного».⁸ Психологам известно, что сфера бессознательного, древние инстинктивные программы поведения играют существенную роль в политическом поведении человека. Поведение широких масс» - иррационально, противоречиво и непредсказуемо. Сказанное в полной мере относится и к электоральному поведению: этологические и бессознательные механизмы детерминируют его в гораздо большей степени, чем может казаться.

Косвенным подтверждением этого тезиса является столь широкое распространение в современной политической психологии и социологии так называемого манипулятивного подхода к объяснению и воздействию на политическое поведение людей (в частности, - на осуществление электорального выбора избирателями). Согласно указанному подходу, успех или неудача того или иного кандидата на выборах прямопропорциональны «частоте мелькания» информации о данном кандидате в СМИ. При этом содержание информации практически не имеет значения.

По мнению Лассуэлла, не все, что влияет на политику, может быть сформулировано в документах или стать причиной вежливого

⁸ Большаков В.Ю. Методы управления обществом в условиях глобализации // Россия. Планетарные процессы. / Под ред. В.Ю.Большакова. - СПб.: СПбГУ, 2002(а). - С. 303-351.

разговора. Причина - в том, что мотивация поведения в политике осуществляется в результате конфликта между социально адаптированными и неадаптированными импульсами личности, а психические качества человека отражаются на его политическом поведении.

Исследователи отводят разные роли влиянию иррационального на политическое поведение человека. Например, А.И.Соловьев считает, что роль иррациональных механизмов в детерминации политического поведения «тем больше, чем меньше человек понимает суть и причины политических событий»⁹. Сходную точку зрения исповедует и Л.Г.Герцик, который, говоря о соотношении рационального и иррационального в человеческом поведении, замечает, что это соотношение возникает не случайно, а регулируется конкретной ситуацией, т.е. поддается регулированию¹⁰. При этом автор отмечает, что «когда ситуация ясна, когда у человека много информации, доступной его пониманию, когда он может сделать сознательный, основанный на логике и опыте выбор, рациональное преобладает. Когда же человеку приходится строить свое поведение в условиях недостаточной или противоречивой информации, а порой избытка информации в сочетании с трудностями её осмысления, на арену выходят силы, скрывавшиеся до этого в глубинах бессознательной психики, заставляющие человека реагировать не так, как реагирует взрослый, т.е. на основании логики и всей совокупности жизненного опыта, а так, как реагирует ребенок, которым руководит не разум, а стремление кратчайшим» путем снизить психологическую боль, напряжение и тревогу, добиться удовлетворения своих сиюминутных желаний, не считаясь при этом с реалиями окружающей действительности. Эти позиции кажутся нам справедливыми, но лишь отчасти. В определенных условиях физиологические импульсы, действительно, способны вытеснить все другие формы оценки и

⁹ Соловьев А.И. Политология: политическая теория, политические технологии. - М.: Аспект Пресс, 2000. - 559 с.

¹⁰ Герцик Л.Г. Политик и общество глазами психоаналитика. // Российский монитор. 1992. Вып. 1. - С. 87-90.

регуляции поведения. Так, голод или страх могут стать такими психологическими доминантами, которые способны вызвать мятежи, бунты или революции, и наоборот, в ряде случаев социальные чувства способны преодолеть влияние иррациональных влечений. Подтверждение этому можно найти в работе А. М. Зимичева: «Человек (в отличие от животного) может не есть, не спать какое-то время, ограничивать другие свои потребности ради какого-то дела, какой-то идеи, цели, которой он добивается. Но все это требует высокой энергетики»¹¹. От себя добавим, что «высокая энергетика» может служить лишь необходимой предпосылкой для поведения, противоречащего инстинктам человека. Для того же, чтобы поведение человека, строилось сознательно, вопреки инстинктам, необходимо нечто большее - волевые усилия, активизация мыслительных процессов и т.д.

При этом нельзя оставлять без внимания тот факт, что бессознательное является неотъемлемой составляющей структуры психики и неизбежно оказывает свое влияние на поведение человека (даже когда человек на 100% осведомлен относительно сути и причин политических событий).

В подтверждение этой позиции, многие авторы прямо указывают на неизбежность влияния иррациональной сферы психического на политическое поведение, говоря о существовании «прямой зависимости между политическими идентификациями, ценностями, аттитюдами и архетипами коллективного сознания, поскольку аттитюды всегда усваиваются в готовом виде в процессе идентификации. Другими словами, архетип есть укорененный в национальной культуре аттитюд. Кроме того, как и аттитюд, архетип представляет собой нечто вроде осадки опыта и одновременно образ мира как некая его априорность; и возник этот образ давным-давно во времена зона.

Можно сказать, что политический деятель (партия) неизбежно вписаны в ту же самую идентификационную систему, что и их

¹¹ Зимичев А.М. Психология политической борьбы. 2-е изд., перер. И доп. СПб.: Санта, 1993. 160 с.

электорат, следовательно, разделяют (действительно или номинально) те же самые идеи, аттитюды коллективного сознания. Лидер должен провозглашать идеи, понятные и близкие практически всем членам его группы, быть «проводником» этих идей.

Кроме того, нельзя забывать, что среди основателей политической психологии как науки были ученые, проявлявшие особый интерес к роли бессознательного в политике и вообще к иррациональным аспектам человеческого бытия. Именно благодаря работе Лассуэлла "Psychopathology and Politics", базирующейся на подобном подходе, произошел важный для развития политической науки поворот от изучения институциональной стороны политики к анализу поведения. На сегодняшний день «перекос» в духе фрейдизма в сторону бессознательных компонент политического поведения (и поведения избирателей, в частности) был бы, безусловно, чрезмерным, однако необходимо, на наш взгляд, изучать сознательные и бессознательные факторы, влияющие на политическое поведение, в системе, в их неразрывном единстве.

Таким образом, все попытки объяснения политического и, в частности, электорального поведения, с точки зрения исключительно психологии сознания, рисуют нам заведомо неполную картину, во многих случаях заменяя реальные мотивы поведения надуманными мотиваторами, и обречены на неудачу. Необходимость принимать во внимание бессознательные мотивы поведения ставит перед нами задачу поиска новых методов изучения политического поведения и новых подходов к объяснению полученных данных.

1.3.1. Деятельностный подход в политической психологии

Деятельностный анализ политической активности, на наш взгляд, не противоречат поведенческому подходу, принятому в западной политической психологии. В некотором смысле, развитые в школе В.Д. Шадрикова идеи деятельностного подхода в приложении к

политике методологически развивают идеи поведенческого подхода, фокусируя свое внимание на субъективных механизмах, иницилирующих, обеспечивающих, и регулирующих политическое поведение. Интеграция поведенческого и деятельностного подхода позволяет более глубоко понимать категории политического сознания и политической культуры, усваиваемые субъектом в процессе политической социализации, а также такие психические переменные, как эмоции, чувства и настроения в их не столько индивидуальном, сколько массовом, социально-типическом выражении.

Деятельностный подход к политике как методологическая база политической психологии имеет глубокое философское осмысление в материалистической модели Маркса, Энгельса, Ленина, Плеханова.

К. Маркс писал, что «главный недостаток всего предшествующего материализма — включая и фейербаховский — заключается в том, что предмет, действительность, чувственность берется только в форме объекта или в форме *созерцания*, а не как *человеческая чувственная деятельность, практика, не субъективно*»¹². Та же самая трактовка политики как особой деятельности людей Марксом уточняется следующим образом: «История не делает *ничего*, она не обладает никаким необъятным богатством», она «не сражается *ни в каких битвах!*» Не «история», а именно человек, действительно живой человек — вот кто делает все это, всем обладает и за все борется. «История» не есть какая-то особая личность, которая пользуется человеком для достижения своих целей. История — не *что иное*, как деятельность преследующего свои цели человека»¹³, то есть деятельность немислима без субъекта.

В свое время Г.В. Плеханов писал: «Нет ни одного исторического факта, которому не предшествовало бы... и за которым не следовало бы известное состояние сознания... Отсюда — огромная важность

¹² Маркс К., Энгельс Ф. Соч. — Т.3. — С.1.

¹³ Маркс К., Энгельс Ф. Соч. — Т. 3. — С. 102.

общественной психологии... с нею надо считаться в истории права и политических учреждений»¹⁴.

С материалистической точки зрения политика является специфической человеческой деятельностью с вектором мотив-цель, результатом деятельности как идеальным образом достижения цели, ее реализацией на уровне действий и операцией, со сложно выстроенной внутренней структурной иерархией, системными связями между внутренними компонентами и средовыми факторами. Главным мотивом и результатом политической деятельности является не только согласование интересов разных человеческих групп и отдельных индивидов, но и управление ими.

Деятельностный подход позволяет соединить на основе единого рассмотрения и политику (как особую деятельность людей), и психологию участвующих в ней людей. Он позволяет вычленить для политико-психологического анализа ряд опорных категорий. Это мотивы участия людей в политике и смысловая структура политической деятельности с точки зрения ее субъекта, потребности, удовлетворяемые такой деятельностью, цели, ценности, нормы и идеалы, благодаря которым индивид или группа становятся частью некоего политического целого, идентифицируют себя с ним. Этот подход позволяет учитывать чувства, эмоции и настроения, которые выражаются в такой деятельности.

Существует два базовых подхода к изучению политики как деятельности.

Во-первых, это институциональный подход — с выраженным акцентом на политические институты, на результаты определенной деятельности людей.

Во-вторых, процессуальный подход — с выраженным акцентом на политические процессы, то есть, на сам процесс этой деятельности.

Каждый из выше обозначенных подходов к роли психологии в политике адекватен на различных стадиях развития личности и групп. На линейной стадии стабильности, «институциональности»

¹⁴ Плеханов Г.В. О материалистическом понимании истории, — Избр. философские произведения. — М., 1956. — Т.2. С. 247—248.

(особенно в тоталитарных общественных системах и организациях) адекватен первый подход. На стадии бифуркации (для кризисного и «смутного» времени, когда трансформируются или рушатся политические институты и, соответственно) более оправдан процессуальный деятельностный подход.

Общее понимание политики как особого вида человеческой деятельности, смыслом которой является управление людьми через согласование различных интересов групп и индивидов, позволяет соизмерять эти подходы, рассматривая их как разные стороны проявления политики, как особой человеческой деятельности.

1.3.2. Политика как система

Системное мышление уходит корнями в конец XIX века, когда в математике и физике было заявлено сомнение в универсальности механистической картины мира. Теория относительности Альберта Эйнштейна и высказывания Вернера Гейзенберга по поводу принципа неопределенности — самые известные результаты этого периода в физике. Гейзенбергу удалось показать, что объективность наблюдателя ограничена, так как, например, для наблюдения за такими мельчайшими частицами, как атомы или электроны, требуется энергия, который, в свою очередь, влияет на поведение наблюдаемых частиц; для того чтобы устранить привычную, всегда возникающую границу между наблюдателем и предметом наблюдения, наука должна была совершенно по-новому подойти к взаимоотношениям наблюдателя и исследуемого объекта. Этот опыт можно перенести на трансперсональную психологию — невозможно «объективно» наблюдать трансперсональные переживания как во внутреннем субъективном опыте, так и при взаимодействии с клиентом, — сам факт наблюдения и личность наблюдателя, без всякого сомнения, оказывает влияние на наблюдаемые явления.

В математике системный подход развивал Бертран Рассел, разрабатывавший новую научную парадигму, в которой рассматривались *отношения* между различными объектами. Как определяющие здесь рассматривались не *качества (свойства)* определенного объекта, а сеть (система) *взаимоотношений* между объектами. Впервые системная теория была разработана в биологии и психологии (Кэннон). Ее развитием после Второй мировой войны стала кибернетика, т.е. учение об управлении техническими системами. Не случайно системное изучение социально-психологических систем берет свое начало приблизительно в 1950 году в Пало-Альто, в Силиконовой долине, цитадели американской компьютерной индустрии. Основная проблема тогда заключалась в сохранении равновесия (гомеостаза), в первую очередь при помощи информации, которая указывает на отклонения и предвещает коррекцию в направлении должного состояния (негативная обратная связь). Предпосылкой этого исследования был тот факт, что сложные процессы также могут быть планируемыми и управляемыми, поскольку можно составить о них представление (их образ), который реалистично отображает их сложность¹⁵.

Интересно, что и в других науках снова стали происходить подобные изменения. В химии Илья Пригожин открыл так называемые «диссипативные самоорганизующиеся структуры». Параллельные открытия были сделаны и в физике. Синергетика и теория хаоса показали также, что системы, по всей вероятности, в состоянии сами по себе вызывать структурные изменения. На этом фоне все больший интерес стало вызывать изменение систем, а не гомеостаз. Идеи системного подхода по-своему разработали представители гештальтпсихологии и психоанализа. Представители психоанализа связывали системный подход с анализом аффективных процессов, рассматривая в качестве основного фактора человеческой психики так называемый «комплекс». В связи с идеей развития принцип системности реализован в операциональной концепции

¹⁵ Козлов В.В. Интегративная психология: Пути духовного поиска, или освящение повседневности. – М.: Психотерапия, 2007 – 528 стр

интеллекта Ж. Пиаже (женевская школа генетической психологии). В неофрейдизме, а также в символическом интеракционизме система социального, знаково опосредствованного взаимодействия, со своей структурой, трактуется как первичная и определяющая по отношению к психике индивида.

В России принцип системности является методологическим подходом к анализу психических явлений, когда соответствующее явление рассматривается как система, не сводимая к сумме своих элементов, обладающая структурой, а свойства элемента определяются его местом в структуре. Отечественные философы и психологи рассматривают психологические системы как целенаправленные, социально обусловленные. В процессе индивидуального развития они проходят последовательные этапы усложнения, дифференциации, трансформации своей структуры. Единым генетическим основанием, из которого разворачиваются психологические системы, является совместная (социальная) предметная человеческая деятельность, включающая процессы общения. Теория функциональных систем П.К. Анохина, лежавшая в основе его системных взглядов, стала методологической базой системного подхода к изучению нейрофизиологических основ психики и позволила в какой-то мере связать результаты исследований в психофизиологии, психологии восприятия, индивидуальных различий, профессиональной деятельности и способностей. Системный подход развивался и во многих школах психотерапии.

Концептуальную основу системного подхода, как мы уже указывали выше, составила кибернетика, точнее, общая теория систем. Один из основоположников общей теории систем, Л. фон Берталанфи, показал, что понятие системы вытекает из так называемого «организмического взгляда на мир». Для этого взгляда характерны два положения:

- а) целое больше, чем сумма его частей;

б) все части и процессы целого взаимовлияют и взаимообуславливают друг друга.

Итак, базовая идея системного подхода в психологии заключается в том, что психика — это система, т.е. комплекс элементов и их свойств, находящихся в динамических связях и отношениях друг с другом.

Психика — это открытая система, она находится в постоянном взаимодействии с окружающей средой. Психика — это самоорганизующаяся система, т.е. поведение системы целесообразно, и источник преобразований системы лежит внутри ее самой (Козлов, 1993).

Исходя из этого, понятно, что люди, составляющие различные социальные системы, поступают так или иначе под влиянием правил функционирования данной социальной системы, а не только под влиянием своих потребностей и мотивов. Система первична по отношению к входящему в нее элементу. Ясно, что объектом исследования, психотерапевтического или психологического (экономического, политического, идеологического и др.) воздействия является вся социальная система целиком, а не отдельный человек, элемент этой системы. В соответствии с многомерностью и многоуровневостью построения психической организации системный подход в психологии рассматривает любую личность как систему, в которой имеется взаимодействие между составными элементами — персоны, интерперсонального и трансперсонального во всей структурной сложности (Козлов, 1999). Личность всегда рассматривается в свете, с одной стороны, социального контекста существования, с другой — глубинных уровней, в том числе психодинамических компонентов, индивидуального и коллективного бессознательного, перинатальной динамики и трансперсональной феноменологии бытия в мире. Она никогда не берется как изолированный или абстрактный элемент.

Основоположником теории политических систем считается американский ученый Джон Истон, издавший в 1953 году книгу

"Политическая система". Политика, будучи относительно самостоятельной сферой, функционирует благодаря взаимодействию ряда особых подсистем и элементов, действующих в обществе

Все подсистемы и элементы, действующие в политической сфере, связаны отношениями взаимозависимости. Взаимодействуя друг с другом, они обеспечивают жизнедеятельность политической системы, способствуют эффективной реализации ее функций в обществе.

Говоря о механизме функционирования политической системы Д. Истон подчеркнул, что это развивающийся и саморегулирующийся организм, активно реагирующий на поступающие извне импульсы - команды, которые бывают двух видов: импульсы - требования и импульсы - поддержки. И те, и другие должны поступать в систему, иначе возможны перебои в ее деятельности.

Результатом активности политической системы являются политические решения и политические действия, направленные на их реализацию.

Политическая система – это совокупность политических и общественных институтов и учреждений, политических отношений и норм, при помощи которых реализуется государственная власть, обеспечивается сбалансированность интересов разных социальных групп, организуется вся политическая жизнь общества.

Любая политическая система призвана гарантировать стабильности общества через сбалансированность интересов различных социальных групп, обеспечивать нормальное прогрессивное развитие страны. В этих целях, по мнению американских политологов Алмонда и Паэлла, она должна осуществлять следующие функции:

1) **выражения интересов** различных социальных групп *через* всевозможные общественные организаций и политические движения;

2) **обобщения интересов**, распределения их по степени важности и доведения затем до сведения органов власти; эту функцию осуществляют преимущественно политические партии;

3) *выработки общих правил и норм*; эту функцию выполняют главным образом законодательные органы, издавая нормативные документы;

4) *применения и реализации правил и норм*, это – прерогатива исполнительных органов, реализующих предписания законодателей;

5) *контроля за применением правил и норм*, осуществляется эта функция в первую очередь правоохранительными и судебными органами;

6) *функция политической коммуникации* предполагает многие формы взаимодействия и обмена информацией между различными структурами политической системы.

1.3.3. Междисциплинарный статус политической психологии

Политическая психология генетически, исторически, структурно-функционально связана с несколькими научными дисциплинами.

Во-первых, с **политической философией** как с основными положениями марксистской мысли, относящимся к роли человеческого фактора в политической жизни. В рамках материалистического понимания истории, политика, взятая не только в форме объекта или в форме созерцания, а как человеческая чувственная деятельность, практика, безусловно включает в себя влиятельный субъективный компонент. Деятельность же, как известно, немислима без субъекта. Субъектом политики как особого вида человеческой деятельности являются люди — как отдельные индивиды, так и разнообразные социально-организованные человеческие общности, обладающие специфическими социально-психологическими особенностями. Политическая философия в современном звучании это отрасль знаний, изучающая политику как целое, ее природу, значение для человека, взаимоотношения между личностью, обществом и государственной властью и

разрабатывающая идеалы и нормативные принципы политического устройства, а также общие критерии оценки политики. Она стремится ответить на вопросы, почему и зачем существуют те или иные политические явления и каковыми они должны быть.

Предмет политической философии можно разделить на три группы явлений. Во-первых, это политические ценности, критерии оценки реальной политики с точки зрения морали, интересов крупных общественных групп или всего человечества. В этой области исследований создаются нормативные теории, даются этические оценки политическим институтам и процессам, разрабатываются идеалы и цели, а также важнейшие пути их достижения.

Во-вторых, предметом политической философии являются наиболее глубокие основы политики. В отличие от эмпирических наук, опирающихся на частные наблюдаемые факты и верифицируемые гипотезы, политико-философские знания основываются на теоретических рациональных изысканиях, обобщениях глобального исторического опыта, логических рассуждениях, хотя и не исключают анализ конкретных фактов.

В-третьих, эта наука анализирует способы и средства познания политики, определяет смысл политических категорий, например таких из них, как власть, свобода, равенство, справедливость, государство, права человека, политическое поведение и т.д. Без опоры на такие категории в конечном счете невозможны и эмпирические политические исследования.

Таким образом, политическая философия служит общей методологической базой исследований политической психологии, определяет смысл различных концепций, выявляет универсальные принципы и законы во взаимоотношениях человека, общества и власти, соотношение рационального и иррационального в политике, ее нравственные критерии и мотивационную основу, определяет границы и принципы государственной власти и т.п. Политическая философия была исторически первой формой существования политической науки и политической психологии. Философские

знания составляют ядро мировоззрения человека и политической культуры общества.

Во-вторых, политическая психология тесно взаимосвязана с **социологией**, как наукой о взаимодействии между политикой и обществом, между социальным строем и политическими институтами и процессами. Она выясняет влияние остальной, неполитической части общества и всей социальной системы на политику, а также ее обратное воздействие на свою окружающую среду. Она выделяется среди других наук о политике прежде всего социологическим подходом к исследованию своего предмета, требующим выяснения зависимости политики от общества, социальной детерминированности политических явлений.

Социология использует как макросоциологический подход, предполагающий выяснение социальных основ власти, влияния конфликтов между социальными группами на политические процессы и т.п., так и микросоциологический метод, суть которого состоит в рассмотрении конкретных политических институтов как социальных организаций, в анализе их формальной и неформальной структур, методов руководства и т.д.

В-третьих, это междисциплинарная связь политической психологии и **социальной психологии**. Под социальной психологией понимается область знаний, занимающаяся изучением психологических закономерностей социального поведения личности и психологических характеристик личности, малой группы, массовидных социально-психологических явлений. Центральным системообразующим элементом социально-психологического знания выступает личность как субъект и объект психологических взаимоотношений, особенностей и закономерностей. Именно личность определяет специфику поведения человека в окружающем мире.

Социальная психология включает в себя три подсистемы.

Подсистему первого порядка образуют малые группы, представляющие собой объединение людей в рамках совместной

деятельности и создающее основу для возникновения качественно иных социально-психологических процессов и явлений.

Подсистему второго порядка образуют большие группы, представляющие соединение различных малых групп в рамках единого целого народа, партии и т.д., и создающие основу для формирования новых по сравнению с малой группой процессов.

Подсистему третьего порядка составляют массовидные социально-психологические феномены, проявляющиеся в виде заражения, слухов, моды и т.д.

Социальная психология дала политической психологии основные методические приемы исследования, а также конкретно-научную методологию аналитических подходов к политико-психологическим и социально-политическим процессам.

В-четвертых, наиболее тесная генетическая и междисциплинарная связь политической психологии наблюдается с **политологией**. Следует признать, что политическая психология выросла из марксистской политической науки, неизбежно базировавшаяся на историческом материализме. Помимо определения основных точек приложения исследовательских сил отечественная политология в целом предоставила ей достаточные возможности самоопределения в рамках комплексного, многомерного изучения политики и нахождения своего, специфического предмета исследования. Политология — общая, интегральная наука о политике во всех ее проявлениях, включающая весь комплекс наук о политике и ее взаимоотношениях с человеком и обществом: политическую философию, политическую социологию, политическую психологию, теорию политических институтов и прежде всего государства и права и т.д. Достоинством широкой трактовки политической науки является не только простота понимания, прямое соответствие категории «политология» значению этого термина — общая наука о политике, но, прежде всего ориентация на интеграцию самых различных политических знаний и тем самым на получение целостной картины исследуемых объектов. Научная позиция, рассматривающая политологию как общую, единую и вместе с тем внутренне

дифференцированную науку о политике, находит все более широкое мировое признание.

Схематически междисциплинарный статус политической психологии мы изобразили на рис.1.

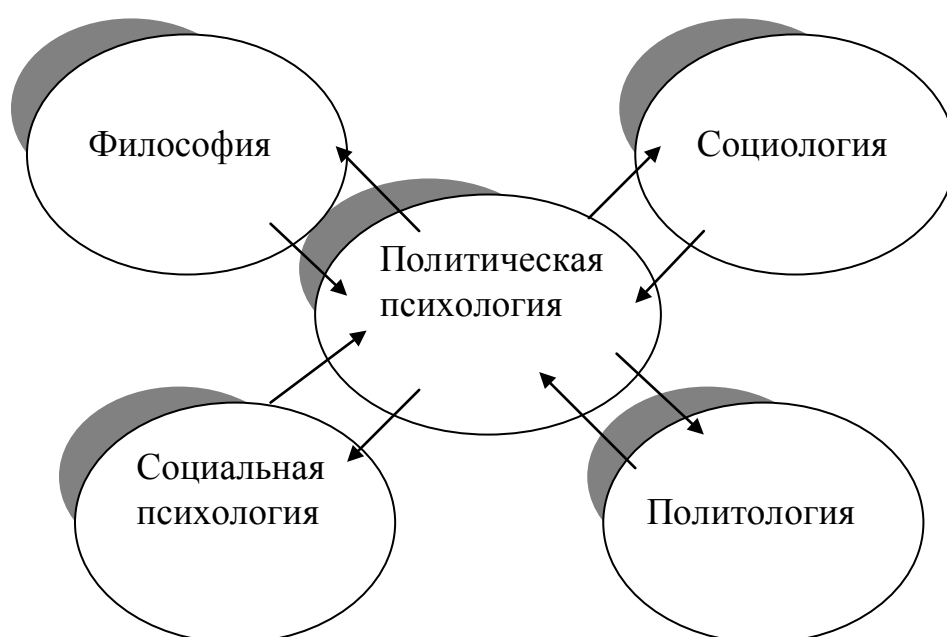


Рис. 1. Междисциплинарный статус политической психологии

Вне сомнения, политическая психология обязана своим происхождением в качестве самостоятельной науки философии, социологии, политологии и социальной психологии, но в настоящий момент ее взаимодействие с ними не только равное, но и партнерское, основанное на взаимной поддержке и обогащении друг-друга новым теоретическим и прикладным содержанием.

ПОЛИТИКА КАК ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ, НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

2.1. Власть как психологический механизм Политика как содержание власти

Общепризнанной является определение и понимание политики как **совокупности действий, направленных на власть: ее обретение, удержание и использование.** Политика, писал М. Вебер, это «стремление к участию во власти или к оказанию влияния на распределение власти, будь то между государствами, будь то внутри государства между группами людей, которые оно в себе заключает»¹⁶.

Представители «властного» подхода к политике акцентируют внимание на искусстве, технике, способах и средствах борьбы за власть и ее использование. Один из самых популярных основателей политической науки, Н. Макиавелли, характеризовал политику как «совокупность средств, которые необходимы для того, чтобы прийти к власти, удерживаться у власти и полезно использовать ее <...> Итак, политика есть обращение с властью, заданное обстоятельствами и зависящее от могущества властителя или народа, а также от текущих ситуаций»¹⁷.

Политика реализуется через организации, институты, в которых воплощается и материализуется власть, и, прежде всего через важнейший институт - государство. Политика предстает в этом случае как «участие в делах государства, направление государства, определение форм, задач, содержания деятельности государства»¹⁸.

¹⁶ Вебер М. Избранные произведения/ Пер. с нем. М., 1990. С. 646.

¹⁷ Цит. по: Innenpolitik und politische Theorie. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1976. S. 27.

¹⁸ Ленин В. И. Поли. собр. соч. Т. 33. С. 340.

Политика это деятельность социальных групп и индивидов по реализации целей, интересов, мотивации, выработке обязательных для всего общества решений, осуществляемых с помощью институциональной или государственной власти.

Власть универсальная и фундаментальная сила общества и политики, существующая везде, где есть устойчивые объединения людей: в семье, производственных коллективах, различного рода организациях и учреждениях, во всем государстве.

В научной литературе существуют разнообразные определения власти, что отражает сложность, многоаспектность этого явления. Каждая из дефиниций обычно акцентирует внимание на той или иной стороне или проявлении власти и связана с определенным подходом к ее анализу. Можно выделить следующие важнейшие аспекты трактовки власти.

1. Телеологические (с точки зрения цели) определения характеризуют власть как способность достижения поставленных целей, получения намеченных результатов. «Власть может быть определена как реализация намеченных целей», — пишет Бертран Рассел¹⁹. Телеологические определения трактуют власть достаточно широко, распространяя ее не только на отношения между людьми, но и на взаимодействие человека с окружающим миром — в этом смысле говорят, например, о власти над природой.

Методологической базой политической психологии является **системный подход**. С этой позиции власть является способностью социальной системы обеспечивать исполнение ее элементами принятых обязательств, направленных на реализацию групповых целей.

В зависимости от понимания системообразующего фактора некоторые представители системного подхода (К. Дойч, Н. Луман) трактуют власть как средство социального общения, позволяющее регулировать групповые конфликты и обеспечивать интеграцию общества. Власть предстает как взаимодействие ее субъекта и

¹⁹ Цит. по: Власть: Очерки современной политической философии Запада. М., 1989. С. 136.

объекта, при котором субъект с помощью определенных средств контролирует объект.

В данном контексте коммуникация является стержневым, системообразующим фактором в реализации власти

При доминировании важности структуры и функции системы власть понимается как свойство социальной организации и способ самоорганизации человеческой общности, основанный на целесообразности разделения функций управления и исполнения.

Власть проявляет свойство организации социального сосуществования людей, их совместной жизнедеятельности. Само общество устроено иерархично, дифференцирует управленческие и исполнительские социальные роли. Власть — это свойство социальных статусов, ролей, позволяющее контролировать ресурсы, средства влияния. Власть связана с занятием руководящих должностей, позволяющих воздействовать на людей с помощью позитивных и негативных санкций, поощрения и наказания.

Основными компонентами власти являются ее субъект, объект, средства (ресурсы) и процесс, приводящий в движение все ее элементы и характеризующийся механизмом и способами взаимодействия между партнерами.

Субъект и объект — непосредственные носители, агенты власти. Субъект (актор) воплощает активное, направляющее начало власти. Им может быть отдельный человек, организация, общность людей, например народ, или даже мировое сообщество, объединенное в ООН.

Для возникновения властных отношений необходимо, чтобы субъект обладал рядом качеств. Прежде всего, это желание властвовать, воля к власти, проявляющаяся в распоряжениях или приказах. Большинство людей не испытывает психологического удовольствия от обладания властью. Сама по себе власть не является для них ценностью. Многие вообще предпочли бы уклониться от руководящих должностей и связанной с ними ответственности, если бы власть не открывала широкие возможности для получения различного рода благ: высокого дохода, престижа, выгодных связей,

привилегий и т.д. Для них стремление к власти имеет инструментальный характер, т.е. служит средством достижения других целей.

Помимо желания руководить и готовности брать на себя ответственность субъект власти должен быть компетентным, знать суть дела, состояние и настроение подчиненных, уметь использовать ресурсы, обладать авторитетом. Для политической власти важнейшее значение имеет организованность субъекта. Конечно, реальные носители власти в разной степени наделены всеми этими качествами.

Субъекты политической власти имеют сложный, многоуровневый характер. Ее первичными акторами являются индивиды и социальные группы, вторичными — политические организации, субъектами наиболее высокого уровня, непосредственно представляющими во властных отношениях различные группы и организации, — политические элиты и лидеры. Связь между этими уровнями может нарушаться. Так, например, лидеры нередко отрываются от масс и даже от собственных партий.

Отражением первостепенной роли субъекта в отношениях власти является широко распространенное в повседневном языке отождествление власти с ее носителем. Так, говорят о решениях власти, о действиях властей и т.п., подразумевая под властью управленческие органы.

Субъект определяет содержание властного взаимодействия через распоряжение (приказ, команду), в котором предписывается поведение объекта власти, указываются или подразумеваются поощрение и наказание за выполнение или невыполнение команды. От характера содержащихся в приказе требований во многом зависит отношение к нему исполнителей, объекта — второго важнейшего элемента власти.

Власть никогда не является свойством или отношением лишь одного действующего лица (органа), конечно, если не иметь в виду власть человека над самим собой, предполагающую подчинение его поведения доводам разума, как бы раздвоение личности. Но это уже психологический, а не социальный феномен.

Власть всегда двустороннее, асимметричное, с доминированием воли властителя взаимодействие ее субъекта и объекта. Она невозможна без подчинения объекта. Если такого подчинения нет, то нет и власти, несмотря на то, что стремящийся к ней субъект обладает ярко выраженной волей властвования и даже мощными средствами принуждения. В конечном счете у объекта властной воли всегда есть пусть крайний, но все же выбор — погибнуть, но не подчиниться. Осознание зависимости власти от покорности населения нашло практическое политическое выражение в акциях гражданского неповиновения, широко используемых в современном мире как средство ненасильственной борьбы.

Границы отношения объекта к субъекту властвования простираются от ожесточенного сопротивления, борьбы на уничтожение (в этом случае власть отсутствует) до добровольного, воспринимаемого с радостью повиновения. В принципе подчинение так же естественно присуще человеческому обществу, как и руководство. Готовность к подчинению зависит от ряда факторов: от собственных качеств объекта властвования, от характера предъявляемых к нему требований, от ситуации и средств воздействия, которыми располагает субъект, а также от восприятия руководителя исполнителями, наличия или отсутствия у него авторитета. Качества объекта политического властвования определяются прежде всего политической культурой населения. Преобладание в обществе людей, привыкших лишь беспрекословно повиноваться, жаждущих «твердой руки», является благоприятной питательной средой деспотических режимов.

Для раскрытия психологических механизмов власти важно раскрытие мотивации подчинения. Мотивация подчинения может основываться на страхе перед санкциями; на долголетней привычке к повиновению; на заинтересованности в выполнении распоряжений; на убежденности в необходимости подчинения; на авторитете, вызываемом руководителем у подчиненных; на идентификации объекта с субъектом власти.

Все эти мотивы существенно влияют на силу власти, т.е. способность ее субъекта влиять на объект. Высокая сила воздействия и вероятность подчинения отличают власть от влияния — более широкой, чем власть, категории, характеризующей как властное, так и более слабое и менее эффективное воздействие субъекта на объект.

Сила власти, основанная на страхе, вызываемом угрозой санкций, прямо пропорциональна тяжести наказания и обратно пропорциональна вероятности избежать его в случае непослушания. Такая власть имеет тенденцию к ослаблению вследствие естественного стремления людей избавиться от этого неприятного эмоционального состояния.

Сравнительно безболезненно воспринимается людьми власть, базирующаяся на привычке, обычае повиноваться. Привычка была одним из ведущих мотивов подчинения государству в традиционных обществах. Она — надежный фактор стабильности власти до тех пор, пока не приходит в противоречие с требованиями реальной жизни. Если же это происходит, то власть, основанная лишь на привычке к повиновению, быстро разрушается, как только люди замечают, что «король-то — голый», что власть изжила себя и недостойна повиновения.

Наиболее стабильной является власть, построенная на интересе. Личная заинтересованность побуждает подчиненных к добровольному выполнению распоряжений, делает излишним контроль и применение негативных санкций. Она способствует развитию у людей других типов позитивной мотивации подчинения — повиновения на основе убежденности, авторитета и идентификации.

Подчинение по убеждению связано с мотивационным воздействием достаточно глубоких слоев сознания: менталитета, ценностных ориентаций и установок, составляющих «вторую природу» личности (ее «первая природа» образуется под воздействием первичных, преимущественно биологических потребностей и повседневных интересов индивида). Готовность подчиняться государству или другому носителю власти ради каких-либо более высоких, чем непосредственные индивидуальные интересы, целей (пат-

риотических, нравственных, религиозных и т.п.) — важный источник силы власти.

Одной из наиболее благоприятных для власти мотиваций подчинения является авторитет. Он формируется на базе общей заинтересованности объекта и субъекта власти и убежденности подчиненных в особых способностях руководителя. Авторитет представляет собой высоко ценимые качества, которыми подчиненные наделяют руководителя и которые детерминируют их повиновение без убеждения или угрозы санкций. Он основывается на согласии и означает уважение к руководящей личности или институту, доверие к ним. Авторитет может быть истинным, когда руководитель действительно обладает теми качествами, которыми его наделяют подчиненные, и ложным, основанным на заблуждениях относительно личности руководителя. В зависимости от лежащих в его основе качеств авторитет бывает научным (качество учености), деловым (компетентность, навыки, опыт), моральным (высокие нравственные качества), религиозным (святость), статусным (уважение к должности) и т.п. Социально-психологический подход может обосновать существование авторитета в форме влиятельного образа, который включает в себя множество оценочных элементов, особенности взаимодействия которых, в частности, помогают человеку определить уровень авторитета. Человек способен воспринимать различные социальные явления и процессы (например, власть, статус, влиятельность, зависимость, уважение и т. д.) и отражать их в сознании посредством образного восприятия действительности.

Власть, основанная на интересах, убежденности и авторитете, часто перерастает в идентификацию подчиненного с руководителем. В этом случае достигается максимальная сила власти и субъект воспринимается объектом как свой представитель и защитник. Субъективная идентификация исполнителей с руководителем может объясняться двумя причинами:

1) быть свойством реального двойственного положения людей в отношениях власти, как это имеет место в демократических

организациях, где индивиды выступают и субъектом власти — выбирают и контролируют руководство, и ее объектом — исполняют его решения. В этом случае оба агента власти совпадают, хотя и не полностью;

2) выступать результатом общности интересов и ценностей руководителя и исполнителя и возникновения у последнего чувства единения со всей организацией или группой.²⁰

2.2. Психологическое содержание труда в политике: предмет и средства труда, характеристики групп состояний

Само понятие труда в политической психологии неоднозначно. Даже с точки зрения деятельностного подхода некоторые психологии относят политику к игровой деятельности, вне сомнения, далекую от детских игр, но многие роли даже в психологии элиты достаточно однозначны: тут и шут, и агрессор, и изгой и царь, благородный воин и серый кардинал...

И многие политические компании напоминают сюжетно-ролевую игру с несложным сценарием.

Политическая деятельность появляется под влиянием сознательного целеполагания. Поэтому политика - профессиональная трудовая деятельность и, более того, деятельность научно-практическая.

Труд в широком смысле слова понимается как производство не только предметов материальных, но вообще потребительных стоимостей.

Труд - 1) целесообразная деятельность человека, направленная на создание материальных и духовных ценностей, необходимых для

²⁰ В.П. Пугачев, А. И Соловьев Введение в политологию. М., 2000 – С. 89 - 92

жизни; 2) все умственные и физические затраты, совершаемые людьми в процессе производства материальных и духовных ценностей; 3) результат деятельности, работы, произведение.

Продуктом труда в политической деятельности является система власти, которая способна обеспечивать достаточный уровень жизнеобеспечения общества. Систему жизнеобеспечения составляют элементы, регулирующие властными методами адаптацию общества к:

- 1) физической среде обитания (гелиоценоз),
- 2) геологическим условиям жизни (геоценоз),
- 3) биологическим факторам жизнедеятельности (биоценоз),
- 4) психологическим возможностям населения (психоценоз),
- 5) политической системе власти (политоценоз),
- 6) техническим возможностям производства (техноценоз),
- 7) уровню потребления (консоценоз),
- 8) состоянию культуры (культуроценоз).

Перечисленные структуры создают совокупность физических, биологических, социальных условий, более или менее пригодных для жизни людей.

Продукт труда политики имеет стоимость, потому что в политической деятельности происходит расходование интеллектуальной энергии, воли, эмоций, характера и др. Расходование рабочей силы в политике осуществляется на запредельном уровне возможностей человека, часто приводя к стрессам, срывам, депрессиям, нередко к гибели политиков. Стоимость обнаруживается в процессе обмена продукта

политической деятельности на широкую известность политиков, любовь и ненависть, которую они вызывают, комфортные условия, которыми обставляются их работа и жизнь.

Продукт политической деятельности имеет потребительную стоимость. Она обнаруживается в материальной, вещественной и телесной форме: в столкновениях одних групп населения с другими из-за территории, воды, питания, в разорении одних стран и городов и расцвете других. Политический труд как производительная деятельность имеет свою цель, осуществляется определенными операциями, имеет собственный предмет, средства и результаты.²¹

В политической психологии предмет труда политики характеризуется психолого-политическими состояниями личности и социальных сообществ.

Предметом труда в политической деятельности являются четыре группы психолого-политических состояний²²:

1) группа эмоциональных состояний - реакции на меру удовлетворения потребностей организма в жизненных ресурсах (вызываемые влиянием материальных факторов внешней среды и организменных факторов внутренней среды - жажды, голода, гипоксии, сексуального напряжения, страха, ужаса, паники и др.);

2) группа практических состояний - реакции на объем расходования рабочей силы для достижения своих целей (возникающие в процессе трудовой деятельности - утомление, напряжение, монотонность, тревожность, стресс, функциональный комфорт, отсутствие мотивации, индифферентное состояние);

3) группа мотивационных состояний - реакции на характер межличностных отношений в обществе между участниками политического процесса (связанные с осознанием своей

²¹ Юрьев А.И. Человек в политике // Психология / Под ред. Крылова А.А. СПб., 1998.

²² Ганзен В.А. Системные описания в психологии. - Л.: ЛГУ, 1984. -176

причастности, необходимости полезности всему обществу и конкретному человеку: атараксия и волнение, радость и горе, наслаждение и страдание, эйфория и гнев, экстаз и ярость и др.);

4) группа гуманитарных состояний - реакции на качества политической информации, сопровождающие процесс познания политической картины мира. Эти психические состояния обусловлены потребностью в информации, в ее достоверности, полноте, организованности, конкретности, достаточности и т.п.

Содержание труда в политике проявляется во взаимодействии предмета труда с целеобразованием конкретной государственной политики, политики партий, лидеров и др.

Средством труда в политике являются различные варианты воздействия на общество и государство. К средствам труда в политике относятся: интеллектуальная экспансия (распространение идеологии), правовое регулирование (изменение законодательства), экономическое принуждение (реформа системы доходов и расходов) и физическое насилие (прямое подавление инакомыслящих). Политика выбирает между ними и их сочетаниями, потому что другие средства являются частными случаями вышеперечисленных.

Характер труда в политике. Выбор средств воздействия на предмет труда (состояния людей) и применение к ним методов управления предполагают исключительно высокие характеристики для самого политика - обладание развитыми самоконтролем, саморегуляцией, самоуправлением и самовоспитанием. Решение политика о способе стимулирования людей расходовать человеческую силу в "физиологическом смысле" - чрезвычайно ответственное решение.

Выбирая между средствами труда, политик рискует, как ни в одном другом виде трудовой деятельности. От ответственности его освобождает только успех, победа. В случае поражения его ждет или

прекращение карьеры (политическая смерть), осуждение или террор (физическая смерть), запрет на профессию (профессиональная смерть), дискредитация в средствах массовой информации и исторической литературе (моральная смерть). Выбор средств труда сопряжен с тяжелыми психологическими переживаниями, с исключительно трудными решениями.

Технология сопряжения средств и предметов труда в политике - это психолого-политическая технология власти. Предназначение ее заключается в том, что в процессе сопряжения предмета труда политики (состояний общества) и средств труда политики (методов управления) необходимо обществу удерживать в состоянии психолого-политической стабильности. Если это не будет учитываться, контролироваться, регулироваться властью, то возможны срывы политического процесса забастовками, отказами от уплаты налогов, бунтами, мятежами и пр., вплоть до революций.

Психолого-политическая стабильность общества формируется из политического безразличия или инициативы людей, их консерватизма или радикализма, соперничества или адаптивности, творчества или иждивенчества. В совокупности эти параметры формируют:

а) предельную психологическую нагрузку общества, показывающую способность населения сохранять целесообразное политическое поведение (требующее предельного напряжения мышления, воли, эмоций) под возрастающим давлением социальной, экономической, правовой, физической жизни (снижение личной безопасности, покупательной способности, возможности обеспечивать себя своим трудом, понимания происходящего вокруг);

б) психологическую устойчивость общества, оценивающую психологическую способность населения сохранять целенаправленность своего поведения в моменты "опрокидывающих" воздействий политического характера (стремительных изменений законодательства, уклада жизни, всей системы отношений в

обществе, замены одних гражданских ценностей на другие). Психика играет роль более или менее тяжелого кия, сохраняющего нормальное эмоциональное, правовое и эмоциональное поведение населения;

в) психологическую энергичность населения, измеряющую его способность поддерживать достаточно длительное время целеустремленность своего поведения (без снижения нормальной трудовой, личной, семейной жизни) в условиях разрушения системы жизнеобеспечения общества. И физическое, и психическое, и нравственное здоровье населения имеет свои конечные пределы. Политика вынуждена соизмерять свои планы с длительностью их осуществления, чтобы не исчерпать полностью запасы нервно-психической и физической энергии населения;

г) психологическую управляемость людей, которая характеризует способность населения так быстро усваивать новое целеполагание в своем поведении, чтобы успевать адаптироваться к инновационным изменениям политических целей и механизмов власти. Инерционность целеполагания зависит от национальных традиций, социального состава населения, уровня культурного и образовательного развития, распределения людей по полу, возрасту, профессиям. Расчет психологической управляемости населения не менее важен, чем точное знание радиуса циркуляции поворота океанского лайнера, который может вписаться в поворот, а может потерпеть аварию.

Политическая психология должна преодолеть или упрощение того, что является политической деятельностью, или унижение политики до уровня "грязного дела", которая сводится к околополитическому интриганству. В действительности, политическая деятельность относится к видам профессиональной трудовой деятельности высшего уровня сложности, направленной на обеспечение жизнеобеспечения общества. Незнание этого или неспособность выполнять деятельность такого уровня приводит к

инфильтрации в политику случайных людей или деградации лиц, неспособных ее выполнить. Введение строгих научных критериев оценки труда политиков - единственный способ вернуть политике и политикам их законное место в общественном сознании.²³

2.3. Психология политического общества

Творение политики: парламент, совет, нация, собрание

Реализация политики проводит не все общество. Более того, на линейной стадии развития общества, когда кризисные явления не задевают важные сферы жизнедеятельности людей, основная его масса индифферентна к политике.

Политику осуществляют объединения людей, которые делегируют на себя власть от имени общества, государства, большинства. Люди, которые входят в состав таких групп, берут на себя ответственность за выборы и жизнь других и в некотором приближении разрешают проблемы общества в меру своей компетентности.

Вне сомнения, они в идеале должны обладать совершенно особенными, специальными способностями, которые позволяют им не только изучать механизмы власти, проектировать реализацию властных решений, но и работать над этими проблемами в составе объединений, деятельность которых регламентирована многовековыми традициями, взаимной ответственностью и дисциплиной.

²³ Юрьев А.И. Человек в политике // Психология / Под ред. Крылова А.А. СПб., 1998.

В российской политической психологии выделяют четыре вида таких объединений:

Парламент - создается из числа избранных лиц для творения политики в форме обсуждения различных социально-экономических, этнических и других масштабных государственных проблем. При господстве парламента центр тяжести государственной жизни лежит в парламенте, в котором идет постоянная борьба за власть между двумя или несколькими партиями.

Парламентаризм всегда означает политическое господство наиболее сильной в народе (точнее - среди избирателей) партии. Парламент может быть сформирован как союз различных партий, вступивших в компромисс, для достижения известной цели. Это соединение людей, имеющих общие интересы, для достижения какой-либо определенной экономической или социальной цели, производителей, торговцев, работодателей, интеллигенции, рабочих.

Парламент может играть преобладающую роль не только в качестве законодательного органа, но и в качестве органа верховного контроля над властью исполнительной.

В случае возникновения неразрешимых конфликтов подвергает несогласных с обструкции - противодействию в форме срыва обсуждения как метода борьбы. Срыв заседания выполняется путем создания шума, произнесения длинных, не относящихся к делу речей, бесконечному обсуждению регламента и т.п. Таким образом, не допускается или задерживается принятие нежелательного решения.

Совет – формируется из числа посвященных в политические намерения инициативных людей для проектирования и решения перспективных политических решений неординарного характера. Определяющим признаком совета является психология политических представлений. Совет предназначен для использования индивидуальных свойств и способностей участников совета. Стратегия и тактика политических действий зависит от поставленных целей и задач. Выполняет свои функции с опорой на

интеллектуальные, культурные, эвристические, волевые, характерологические особенности членов совета.

Нация - возникает для творения исторической политики как реакция на опасность утраты жизненного пространства народом, имеющим общность языка, территории, черт экономической жизни, характера, интересов и др. Определяющей характеристикой нации является психология политической памяти. Нация использует жизненный опыт предыдущих поколений. Действует методами формирования целесообразности. Выполняет свои функции на основе эмоциональных состояний сограждан - равнодушия или любопытства к истории своего народа.

В случае нарастания опасности утраты жизненного пространства осуществляет революцию (коренной переворот в социально-экономической структуре общества) или глубокое и качественное изменение в развитии общества, в способе производства, в различных областях знания. Революция возникает в результате постепенного нарастания противоречий, накапливавшихся в процессе эволюционного развития, которые разрешаются переворотом, скачком, резкими переменами. Революцию не может подготовить, организовать, осуществить ни толпа, ни митинг, ни правительство, она всегда является плодом национальной политики. Революция направлена на изменение системы власти таким образом, чтобы жизненный путь нации получил представленность в науке, культуре, экономике, праве государства.

Собрание - возникает для творения политики кругом персонально ответственных за нее лиц как реакция на снижение эффективности власти. Определяющим признаком собрания является психология политического восприятия. Действует методами формирования целенаправленности. Выполняет свои функции, манипулируя практическими состояниями участников собрания: расслабленностью и напряженностью.

В случае неэффективной политики попадает в кризисное состояние (затруднительное положение, вызванное разногласиями), прерывает функционирование политической системы с позитивным для нее или негативным исходом. Политические кризисы многообразны - кризис конкретной политики, власти, правительства, парламента, кризисы отношений законодательной и исполнительной власти, кризис доверия и т.д. Действительное значение понятия "кризис" в переводе с греческого - "суд". Российские психолого-политические кризисы традиционно именуется смутами.²⁴

2.4. Психология расширения политики: партия; аудитория; малая группа, публика

Политика реализовывается при поддержке объединений людей, которые являются проводниками идей и решений политических лидеров, политических группировок.

Эти объединения могут быть многочисленными (КПСС), малочисленными (аудитория), но всегда целостной общественной организацией, распространяющей в дальнейшем идеологию политического движения.

Партия - создается для распространения политики кругом лиц, борющихся за свои материальные интересы, социальное признание, духовные ценности и личную безопасность. Ведущей характеристикой партии является психология политического воспитания. Партия отстаивает и навязывает обществу свою волю методами организованной борьбы. Выполняет свои функции,

²⁴ Юрьев А.И. Психология массовидных явлений // Психология / Под ред. Крылова А.А. СПб., 1998.

опираясь на практические состояния: спокойствие и тревожность членов партии.

Несогласных с деятельностью партии подвергают остракизму (изгнание, изоляция), который в современной политической жизни именуют: исключение, выведение из состава, уход в отставку, увольнение, сокращение, уход на пенсию, отъезд, арест, осуждение, ссылка, расстрел, исчезновение без вести. Все это методы лишения подвергнутого остракизму влияния на политическую жизнь общества. Изгнание физическое, или информационное, или материальное, или административное распространяется как на отдельных лиц, так и на целые народы.

Аудитория - возникает для распространения политики из числа специалистов методом обсуждения и понимания ее механизмов и методов ее реконструкции. Определяющей характеристикой аудитории является психология политического обучения. Формирует новые психолого-политические знания, умения и навыки. Действует, используя психологию доказательства. Выполняет свои функции с опорой на гуманитарные состояния общества: конформность и фанатичность общества. Аудитория - уникальное место, единственное в своем роде, предназначенное для достижения понимания, как суд предназначен для достижения истины в споре.

Аудитория не всегда выполняла свое предназначение и, более того, часто трансформирует непонимание в судилище. Например, Томский говорил Рыкову о Преображенском: «Видите ли, он сто пятьдесят раз прочитал в "Капитале" Маркса главу о первоначальном капиталистическом накоплении в XVI в. и она несчастным образом закупорила его мозг, отсюда у него неизлечимый в голове запор. Ну, да вся его теория от этого запора» (В.Валентинов, 1991).

Малая группа - создается для распространения политики непосредственным образом на основе неформальных отношений случайно объединенных лиц. Основой малой группы является

психология психического заражения. Малая группа предназначена для организации моральной, физической, экономической, правовой самозащиты своих членов. Выполняет свои функции на основе эмоциональных состояний дружелюбия и враждебности членов малой группы.

В случае напряжения в отношениях членов малой группы развивается конфликт - столкновение противоположных сил и интересов, распря, разногласие, спор, грозящий осложнениями. Выступает в форме:

1) межличностного конфликта, который определяется как ситуация, где действующие лица либо преследуют несовместимые цели и реализуют противоречивые ценности, либо одновременно в конкурентной борьбе стремятся к достижению цели, которая может быть достигнута лишь одной из сторон;

2) в форме межгруппового конфликта, когда конфликтующими сторонами выступают социальные группировки, преследующие несовместимые цели и препятствующие друг другу на пути их осуществления. Конфликт - наиболее изученная форма психологического противостояния людей, объединенных в массовидное явление (Е.С.Кузьмин, 1974; И.П.Волков, 1979; Н.В.Гришина, 1983; Н.Н.Обозов, 1979; В.С.Агеев, 1990; Г.М.Андреева, 1984; А.И.Донцов, 1984; Я.Л.Коломинский, 1976). В начале 90-х годов создались условия для описания конфликтов людей с властью, а тем более - больших масс людей с представителями власти.

Публика - создается для распространения политики в местах сбора людей, наблюдающих за специально организованным зрелищем (концерт, спектакль, художественная выставка, религиозная служба и т.д.). Основной характеристикой публики является психология политического заражения. Публика выполняет функцию распространения стереотипов восприятия и стандартов

политического поведения среди членов общества. Выполняет свои функции с опорой на мотивационные состояния: симпатии и антипатии к искусственно спроектированным политическим образам и моделям поведения в произведениях театрального, изобразительного, литературного искусства.

В случае политических затруднений публика организует заговоры - тайное соглашение о совместных действиях против власти. Это уговор, сговор нескольких лиц, выступающих индивидуально или в качестве лидеров политических сил о совместных действиях против кого-либо или для достижения определенных политических целей. Заговор - особая разновидность политической интриги, отличающейся максимальной конспиративностью и негативной, деструктивной направленностью. Заговоры направлены на интеллектуальное и моральное подавление соперника, политическое отстранение оппонента. Заговоры возникают среди людей, не имеющих прямого отношения к власти. Общественной средой для заговора выступает публика, имеющая право и возможность собираться в общественных местах: церквах, театрах, на выставках, да празднествах, в пивных и пр. Лица, собирающиеся там для созерцания зрелища, отправления гражданских актов, ознакомления с произведениями искусства, именуется публикой. Подражают новой манере поведения, способу понимания общественных явлений, стилю в одежде форме выражения своих чувств, оценке действующих политиков, манере общения с представителями существующей власти.

Психолого-политическая классификация массовидных явлений, которые фундаментально и по-своему изучены в сопредельных науках, позволяет, во-первых, указать полный список психолого-политических объединений людей, во-вторых, знать психологические особенности людей, которые обнаруживаются в этих массовидных явлениях, и, в-третьих, предвидеть содержание как позитивных, так и негативных событий в каждом массовидном явлении.

2.5. Психология исполнения политики: правительство, команда, армия, коллектив

Политика не делается одним человеком, хотя роль личности в истории недопустимо преуменьшать. Успех политических проектов, реформ достигается только в составе группы единомышленников, способных работать на пределе своих возможностей столько времени, сколько потребуется для достижения цели. Далеко не каждая совокупность объединившихся людей обладает такой работоспособностью и другими психологическими особенностями. Качества политического человека, необходимые для исполнения, реализации, обнаруживаются в составе четырех массовидных явлений:

Правительство как психолого-политическое явление формируется для исполнения политической программы управления обществом из высокообразованных специалистов. Определяющим признаком правительства является психология политического мышления управляющих и управляемых. Действует в рамках осуществления интеллектуальной экспансии. Выполняет свои функции за счет использования гуманитарных состояний общества - терпимости и принципиальности. В случае неспособности выполнить свои функции правительство деградирует к коррупции: преступной деятельности в сфере политики, заключающейся в использовании должностными лицами доверенных им прав и властных возможностей в целях личного обогащения. Типичные формы коррупции - подкуп, взяточничество за законное и незаконное предоставление благ и преимуществ, протекционизм - выдвижение работников по признакам родства, землячества, личной преданности и приятельских отношений. Психологические причины коррупции в правительстве кроются в несоответствии его коррумпированных членов чрезвычайно высоким требованиям к их мышлению. Они выполняют профессиональную управленческую деятельность

высшего уровня - труд такого интеллектуального класса, который имеет высшую самооценку. Члены правительства решают политические задачи такой сложности, что они не поддаются классификации (таксономии), принятой для самых сложных технических систем (Берлинер, Д.Мейстер, 1979)²⁵.

Команда как психолого-политическое массовидное явление формируется для исполнения политики группой лиц, готовых дисциплинированно выполнить строго предписанные, конкретные действия. Определяющим признаком команды является психология политической воли, которая имеет решающее значение для преодоления внутренних организационных проблем и внешних препятствий в виде сопротивления оппонентов. Отличается энергичностью и неутомимостью. Команду следует отличать от малой группы. Команды обладают жесткой структурой, члены команды имеют строго определенные обязанности, которые лишь в малой степени перекрывают друг друга. Команда снабжена инструкцией и осмысленно действует с партнерами и задачами (Д.Мейстер, 1986). Команде присущи смелость, решительность, выносливость и жесткость. Отрицательной стороной команды является ее приспособленчество к путчу - попыткам политического переворота, который обычно инициируется небольшой группой лиц, недовольных властью и имеющей психологическую структуру и качества команды.

Армия как психолого-политическое массовидное явление формируется для исполнения политических задач методами физического подавления и уничтожения противников подразделениями специально подготовленных лиц. Определяющим для нее является психология политического аффекта с точки зрения ее толерантности к аффекту и создания аффекта у противника, вызываемого предполагаемым или реальным насилием. Действует методами физического воздействия. Выполняет свои функции,

²⁵ Юрьев А.И. Введение в политическую психологию. - СПб, 1992. - 232 с.

используя эмоциональные состояния противника - степень его готовности или растерянности. Ведущей психологической характеристикой армии является ее устойчивость, как в состоянии покоя (в мирное время), так и во время боевых действий (на поле боя). Качество армии характеризуют способность сохранять боеспособность, предписанные модели поведения, внешнего вида, обращения, независимо от поддержки или сопротивления, которые она встречает.

В случае конфликта с властью армия прибегает к мятежу - стихийному вооруженному выступлению против нее. Мятеж - проявление политического сопротивления со стороны силовых структур государства - армии, полиции, служб безопасности. В России мятежи традиционно именовались бунтами - стихийными восстаниями в форме беспокойного, протестующего поведения, призывающего к решительным действиям. Мятеж в форме бунта - именно то, что отличает русскую политическую жизнь от всех зарубежных аналогов.

Коллектив как психолого-политическое массовидное явление формируется из числа специалистов для исполнения задач, связанных с производством потребительной стоимости. Определяющей для коллектива является психология политических стереотипов, обязательных для реализации профессиональных обязанностей и соблюдения технологии производства. Действует методами экономического принуждения. Выполняет свои функции с опорой на мотивационные состояния общества: восхищения и возмущения результатами политики. Общество на протяжении всей своей истории тратит огромные усилия на формирование политических стереотипов в сознании человека: потребности в труде, трудовой мотивации, готовности к трудовым затратам, получению конкретных результатов, удовлетворения от труда. Только в процессе труда индивид превращается в субъекта, в личность и индивидуальность.

В случае невозможности исполнения своего предназначения коллектив прибегает к забастовкам - борьбе в форме коллективного прекращения работы на одном или нескольких предприятиях. Типичные забастовки: предупредительные, перекатывающиеся, или ступенчатые, забастовки наоборот (продолжение работы, несмотря на закрытие предприятий), периодические, перемежающиеся (перекатывающиеся из цеха в Цех, парализующие работу предприятия), забастовки усердия (или работа строго по правилам) и др. Психология политических стереотипов с большим трудом и затратами формируется всеми институтами власти государства. Ее разрушение - самая сильная социальная катастрофа, которая может постигнуть общество.

Политические массовидные явления обычно связываются только с толпой или митингом. Но когда человек выходит из толпы, возвращается с митинга в семью, в аудиторию, в коллектив, он изменяет свойства человека политического: свои оценки власти, отношение к власти, взаимодействие с властью. Каждый раз, перемещаясь в новую общественную среду, он изменяет свои психолого-политические особенности. Политическое поведение человека целиком определяется той общественной средой, в которой он находится в момент политического действия (высказываний, поступков, мнений и т.п.). Каждое массовидное явление развивается на основе своего доминирующего психологического параметра: одно массовидное явление - толпа - определяется влиянием эмоций, другое - аудитория - объединяется процессом понимания проблемы, третье - партия - строится на основе направленности ее членов и т.д. Поведение каждого массовидного явления может быть как конструктивным, мирным, созидательным, так и, напротив, деструктивным, агрессивным, разрушительным. Например, если собрание или совет, семья или парламент справляются со своими политическими функциями, то и человек - их член демонстрирует соответствующие психологические качества: дисциплинированность, разумность, доброжелательность, респектабельность. А если по

каким-либо причинам это не удастся, то массовидное явление регрессирует к деструктивным и агрессивным действиям. Тогда и люди, "наполняющие" регрессирующее массовидное явление, регрессируют вместе с ним (Кабанес, Насс, 1906; В.М.Бехтерев, 1923; А.Рамбо, 1914; Г.Лебон, 1896).

Это означает, что массовидное психолого-политическое явление - любая совокупность людей, если она имеет с человеком психологические связи национального, профессионального, территориального, социального и иного характера, соответственно которой он изменяет форму, стиль, экспрессию, смысл, характер своего политического поведения, т.е. свои психолого-политические особенности. Для объединения людям не обязательно находиться в одном месте, в одно время, заниматься одним делом и принимать осознанное решение о "вступлении" в массовидное явление; людей невольно объединяют в то или иное массовидное явление вне территории, времени, психолого-политические состояния, вызываемые действиями политической власти.

2.6. Психология повиновения политики: толпа; семья; население; митинг

Каждый человек обязательно выступает членом массовидных явлений, конечных "пунктов назначения" политических проектов - объединений людей, повинующихся политике. Изменения в законодательстве социальные реформы, военные конфликты или смутные времена касаются каждого политического человека, даже если он себя таковым и не считает. Он должен обладать достаточным запасом жизнеспособности для жизни в политическом обществе, и эти силы ему дают массовидные явления с особенными психолого-политическими свойствами. Рассмотрим эти явления.

Толпа - образуется из случайных лиц, соучаствующих в неповиновении власти в момент пика социально-экономической напряженности в обществе. Главной характеристикой толпы является психология политических страстей. Толпа нагнетает и разряжает нервно-психическое напряжение людей, поставленных в безвыходное положение. Выполняет свои функции с использованием практических состояний: хладнокровия и стресса лиц, создающих толпу или пытающихся ее разогнать.

В случае неразрешения общественной проблемы толпа начинает беспорядки - массовые народные волнения, являющиеся выражением протеста против власти (Кабанес и Насс, 1906; ГЛебон, 1896; С.Сиголе, 1893; Г.Тард, 1903; В.М.Бехтерев, 1923; С.И.Смирнов, 1906 и др.) Существо беспорядков связано со скачком интенсивности изменений в общественной жизни, который может оказаться непосильным для массы людей, по разным причинам оказавшихся одновременно в одном месте. Беспорядки сопровождаются нарушением режима жизни, порядка движения транспорта, нарушением функционирования всех систем обеспечения, перерастают в вандализм. Толпа не останавливается перед кровью и покушением на жизнь всех, кто по каким-либо причинам покажется ей для этого пригодным. Объяснение этому - толпа формируется на базе индивидуальных страстей и напрочь утрачивает все субъектные, личностные качества составляющих ее людей, а тем более качества индивидуальности.

Семья - образуется из кровно связанных людей, повинующихся политике настолько, насколько она соответствует естественной потребности продолжать свой род. Главной психологической характеристикой семьи является психология политических переживаний. Реализует половые свойства человека и его гражданские чувства ответственности за судьбу своих близких и дальних родственников. Действует, используя чувства. Выполняет

свои функции с опорой на гуманитарные состояния: общительность и замкнутость родных и близких людей.

В случае возникновения серьезных проблем в отношениях семьи и общества она порождает мафию - тайную преступную семейную организацию, применяющую методы насилия. В политике мафия осуществляет незаконное, преступное воздействие на лиц, государственные и общественные учреждения и организации с целью достижения незаконных экономических, политических или кадровых результатов. Подобное взаимодействие семьи с обществом не является типичной только для сицилийцев, калабрийцев и неаполитанцев. В России нет четкого деления членов мафии на *fratello* (братья); *capo* (глава, шеф), *consigliari* (советников), но система семейной, родовой, родственной поддержки, защиты от государственной власти по "зову крови" присутствует. В случае ослабления политической власти или, напротив, чрезмерного ее усиления она, семейная поддержка, вновь оживает вместе с самыми старинными суевериями. Члены семьи, рода, общины связываются круговой порукой, и в действие вводятся самые древние механизмы защиты "своих" от "чужих".

Население - образуется из массы людей, повинующихся политике для удовлетворения потребности в сохранении жизни на территории совместного проживания лиц различных национальностей, профессий, социального положения. Характеризует население психология политических чувств. Население образуется для сопряжения и балансировки взаимодействия людей, имеющих временно общие точки взаимодействия и сотрудничества. Действует, используя сопричастность населения к общему социально-экономическому механизму. Выполняет свои функции с опорой на эмоциональные состояния: сытость и голод лиц, вступивших в профессиональную и территориальную кооперацию.

В случае серьезных этнических, социально-экономических и иных проблем происходит восстание населения - массовое

вооруженное выступление против власти. С психолого-политической точки зрения решающую роль в его провоцировании играет неадекватность социально-экономических изменений, которые вызывают негативные чувства у населения.

Митинг - образуется из предварительно информированных людей, повинующихся или сопротивляющихся политике, в связи с изменениями в традиционном образе жизни общества. Характеризует митинг психология политических настроений (Б.Д.Парыгин, 1966; Д.В.Ольшанский, 1995; О.В.Суханов, 1992). Митинг формулирует свое отношение к возможным изменениям образа жизни и органам власти. Выполняет свои функции с опорой на мотивационные состояния: любовь и ненависть к носителям перемен.

При отсутствии достаточного противодействия митинг перерастает в Демонстрацию - организованное по признаку совместности политическое выступление в поддержку или против власти. Демонстрация является пространственным образованием индивидов. Решающее значение в Прохождении демонстраций имеет характер людей, в ней участвующих. Выполнение демонстрации определенным образом требует специальной подготовки ее участников.

СТАНОВЛЕНИЕ ПОЛИТИКО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ИДЕЙ от Античности до XIX века

3.1. Специфика античной политической мысли (Демосфен, Платон, Аристотель; Цицерон, Светоний)

В Элладе и Древнем Риме политика прикладной и больше продвинулась в сфере ораторского искусства.

Цицерон в своих трактатах по ораторскому искусству специально советовал «политическим ораторам» особенно тщательно учитывать психологические моменты. В частности, он писал в качестве наставления ораторам, желающим выиграть дело в суде (говоря современным языком, к адвокатам); «Желательно, чтобы судьи сами подходили к делу с тем душевным настроением, на которое рассчитывает оратор. Если такого «настроения» не будет, то надо прощупывать настроение судей и обратить все силы ума и мысли на то, чтобы как можно тоньше разнюхать, что они чувствуют, что думают, чего ждут, чего хотят и к чему их легче будет склонить»²⁶.

Большая часть речи оратора, согласно Цицерону, должна быть направлена на то, чтобы изменить настроение слушающих и всеми способами их увлечь за собой. Речь оратора-политика, считал он, должна быть особенно напряженной и страстной²⁷. Причем политическая речь, которой такой оратор стремится возбудить других, по природе своей может и должна возбуждать его самого даже больше, чем любого из слушателей²⁸ — предупреждал Цицерон.

²⁶ Цицерон. Три трактата об ораторском искусстве. – М., 1972.— С. 166.

²⁷ Там же – С. 172.

²⁸ Там же – С. 167.

Один из великих мастеров красноречия Демосфен был не только гениальным оратором, но и пионером исследования механизмов политического воздействия на массы. Известно, что он был косноязычен от рождения, и чтобы научиться ораторскому искусству, часами тренировался, набив рот камушками, у берега моря, стремясь перекрыть шум морского прибоя. Так он сформировал громоподобный голос и, используя время тренировок для специальных размышлений, открыл некоторые особенности разных массовых аудиторий, перед которыми приходилось выступать.

Демосфен различал два типа массовых аудиторий:

- Эмоционально чувствительные («податливые эмоциям»). С ними необходимо использовать механизмы психологического заражения для того, чтобы вызвать у этих людей эффект подражания выступающему перед ними политику, так как такие массы, как правило, некритически воспринимает то, что говорит оратор. В качестве примера таких «податливых масс» Демосфен приводил восточные народы, привыкшие к благоговению и почтительности вождями.

- Интеллектуально настроенные («податливые разуму»). Демосфен писал, что «афиняне привыкли думать и судить самостоятельно, и потому с ними обращения к чувствам бесперспективным». С ними оратор обязан общаться, прежде всего, рационально, учитывая их способность к самостоятельному принятию логичных решений.

В политической практике Древней Греции в рассмотрении политико-психологической природы человека существовали две традиции, которые имели в дальнейшем сильное влияние на европейское политическое мышление.

Во-первых, традиция «демократическая», предполагавшая равенство возможностей главных «политических участников», реальных субъектов политического процесса. Для Аристотеля наилучшей формой государственного устройства была – полиция,

республиканское правление большинства, но только тех, кто обладал соответствующим имущественным и образовательным цензом. Он первым связал политическую организацию с социальной структурой общества и выдвинул идею о желательности умеренных режимов, которая затем стала одной из фундаментальных в истории политической мысли.

Во-вторых, традиция «аристократическая» (элитарная), открыто подчеркивавшая превосходство тех или иных, вполне определенных типов людей, и их роли в политическом процессе.

Ярким представителем «аристократической» традиции был Платон. Он считал, что идеальный тип властителя — это «философ на троне». Согласно его взглядам лишь некоторые люди могут быть «подлинными правителями». Другие же люди (но тоже далеко не все), могут быть «воинами». Большинство же населения вообще не способно к политической жизни²⁹. Сословно-иерархическая «Республика» Платона имеет высший, собственно «политический», рационально-логический элемент «души» (сознания) только в аристократическом меньшинстве

. Аристотель трактует политическую науку как высшую из всех наук, поскольку она учит людей жить по законам справедливости и права и имеет своей целью общее благо. В работе «Политика», полной житейской и политической мудрости, он писал: «Желанно, разумеется, и [благо] одного человека, но прекраснее и божественней благо народа и государства».

Для своих политических выводов и классификации государств он использовал огромный фактический материал — результаты конкретных исследований 158 городов-государств — полисов. Учитывая огромные заслуги Аристотеля в развитии политической мысли, его нередко называют родоначальником, отцом политической науки.

Политические исследования Аристотеля были неразрывно переплетены с философскими и этическими идеями, что говорит о целостном, организмическом понимании их государства. Аристотель

²⁹ Подробнее см.: Миф о металлах // *Plato. The republic*. N.Y., L., 1901.— Book 3. — Ch.XXI.

был одним из первых мыслителей, который попытался подойти к анализу проблемы власти и подчинения — на примере понимания природы массовых беспорядков и мятежей, направленных на свержение властей. Он связывал «настроения лиц, поднимающих восстание» (т. е. их психологическое состояние) с «политическими смутами и междоусобными войнами». Анализируя массовые выступления против властей, он писал: «Во-первых, нужно знать настроение лиц, поднимающих восстание, во-вторых, — цель, к которой они при этом стремятся, и, в-третьих, чем собственно начинаются политические смуты и междоусобные распри»³⁰.

Для понимания реальной политики уже во времена Аристотеля требовалось анализировать изменения в массовой психологии, в частности, динамику перехода от послушного состояния — к бунтарскому.

Именно в древней Греции наметилась тенденция рационализации политических взглядов, появляются первые политические категории и дефиниции, а затем и целые концепции, носящие философско-этическую форму. Греки заложили основы собственно теоретических исследований политики:

- возникновение политической философии и учения об идеальном государстве, способном обеспечить справедливость и порядок;
- зарождение идеи о государстве как проекте естественного развития общества;
- понимание политики как искусства управления людьми, попытку создания самостоятельной политической науки и разработку некоторых ее категорий и методов исследования;
- теоретическое осмысление разных форм государственного устройства, в том числе правильных и неправильных (извращенных).

Древний Рим также содержит развернутые исследования политико-психологических феноменов. Плутарх и Светоний провели глубокий анализ в области политической психологии лидеров и самого феномена лидерства. Если Плутарх дал конкретную

³⁰ Аристотель. Политика. — М., 1911. — С. 208.

политико-психологическую модель поведения Цезаря, то Светоний написал "Vitae XII imperatorum" (Биографии 12 императоров), от Цезаря до Домициана.

По сути, это было началом того, что при дальнейшем развитии политической психологии, уже в XX веке стало называться методом психобиографий.

3.2. Политико-психологические идеи Возрождения (Дж. Вико, Н. Макиавелли) и Просвещения (Монтескье, Руссо)

Эпоха Возрождения, отличалась расцветом наук. Этот процесс затронул и политическую психологию. Расширился объект политической психологии от отдельных лидеров до социально-политических общностей. Анализом национально-этнических социальных общностей занимался Вико (Джамбаттиста Vico) - итальянский мыслитель (1668 - 1744 гг.).

Получив юридическое образование, он был профессором риторики, а затем в 1734 году король Карл сделал его своим историографом. Главнейшим трудом Вико была "Новая наука", в которой он изложил свою историко-философскую теорию, по которой все народы проходят свой жизненный путь одинаковым образом, вследствие чего всеобщая история представляет собою вечный круговорот возвращения одних и тех же явлений (*corsi e ricorsi*). Дж. Вико писал: «Нации проходят...через три вида природы, из которых вытекают три вида нравов, три вида естественного права народов, а соответственно этим трем видам права устанавливаются три вида гражданского состояния, т.е. государств»³¹.

Государство соответствует природе управляемых граждан, и нельзя изучать политику в отрыве от их психологии. Относительно же самой человеческой природы Вико писал, что она «разумная,

³¹ Вико Д. Основания новой науки об общей природе наций.— М., 1940.— С. 377.

умеренная, благосклонная и рассудочная... и признает в качестве законов совесть, разум и долг»³².

Сочинение Н. Макиавелли «Государь» является библией не только для множества современных политологов и политических психологов. В этом смысле он был руководством к действию для многих поколений монархов и реальных политиков, для которых власть была смыслом жизни, а овладение искусством управления – миссией.

Н. Макиавелли в своей монографии проделал политико-психологический анализ проблем политического лидерства, описал и раскрыл закулисные психологические механизмы политического поведения монарха («тирана»), использование которых оправдано и необходимо в кризисных ситуациях.

Относительно природы людей Н. Макиавелли был невысокого мнения: «О людях в целом можно сказать, что они неблагодарны и непостоянны, склонны к лицемерию и обману, что их отпугивает опасность и влечет нажива»³³. Люди, считал Н. Макиавелли, по природе своей иррациональны и эгоистичны, и потому для достижения целей их, то есть, общественного, благополучия не может быть и речи о выборе средств: цель оправдывает любые средства.

Н. Макиавелли был верным сыном своей эпохи и достойным учеником отцов-иезуитов. «Цель оправдывает средства» — этот известный девиз основателя ордена иезуитов Игнатия Лойолы стал общепризнанным для политиков той эпохи. Н. Макиавелли так развивал этот принцип: «Из всех зверей пусть государь уподобится двум: льву и лисе. Лев боится капканов, а лиса — волков, следовательно, надо быть подобным лисе, чтобы уметь обойти капканы, и льву, чтобы отпугнуть волков»³⁴.

Однако, при всем иезуитском цинизме своих наставлений, Н. Макиавелли не забывал и о простых людях — подданных государя: «Государь должен следить за тем, чтобы не совершить ничего, что

³² Там же. — С. 379.

³³ Макиавелли Н. Государь. — М., 1990. — С. 50.

³⁴ Там же — С. 52.

могло бы вызвать ненависть или презрение подданных. Если в этом он преуспеет, то свое дело он сделал, и прочие его пороки не представят для него никакой опасности»³⁵.

Макиавеллевские образы «льва» и «лисицы» не просто стали нарицательными в практической и теоретической политической психологии. Эти живые и крайне образные понятия не потеряли актуальности до сих пор. Они широко используются и в практической политике, и в имиджологии — выстраивании выгодного образа политика.

Н. Макиавелли правильно раскрывал механизмы политического кризиса: «Глубокая и вполне естественная вражда, ...порожденная стремлением одних властвовать и нежеланием других подчиняться, есть основная причина всех неурядиц, происходивших в государстве». И объяснял: «Ибо в этом различии умонастроений находят себе пищу все другие обстоятельства, вызывающие смуты в республиках»³⁶.

Макиавелли противопоставлял кризисное общество (в котором одни стремятся властвовать, а другие не желают подчиняться — обратим внимание, как это похоже на ленинские признаки революционной ситуации, когда «верхи» не могут (хотя, безусловно, тоже стремятся), а «низы» не хотят) — обществу стабильному (в котором одни властвуют, а другие подчиняются), и искал корни их различий в разных психологических состояниях значительных масс людей, образующих общество. Сам исторический процесс, включая смену форм государственности, обычно и происходит под влиянием «непреложных жизненных обстоятельств», под воздействием «непреложного хода вещей», в котором прежде всего и проявляются действия людей, в частности, «охваченных определенными настроениями»³⁷. Позиция Н. Макиавелли анти фаталистична и прагматична на фоне своей эпохи и гуманистична в политико-психологическом смысле.

³⁵ Там же. — С. 54.

³⁶ Макиавелли Н. История Флоренции. — Л., 1973. — С. 99.

³⁷ Machiavelli N. Il Principe. Opere complete.— Napoli, 1877.— P.332.

В политической психологии родоначальником теории разделения властей является Монтескье. Он впервые категорично указал на опасность, которая грозит свободе от соединения законодательной, исполнительной и судебной власти в одних и тех же руках. Если законодательная и исполнительная власть, говорит он, "нераздельны друг от друга, в государстве нет свободы, потому что монарх или собрание могут создавать тиранические законы, чтобы их тиранически исполнять. Точно так же не может быть свободы, если судебная власть не отделена от законодательной или исполнительной, ибо в первом случае судья будет законодателем, во втором он будет иметь силу притеснителя. Все погибло, если эти три власти соединены в руках одного и того же лица, аристократического собрания или народа".

Теорию разделения властей Монтескье сближает с теорией координации или уравнивания их. Чтобы учредить умеренное правление, необходимо урегулировать власти, прибавить, так сказать, гирию к одной для того, чтобы она уравнивала другую. Власти должны быть равносильны: они должны взаимно останавливать друг друга и либо действовать согласно, либо пребывать в равновесии, т.е. бездействовать вовсе. Разделение властей, понимаемое как их уравнивание, находится в прямом противоречии с принципом единства государственной власти. Если государственная власть едина, в таком случае в государстве необходимо должна существовать верховная власть, воля которой, именуемая законом, определяет организацию и деятельность всех остальных властей и является самоопределением государства.

Правильно понимаемое разделение властей ничего общего с разделением власти не имеет. Чтобы избежать недоразумений, лучше говорить, как это и делает сам Монтескье, не о разделении, а только о распределении (distribution) трех властей, т. е. трех функций одной и той же власти. Теория разделения властей - или, точнее, распределения функций власти - требует отделения правительственной и судебной власти от законодательной не для того, чтобы поставить их рядом с нею, а для того, чтобы их

подчинить ей; она требует подзаконности правительственной и судебной власти. В этом своем значении рассматриваемая теория является основным началом, краеугольным камнем западноевропейского конституционализма. В ней заключается ключ к пониманию характера и природы правительственной власти в правовом государстве даже в современных условиях.

Ш.Л. Монтескье также понимал важнейшей роли массовой психологии и ее влияния на политические процессы. Он адекватно описывал поведение людей в толпе:

«В трудные времена всегда возникают брожения, которыми никто не предводительствует, и когда насильственная верховная власть бывает сметена, ни у кого уже не оказывается достаточно авторитета, чтобы восстановить ее;... само сознание безнаказанности толпы укрепляет и увеличивает беспорядок. ...Когда был свергнут с престола турецкий император Осман, никто из участников этого мятежа и не думал свергать его..., но чей-то навсегда оставшийся неизвестным голос раздался из толпы, имя Мустафы было произнесено, и Мустафа вдруг стал императором»³⁸.

Политическая теория Ж.Ж.Руссо, во многих отношениях отличная от теории Монтескье, сходится с нею во взгляде на короля, как на исполнителя, слугу законодательной власти, при чем органом ее является не парламент, а весь народ. Всякое законное правительство, говорит Руссо, должно быть республиканским; следовательно, и монархия есть не что иное, как республика ("Contrat soc.", гл. 6, кн. II). В первую эпоху континентального конституционализма воззрение на короля, как на главу исполнительной власти, пользуется всеобщим признанием Ж. Ж. Руссо клал в основу желательного государственного строя полное равенство всех граждан.

Он прямо отдавал предпочтение непосредственной демократии, какая существовала в античные времена. Ж.-Ж. Руссо считал, что практически все люди, в большей или меньшей степени, обладают «внутренним принципом справедливости и добродетели». Такое же

³⁸ Монтескье Ш.Л. Персидские письма. — Элиста, 1988.— Сисьмо LXXX. С. 148.

психологическое качество, как «совесть является основным божественным инстинктом человека»³⁹. Как отмечал Руссо, «люди рождаются свободными, но везде в цепях»⁴⁰. То есть, люди рождаются в цепях общества, но по самой своей природе стремятся к свободе. «Как только человек становится социальным и (следовательно) рабом, он превращается в слабое, робкое и раболепное существо»⁴¹, хотя «в потенциале естественного человека имелись общественные добродетели»⁴².

Эпоха Просвещения серьезно продвинула понимание общих и конкретных психологических факторов в политических процессах, их философско-методологического осмысления.

³⁹ *Rousseau J.J. Emile.* — L., 1933. — Book 4. — С. 253—255.

⁴⁰ *Rousseau J.J. The social contract.* — L., 1991. — С. 49.

⁴¹ *Rousseau J.J. A discourse on the origin of inequality. // The social contract and discourses.* — L., 1910. — С. 182.

⁴² Там же. — С. 205.

ПАРАДИГМАЛЬНЫЕ МОДЕЛИ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПСИХОЛОГИИ

Термин "парадигма" происходит от греческого «paradeigma» — пример, образец и означает совокупность явных и неявных (и часто неосознаваемых) предпосылок, определяющих научные исследования и признанных на данном этапе развития науки. Само понятие существовало еще в античной и средневековой философии и обозначало сферу вечных идей как первообраз, образец, в соответствии с которым бог-демиург создает мир сущего.

Термин "парадигма" в философию науки впервые вводится позитивистом Г. Бергманом, однако подлинный приоритет в его использовании и распространении принадлежит Томасу Куну. В своей книге "Структура научных революций" (1962) Кун говорит о возможности выделения двух основных аспектов парадигмы.: эпистемического и социального.

В эпистемическом плане парадигма представляет собой совокупность фундаментальных знаний, ценностей, убеждений и технических приемов, выступающих в качестве образца научной деятельности, в социальном - характеризуется через разделяющее ее конкретное научное сообщество, целостность и границы которого она определяет. Существование парадигмы, по мнению Куна, связано с периодами нормальной науки, в рамках которых они выполняют проективно-программирующую и селективно-запретительную функции. Смена парадигмы осуществляется посредством научных революций, что связано со своеобразным гештальт-переключением научного сообщества на новую систему мировидения и ценностей.

В современной психологии парадигма трактуется как система теоретических, методологических и аксиологических установок, принятых в качестве образца решения научных задач и разделяемых всеми членами научного сообщества. Парадигма является способом описания эталонных теоретико-методологических оснований научного поиска.

Парадигма – сложное явление и включает в себя три базовых элемента

1. Круг авторитетов, которые являются основателями парадигмы и задают научный предмет, формальный аппарат и язык, характерный для конкретной научной школы.

2. Теория или концепция, определяющая наиболее фундаментальные теоретические и методологические принципы понимания и исследования предмета науки, ценности, задающие господствующие идеалы и нормы построения и обоснования научного знания.

3. Школа, научное сообщество, состоящее из людей, признающих парадигму (Козлов, 2007)

Как правило, парадигма фиксируется в учебниках, трудах ученых и на многие годы определяет круг проблем и методов их решения в той или иной области науки, научной школе.

Политическая психология на сегодняшний момент еще не имеет единой научной парадигмы и мы можем вычленить несколько научных парадигм, которые являются основой научного миропонимания для их представителей.

Любой феномен политической психологии может быть объяснен в рамках разных, иногда даже противоречащих друг другу, научных парадигм и потому нам бы хотелось изложить базовые подходы в современной психологии.

4.1. Физиологическая психология

Вильгельм Вундт, Михаил Сеченов, Иван Павлов

Само появление научной психологии ассоциировано с бурным развитием естественных наук, особенно физиологии и медицины. Более того, первые матрицы объективного психологического исследования были реально физиологическими и медицинскими.

Как известно, основателем научной психологии принято считать В. Вундта, открывшего в 1879 г. первую экспериментальную психологическую лабораторию. В качестве основной задачи психологии Вундт выдвигал разложение процессов сознания на основополагающие элементы и изучение закономерных связей между ними. Можно с уверенностью утверждать, что первые эксперименты в психологии были больше психофизиологическими, чем психологическими. Не зря первоначально термин психофизиология использовался наряду с понятием «физиологическая психология» для обозначения широкого круга исследований психики, опиравшихся на точные объективные физиологические методы регистрации сенсорных, моторных, вегетативных реакций. Таким образом, можно с уверенностью утверждать, что первым предметом психологии является психофизиология органов чувств, ощущений и восприятия и первые эксперименты с данным предметом (Г.Т. Фехнер) посвящены измерениям ощущений в зависимости от величин физических раздражителей, порогов восприятия и построению психофизических шкал.

Не нужно думать, что физиологическая психология, дав первый предмет психологии (психофизиология органов чувств) и научный метод (эксперимент) сошла с научной арены. Дальнейшее ее развитие было настолько успешным, что она охватила все возможные феномены свойства, состояния и процессы психического - психофизиология организации движений, активности, произвольных действий, внимания, памяти и обучения; речи и мышления; мотивации и эмоций; сна, психофизиология стресса;

психофизиология функциональных состояний, дифференциальная психофизиология, изучающая физиологические основы индивидуально-психологических различий и т.д. (Козлов, 2007). Было выработано множество различных концептуальных моделей, позволяющих планировать научные исследования и интерпретировать экспериментальные данные. Одним из существенных аспектов неуклонного вхождения психологии в современную науку является изучение влияния типа характера, темперамента на поведение личности. Основная цель физиологической психологии — объяснить с позиций научных представлений об особенностях когнитивной сферы, типа высшей нервной системы, почему люди ведут себя так, а не иначе.

Проблема изучения поведения человека представляет огромный интерес для политической психологии и для политической науки вообще потому, что политика во всех её проявлениях зависит от человеческой природы и поведения.

Физиологическая психология предпочитает работать с относительно простыми, четкими концепциями, доступными эмпирической проверке. Она также использует выверенные и точные, насколько это возможно, лабораторные методы исследования. Подобная методологическая ориентация предполагает необходимые ограничения: не всякая концепция или метод могут применяться при изучении политической личности. Тем не менее, большинство психологов убеждены в том, что в объяснении сложной природы поведения человека в политической системе в конечном счете наибольший вес будет иметь именно этот научный подход. Хотя то, что В. Вундт трактовал природу политического лидерства как иррационального феномена, объединяющего лидеров и последователей, показывает методологическую ограниченность подхода.

Более того — именно физиологическая психология стала краеугольным камнем материалистически ориентированной советской психологии, которая, опираясь на концепцию свойств

нервной системы, берущую свое начало от работ И. П. Павлова о типах высшей нервной деятельности, разработала целостную универсальную модель психологической науки.

Классики русской физиологии, И.М.Сеченов и И.П.Павлов создали материалистическое учение о рефлекторной деятельности мозга. Известны представления И.М.Сеченова о том, что «все без исключения психические акты... развиваются путем рефлекса. Стало быть, и все сознательные движения, вытекающие из этих актов, движения, называемые обыкновенно произвольными, - в строгом смысле, отраженные... - Первоначальная причина всякого поступка лежит всегда во внешнем чувственном возбуждении, потому что без него никакая мысль невозможна».

И.П.Павлов, следовавший за И.М.Сеченовым, сформулировал учение о рефлексе, которое включает в себе, далее, и учение о детерминации поведения. «Теория рефлекса, - писал И.П.Павлов, - постоянно теперь, как и с самого начала его появления, непрерывно увеличивает число явлений в организме, связанных с определяющими их условиями, т.е. всё более и более детерминирует целостную деятельность организма».

Для того чтобы стать раздражителем рефлекса (безусловного), физический агент должен обладать биологической значимостью для организма, отвечать тем требованиям, которые организм предъявляет к условиям своего существования. Условно-рефлекторная деятельность в качестве деятельности сигнальной направлена, по Павлову, на то, чтобы отыскивать в постоянно изменяющейся среде «основные, необходимые для животного условия существования, служащие безусловными раздражителями...». Раздражитель вызывает у организма соответствующую рефлекторную реакцию потому, что в качестве условия жизни - или того, что сигнализирует их - он отвечает требованиям, которые этот организм предъявляет к среде, - его потребностям. Сами же эти потребности формируются в ходе развития теми условиями жизни, которых они требуют. Таким образом, рефлекторная деятельность, по Павлову, устанавливает связь, единство животного организма с условиями его жизни. А

головной мозг, и особенно его кора, - орган, осуществляющий эту связь. В этом тезисе, по мнению С.Л.Рубинштейна обнаруживает себя исходное положение, общее у Павлова и Сеченова с мичуринской биологией, о единстве организма и условий его жизни, придающее рефлексорной теории её истинный смысл.

И.П.Павлов пошел дальше, высказав положения о физиологических основах сознания: «Сознание представляется мне нервной деятельностью определенного участка больших полушарий, в данный момент, при данных условиях, обладающих известной оптимальной (вероятно, это будет средняя) возбудимостью. В этот же момент вся остальная часть больших полушарий находится в состоянии более или менее пониженной возбудимости. В участке больших полушарий с оптимальной возбудимостью легко образуются новые условные рефлексы и успешно вырабатываются дифференцировки. Это есть, таким образом, в данный момент, так сказать, творческий отдел больших полушарий. Другие же отделы их, с пониженной возбудимостью, на это неспособны... Деятельность этих отделов есть то, что мы субъективно называем бессознательной, автоматической деятельностью.

И.П.Павлов подчеркнул при этом, что участок больших полушарий с оптимальной деятельностью не является навсегда закрепленным, а постепенно перемещается по всему пространству больших полушарий в зависимости от связей, существующих между центрами, под влиянием внешних раздражений.

И.П.Павлов доказал, что основной поведенческий репертуар жестко заложен в определенных нервных сетях, которые связывают определенную реакцию (безусловную реакцию) с определенным стимулом (безусловным стимулом). И эти врожденные реакции дополняются приобретенными (условными) реакциями на первоначально нейтральные стимулы, которые при повторяющихся сочетаниях с безусловной реакцией становятся условными стимулами, то есть сигналами пространственного и/или временного приближения безусловной реакции. При этом, «если врожденное поведение отражает генетически закодированные реакции,

приобретенные поколениями в процессе естественного отбора, то индивидуальное поведение связано с опытом, записанным в памяти организма».

В физиологической психологии доминируют, таким образом, методы экспериментального исследования человеческой психики, разработанные Вильгельмом Вундтом. Их «стерильность», изолированность от социального контекста вызывали и вызывают чувство неудовлетворения у политических психологов.

4.2. Психоанализ

Психоанализ - первая психологическая теория, которая вычленила в качестве предмета *личность* и попыталась объяснить ее динамику. Фрейд не только вычленил личность в качестве предмета психологического исследования и терапии, но и впервые предпринял попытку раскрыть ее в динамическом (как продукт взаимоотношений разных сил), энергетическом (энергетические взаимоотношения в реальном психическом процессе) и структурном (место и роль сознательного, предсознательного и бессознательного: "Оно", "Я", "Сверх-Я" аспектах. В контексте нашей книги нам неважно, какое содержание вкладывал З.Фрейд в эти три аспекта функционирования личности. Тем более, критике и анализу фрейдовского наследия посвящена не одна килотонна научной литературы. Для нас важны три принципиальных тезиса, которые показывают пионерский характер психоанализа как второй волны развития психологии:

А) *новый предмет*, расширение предмета психологии до личности, сложной топологически, динамически и энергетически, и основная задача психоанализа состоит в том, чтобы помочь страдающему человеку понять истинную причину страданий, скрытую в бессознательном, вспомнить забытые травмирующие

переживания, сделать их сознательными и как бы пережить заново; это приводит к эффекту катарсиса. Выявить скрытое, сделать бессознательное содержание осознанным - а значит, доступным осмыслению и отчасти контролю - такова задача психоанализа как психологического метода.

Б) *новое отношение к предмету*, привнесение нового субъект-субъектного диалогического отношения к личности в отличие от субъект-объектного медико-биологического отношения в физиологической психологии. Общие принципы и задачи психоанализа (Э. Фромм) проявляют именно эту сущность второй волны психологии:

- задача психоаналитического лечения - приспособление клиента. Приспособление понимается как способность человека действовать так, как действует большинство людей данной культуры, и принимает социально одобряемые образцы поведения как критерии душевного здоровья. Эта терапия ориентирована только на социальное приспособление и может снизить страдания невротика до среднего уровня. «Приспособленный человек» выставляет себя товаром, в коем нет ничего устойчивого и определенного, кроме потребности доставлять удовольствие и готовности менять роли. Измена высшему Я и человеческим ценностям ведут к внутренней пустоте и непрочности, в конечном счете, к психогенным болезням.

- задача психоанализа - оптимальное развитие личностных способностей и реализация индивидуальности. Она ориентируется на исцеление души и обретение душевного здоровья, кое неотделимо от основной человеческой проблемы - достижения целей жизни: нравственности, цельности и способности любить. Эта терапия помогает достичь внутренней силы, цельности, уверенности в себе, способности суждения и объективной оценки, что делает ее менее уязвимым и зависимым от меняющихся времен и чужих мнений.

В) *новые психологические методы взаимодействия с предметом*. В этом аспекте мы можем зафиксировать появление новых и сущностно психологических методов взаимодействия с предметом: ассоциативный метод, анализ снов и толкование

сновидений, анализ и толкование различных ошибочных и непреднамеренных (случайных) симптоматических действий повседневной жизни (Козлов, 2007).

4.2.1. Формирование основных понятий (детерминизм, сознательное, бессознательное, предсознательное, влечение, либидо, агрессивная энергия, катексис, структура и фазы развития личности) и методов психоанализа

В понятие детерминизма Зигмунд Фрейд вкладывал предположение, что душевная жизнь человека характеризуется непрерывностью и что всякая мысль и всякое поведение имеют значение и причинность. Он утверждал, что «пустота» (nothing) носит случайный характер и менее всего свойственна психическим процессам. Существует повод, даже многочисленные поводы, для каждой мысли, чувства, воспоминания, мечтания или действия. Всякое явление вызывается сознательными или бессознательными намерениями, влечениями, желаниями и определяется событиями, которые ему предшествовали. Кажется, что многие психические явления возникают самопроизвольно; однако Фрейд начал исследовать и описывать скрытые связи, которые соединяют одно сознательное явление с другим.

«Нет необходимости характеризовать то, что мы называем «сознательное». Это подразумевает как сознание философов, так и сознание обывателей» (Freud, 1940, p. 16).

Фрейд описывал психическую организацию как бы разделенной на три компоненты: **сознательное, бессознательное и предсознательное.**

Сознание очевидно, и по этой причине оно — та часть психики, которой наука больше всего занималась до Фрейда. Однако сознательное является лишь небольшой частью психической организации; оно включает в себя только то, что мы осознаем в данный момент времени. Хотя Фрейд интересовался механизмами

работы сознания, его больше привлекали наименее раскрытые и изученные области сознания, которые он обозначил как предсознательное и бессознательное (Herzog, 1991).

Бессознательное

Иногда мысль или чувство, возникающие в сознании, кажутся не имеющими отношения к мыслям и чувствам, которые им предшествовали. Фрейд предположил наличие взаимосвязей, но на бессознательном уровне. Раз наличие бессознательных связей установлено, то разрешаются сомнения по поводу кажущегося отсутствия последовательности. «Мы называем психический процесс бессознательным, существование которого обязаны допустить, — мы заключаем это из его воздействий, — но мы ничего о нем не знаем» (1933, р. 70).

Во внутренних пределах бессознательного находятся инстинктивные элементы, которые никогда не осознаваемы и никогда не доступны сознанию. Кроме того, существует материал, который отделен — подвергнут цензуре и вытеснен — из области сознания. Этот материал не забыт и не потерян, но он никогда не вспоминается. Мысль или воспоминание тем не менее воздействуют на сознание, но косвенным образом.

«Некоторая неадекватность наших психических функций и некоторые поступки, очевидно, являются произвольным подтверждением их полной мотивированности при проведении психоаналитического исследования» (Freud, 1901).

Для бессознательного материала характерны живость и непосредственность восприятия. «Мы установили опытным путем, что бессознательные психические процессы сами по себе не относятся к определенному моменту времени. Прежде всего, можно сказать следующее: они не располагаются хронологически, время не вносит в них никаких изменений, и к ним не может быть применено понятие времени» (Freud in: Fodor & Gaynor, 1958, р. 162). Воспоминания, которым десятки лет, когда они впускаются в область сознания, нисколько не теряют своей эмоциональной силы.

Предсознательное

Строго говоря, предсознательное — это часть бессознательного, которая легко может стать сознательной. Те участки памяти, которые доступны, являются частью предсознательного. К этой области можно отнести, например, вспоминание всего, что человек делал вчера, имен, уличных адресов, даты завоевания Англии норманнами, любимой еды, запаха костра из опавших листьев и необычной формы пирога, съеденного на праздновании десятого дня рождения. Предсознательное подобно вмещающему пространству для воспоминаний функционального сознания.

Влечения

Влечение (Trieb по-немецки) иногда неправильно переводится в некоторых руководствах как «инстинкт» (Bettelheim, 1982, p. 87-88). Влечения, или побуждения, вынуждают действовать в направлении определенных целей без участия сознательного размышления. Такие влечения являются «основным мотивом всей деятельности» (Freud, 1940, p. 5). Фрейд обозначил физические аспекты влечений как потребности и психические аспекты влечений как желания. Эти потребности и желания побуждают людей совершать поступки.

«Нельзя ставить вопрос об ограничении тех или иных основных влечений пределами одной области психики, их присутствие неизбежно повсюду» (Freud, 1940).

Все влечения имеют четыре составных элемента: *источник* (source), *цель* (aim), *стимул* (impetus) и *объект* (object). Источником, то есть местом, где происходит возникновение потребности, может быть какая-то часть или тело человека в целом. Цель должна ослаблять потребность до такой степени, что отпадает необходимость в действии; это дает организму удовлетворение его актуальных желаний. Стимул — это количество энергии, сила или давление, которое используется для удовлетворения влечения. Объект влечения — это любая вещь или действие, позволяющее удовлетворить исходное желание.

Рассмотрим случай, в котором эти составные элементы проявляются на примере человека, томимого жаждой. Тело человека

постепенно обезвоживается до тех пор, пока ему не потребуется снова какое-то количество жидкости; источник — это растущая потребность в жидкости. Когда потребность становится сильнее, возникает ощущение жажды. Когда же эта жажда не удовлетворяется, она становится более явной. И наконец, сила жажды возрастает настолько, что делает стимул или энергию способной действовать таким образом, чтобы уменьшить силу жажды. Цель должна ослабить состояние напряжения. Решение проблемы заключается не просто в какой-то жидкости — молоке, воде или пиве, — но во всех действиях, которые приводят к ослаблению напряжения. Эти возможные действия включают в себя следующие поступки: встать, пойти на кухню, выбрать среди разных напитков один, приготовить и выпить его. Решающим моментом для запоминания является то, что влечение может быть полностью или частично удовлетворяемо множеством способов, невзирая на то, инстинктивны или нет исходные ответные действия по поводу поиска путей решения проблемы.

Способность удовлетворять потребности у животных часто ограничена моделью стереотипного поведения. Влечения человека только инициируют потребность в действии; они не определяют детали действия или того, как оно завершится. Множество решений, доступных для индивида, — это совокупность его или ее исходного биологического побуждения, психического «желания» (которое может быть, а может и не быть сознательным) и сонма предшествующих мыслей, привычек и наличествующих взглядов.

Фрейд предположил, что нормальная, здравомыслящая модель поведения заключается в стремлении уменьшить состояние напряжения до приемлемого уровня. Человек, у которого имеется в наличии некая потребность, будет продолжать заниматься поисками путей, которые смогут ослабить первоначальное состояние напряжения. Завершенный цикл поведения — от релаксации к напряжению, действию и обратно к релаксации — назван моделью *напряжения—ослабления* (tension—reduction). Напряжение снимается при помощи возвращения физического тела к состоянию равновесия, которое существовало до того, как возникла потребность.

Множество кажущихся полезными мыслей и моделей поведения в действительности не ослабляют напряжения; напротив, они могут вызывать и поддерживать состояние напряжения, стресса или тревоги. По Фрейду, такие мысли и модели поведения указывают на то, что открытое проявление влечения искажено или заблокировано.

Основные влечения

Фрейд раскрыл два вида основных влечений. Его ранняя модель описывала две противоположные силы: сексуальную (в более широком смысле эротическую или доставляющую физическое удовольствие) и агрессивную, или деструктивную. Позднее он описал эти силы более масштабно: одну в качестве силы, поддерживающей жизнь, другую в качестве силы, потворствующей смерти (и разрушению). Обе формулировки подразумевают биологическую, поведенческую и неразрешенную пару противоречий. Проявление этого основного антагонизма необязательно для душевной жизни человека, поскольку большинство наших мыслей и поступков вызваны действием этих инстинктивных сил, но не каждой в отдельности, а в их единой комбинации.

Фрейд был поражен разнообразием и сложностью, присущими поведению человека, которое является результатом взаимодействия основных побуждений. «Сексуальные влечения удивительны по причине своей гибкости, по той легкости, с которой они могут менять свои объекты, по своей взаимозаменяемости, то есть по непринужденности, с которой они заменяют один вид удовольствия другим, и по способу, которым можно временно приостановить их воздействие» (1933, р. 97). Фрейд отметил, что объектом сексуального влечения может быть множество вещей. Сексуальное желание, например, может удовлетворяться посредством сексуальной активности, но также и при просмотре эротических фильмов, разглядывании изображений, чтении соответствующей литературы, фантазировании, а также, как показали исследования, во время еды, питья и даже при выполнении физических упражнений. Влечения — это каналы, по которым может течь энергия, но эта энергия подчиняется своим собственным законам.

«Человек страдает неврозом, если его это теряет способность каким-то образом распределять свое либидо» (Freud, 1916).

Либидо и агрессивная энергия

Каждое из этих обобщенных влечений имеет свой особый источник энергии. **Либидо** (лат. libido — страстное влечение, сильное желание) — это энергия, которая наличествует у влечения к жизни. «Ее вырабатывание, усиление или ослабление, распределение и перемещение может предоставить нам возможность объяснения наблюдаемого психосексуального феномена» (Freud, 1905 a, p. 118).

Одной из характеристик либидо является его «мобильность» — это та легкость, с которой оно может переключаться с одной зоны внимания на другую. Фрейд изобразил изменчивую природу эмоциональной восприимчивости (responsiveness) в виде потока энергии, устремляющегося к областям непосредственного интереса и вытекающего из них.

Агрессивная энергия, или влечение к смерти, не имеет специального названия. Предположительно ее основные свойства такие же, как и у либидо, хотя Фрейд не дал четкого описания.

Катексис

Катексис — это способ, посредством которого имеющаяся в наличии либидозная, психическая энергия привязывается или вкладывается в какого-то человека, идею или вещь. Либидо в состоянии катексиса больше не мобильно и не может перейти к новым объектам. Причина этого кроется в той области психики, которая притягивает и удерживает его (либидо).

Немецкое слово Besetzung, которое Фрейд использовал для обозначения этого понятия, имеет как значение «захватывание», так и значение «вкладывание». Если вы представите ваш запас либидо как некое данное количество денег, то катексис — это способ их вложения. Раз уж какая-то часть денег инвестирована или вложена, она остается там, позволяя вам инвестировать то, что осталось, в другом месте.

Например, психоаналитические изучения случаев переживания скорби по поводу смерти близкого человека интерпретируют отсутствие интереса к повседневным делам и излишнюю сосредоточенность на недавно умершем человеке как уход либидо из сферы обычных взаимоотношений и как катексис крайней степени по отношению к ушедшему.

«Существуют определенные патологические состояния, которые, по-видимому невозможно объяснить, не постулируя того, что субъект извлекает конкретное количество энергии, которую он распределяет в различных пропорциях в его взаимоотношениях с объектами и с самим собой» (La Planche & Pontalis, 1973, p. 65).

Психоаналитическая теория связана с пониманием того, где либидо «привязалось» (cathected) неподходящим образом. Когда эта энергия освобождается и перенаправляется, тогда она становится пригодной для удовлетворения других имеющихся потребностей. Необходимость высвобождения пограничных энергий (bound energies) обнаруживается в идеях Карла Роджерса (Carl Rogers) и Абрахама Маслоу (Abraham Maslow), а также в буддизме и суфизме. Каждая из этих теорий приходит к различным выводам относительно источника психической энергии, но все согласны с утверждением Фрейда о том, что идентификация и направленность психической энергии — это главный вопрос в понимании личности.

Структура личности

Фрейд наблюдал у своих пациентов бесконечное число душевных конфликтов и компромиссов. Он увидел, что одно влечение противостоит другому, общественные запреты препятствуют проявлению биологических побуждений, а способы для того, чтобы справиться с этим, зачастую противоречат друг другу. Только позднее в своей работе он упорядочил для себя этот кажущийся хаос, предложив три основные структурные компоненты психической организации: *ид* (Id), *эго* (Ego) и *суперэго* (Superego). Они являются в настоящий момент общепринятыми английскими терминами, но представляют собой искусственные отвлеченные понятия и

оставляют впечатление, отличное от того, которое имел в виду Фрейд. Его обозначения для каждого понятия были простыми и ясными. Das es (Id) просто означает «оно», das Ich (Ego) — «я» и das uber-Ich (Superego) — «сверх-я». Слишком поздно исправлять огрехи, сделанные при первоначальном переводе работ Фрейда на английский язык. Его произведения были переведены умышленно непонятно, чтобы этой наукообразностью привлечь американскую публику того времени (Bettelheim, 1982).

Ид

Ид — исходная суть для остальных проявлений личности. Оно является биологическим по своей природе и содержит в себе источник энергии для всех инстанций в структуре личности. Несмотря на то, что другие области сознания развивались исходя из ид, само по себе ид примитивно и неорганизовано. «Логические законы мышления не применимы к ид» (Freud, 1933, p. 73). Кроме того, ид не модифицируется по мере развития и достижения зрелого возраста. Ид не меняется под воздействием жизненного опыта, так как оно не находится в контакте с внешним миром. Его задача заключается в ослаблении состояния напряжения, усилении удовольствия и доведении до минимума состояний дискомфорта. Ид старается выполнить это при помощи рефлекторных действий (автоматических реакций, таких, как чихание или мигание) и при помощи психологических процессов в других областях психики.

«В структуре ид ничто не связано с понятием времени, не признается течение времени и (что весьма удивительно и ожидает адекватного внимания со стороны философской мысли) не существует изменений в психических процессах с течением времени... Естественно, ид не имеет представления ни о ценностях, ни о добре и зле, ни о нравственности» (Freud, 1933, p. 74).

Ид может быть уподоблено слепому королю, который наделен абсолютной властью и полномочиями, но чьи доверенные советники, главным образом эго, указывают ему, как и где использовать эту власть.

Содержание ид почти полностью бессознательно. Оно включает в себя примитивные мысли, которые никогда не осознаются, и мысли, которые сознание отвергает и обосновывает для себя как неприемлемые. Согласно Фрейду, переживания, которые отвергаются или подавляются, все же обладают способностью воздействовать на поведение человека с неослабевающей интенсивностью и без участия какого-либо контроля сознания.

Эго

Эго — структурная компонента психики, которая находится в контакте с реальностью внешнего мира. Оно развивается из ид по мере того, как ребенок начинает осознавать свою собственную индивидуальность, удовлетворять и умиротворять повторяющиеся требования ид. Для того чтобы выполнить это, эго, подобно коре дерева, защищает ид, но также питается его энергией. Его задача заключается в обеспечении жизнеспособности личности, безопасности и здоровой психики. Фрейд постулировал, что эго имеет особые функции по отношению как к внешнему миру, так и к внутреннему, чьи побуждения оно старается удовлетворить.

Его основные свойства включают в себя контроль над произвольными движениями и ту сторону деятельности, которая направлена на самосохранение. Оно осознает события внешнего мира, соотнося их с прошедшими событиями, затем через активность либо избегает определенных обстоятельств, адаптируется к ним, либо изменяет реалии внешнего мира, чтобы сделать их безопаснее или комфортнее. Рассматривая «внутренние события», оно пытается сохранить контроль над «требованиями инстинктов, решая, должны ли они быть приняты во внимание для получения удовлетворения, или откладывая это удовлетворение до более благоприятных времен и обстоятельств внешнего мира, или же полностью подавляя их возбуждение» (1940, р. 2-3). Деятельность эго заключается в регулировании уровня напряжения, создаваемого внутренними или внешними раздражителями. Увеличение напряжения ощущается как состояние дискомфорта, тогда как уменьшение напряжения — как

состояние удовольствия. Поэтому эго стремится к удовольствию и ищет пути, чтобы избежать и преуменьшить страдание.

«[Мы] могли бы сказать, что эго символизирует разум и здравый смысл, тогда как ид символизирует необузданные страсти» (Freud, 1933).

Таким образом, эго изначально сотворено ид в попытке справиться со стрессом. Однако, чтобы выполнить это, эго должно, в свою очередь, контролировать или модулировать влечения, исходящие от ид, так чтобы индивид мог следовать реалистическому подходу к жизни.

Назначение любовного свидания является примером того, как эго контролирует сексуальные влечения. Ид чувствует напряжение, возникающее от неудовлетворенного сексуального возбуждения, и без влияния эго могло бы уменьшить это напряжение при помощи немедленного и прямого сексуального действия. В рамках свидания, однако, эго может определить, в какой мере возможно сексуальное выражение и как создать ситуацию, в которой сексуальный контакт наиболее осуществим.

Суперэго

Последняя компонента структуры личности образуется не из ид, а из эго. Суперэго служит судьей или цензором поступков и мыслей эго. Это хранилище моральных норм, стандартов поведения и тех образований, которые формируют запреты для личности. Фрейд описал три функции суперэго: совесть, самонаблюдение и формирование идеалов. В качестве совести суперэго выполняет роль по ограничению, запрещению или осуждению деятельности сознания, а также бессознательных действий. Бессознательные ограничения — это не прямые ограничения, а проявляющиеся в виде принуждений или запрещений. «Страдалец... ведет себя так, как будто у него преобладает чувство вины, о которой он ничего не знает» (1907, p. 123).

«[Суперэго] похоже на тайный департамент полиции, безошибочно определяющий любые тенденции со стороны запретных

влечений, особенно агрессивного плана, и безжалостно карающий человека, если присутствуют любые из этих тенденций» (Horney, 1933, p. 211).

Суперэго разрабатывает, развивает и утверждает моральные нормы личности. «Суперэго ребенка в действительности базируется не на образах родителей, а на их суперэго. Содержание его — тоже самое, оно служит сохранению традиций и устойчивой системы ценностей, передающихся из поколения в поколение» (1933, p. 39). Ребенок поэтому узнает не только реальные жизненные ограничители в любой ситуации, но также нравственные убеждения родителей, прежде чем быть в состоянии действовать для получения удовольствия или для уменьшения напряжения.

Взаимосвязь между тремя подструктурами

Высшая цель психической деятельности заключается в том, чтобы поддерживать (а когда потерян, то достичь снова) тот приемлемый уровень динамического равновесия, который предельно увеличивает удовольствие в результате уменьшения напряжения; используемая энергия создается ид, которое имеет примитивную, инстинктивную природу. Эго, развивающееся из ид, существует, чтобы рассматривать реалистически основные побуждения, исходящие от ид. Оно также выступает посредником между силами, которые оказывают влияние на ид, суперэго и требованиями реальности внешнего мира. Суперэго, развиваясь на основе эго, выполняет роль нравственного тормоза или контрсилы по отношению к практической деятельности эго. Оно выставляет ряд установок, которые определяют и ограничивают гибкость эго.

Ид полностью бессознательно, тогда как эго и суперэго только отчасти таковы. «Несомненно значительные области эго и суперэго могут оставаться бессознательными и являться, в действительности, обычным бессознательным. Это значит, что человек ничего не знает об их содержании и требуется затратить определенные усилия, чтобы заставить его осознать их» (Freud, 1933, p. 69).

Главная задача психоанализа, выражаясь этим языком, заключается в том, чтобы усилить эго, сделать его независимым от чрезмерно строгого отношения со стороны суперэго и повысить его способность к рассмотрению материала, ранее вытесненного или скрытого в ид.

Психосексуальные фазы развития

По мере того как младенец становится ребенком, ребенок — подростком, а подросток — взрослым человеком, происходят характерные изменения в том, что является предметом желания и как эти желания удовлетворяются. Эти сменяющие друг друга способы получения удовольствия и физические аспекты удовольствия представляют собой основные элементы в описанных Фрейдом фазах развития. Фрейд использовал термин **фиксация** для описания того, что имеет место в том случае, когда человек не развивается нормально от фазы к фазе, а остается на какой-то определенной фазе развития. Человек, фиксированный на определенной фазе, имеет тенденцию искать удовлетворение своих потребностей более простыми способами, скорее как ребенок, чем как взрослый человек при нормальном развитии.

«Психоанализ стал первым в психологии рассматривать тело человека в целом как место существования... Психоанализ является глубоко биологическим по своей сути» (Le Barre, 1968).

Оральная фаза

Оральная фаза начинается с момента рождения, когда и потребности, и их удовлетворение предполагают участие губ, языка и, немного позднее, зубов. Основным стимулом младенца не социальный и не межличностный: просто получить пищу и ослабить состояние напряжения от голода и жажды. Во время кормления ребенка также успокаивают, прижимают к себе и убаюкивают. Ребенок ассоциирует как удовольствие, так и ослабление напряжения с процессом кормления.

Рот — это первая зона тела, которую ребенок может контролировать, большая часть либидозной энергии направлена туда или сфокусирована на этой зоне. По мере созревания ребенка развиваются другие части тела. Однако некоторое количество энергии остается перманентно прикрепленным или «заряженным» (cathected) по отношению к способам орального удовлетворения. Во взрослом состоянии существует множество усовершенствованных привычек и сохраняется интерес к поддержанию оральных удовольствий. Поглощение пищи, сосание, жевание, курение, кусание, облизывание или чмоканье губами являются физическими выражениями этих интересов. Те, кто постоянно грызет что-то, курильщики и те, кто часто переедает, могут быть частично фиксированными на оральной фазе; это люди, чье психологическое созревание, возможно, не завершено.

Поздняя оральная фаза, после того как у ребенка появляются зубы, содержит в себе удовлетворение агрессивных инстинктов. Кусание груди, вызывающее у матери боль и приводящее к фактическому удалению от груди, является примером этого рода. Сарказм взрослого, вырывание силой чьей-то пищи и сплетничество описываются как имеющие отношение к этой фазе развития.

Сохранение некоторого интереса к оральным удовольствиям — это нормальное состояние. Оральное удовлетворение может рассматриваться как патологическое в том случае, если это доминирующий способ удовлетворения, то есть если человек зависит от оральных привычек для ослабления состояния беспокойства или напряжения.

Анальная фаза

По мере того как ребенок растет, в осознание вносятся новые зоны напряжения и удовлетворения. В возрасте между двумя и четырьмя годами ребенок в основном учится управлять анальным сфинктером и мочевым пузырем. Ребенок уделяет особое внимание мочеиспусканию и дефекации. Обучение туалетным навыкам вызывает естественный интерес к самоузнаванию. Повышение

физиологического контроля ассоциируется с осознанием, что такой контроль является новым источником удовольствия.

Кроме того, дети быстро учатся тому, что возрастающий контроль приносит им внимание и похвалы со стороны родителей. Неудача при обучении туалетным навыкам, вызывающая искреннее огорчение родителей, позволяет ребенку требовать внимания как в случае успешного контроля, так и в случае ошибки.

Характерные черты взрослого человека, связанные с частичной фиксацией на анальной фазе, — это аккуратность, бережливость и упорство. Фрейд заметил, что эти три черты характера обычно бывают заложены одновременно. Он упоминает сочетание «анальный характер», при котором манеры поведения тесно связаны с тяжелыми переживаниями, испытанными во время этого периода в детстве.

Некоторая доля смущения, которая может сопровождать анальную фазу развития, заключается в очевидном противоречии между щедрыми похвалами и одобрением, с одной стороны, и мыслью о том, что все, что касается туалета, неприлично и должно сохраняться в тайне, с другой стороны. Ребенок вначале не понимает, что деятельность его или ее кишечника и мочеиспускание не имеют ценностного значения. Маленькие дети любят наблюдать работу унитаза в момент смывания водой, часто махая рукой и говоря «до свидания» своим испражнениям.

Не является редкостью, когда ребенок предлагает продукт деятельности своего кишечника родителям в подарок. Получив похвалы от родителей за то, что он сходил в туалет, ребенок может быть удивлен и сконфужен, если родители реагируют с отвращением на его подарок. Немногие из сфер современной жизни обременены такими запретами и табу, как туалетные навыки и манеры поведения, типичные для анальной фазы.

Фаллическая фаза

Начиная с трехлетнего возраста ребенок переходит в фаллическую фазу развития, которая сфокусирована на гениталиях. Фрейд утверждал, что эта фаза характеризуется как фаллическая, так

как в этот период ребенок пытается осознать, есть у него пенис или нет. Это первая фаза, в которой дети начинают понимать различия полов.

Фрейд пытался понять напряженные состояния детских переживаний во время сексуального возбуждения, то есть удовольствия от стимуляции в области гениталий. Это возбуждение, в детском понимании, связано с близким физическим присутствием родителей. Удовлетворить стремление к такому контакту становится для ребенка все более затруднительным; он борется за близость, которую родители разделяют друг с другом. Эта фаза характеризуется детским желанием лечь в постель с родителями и возникающей ревностью из-за внимания, которое родители уделяют друг другу. Фрейд заключил из своих наблюдений, что во время этого периода как у мужчин, так и у женщин развиваются страхи, связанные с сексуальными проблемами.

«Итак, вы тоже сознаете, что эдипов комплекс стоит у истоков религиозного сознания. Bravo!» (Freud, Letter to Jung; in: McGuire, 1974).

Фрейд увидел, что дети в фаллической фазе развития реагируют на своих родителей как на потенциальную угрозу для осуществления их потребностей. Таким образом, для мальчика, который хочет быть близким к своей матери, отец приобретает некоторые черты соперника. В то же самое время мальчики хотят любви и привязанности со стороны отца, из-за чего мать выглядит как соперница. Ребенок в такой ситуации находится в противоречивом состоянии желания и боязни обоих родителей.

Для мальчиков Фрейд назвал этот конфликт **эдипов комплекс** в честь героя трагедии древнегреческого драматурга Софокла. В известной версии этого мифа Эдип убивает своего отца, а затем женится на матери (не зная ни того, ни другого родителя). Когда он в конце концов осознал, кого он убил и на ком женился, Эдип выколол себе глаза. Фрейд считал, что каждый ребенок мужского пола переживает подобную внутреннюю драму. Он хочет владеть своей матерью и для достижения этой цели убрать отца как соперника. Он

также боится своего отца и опасается, что он, ребенок, будет кастрирован отцом и останется лишенным пола. Тревога, связанная с кастрацией, страх и любовь к отцу, а также любовь и сексуальное желание по отношению к матери никогда не могут быть полностью разрешены. В детстве весь этот комплекс подавляется. Среди первых задач развивающегося суперэго — удержать этот нарушающий душевное равновесие конфликт вытесненным из сферы сознания, чтобы защитить ребенка от его воздействия.

«Каждый аспект женского эдипова комплекса подвергнут действенной критике с использованием эмпирических данных и методов, которые не существовали во времена Фрейда» (Emmanuel, 1992, p. 27).

Для девочек существует аналогичная проблема, но ее выражение и решение принимают другие формы. Девочка хочет обладать своим отцом и видит в матери главную соперницу. Мальчики подавляют свои чувства частично из-за страха кастрации. У девочек это выглядит по-другому. Подавление их желаний переживается менее тяжело и не в такой полной мере. Отсутствие напряженности позволяет девочке «оставаться в эдиповой ситуации в течение неопределенного периода времени. Она только откладывает ее на более поздний период своей жизни, оставляя ее неразрешенной» (Freud, 1933, p. 129).

Латентный период

Какую бы форму разрешения конфликтов мы ни рассматривали, оказывается, что большинство детей видоизменяют свои привязанности к родителям и сосредотачиваются на отношениях со сверстниками, на учебе в школе, спорте и других занятиях. Эта фаза, длящаяся с 5 или 6 лет и до начала подросткового возраста, названа латентным периодом. Это время, когда неразрешенные сексуальные желания фаллической фазы не рассматриваются эго, а успешно подавляются суперэго.

«С этого момента и до половой зрелости... сексуальность не развивается; напротив, сексуальные устремления ослабляются и многое из того, что дети знали или практиковали до этого,

забрасывается и забывается. В этот период, после того как ранние цветы сексуального развития увядают, закладываются такие основы в структуре эго, как стыд, отвращение и нравственное поведение, предназначенные для противостояния бурям периода половой зрелости и управления недавно пробудившимися сексуальными желаниями» (1926, р. 216).

Как для родителей, так и для детей это относительно спокойный, небогатый событиями период.

Генитальная фаза

Заключительный этап биологического и психологического развития, генитальная фаза, имеет место с наступлением половой зрелости и является результатом возвращения либидозной энергии к сексуальным органам. Теперь мальчики и девочки вынуждены осознать сексуальные различия и начинают искать пути удовлетворения своих эротических и межличностных запросов. Фрейд полагал, что гомосексуализм на этой стадии есть результат отсутствия адекватного развития и что гетеросексуальность есть свойство здоровой личности (позиция, которой до сих пор придерживаются в некоторых странах, несмотря на современное понимание многообразия проявлений нормального сексуального развития).

Психотерапия и политика

Политический психоанализ имеет давнюю традицию и включает в себя как культурологические статьи Фрейда, так и его переписку (в частности, с А. Эйнштейном - "Почему война?"), а также работы Фенихеля (Fenichel O.), Райха (Reich W.), традиция которых активно поддерживается в современной аналитической психологии.

Фрейд, называя себя "далеким от мирских дел теоретиком", старался держаться в стороне от реальной политики, и собственно политической проблематике посвящено сравнительно не большое число его работ: "В духе времени: о войне и смерти" (1915), "Почему война?" (1933). Поэтому большинство последующих

психоаналитических исследований политики строились на адаптации методики Фрейда к анализу политико-психологических явлений. Это произошло, например, с работой "Человек по имени Моисей и монотеистическая религия" (1937), где Фрейд продемонстрировал способ анализа национального характера; "Массовая психология и анализ человеческого Я" (1921), оказавшая большое влияние на последующую социальную и политическую психологию.

Логика вызревания проблем политической психологии в структуре классического психоанализа можно проследить в психологическом исследовании З. Фрейда и У. Вильсона "Томас Вудро Вильсон. 28-й президент США. Психологическое исследование" (1938), которая была первой психоаналитической биографией политика и стала основой для дальнейших работ в этом направлении. Фрейдом в его совместной работе с У. Буллитом была предпринята попытка осмыслить с позиции психоанализа личность политика, оценить влияние бессознательных процессов на формирование политических убеждений и принимаемых решений.

В качестве примера психоанализа на наш взгляд, имеет смысл привести этот пример более подробно.

З. Фрейд и У. Вильсон отмечают высокую степень нарциссизма у будущего американского президента, то есть перенос либидо с внешних объектов на себя, нарушение принципа реальности. Томми, болезненный, оберегаемый, балуемый и любимый отцом, матерью и сестрами, не избежал чрезмерного сосредоточения интереса на самом себе. "На самом деле он всегда чрезмерно любил себя. Все имеющиеся у нас факты говорят о том, что он всегда восхищался собой или грандиозностью своих планов". Нарциссизм, вообще, выступает у З. Фрейда в качестве неотъемлемого признака политического лидера. Властность, самоуверенность, независимость, другие люди любимы им только до тех пор, пока они ему нужны, способность вызывать страх - вот те качества, которыми наделен, по мнению Фрейда, любой лидер. И именно подобные качества позволяют ему управлять и властвовать над толпой, которая в равной степени любит и ненавидит его, боится и подчиняется.

В работе констатируется огромная роль отца в детстве Вильсона: последний был для него значительным объектом любви. Пастор, пользующийся авторитетом в семье и у прихожан, внимательный и ласковый к сыну, бывший главным Божьим избранником, который доносил слово Божье до прихожан, стал для набожного сына гигантской фигурой его детства. "Многие мальчики восхищаются своими отцами; но не многие восхищаются ими столь чрезмерно и безоговорочно, как это было в случае с маленьким Томми Вильсоном".

Это определило специфику разрешения Эдипова комплекса у Вильсона. Часть его агрессивности в отношении отца была вытеснена и поэтому в зрелые годы искала выхода на объектах, имеющих то или иное сходство с отцом (см. эволюцию его отношений с профессором Принстона Эндрю Ф. Вестом, с Генри К. Лоджем, председателем сенатского комитета по внешним сношениям). Другая ее часть породила возвышенное и требовательное Сверх-Я. О характере человека с подобной психической инстанцией уже говорилось. Томми Вильсон мыслил установками своего отца: отсюда его страсть к риторике, он повторял его слова, подражал ему; в юности одевался так, что его ошибочно принимали за пастора, и женился, подобно отцу, на женщине, рожденной и воспитанной в доме пресвитерианского пастора. В характере Вильсона преобладала пассивность по отношению к отцу, что привело к преобладанию в его политических действиях пассивных методов. "Он боролся с лидерами союзников, - читаем мы в книге, - не мужскими, а женскими методами: воззваниями, мольбами, уступками, подчинением".

Идентификация с отцом была крайне религиозной, что вылилось в непреодолимое желание Вильсона уподобиться не только земному отцу, но и отцу небесному. Это привело американского президента к стремлению играть в период Первой мировой войны и Парижской мирной конференции роль "спасителя человечества", призывать американский народ "выступить в крестовый поход за мир". Не случайно премьер-министр Франции Жорж Клемансо, описывая

Вильсона отмечал: "Он считает, что является еще одним Иисусом Христом, сошедшем на Землю, чтобы исправлять людей".

Его отношения с младшим братом стали моделью его отношений с друзьями. Вильсон всегда испытывал потребность в младшем брате, то есть ему нравилось играть роль отца при молодом и физически более слабом мужчине. Но к этому примешивается чувство враждебности и "предательства" (конкуренция в чувствах родителей). Соавторы полагают, что именно эти эмоции повлияли на отношения президента с Джоном Г. Гиббеном, вначале любимом другом по Принстону, позднее забытом, с полковником Эдвардом М. Хаузом, со своим секретарем Джозефом П. Тьюмалти.

В соответствии с подходом Фрейда, на протяжении всей своей жизни человек бессознательно разыгрывает "драму" своих отношений с родней, проецируя ее на других. Это происходит не только в личной, но и профессиональной жизни Вильсона. Бессознательное не имеет контактов с внешним миром и, следовательно, фиксированные в детстве модели взаимоотношения с людьми не могут измениться, так что реальное международное положение, европейская политика США не имеют никакого значения для понимания поступков и решений 28-го президента. Политическая драма государств и наций времен Первой мировой войны разыгрывается на фоне бессознательной драмы одного человека. Причем последняя, по Фрейду, играет явно основополагающую роль для понимания происходящих процессов.

Хотя Вильсон был некрасив собой, слаб телом и невротичен, сильное Сверх-Я вело его, начиная с поступления в Принстон, от успеха к успеху. Идентификация с Гладсоном помогла ему преодолеть желание отца видеть сына священником и подвигла его к общественной и политической деятельности. Всем известна любовь президента к риторике, к произнесению речей, привитая ему отцом проповедником. Отождествление с ним приводило к тому, что он пытался сделать свои ораторские приемы столь же приятными для слуха, а обобщения - столь же яркими, какими они запали в его душу из проповедей отца. То, что эти обобщения могли не соответствовать

фактам, мало беспокоило его. "Они существовали ради них самих, как выходы для его отождествления себя с отцом". Нет ничего удивительного, что он привык забывать факты, когда ему было неудобно их помнить. Он игнорировал неприятный для него факт существования у союзников секретных договоренностей по разделу послевоенного мира. Поэтому его борьба в Париже "за справедливый и прочный мир" была заранее обречена на провал.

Действия президента в ходе мировой войны, заключение Версальского мирного договора и основание Лиги наций рассматриваются либо через призму его отождествления с Христом, либо объясняются соотношением пассивности и активности в его характере. Так идентификация с Богом-сыном сдерживает его воинственные побуждения, уравнивает симпатии к Англии и заставляет уклоняться от объявления войны Германии. Драматический отход Вильсона от выдвинутых им 14 пунктов для установления перемирия и согласие на заключение явно несправедливого мира объясняются опять-таки особенностями его детского развития. Американский президент желал быть судьей мира и утвердить справедливый "божий закон" в послевоенной Европе, но натолкнулся на политические реалии (секретные договоры союзников) и сопротивление Ллойда Джорджа, Клемансо и Орландо, преследующих корыстные интересы своих государств. Причина, по мнению авторов, в том, что глубоко пассивному к своему отцу Вильсону "женская основа его натуры" не позволила сражаться с европейскими лидерами посредством силы. Время от времени, намереваясь предпринять решительные действия, он в ходе секретных переговоров постоянно сдавал свои позиции, лишь бы как можно скорее, обеспечить мир Европе.

В работах Фрейда существуют две функции психоанализа по отношению к политической психологии:

- 1) применение психоанализа в целях анализа цивилизации и культуры, которые рассматриваются как специфические структуры, одна из основных функций которых состоит в подавлении асоциальных тенденций поведения в социуме;

2) использование психоанализа в качестве метода изучения конкретных исторических и общественных персоналий, а также (как вариант) для индивидуального анализа, который позволяет устранить симптомы и расстройства отношений, обусловленные бессознательными факторами у тех или иных политических лидеров.

Психоаналитический портрет политика рассматривается как нашедшего удачную сублимацию невротика. Политик является точкой соприкосновения личной и массовой невротичности. Решающее значение в глубинной мотивации политической активности и поведения имеет детство политика. Эволюция форм политического устройства общества ассоциируется психоаналитическое учением о стадиях психосексуального развития а политическая идеология рассматривается как разновидность защитной рационализации кастрационного страха.

Особый вклад психоанализ внес в формирование новых политических понятий, например концепции "взаимных гарантий", согласно которой ни один из участников конфликта не может получить удовлетворения за счет другой конфликтующей стороны и подлинное разрешение конфликта возможно лишь в условиях взаимных гарантий, подразумевающих эмпатическое прояснение тревог другого человека (социальной или национальной группы).

Существенную роль в этой области знаний играет анализ проблем, связанных с возникновением и особенностями функционирования такого феномена, как "образ врага", реализуемого преимущественно в форме субъективного "фантазма".

Впервые эта и ряд других психоаналитических концепций были успешно апробированы в процессе подготовки Кэмп-Дэвидского соглашения между израильянами и арабами. В процессе этой работы, в которой принимали участие ряд ведущих психиатров и психоаналитиков США, было установлено, что межнациональные конфликты в ряде случаев развиваются по "паранойяльным" сценариям, а их предотвращение и коррекция возможны лишь при искусном использовании современных психотерапевтических техник и лишь в процессе достаточно длительной социальной терапии

(наряду с другими "терапевтическими", включая экономические, факторами).

Понятие политического психоанализа несет двойную смысловую нагрузку. С одной стороны, речь идет о психоанализе политики, предметом которого является объяснение бессознательных фантазий и иллюзий, связанных с политической и общественной жизнью, с другой стороны - и это часто упускают из вида - о политике психоанализа, т. е. о том, в какой мере психоаналитические теории являются частичным отражением и констатацией текущего состояния общественного сознания или выходят за рамки общественного сознания и характерных для него защитных механизмов, и таким образом могут объяснять данные явления. Плодотворное развитие политического психоанализа и психоаналитической мысли в целом возможно лишь в том случае, если психоаналитики смогут ответить на данный вопрос, однако для этого им необходимо изучать как общество, в котором существует психоанализ, так и влияние этого общества на сам психоанализ.

Г. Маркузе, предлагая современное философское толкование взглядов З. Фрейда, признал психоаналитическую идею о детерминации культуры архаическим наследием, но утверждал, что прогресс все же возможен при самосублимации сексуальности в Эрос и установлении либидозных трудовых отношений, в общем понимаемых как социально полезная деятельность, не сопровождающаяся репрессивной сублимацией. Движение в этом направлении, по Г. Маркузе, предполагает преодоление прибавочной репрессии (дополнительного подавления), порождаемой преимущественно современными формами производства и отчужденного труда. В связи с этим придавал большое значение превращению труда в свободную игру человеческих способностей. Исследовал происхождение и диалектику репрессивной цивилизации, но в отличие от З. Фрейда, считавшего, что репрессивный характер цивилизации не может быть изменен без катастрофических последствий, призывал к преодолению репрессивного изобилия и формированию нового мира человека, соответствующего его

жизненным инстинктам. Предложил версию нового понимания принципа реальности и исследовал возможности развития инстинктов в направлении нерепрессивной цивилизации.

Развивая учение З. Фрейда, сформулировал и развил идеи о полиморфной сексуальности, прибавочной репрессии, принципе производительности, самосублимировании сексуальности и др.

Реконструируя фрейдовскую философию культуры, он обратился к анализу постоянно возобновляющегося в ходе истории конфликта между репрессивной цивилизацией и "естественной" природой человека, между "принципом реальности" и "принципом наслаждения". Наряду с "основной репрессией", выражением которой служит фрейдовский "принцип реальности", Г. Маркузе ввел в структуру психоаналитической философии и социологии такие понятия, как "дополнительная репрессия" (ограничения, налагаемые на человека политической властью), "принцип производительности" (господство одних групп людей над другими, отчужденный труд), "нерепрессивная цивилизация" (общество будущего, когда ментальные силы Эроса одержат победу над репрессией и инстинктом смерти).

Г. Лассуэлл, мировоззрение которого формировалось под сильным влиянием идей З.Фрейда, проявлял особый интерес к роли бессознательного в политике, вообще к иррациональным аспектам человеческого бытия. И именно благодаря его работе "Psychopathology and Politics" произошел очень важный для последующего развития политической науки поворот от изучения институциональной стороны политики к анализу поведения.

В качестве материала для анализа личностей американских политиков он использовал их медицинские карты. При этом он исходил не из того, что политики, как все люди, могут иметь те или иные отклонения, которые и представляют интерес и для биографа. Г. Лассуелл искал прежде всего скрытые бессознательные мотивы поступков политических деятелей и находил их в особенностях

детского развития, в тех конфликтах, которые стали причиной психологических травм будущего политика. Власть же, согласно Г. Лассуеллу и его предшественнику А. Адлеру, является средством, которое компенсирует эти травмы, что и объясняет ее притягательность.

Г. Лассуелл, исследовав различные стили политического поведения, высказал гипотезу, что стиль речи, стиль межличностных отношений и другие особенности лидеров связаны с общими личностными характеристиками. Так, он выделил три типа политиков: «агитатор», «администратор» и «теоретик», — и описал конкретных носителей этих типических черт. Вот как выглядит, например, типичный агитатор. Это человек с неистребимой склонностью к публичным выступлениям. Он по убеждениям социалист. Лассуелл объясняет приверженность к данной идеологии у описываемого им политика его чисто семейными обстоятельствами, а конкретнее — завистью, которую он испытывал по отношению к своему брату. Такие чувства обычно тщательно скрываются, поскольку социально неприемлемы, но и в скрытой форме зависть продолжала его мучить, он испытывал чувство вины, которое в дальнейшем трансформировалось в приверженность идеям равенства и братства в их социалистической интерпретации.

Психоанализ оказал немаловажное влияние на изучение политики и политической психологии. Многие положения психоанализа послужили основой для последующего изучения мотивации политического поведения и установок индивида, изучения вопросов войны и мира, агрессии и особенностей национального характера. Психоаналитическая методика была использована Г. Олпортом для анализа природы расовых и этнических предрассудков. Психоаналитические исследования Т. Адорно пролили свет на психологическую основу фашизма и тоталитаризма.

4.2.2. Аналитическая психология К.Г. Юнга

По мнению Юнга, о бессознательной психике известно то, что она существует и её существование влияет на сознание. По Юнгу,

бессознательная психика состоит из двух частей: одна из них - личное бессознательное. Оно - поверхностный слой и содержит ту часть психики, которая связывается с индивидуальной жизнью личности. Сюда относятся бывшие содержания сознания, перцепции, подпороговые впечатления сознания, комбинация слабых и неясных представлений; вообще все психическое, которое не соприкасается с сознательной установкой и носит характер вытеснения психического. Личное бессознательное психическое переживается как принадлежащее «я», в противоположность коллективному бессознательному, которое переживается как чуждое и внешнее по отношению к «я».

Вторая часть бессознательного психического - это сверхличное, коллективное бессознательное. Если личное бессознательное – субъективная психика, то коллективное бессознательное - объективная психика. Коллективное бессознательное содержит коллективные содержания, т.е. такие содержания, которые принадлежат не одной личности, а группе индивидов, народу, всему человечеству, и представляют собой врожденные душевные феномены. Термин «коллективный» указывает на общую природу, на тождественное, идентичное в индивидах, на общую душевную основу сверхиндивидуальной природы. Архетипы представляют собой не только «отпечатки постоянно повторяющихся типичных опытов»; они обладают способностью к повторению, самовоспроизведению. Являясь человеку в сновидениях, фантазиях или в жизни, они оказывают на него «зачаровывающее влияние», побуждая к действию, а поэтому могут сильно изменять как самого человека, так и через него - реальную действительность.

Поскольку содержание архетипов может быть не только положительным, жизнетворным, но и в равной мере отрицательным, разрушительным, человек, находящийся во власти архетипа, может превратить другого или себя самого в «бога или в дьявола». Именно этим явлением объясняет К. Юнг действие фрейдовского переноса. Проецируя изначальные образы коллективного бессознательного на врача, пациент может либо превозносить его до небес, либо

ненавидеть. Избегая проекции, он попадает во власть интроекции и впадает либо в смешное самообожествление, либо в моральное самоуничтожение. Ошибка здесь состоит в том, что человек приписывает содержание коллективного бессознательного некоторому определенному лицу.

Психические содержания личного бессознательного - это чувственные комплексы, а коллективного бессознательного - архетипы.

К. Юнг разработал известную в истории психологии идею об интроверсии и экстраверсии, положенную в основу знаменитой типологии характеров. Задавшись вопросом, как индивид реагирует на препятствия, К. Юнг утверждает, что каждый обладает своим, характерным для него способом реагирования. Признавая неисчерпаемость индивидуальных многообразии, ученый выделяет основные свойства, присущие определенным группам людей.

Создавая классификацию характеров, К. Юнг сначала делил людей на активных и пассивных. Затем предположил, что существуют натуры «задумывающиеся» и «незадумывающиеся». И, наконец, выделил людей, которые «в момент реакции на ту или иную ситуацию как бы отстраняются, тихо говоря “нет”, и только вслед за этим реагируют; и существуют люди, принадлежащие к другому классу, которые в такой же ситуации реагируют непосредственно, пребывая, по-видимому, в полной уверенности, что их поступок, несомненно, правильный». Первый класс, который характеризуется негативным отношением к объекту, соответствует интровертированной установке, а второй - носитель экстравертированной установки.

Интроверсия и экстраверсия, таким образом, - это два типа установки, которые детерминируют предрасположенность человека к тому или иному типу реагирования, образ действия, вид субъективного опыта и характер бессознательной компенсации. Позже К. Юнг обнаружил значимые различия внутри самих групп интровертов и экстравертов, выделив в качестве критериев различий определенные психические функции. Оказывается, тот или иной

интроверт совершает поступки, например отступает перед объектом и колеблется, не так, как любой другой интроверт, а совершенно особым образом, инстинктивно используя при этом свои сильные стороны, свою наиболее развитую функцию, которая становится критерием привычного способа реагирования. Четыре основных типа функции: мыслительный, ощущаемый, чувствующий и интуитивный - варьируют в зависимости от общей установки - экстраверсии и интроверсии - и дают в итоге восемь вариантов характеров⁴³.

Основным законом развития психики выступает индивидуация как процесс становления личности. Ее смысл состоит в том, что личность из коллективных основ выделяет свою собственную психику. Таким образом происходит второе рождение человека, не физическое, а духовное, возникает психически самостоятельное существо, способное к саморазвитию. Естественный путь подлинной индивидуации происходит через сознание, неотъемлемым свойством и задачей которого являются свобода воли и ответственность. Сознание, игнорирующее факт воздействия на себя бессознательного, подвергается диссоциации, т. е. растворению в коллективной стихии бессознательного. Сама по себе диссоциация сознания не равнозначна болезни. Болезнь наступает тогда, когда «автономные содержания бессознательного», в том числе диссоциированного сознания, воспринимаются сознанием как реальные объекты. При этом энергия бессознательного «растаскивает», расщепляет Я.

Сегодня методы изучения бессознательного следует искать в основном в области психоанализа, а, увы, не в области психологии. Тем не менее, при проведении политико-психологических исследований и интерпретации полученных данных необходимо учитывать взаимосвязь бессознательных пластов психики человека и политического поведения, в противном случае результаты таких исследований будут, по меньшей мере, неполными.

⁴³ Юнг К. Г. Архетип и символ. М., 1991.

Юнг К.Г. Сознание и бессознательное. - СПб.: Университетская книга, 1997.-367 с.

Юнг К.Г. Структура психики и процесс индивидуации. - М.: Наука, 1996. - 267 с.

Важность изучения закономерностей поведения избирателей для теоретических политико-психологических разработок и практической деятельности в области организации выборов всех ветвей и уровней власти трудно переоценить. Ведь именно категория поведения избирателей позволяет анализировать ход предвыборной кампании, прогнозировать результаты выборов. А для кандидатов и их штабов именно определенные поведенческие акты избирателей являются средством достижения успеха или неудачи и, одновременно, конечной целью при организации информационного, психологического и т.п. воздействия на электорат.

Кроме того, именно перемещение сферы интересов исследователей электоральных процессов в область поведения человека позволит сделать четкие выводы об истинных причинах трансформаций института выборов в современном мире, в частности, - в России, а также спрогнозировать дальнейшее направление и характер развития выборного процесса.

4.2.3. Индивидуальная психология А. Адлера

Адлерианский подход чрезвычайно полезен для политической психологии, так реально выясняет глубинную мотивацию личности не только политика, но и рядового гражданина.

Исходный тезис индивидуальной психологии: любое душевное явление может быть понято как движение к осознанной или неосознанной цели. При этом истинной целью признается лишь та, которая проистекает из системы отношений всей жизни данной личности. И если человеку удастся понять цель своих душевных движений или жизненного плана, он может осознанно строить все свое поведение в соответствии с этой главной целью и жизненным планом, что отличает реализованных политиков и нашей старны, и за рубежом..

В соответствии с исходной позицией А. Адлер формулирует утверждение, что независимо от предрасположенности, среды и событий все психические силы целиком находятся во власти соответствующей идеи, и все акты выражения чувства, мысли,

желания, действия, сновидения, а у больного человека и психопатологические феномены пронизаны единым жизненным планом. Из этой самодовлеющей целенаправленности проистекает целостность личности.

Утверждая существование «общей цели людей», А. Адлер считает, что таковой является не что иное, как цель достижения превосходства. Признавая ее вездесущность, он указывает и на теневую сторону этой «противоречащей действительности фиктивной цели превосходства»: «она легко привносит в нашу жизнь враждебную воинственную тенденцию», не только лишая человека непосредственности ощущений, но и подталкивая его к насилию.

И поскольку человек носит в себе идеал превосходства, столь же часто он склонен и к подчинению, принижению, дискредитации других. Каждый человек обладает этой особенностью, невротики - лишь в крайне выраженной степени. Но поскольку эта цель противоречит чувству общности, находящемуся в более благосклонных отношениях с нравственностью, то, естественно, стремление к власти скрывается людьми и проявляет себя тайным, хитрым или болезненным образом.

Согласно Адлеру, люди стараются компенсировать чувство собственной неполноценности, вырабатывая свой уникальный стиль жизни, в рамках которого они стремятся к достижению фиктивных целей, ориентированных на превосходство или совершенство. Стиль жизни личности складывается у ребенка в первые четыре-пять лет жизни и наиболее отчетливо проявляется в ее установках и поведении, направленном на решение трех основных жизненных задач: профессиональной, сотрудничества и любви. Неблагоприятные ситуации детства, среди которых Адлер особо выделяет неполноценность органов, чрезмерную опеку и отвержение со стороны родителей, способствуют перерастанию чувства недостаточности в комплекс неполноценности – преувеличение собственной слабости и несостоятельности.

Второй движущей силой развития личности является социальный интерес, определяемый Адлером как стремление к

сотрудничеству с др. людьми для достижения общих целей. Социальный интерес имеет врожденные задатки, но окончательно формируется в ходе воспитания. Степень выраженности социального интереса является показателем психического здоровья, его недоразвитие может стать причиной неврозов, наркомании, преступности и др. социальных и психопатологических отклонений.

В теории Адлера постулировалось три фактора стабильности и динамики личности: чувство общности, чувство неполноценности, стремление к самозначимости. Считалось, что если усиливается чувство неполноценности, то повышается стремление к самозначимости и понижается чувство общности; если усиливается стремление к самозначимости, то также понижается чувство общности; и если, наконец, усиливается чувство общности, то понижается чувство неполноценности.

Опираясь на оценку выраженности социального интереса и степень активности личности при решении главных жизненных задач, Адлер выделяет четыре типа установок, сопутствующих стилю жизни: управляющий, получающий, избегающий и социально полезный.

А. Адлер обращает внимание на цепочку ключевых моментов в поведении невротика: страх перед партнером, стремление к превосходству, склонность к борьбе и стремление укрыться от опасности взаимодействия. Источником воинствующего отношения индивида к своему окружению, принимающего формы открытого возвышения над другими с помощью силы или скрытого подчинения других себе посредством использования слабости, А. Адлер считает чувство неполноценности ребенка по отношению к родителям, братьям, сестрам и окружающим. Сам по себе факт, что ребенок маленький, незрелый, слабый и испытывает потребность в поисках защиты, в опоре на более сильного, А. Адлер считает фундаментальной причиной стремления к превосходству, к «богоподобию». И именно этот факт - по мнению А. Адлера - вызывает воинствующее отношение индивида к окружению. Встав на путь борьбы, ребенок может добиться своей «цели богоподобия»

двумя основными способами: прямой агрессией или предосторожностью.

Таким образом, если следовать логике А. Адлера, возраст ребенка изначально обуславливает его позицию «ниже других», а притязание на признание, которое в отношениях с окружающими не может быть удовлетворено ребенком в силу его возрастной слабости, обуславливает его негативное «воинствующее» отношение к людям, его позицию «встать над всеми». Стремясь уравнять позиции, ребенок компенсирует свое чувство неполноценности и переживаемую при этом тревогу тем, что возвышает себя над другими. Путь освобождения от «властолюбивых фантазий» А. Адлер видит в «усилении чувства реальности, ответственности и замене скрытой враждебности взаимной доброжелательностью, чего, однако, можно добиться лишь через сознательное развитие чувства общности и сознательное разрушение стремления к власти».

Анализируя невротическую личность, А. Адлер указывает на две взаимодополняющие тенденции, берущие начало из детского опыта: стремление к превосходству над другими и тенденцию к подчиненности, несамостоятельности, послушанию, смешанные с чувством обиды и упорного недоверия окружающим. Детские несамостоятельность, нерешительность, робость, чрезмерная чувствительность к боли обычно у одного и того же человека дополняются затаенной враждебностью: жадностью и завистью, упрямством и неповиновением. В этом смешении пассивных и активных черт всегда преобладает тенденция к прорыву от послушания к упрямству, питаемая, по убеждению А. Адлера, стремлением добиться признания, внимания, привилегий. Эта «как бы двойная жизнь», присутствующая в умеренных пределах и у нормальных людей, лишает невротика возможности адекватно воспринимать действительность.

Психоанализ трактует стремление к власти как проявление, сублимацию подавленного либидо, представляющего собой подверженное трансформации влечение преимущественно сексуального характера (Зигмунд Фрейд) или же психическую

энергию вообще (Карл Густав Юнг). Стремление к власти и особенно обладание ею выполняют функцию субъективной компенсации физической или духовной неполноценности (А.Адлер). Власть возникает как взаимодействие воли к ней — одних и готовности к подчинению, «добровольному рабству» — других. Как считал Фрейд, в психике человека имеются структуры, делающие его предрасположенным к предпочтению рабства свободе ради личной защищенности и успокоения.

Различные психоаналитики расходятся в объяснении причин психологического подчинения. Одни (С. Московиси, Б. Эдельман) видят их в своего рода гипнотическом внушении, существующем во взаимоотношениях вождя и толпы, другие же (Ж. Лакан) — в особой восприимчивости подсознания человека к символам, выражаемым в языке. В целом же психологический подход помогает выявить механизмы мотивации власти как отношения: командование—подчинение.

Следует отметить, что идея распространения основополагающих принципов общего психоанализа на другие области человеческого бытия в значительной степени предопределила использование его в социальной психологии для объяснения состояния массовых психологических явлений – общественных настроений, социальных представлений, групповых форм сознания, мотивов политического поведения, а также в социальной информатиологии при исследовании массовых информационных процессов, законов информационно-коммуникативных отношений в обществе, информационно-психологических механизмов и процессов.

Социальный психоанализ в целом и его отдельные направления ориентированы на изучение психики социума, а именно, его важнейшего компонента - бессознательного.

4.3. Бихевиоризм

Бихевиоризм (от англ. behavior, - поведение) - одно из ведущих направлений в американской психологии конца XIX - начала XX вв., наука о поведении. В основе бихевиоризма лежит понимание поведения человека как совокупности двигательных и вербальных реакций на воздействие внешней среды. Начало бихевиоризму было положено публикацией в 1913 г. статьи американского психолога Дж. Уотсона «Психология с точки зрения бихевиориста». Как известно, Уотсон провозгласил, что психологию можно будет считать наукой, лишь, когда она выработает объективный подход к исследуемым явлениям. Поэтому психология должна ограничиться описанием и количественной оценкой форм поведения, возникающих в определенных ситуациях.

Вне сомнения, возникновение любого направления и «новой волны» психологии стимулируется социальным заказом, иницируется неким «зовом жизни», потребностями социального пространства. Становление бихевиоризма совпало с быстрым развитием промышленности, усложнением управленческих, образовательных систем в США. Существовавший социально-экономический контекст мог лишь приветствовать такое представление о человеке, согласно которому поведение принимает те или иные формы соответственно возникающей ситуации. Практическое приложение этой теории - введение конвейеров, развитие рекламы, программированное обучение, разработка эффективных систем управления сложными, в том числе социальными системами, не заставило себя ждать.

Это было изначально здоровое учение, ориентированное на успех, эффективность поведения и активности в сложных социальных ситуациях без странных и непонятных химер сознания, осознания, переживания, страдания и прочего.

Поведение определяется как система реакций, причем в качестве единицы анализа поведения постулируется связь стимула S и ответной реакции R: в качестве описательной и объяснительной

предлагалась схема S - R, согласно которой воздействие (стимул) S порождает некое поведение (реакцию) R, причем характер реакции определяется только стимулом. Все ответные реакции можно разделить на наследственные (рефлексы, физиологические реакции и элементарные эмоции) и приобретенные (привычки, мышление, речь, сложные эмоции, социальное поведение), кои образуются при связывании (обуславливании) наследственных реакций, запускаемых безусловными стимулами, с новыми (условными) стимулами.

Ф. Б. Скиннер разработал концепцию оперантного обуславливания. Он ввел в классическую схему существенную поправку, поместив среднее звено - переменные промежуточные, так что схема приобрела вид S - V - R.

В качестве предмета психологии в бихевиоризме фигурирует не субъективный мир человека, а объективно фиксируемые характеристики поведения, вызываемого внешними воздействиями и сами средовые стимульные факторы. Таким образом, предмет психологии расширился до таких феноменов, как научение, действие, социализация, социальные детерминанты поведения и т.д. Психология перестала быть индивидуальной. Ее предмет расширился до социально-средовых факторов, и в некотором приближении при помощи этих факторов она реализовала свою научную программу - научиться управлять поведением⁴⁴.

Концептуальные основы бихевиоризма оказали влияние на западную политическую психологию. Бихевиористское направление в политической психологии - это изучение политики, политических отношений через призму поведения личности и групп на базе широкого применения эмпирических методов анализа.

Ряд идей бихевиоризма впервые были введены в политическую науку Артуром Бентли (1870-1957) в книге "Процесс управления" (1908), где раздавался призыв изучать поведение заинтересованных групп в политическом процессе.

⁴⁴ Козлов В.В. Интегративная психология: Пути духовного поиска, или освящение повседневности. - М.: Психотерапия, 2007 - 528 стр.

Между двумя мировыми войнами в политической психологии, в первую очередь американской, в связи с новыми явлениями в общественной жизни началась перестройка методов политических исследований для достижения больших результатов в теоретических и практических областях.

Политическая психология поставила в центр внимания анализ взаимоотношений политических процессов с социальной средой, социальными структурами и неформальными социальными институтами. Исследовались личность и малые группы, их мотивация, способы вовлечения граждан в политику, политические системы и политические режимы и т.д.

В политическую психологию активно вторгаются эмпирические методы, включая:

а) статистический анализ как материалов имеющихся (избирательных), так и материалов, которые политолог добывает специально для целей своего исследования;

б) опросы населения с помощью специально подобранных тестов, в т.ч. зондаж общественного мнения до, во время и после выборов (с 30-х годов);

в) наблюдение политического поведения, проводимое в естественных и экспериментальных условиях и др.

Основоположниками бихевиористической политической психологии считаются американские политологи Ч.Мерриам и Г. Лассуэлл. "Единицей" политического исследования, в рамках данного подхода, было признано наблюдаемое поведение индивидов и групп в различных политических ситуациях. Основными принципами бихевиоризма являются:

1) стремление к обнаружению принципов единообразия в политическом поведении, их обобщение и выражение в теориях и моделях, имеющих эвристическую и прогностическую ценность;

2) любые выводы должны соотноситься с эмпирическими фактами и строиться на их основе;

3) для получения данных необходимо использовать адекватные методы;

4) интерпретация полученных данных и их оценка должны быть дифференцированы, их нельзя путать;

5) исследование должно носить системный характер, т.е. стремиться раскрыть основные причинно-следственные связи, всё многообразие наблюдаемых структур;

6) политическая наука должна активно использовать результаты и данные других наук: психологии, антропологии, социологии и т.д.

Значительный вклад бихевиоризм внёс в изучение поведения электората, политического лидерства, процесса принятия решений. Бихевиоризм сыграл заметную роль в становлении и развитии сравнительной и прикладной политической психологии.

Свое развитие бихевиоризм получил в теории социального научения А. Бандура – теории, согласно которой человек учится социальному поведению, посредством наблюдения и имитации, а также под воздействием вознаграждений и наказаний.

Существует два типа моделирования:

1) Моделирование посредством метода проб и ошибок.

2) Научение через моделирование.

В первом случае человек сталкивается с различными задачами, пытаясь решить их, применяя тот или иной поведенческий опыт. Если поведение приводит к достижению результатов, то действие осознаётся как успешное и включается в поведенческий репертуар и наоборот.

Во втором случае человек, взаимодействуя с окружающим миром, наблюдает за тем, как различные люди реагируют на ситуацию, обобщает и на основе этих обобщений формирует собственный алгоритм поведения.

Основные понятия бихевиоризма: оперант, респондент, стимул, подкрепление, угасание.

Бихевиористские трактовки рассматривают власть как особый тип поведения, при котором одни люди командуют, а другие подчиняются. Бихевиористский подход индивидуализирует понимание власти, сводит ее к взаимодействию реальных личностей, обращая особое внимание на субъективную мотивацию власти. Г.

Лассуэлл считает, что первоначальные импульсы для возникновения власти дает присущее индивидам стремление (воля) к власти и обладание «политической энергией». Человек видит во власти средство улучшения жизни: приобретения богатства, престижа, свободы, безопасности и т.п. В то же время власть — это и самоцель, позволяющая наслаждаться ее обладанием. Политическая власть складывается из столкновения многообразных волей к власти как баланс, равновесие политических сил.

4.4. Экзистенциально - гуманистическая психология

Экзистенциально-гуманистическое направление психологии связано еще с одним расширением предмета психологии – **нравственность и экзистенциальные проблемы бытия в мире.**

Вторая мировая война показала главный урок – недостаточно знать физиологию, личность, эффективно моделировать человеческое поведение – необходимо возрождение высших ценностей, без которых человек превращается в сверхзверя, способного бессмысленно уничтожать миллионы людей и массу социальных и культурных ценностей.

Психология, наконец, сфокусировала свое внимание на тех проблемах, которые были естественно вплетены в общинный стиль жизни и ответы на которые были приоритетными для этико-нравственного компонента религии и духовных традиций. Психология поставила в качестве исследовательского предмета проблемы времени, жизни и смерти, свободы, ответственности и выбора, общения, любви и одиночества, смысла и бессмысленности существования, поиска смысла существования, нравственные нормы и ценностные системы личности, сострадание, содействие, соучастие, помощь и поддержка, гуманизм.

Л. Бинсвангер, М. Босс, Дж. Бугенталь, Ф. Бэррон, К. Бюлер, С. Джулард, А. Маслоу, К. Хорни, Э. Фромм, Р. Мэй, Е. Минковски, К. Роджерс, В. Франкл и др. опредетили новое смысловое поле психологии, связанное с усвоением моральных норм, эмпатией, с изучением так называемого поведения помогающего и сняли противопоставление альтруизма и эгоизма, предполагающее либо унижающую жертвенность, либо корыстное себялюбие.

Вслед за этическими ценностями мировых религий и духовных традиций Востока, мистических учений философии и эзотерики Европы, в 50-е годы психология возвратила человека как главную ценность и мерило всех вещей и признало главным предметом личность как сложную уникальную целостную систему, которая представляет собой не нечто заранее данное, но открытую возможность самоактуализации.

Тезис «Бог внутри тебя есть» трансформировался в веру возможности расцвета каждого человека, если предоставить ему возможность самому выбирать свою судьбу и направлять ее, а этический принцип «любви к ближнему» (христианство), Любящей Доброты (буддизм) - в оптимистический взгляд «мира и любви».

Таким образом, мы можем в экзистенциально-гуманистической психологии увидеть новую нравственную психологию, которая противопоставила себя бихевиоризму и фрейдизму, делающим основной упор на зависимость личности от ее прошлого, считая, что главное в ней - устремленность к будущему, к свободной реализации своих потенций (особенно творческих), к укреплению веры в себя и возможность достижения «идеального Я».

В некотором смысле она далеко ушла от некоторых религиозно-этических учений, разработав представление о необходимости максимальной творческой самореализации, что и означает истинное психическое здоровье, и выделив в качестве предмета психологии высшие ценности, самоактуализацию личности, творчество, любовь, свободу, ответственность, автономию, психическое здоровье, этику межличностной коммуникации (Козлов, 2007).

Карен Хорни постановила проблему “реального я” в психологии и внесла вклад в развитие гуманистического подхода. Она подчеркивала важность культурных и социальных влияний на личность, что привело к значительным открытиям в понимании индивидуальных различий и межличностных отношений.

В отличие от Фрейда, Хорни не считала, что тревога является необходимым компонентом в психике человека. Наоборот, она утверждала, что тревога возникает в результате отсутствия чувства безопасности в межличностных отношениях. В общем, по мнению Хорни, все то, что в отношениях с родителями разрушает ощущение безопасности у ребенка, приводит к базальной тревоге. Соответственно, этиологию невротического поведения следует искать в нарушенных отношениях между ребенком и родителем и выраженная базальная тревога у ребенка ведет к формированию невроза у взрослого. Базальная тревога развивается на основе чувства одиночества, беспомощности и заброшенности во враждебном окружении.

Для политической важна классификация ориентаций, разработанная Хорни, Каждая из которых представляет собой стратегию оптимизации межличностных отношений с целью достижения чувства безопасности в окружающем мире.

Ориентация на людей: уступчивый тип. *Ориентация на людей* предполагает такой стиль взаимодействия, для которого характерны зависимость, нерешительность и беспомощность. Человеком, которого Хорни относит к *уступчивому типу*, руководит иррациональное убеждение: «Если я уступлю, меня не тронут» (Horney, 1937, p. 97).

Уступчивому типу необходимо, чтобы в нем нуждались, любили его, защищали и руководили им. Такие люди завязывают отношения с единой целью избежать чувства одиночества, беспомощности или ненужности. Однако за их любезностью может скрываться подавленная потребность вести себя агрессивно. Хотя и кажется, что такой человек смущается в присутствии других, держится в тени, под этим поведением часто скрываются враждебность, злость и ярость.

Ориентация от людей: обособленный тип. *Ориентация от людей* как стратегия оптимизации межличностных отношений обнаруживается у тех индивидуумов, которые придерживаются защитной установки: «Мне все равно». Такие люди, которых Хорни относит к *обособленному типу*, руководствуются ошибочным убеждением: «Если я отстранюсь, со мной будет все в порядке» (Horney, 1937, p. 99).

Для обособленного типа характерна установка никоим образом не дать себя увлечь, идет ли речь о любовном романе, работе или отдыхе. В результате они утрачивают истинную заинтересованность в людях, привыкают к поверхностным наслаждениям — они просто бесстрастно идут по жизни. Для этой стратегии характерно стремление к уединенности, независимости и самодостаточности.

Ориентация против людей: враждебный тип. *Ориентация против людей* — это такой стиль поведения, для которого характерно доминирование, враждебность и эксплуатация. Человек, относящийся к враждебному типу, действует, исходя из иллюзорного убеждения: «У меня есть власть, никто меня не тронет» (Horney, 1973, p. 98).

Враждебный тип придерживается мнения, что все другие люди агрессивны и что жизнь — это борьба против всех. Поэтому любую ситуацию или отношения он рассматривает с позиции: «Что я буду от этого иметь?», независимо от того, о чем идет речь — деньгах, престиже, контактах или идеях. Хорни отмечала, что враждебный тип способен действовать тактично и дружески, но его поведение в итоге всегда нацелено на обретение контроля и власти над другими. Все направлено на повышение собственного престижа, статуса или удовлетворение личных амбиций. Таким образом, в данной стратегии выражается потребность эксплуатировать других, получать общественное признание и восхищение.

Хорни была яркой представительницей феминистского движения и настойчиво утверждала, что женщины часто чувствуют себя неполноценными по сравнению с мужчинами, потому что их жизнь основывается на экономической, политической и психосоциальной зависимости от мужчин. Исторически сложилось так, что к

женщинам относились, как к существам второго сорта, не признавали равенства их прав с правами мужчин и воспитывали так, чтобы они признавали мужское «превосходство». Социальные системы, с их мужским доминированием, постоянно вынуждают женщин чувствовать себя зависимыми и несостоятельными. Хорни доказывала, что многие женщины стремятся стать более маскулинными, но не из зависти к пенису. Она рассматривала «переоценку» женщинами маскулинности скорее как проявление стремления к власти и привилегиям. «В желании быть мужчиной может выражаться проявление желания обладать всеми теми качествами или привилегиями, которые наша культура считает маскулинными — такими как сила, смелость, независимость, успех, сексуальная свобода, право выбирать партнера» (Horney, 1939, p. 108).

Хорни также обращала внимание на ролевые контрасты, от которых страдают многие женщины в отношениях с мужчинами, в особенности выделяя контраст между традиционной женской ролью жены и матери и такой более либеральной ролью, как выбор карьеры или достижение других целей (Horney, 1926/1967). Она полагала, что этот ролевой контраст объясняет те невротические потребности, которые мы можем увидеть у женщин в любовных отношениях с мужчинами.

Идеи Хорни, подчеркивающие значение культуры и половых ролей, хорошо согласуются с сегодняшним феминистским мировоззрением (Westkott, 1986).

Э.Фромм расширил горизонты психоаналитической теории, подчеркивая роль социологических, политических, экономических, религиозных и антропологических факторов в формировании личности. Он считал, что неотъемлемой чертой человеческого существования в наше время является одиночество, изоляция и отчужденность (Fromm, 1941/1956).

Чувства одиночества, собственной незначимости и отчужденности, сопутствующие свободе, преодолеваются через

отказ от свободы и подавление своей индивидуальности. Фромм описал несколько стратегий, используемых людьми, чтобы «убежать от свободы». Первый из них — *авторитаризм*, определяемый как «тенденция соединить самого себя с кем-то или чем-то внешним, чтобы обрести силу, утраченную индивидуальным „Я“» (Fromm, 1941/1956, p. 163). Второй способ бегства — *деструктивность*. Следуя этой тенденции, человек пытается преодолеть чувство неполноценности, уничтожая или покоряя других. По Фромму, долг, патриотизм и любовь — общераспространенные примеры рационализации деструктивных действий.

Третий путь - абсолютного подчинения социальным нормам, регулирующим поведение. Термин конформность автомата Фромм применял к человеку, который использует данную стратегию, благодаря чему он становится абсолютно таким, как все другие, и ведет себя так, как общепринято. «Индивидуум прекращает быть самим собой; он превращается в такой тип личности, какого требует модель культуры, и поэтому становится абсолютно похожим на других — таким, каким они хотят его видеть» (Fromm, 1941/1956, p. 208).

Фромм считал, что люди могут быть автономными и уникальными, не теряя при этом ощущения единения с другими людьми и обществом. Он называл вид свободы, при которой человек чувствует себя частью мира и в то же время не зависит от него, *позитивной свободой*. Достижение позитивной свободы требует от людей спонтанной активности в жизни.

Фромм утверждал, что конфликт между стремлением к свободе и стремлением к безопасности представляет собой наиболее мощную мотивационную силу в жизни людей (Fromm, 1973). Дихотомия свобода—безопасность, этот универсальный и неизбежный факт природы человека, обусловлен экзистенциальными потребностями. Фромм выделил пять основных экзистенциальных потребностей человека.

1. *Потребность в установлении связей.* Чтобы преодолеть ощущение изоляции от природы и отчужденности, всем людям необходимо о ком-то заботиться, принимать в ком-то участие и нести ответственность за кого-то. Идеальный путь связи с миром осуществляется посредством «продуктивной любви», помогающей людям трудиться вместе и в то же время сохранять свою индивидуальность. Если потребность в установлении связей не удовлетворена, люди становятся нарциссичными: они отстаивают только свои эгоистические интересы и не способны доверяться другим.

2. *Потребность в преодолении.* Все люди нуждаются в преодолении своей пассивной животной природы, чтобы стать активными и творческими созидателями своей жизни. Оптимальное разрешение этой потребности заключается в созидании. Дело созидания (идеи, искусство, материальные ценности или воспитание детей) позволяет людям подняться над случайностью и пассивностью их существования и тем самым достичь чувства свободы и собственной значимости. Невозможность удовлетворения этой жизненно важной потребности является причиной деструктивности.

3. *Потребность в корнях.* Люди нуждаются в том, чтобы ощущать себя неотъемлемой частью мира. Согласно Фромму, эта потребность возникает с самого появления на свет, когда разрываются биологические связи с матерью (Fromm, 1973). К концу детства каждый человек отказывается от безопасности, которую обеспечивает родительская опека. В поздней зрелости каждый человек сталкивается с реальностью отрыва от самой жизни, когда приближается смерть. Поэтому на протяжении всей своей жизни люди испытывают потребность в корнях, основах, в чувстве стабильности и прочности, сходным с ощущением безопасности, которое в детстве давала связь с матерью. Наоборот, те, кто сохраняют симбиотические связи со своими родителями, домом или сообществом как способ удовлетворения своей потребности в корнях, не способны ощущать свою личностную целостность и свободу.

4. *Потребность в идентичности.* Фромм считал, что все люди испытывают внутреннюю потребность тождества с самими собой; в идентичности, благодаря которой они чувствуют свою непохожесть на других и осознают, кто и что они на самом деле. Короче говоря, каждый человек должен быть способным сказать: «Я — это я». Индивидуумы с ясным и отчетливым осознанием своей индивидуальности воспринимают себя как хозяев своей жизни, а не как постоянно следующих чьим-то указаниям. Копирование чье-либо поведения, доходящее даже до степени слепой конформности, не дает возможности человеку достичь подлинного чувства идентичности.

5. *Потребность в системе взглядов и преданности.* Наконец, согласно Фромму, людям необходима стабильная и постоянная опора для объяснения сложности мира. Эта система ориентации представляет собой совокупность убеждений, позволяющих людям воспринимать и постигать реальность, без чего они постоянно оказывались бы в тупике и были неспособны действовать целеустремленно. Фромм особо подчеркивал значение формирования объективного и рационального взгляда на природу и общество (Fromm, 1981). Он утверждал, что рациональный подход абсолютно необходим для сохранения здоровья, в том числе и психического.

Фромм выделял пять социальных типов характера, преобладающих в современных обществах (Fromm, 1947).

1. *Рецептивные типы* убеждены в том, что источник всего хорошего в жизни находится вне их самих. Они открыто зависимы и пассивны, не способны делать что-либо без посторонней помощи и думают, что их основная задача в жизни — скорее быть любимыми, чем любить. Рецептивных индивидуумов можно охарактеризовать как пассивных, доверчивых и сентиментальных. Если отбросить крайности, то люди с рецептивной ориентацией могут быть оптимистичными и идеалистичными.

2. *Эксплуатирующие типы* берут все, что им нужно или о чем они мечтают, силой или изобретательностью. Они тоже неспособны к творчеству, и поэтому добиваются любви, обладания, идей и эмоций,

заимствуя все это у других. Негативными чертами эксплуатирующего характера являются агрессивность, надменность и самонадеянность, эгоцентризм и склонность к соблазнению. К положительным качествам относятся уверенность в себе, чувство собственного достоинства и импульсивность.

3. *Накапливающие типы* пытаются обладать как можно большим количеством материальных благ, власти и любви; они стремятся избегать любых поползновений на свои накопления. В отличие от первых двух типов, «накопители» тяготеют к прошлому, их отпугивает все новое. Они напоминают анально-удерживающую личность по Фрейду: ригидные, подозрительные и упрямые. Согласно Фромму, у них есть и некоторые положительные особенности — предусмотрительность, лояльность и сдержанность.

4. *Рыночный тип* исходит из убеждения, что личность оценивается как товар, который можно продать или выгодно обменять. Эти люди заинтересованы в сохранении приятной внешности, знакомствах с нужными людьми и готовы продемонстрировать любую личностную черту, которая повысила бы их шансы на успех в деле продажи себя потенциальным заказчикам. Их отношения с окружающими поверхностны, их девиз — «Я такой, каким вы хотите меня видеть» (Fromm, 1947, p. 73).

5. В противоположность непродуктивной ориентации, *продуктивный характер* представляет собой, с точки зрения Фромма, конечную цель в развитии человека. Этот тип — независимый, честный, спокойный, любящий, творческий и совершающий социально-полезные поступки.

По существу, продуктивная ориентация в гуманистической теории Фромма — это идеальное состояние человека. Вряд ли кто-нибудь достигал всех характеристик продуктивной личности. В то же время Фромм был убежден, что в результате коренной социальной реформы продуктивная ориентация может стать доминирующим типом в любой культуре. Совершенное общество рисовалось Фромму таким, в котором находят удовлетворение базисные потребности

человека (Fromm, 1968). Он называл это общество гуманистическим общинным социализмом.

Теория Фромма пытается показать, как обширные социокультурные влияния взаимодействуют с уникальными человеческими потребностями в процессе формирования личности. Его принципиальный тезис заключался в том, что структура характера (типы личности) связана с определенными социальными структурами. Придерживаясь гуманистических традиций, он также утверждал, что в результате радикальных социальных и экономических изменений можно создать общество, в условиях которого удовлетворялись бы и индивидуальные, и общественные потребности⁴⁵.

Абрахам Маслоу получил всеобщее признание как выдающийся представитель гуманистической теории личности. Его теория самоактуализации личности, основанная на изучении здоровых и зрелых людей, ясно показывает положения, характерные для гуманистического направления.

Жизнь человека нельзя понять, если не принимать во внимание наивысшие стремления. Рост, самоактуализация, стремление к здоровью, поиски идентичности и автономности, жажда прекрасного (и другие способы выражения стремления «наверх») сейчас нужно принять безоговорочно как широко распространенную и, возможно, универсальную тенденцию (Maslow, 1987, p. XX)

Теория Маслоу, подчеркивающая уникальность человека и наличие потенциала саморегулируемого и эффективного функционирования, обладает огромной притягательной силой для тех, кто разделяет его оптимистическую точку зрения на человечество и личность.

Ключевые элементы гуманистической психологии Маслоу следующие:

⁴⁵ Фромм Э. Анатомия человеческой деструктивности. М., Республика, 1994.
Фромм Э. Душа человека. М., 1992.

Целостность личности. Маслоу считал, что каждого человека нужно изучать как единое, уникальное, организованное целое.

Позитивность природы человека. Маслоу утверждал, что природа человека в сущности хороша. По Маслоу, разрушительные силы в людях являются результатом фрустрации, или неудовлетворенных основных потребностей, а не каких-то врожденных пороков. Он полагал, что от природы в каждом человеке заложены потенциальные возможности для позитивного роста и совершенствования. Именно такого оптимистичного и возвышенного взгляда на человечество Маслоу придерживался всю жизнь.

Творческая потенциальность. Маслоу считал, что творчество является наиболее универсальной характеристикой людей, которых он изучал или наблюдал (Maslow, 1950). Описывая ее как неотъемлемое свойство природы человека, Маслоу (Maslow, 1987) рассматривал творчество как черту, потенциально присутствующую во всех людях от рождения.

Психическом здоровье. Маслоу утверждал, что ни один из психологических подходов, применявшихся для изучения поведения, не придавал должного значения функционированию здорового человека, его образу жизни или жизненным целям и сконцентрировал внимание на психически *здоровом человеке* и понимании такого человека с иных позиций, чем сравнение его с психически больным. Самоусовершенствование является основной темой жизни человека — темой, которую нельзя выявить, изучая только людей с психическими нарушениями.

Вопрос о мотивации, возможно, является наиболее важным во всей психологии. Маслоу (Maslow, 1968, 1987) полагал, что люди мотивированы для поиска личных целей, и это делает их жизнь значительной и осмысленной. Маслоу описал человека как «желающее существо», который редко достигает состояния полного, завершенного удовлетворения. Полное отсутствие желаний и потребностей, когда (и если) оно существует, в лучшем случае недолговечно. Если одна потребность удовлетворена, другая всплывает на поверхность и направляет внимание и усилия человека.

Когда человек удовлетворяет и ее, еще одна шумно требует удовлетворения. Жизнь человека характеризуется тем, что люди почти всегда чего-то желают.

Пирамида потребностей Маслоу представления на рис. 2.



Рис. 10-1. Схематическое представление иерархии потребностей Маслоу.

В основе этой схемы лежит допущение, что доминирующие потребности, расположенные внизу, должны быть более или менее удовлетворены до того, как человек может осознать наличие и быть мотивированным потребностями, расположенными сверху. Следовательно, потребности одного типа должны быть удовлетворены полностью прежде, чем другая, расположенная выше, потребность проявится и станет действующей. Удовлетворение потребностей, расположенных внизу иерархии, делает возможным осознание потребностей, расположенных выше в иерархии, и их участие в мотивации. Таким образом, физиологические потребности должны быть в достаточной степени удовлетворены прежде, чем возникнут потребности безопасности; физиологические потребности и потребности безопасности и защиты должны быть удовлетворены до некоторой степени прежде, чем возникнут и будут требовать

удовлетворения потребности принадлежности и любви. По Маслоу, это последовательное расположение основных нужд в иерархии является главным принципом, лежащим в основе организации мотивации человека. Он исходил из того, что иерархия потребностей распространяется на всех людей и что чем выше человек может подняться в этой иерархии, тем большую индивидуальность, человеческие качества и психическое здоровье он продемонстрирует.

В дополнение к своей иерархической концепции мотивации Маслоу выделил две глобальные категории мотивов человека: *дефицитные* мотивы и мотивы *роста* (Maslow, 1987). Первые (также называемые *дефицитарными*, или *Д-мотивами*) включают в себе чуть больше, чем низкоуровневые потребности в мотивационной иерархии, особенно что касается наших физиологических требований и требований безопасности. Единственной целью депривационной мотивации является удовлетворение дефицитарных состояний (например, голод, холод, опасность). В этом смысле Д-мотивы являются стойкими детерминантами поведения.

В отличие от Д-мотивов, *мотивы роста* (также называемые *метапотребностями* и *бытийными*, или *Б-мотивами*) имеют отдаленные цели, связанные со стремлением актуализировать наш потенциал. Объективные мотивы роста, или метапотребности (*мета* означает «сверх» или «после») должны обогатить и расширить жизненный опыт, увеличить напряжение посредством нового, волнующего и разнообразного опыта. Мотивация роста предполагает не столько возмещение дефицитарных состояний (то есть уменьшение напряжения), сколько расширение кругозора (то есть увеличение напряжения).

В своей концепции человека Р. Мэй особенно подчеркивал уникальность личности, свободный выбор и телеологию поведения, то есть его осознанный целевой аспект. Он полагал, что:

- 1) существование (existence) предшествует сущности (essence), то есть более важно, что люди *делают*, а не что они *есть*;

2) люди сочетают в себе черты и субъекта, и объекта; это значит, что они являются и думающими, и действующими существами;

3) люди стремятся найти ответы на важнейшие вопросы, касающиеся смысла жизни;

4) свобода и ответственность всегда уравнивают друг друга, поэтому ни одна из них не может присутствовать в человеке отдельно от другой;

5) жесткие теории личности склонны дегуманизировать человека и превращать его в объект или предмет для исследования.

Экзистенциалисты применяли *феноменологический* подход к изучению личности, настаивая на том, что человека лучше всего можно понять с его собственной точки зрения. Единство человека и его феноменологического мира выражается термином Dasein (бытие-в-мире).

Есть три формы бытия-в-мире: Umwelt — наши отношения с миром внешних объектов или вещей, Mitwelt — наши отношения с другими людьми и Eigenwelt — отношения с собственной личностью. Здоровые люди живут во всех этих трех мирах одновременно.

Если человек осознает свое бытие-в-мире, он также осознает возможность небытия (nonbeing), или несуществования (nothingness). Жизнь становится для нас более значительной, когда мы стоим перед фактом неизбежности смерти или небытия.

Признание небытия способствует развитию чувства *тревоги*, которая возрастает, если человек понимает, что наделен свободой выбора и нагружен ответственностью за свои действия. Нормальную тревогу испытывает каждый из нас. Она пропорциональна угрозе, и мы умеем справляться с ней конструктивно на сознательном уровне. Невротическая тревога непропорциональна угрозе, вызывает подавление и реакцию самозащиты.

Чувство вины, как и чувство тревоги, является нормальным для человека.

Как любовь, так и воля вызывают отношение заботы и требуют ответственности. Любовь означает восхищение от присутствия другого человека и утверждение его ценностей наравне с собственными, воля порождает сознательное решение действовать. Мэй выделял четыре вида любви: 1) *секс*, который является физиологической функцией; 2) *эрос*, стремящийся к длительному союзу с любимым человеком; 3) *филия* — дружба, не имеющая выраженной сексуальной направленности; 4) *агапе*, или альтруистическая любовь, не требующая ничего взамен.

Мэй считал, что свобода приходит к человеку, когда он противостоит своей *судьбе* и понимает, что смерть или небытие возможно в любой момент. Существует *свобода действия*, которая есть у многих, но более глубокий, более редкий вид свободы — это *свобода бытия*. Человек может быть внутренне свободен, даже если он физически находится в тюрьме.

Экзистенциальная психология заслуживает высокой оценки за способность организовать и использовать все, что идет на пользу личностному развитию.

Экзистенциалистский взгляд на человека берет начало из конкретного и специфического осознания уникальности бытия отдельного человека, существующего в конкретный момент времени и пространства. Экзистенциалисты полагают, что каждый из нас живет как «сущий-в-мире», осознанно и болезненно постигая наше существование и конечное несуществование (смерть). Мы не существуем вне мира, и мир не имеет значения без нас, живущих в нем. Отвергая понятие, что человек является продуктом либо наследственных (генетических) факторов, либо влияния окружающей среды (особенно раннего влияния), экзистенциалисты подчеркивают идею о том, что в конце концов каждый из нас ответствен за то, кто мы и чем становимся. Как сказал Сартр: «Человек не что иное, как то, чем он делает себя сам. Таков первый принцип экзистенциализма» (Sartre, 1957, p. 15). Следовательно, экзистенциалисты полагают, что каждому из нас брошен вызов — мы все стоим перед задачей наполнить нашу жизнь смыслом в этом абсурдном мире. Тогда

«жизнь есть то, что мы из нее делаем». Разумеется, уникальный человеческий опыт свободы и ответственности за придание своей жизни смысла не дается даром. Иногда свобода и ответственность могут быть тяжелой и даже пугающей ношей. С точки зрения экзистенциалистов, люди осознают, что они в ответе за свою судьбу, и поэтому испытывают боль отчаяния, одиночество и тревогу.

Только сами люди, брошенные в водоворот жизни в данный момент времени и в данном месте, ответственны за выбор, который они делают. Это не означает, что, если людям дана свобода выбора, они непременно будут действовать в своих собственных интересах. Свобода выбора не гарантирует, что выбор будет безупречным и мудрым. Если бы это было так, люди не страдали бы от отчаяния, отчуждения, тревоги, скуки, вины и множества других навязываемых себе неприятных чувств. Для экзистенциалистов вопрос заключается в том, может или нет человек жить подлинной (честной и искренней) жизнью в осознанной последовательности ее случайностей и неопределенностей. Так как экзистенциальная философия полагает, что каждый человек ответствен за свои действия, она апеллирует к гуманистической психологии; теоретики-гуманисты также подчеркивают, что каждый человек является главным архитектором своего поведения и жизненного опыта. Люди — мыслящие существа, переживающие, решающие и свободно выбирающие свои действия. Следовательно, гуманистическая психология в качестве основной модели принимает ответственного человека, свободно делающего выбор среди предоставленных возможностей. Как заметил Сартр — «Я есть мой выбор».

4.5. Трансперсональный проект в политической психологии

Возникновение и развитие трансперсональной психологии тесно связано с современными глобальными проблемами и цивилизационными процессами. Грандиозные изменения, происходящие сегодня во всех уголках нашей планеты, сотрясающие все социальные группы и затрагивающие каждого человека, имеют фундаментальное измерение, до недавнего времени ускользавшее от философского и психологического анализа. Земная цивилизация вступает в новую фазу своего роста, которую можно охарактеризовать как сознательную эволюцию, когда активное преобразование человечества происходит в объединении знаний и усилий западных технологий внешнего и восточных технологий внутреннего.

Движения обновления социальной жизни еще в 60-е – 70-е гг. нашего века, проявлявшие себя как альтернативные официальному истеблишменту молодежная контркультура и “паломничество на Восток”, сегодня оказались интегрированными в обширные социальные проекты гуманизации культуры через самореализацию и самосовершенствование. Уникальность современной ситуации состоит в том, что движения за гуманизацию и революцию сознания стали одними из самых важных составляющих массовой культуры. Они призывают к радикальной реформе всех сфер жизни современной западной цивилизации. Трансперсональная психология выступает интеллектуальным лидером этого всеобъемлющего порыва к беспредельному развитию, давая экспертную оценку древним и современным методам целостного и духовного совершенствования, переводя на язык современной западной культуры древние знания об искусстве трансценденции.

Трансперсональная психология – направление, возникшее в США в конце 60-х годов XX века на базе трансперсонального проекта в культуре. Основателями этого направления выступили широко известные философы, психологи и психотерапевты: А. Маслоу, С. Гроф, А. Уотс, М. Мерфи, Э. Сутич и др. В теоретическом отношении проблемное поле этого направления психологии разрабатывали психологи психоаналитического, гуманистического и

трансперсонального направлений, а также передовые ученые и мыслители из других областей знания: У. Джеймс, З. Фрейд, О. Ранк, В. Райх, К.Г. Юнг, К. Роджерс, Ч. Тарт, К. Уилбер, К. Прибрам, Д. Чью, Ф. Капра и др.

В 1968 году Маслоу привлек внимание коллег к ограниченности возможностей гуманистической модели психологии. Изучая самые современные достижения человеческого разума, Маслоу сделал вывод, что кроме самоактуализации есть и другие возможности преобразования личности. Когда вершинные переживания бывают особенно мощными, ощущение своего «я» растворяется в осознании какого-то более обширного единения. По-видимому, термин «самоактуализация» не подходит для этих переживаний.

«Человеку необходимо иметь какую-то жизненную основу из личностных ценностей, из философских убеждений... Чтобы чем-то жить и быть понятым другими людьми, это нужно, как нужен солнечный свет, кальций или любовь» (Maslow, 1968, p. 206).

Трансперсональная психология привносит в традиционные подходы к проблемам признание того, что человеческие переживания имеют духовный аспект. Этот уровень человеческих переживаний раньше всего описывался в религиозной литературе ненаучным и часто слишком теологическим запрограммированным языком. Основная задача трансперсональной психологии заключается в том, чтобы подвести под имеющийся материал научную базу и изложить его научным языком.

Трансперсональная психологии выделила в качестве предмета психологии области за пределами общепринятого, персонального, индивидуального уровня *переживания, в которых чувство самотождественности выходит за пределы индивидуальной, или личной, самости, охватывая человечество в целом, жизнь, Дух и космос.*

Рассмотрев сорок определений данного предмета (Lajoie & Shapiro, 1992), авторы вывели следующее: «Трансперсональная психология занимается изучением наиболее высокого потенциала

человечества, распознаванием, пониманием и реализацией объединяющих, духовных и трансцендентальных переживаний».

Развитие человеческого сознания, в соответствии с исследованиями основателей трансперсональной парадигмы психологической науки (У. Джеймса, К.Г. Юнга, Р. Ассаджиоли, А. Маслоу, К. Уилбера, С. Грофа и др.), происходит по следующей схеме: сначала дифференциация, независимость функционирующего эго и затем трансцендирование привязанности к этому эго.

Таким образом, трансперсональный проект мы можем обозначить как психологическое учение о трансперсональных переживаниях, их природе, разнообразных формах, причинах и следствиях, а также о тех проявлениях в областях психологии, философии, практической жизни, искусства, культуры, жизненного стиля, религии и т.д., которые вдохновляются ими или которые стремятся их вызвать, выразить, применить или понять (Козлов, 2007).

«Трансперсональная психология соединяет в себе прозрения различных школ психологии личности (индивидуалистических психологии — *individualistic psychologies*) Запада с духовными психологиями Востока и Среднего Востока. Поначалу, когда мы начинаем понимать, насколько ограничен наш опыт и что западные идеи не являются центром психологической вселенной, это тревожит нас. Потом это чувство проходит, когда человек осознает, как много работы уже проделано, но нуждается в подтверждении результатов с помощью научных и экспериментальных возможностей западной психологии» (Fadiman, 1980, p. 181).

Психология, набравшись сил и интеллектуальной мощи, возвратила себе всю возможную феноменологию психической жизни, включая и трансперсональный проект, который является корневым подходом в мировых духовных и философских традициях.

Основная концепция человеческой природы в трансперсональной психологии не нова. Она существовала в человеческой культуре всегда и называлась *perennial* (вечная, преемственная) философия (Huxley, 1944), *perennial* религия (Smith, 1976) и *perennial* психология (Wilber, 1977). Что здесь есть нового, так

это задача объединить идеи многочисленных и разнообразных традиций и культур для того, чтобы создать язык современной психологии и научных обоснований (см., например, Vaughan, 1995).

Ч.Тарт (Tart, 1975) детально проанализировал подходы, отличающие трансперсональную психологию от традиционной. Сюда входят следующие отличия:

«1. Старые понятия. Физика — это наука наук (ultimate), изучение реального мира. Мечты, эмоции, человеческие переживания, в общем, все — производное от физики.

Новые понятия. Психологическая реальность почти так же реальна, как физическая. И современная физика подтверждает, что эти реальности не так уж далеки друг от друга.

2. Старые. Индивид существует в относительной изоляции от окружающего мира. Каждый из нас по своей сути является независимым созданием. И не ощущая себя частицей мира, мы можем стремиться владычествовать над ним.

Новые. Между всеми формами жизни существует глубинная психологическая духовная связь. Каждый индивид — это космическое создание, там, в космосе, его настоящие корни.

3. Старые. Обыденное состояние нашего сознания является наилучшим, самым удобным (адаптивным — adaptive) из всех возможных вариантов того, как может быть организован разум. Все другие состояния сознания не столь хороши или не являются нормальными. Даже «творческие состояния» вызывают подозрения, часто их рассматривают как граничащие с патологией (т. е. «regression» — идущие назад).

Новые. Возможны ощущение, сознание и даже разумность более высокого уровня. То, что мы называем пробудившимся сознанием, на самом деле больше похоже на «беспробудный сон» (waking sleep), в котором мы используем всего лишь малую часть нашего разума и наших возможностей.

4. Старые. Желание испытать измененные состояния сознания является признаком патологии или незрелости.

Новые. Стремление испытать различные состояния сознания совершенно естественно для здорового развития человека.

5. Старые. Основное (basic) развитие личности завершается с повзрослением, за исключением невротиков, людей, в детстве перенесших психологическую травму и т. п.

Новые. У обычных взрослых индивидов мы находим всего лишь рудиментарный уровень зрелости. Основа такой «здоровой» взрослой личности представляет собой только фундамент для дальнейшей духовной работы и развития мудрости и зрелости более глубокого уровня.»

Ведущим теоретиком трансперсональной психологии является Станислав Гроф (Stanislav Grof), чешско-американский психиатр, много сделавший для исследования психоделиков и измененных состояний сознания.

Гроф (1975, 1993) описал следующие характерные особенности трансперсонального опыта: ощущение преодоления пространства и времени; ощущение преодоления различий между материей, энергией и сознанием; преодоление разрыва между индивидом и внешним миром.

Гроф (1975) разделил трансперсональный опыт на четыре категории: абстрактные, психодинамичные, перинатальные и трансперсональные.

«1. Абстрактный опыт — это главным образом переживания, связанные с органами чувств, необычно яркое восприятие интермодального характера.

2. Психодинамичный опыт — это ожившие эмоционально окрашенные воспоминания биографического уровня. Сюда же относятся переживания, имеющие символический смысл, подобные тем образам, которые мы видим в своих снах.

3. Перинатальный опыт — переживания, связанные с рождением и смертью. Гроф пишет, что процесс рождения имеет четыре стадии. Первая начинается с периода, предшествующего началу схваток. Развивающийся ребенок спокойно лежит в утробе матери. Эта стадия ассоциируется с ощущением безграничности и с такими символами,

как, например, океан. Вторая стадия, начало схваток, ассоциируется с тревогой и угрозой, ощущением западни. Во время третьей стадии ребенок продвигается по родовому каналу. С этой стадией может ассоциироваться борьба за существование, сильное давление и ощущение удушья. Четвертая стадия — это саморождение ребенка, борьба, которая в конце концов заканчивается освобождением и релаксацией. Сюда же можно отнести ассоциации с созерцанием прекрасного или света (*visions of light and beauty*), чувство освобождения или спасения, а также переживания, связанные со смертью и новым рождением.

4. Трансперсональный опыт, связанные с чувством, что наше сознание простирается за пределы границ эго, за пределы пространства и времени. Среди других переживаний и ощущений можно назвать экстрасенсорное восприятие, видение архетипических образов, память предков, память более ранних реинкарнаций, ощущение полного единения с другими людьми».

Гроф утверждал, что эти четыре уровня взаимосвязаны при помощи СКО – систем конденсированного опыта. Он отмечал, что работа с психодинамическими воспоминаниями, как правило, приводит практикующего к перинатальному и затем к трансперсональному опыту. Верно также и обратное; те, кто испытал глубокие духовные или трансперсональные переживания, находят, что им легче работать с психологическим материалом.

Кен Уилбер (Ken Wilber) является крупным теоретиком трансперсональной психологии. В своей главной книге «Спектр сознания» (*The spectrum of Consciousness, 1977*), он попытался интегрировать восточную и западную психологию в единую модель.

Кен Уилбер рассматривает самоидентичность как многоуровневую структуру. Эти уровни являются базовыми аспектами человеческого сознания. В его Спектре сознания представлено 5 основных уровней.

1. Уровень Ума (Mind). Центральным моментом в философии вечного является представление о том, что "сокровенная" часть сознания идентична абсолютной и предельной реальности универсума,

известного под именем Брахмана, Дао, Дхармакайя, Аллаха, Бога, - мы называли только некоторых, в целях удобства, мы будем называть их просто Умом... В соответствии со всеобщей традицией Ум является тем, что есть, и всем, что есть, находится вне пространства и потому бесконечен, вневременен и потому вечен, вне его нет ничего.

На этом уровне человек идентифицируется с универсумом, со всем, или скорее он есть Все. Согласно философии вечного, этот уровень не является ненормальным уровнем состояния сознания, скорее, он является единственным реальным уровнем сознания... все остальные оказываются иллюзорными...

2. Трансперсональные полосы. Это сверхиндивидуальная область Спектра, здесь человек не осознает своей идентичности со Всем, и в то же время его идентичность не определяется границами индивидуального организма.

3. Экзистенциальный уровень. Здесь человек идентифицируется только со всем своим психофизическим организмом, существующим во времени и в пространстве, это первый уровень, на котором проводится четкая граница между личностью и другими организмами и окружающей средой.

4. Уровень Эго. На этом уровне человек непосредственно не идентифицирует себя с психосоматическим организмом. Скорее, в силу различных соображений, он идентифицирует себя только с более или менее правильным ментальным представлением или картиной всего своего организма. Иными словами, он идентифицируется с Эго - своим образом.

5. Уровень Тени. При определенных обстоятельствах человек может отчуждать от себя различные аспекты своей психики, разотождествляться с ними и, таким образом, сузить свою сферу идентификации до части Эго, которое мы можем соотносить с персональностью. Это уровень Тени: человек идентифицируется с обедненным и неверным образом самого себя.

В рамках этой концептуальной схемы "спектра сознания" представляется возможность объединения различных методов психотерапии и личностного роста. Подход позволяет принять и свести

воедино основные положения трех ведущих направлений психотерапии: ортодоксального, ориентированного на уровень "эго" (включающего когнитивный бихевиоризм и фрейдистскую "эго" - психологию), гуманистического (биоэнергетика, гештальт-терапия и др.) и трансперсонального (психосинтез, юнгианская психология и мистические традиции в целом).

К. Уилбер также разработал четырехчастную модель (Wilber, 1996, 2000a, b), представляющей собой мощную метатеорию, охватывающую большинство возможных подходов к изучению человеческого опыта и поведения. Переменные, образующие четыре квадранта, показанные на рис. 3, включают Индивидуальное и Коллективное, а также Внутреннее и Внешнее.

| | Внутреннее | Внешнее |
|-----------------------|----------------------|-----------------------|
| Индивидуальное | Субъективный опыт | Поведение |
| Коллективное | Культура | Социальные системы |

Рис. 15.2. Четырехчастная модель Уилбера

Верхний правый квадрант соответствует взгляду на индивидуума, рассматриваемого объективно, и включает области физиологии и поведенческой психологии (традиционные разделы академической психологии). Верхний левый квадрант представляет индивидуальный субъективный опыт и включает мысли, чувства, ценности и сознание. Нижний левый квадрант включает паттерны сознания, разделяемые представителями определенной культуры или субкультуры. Нижний правый квадрант представляет объективные корреляты культурных паттернов. Уилбер называет их «интерсубъективными реалиями» социальной системы, включающей социальные институты, паттерны коммуникации, а также экономические и политические структуры.

Другим выдающимся представителем трансперсональной психологии является Роберто Ассаджиоли (Roberto Assagioli, 1971). Ассаджиоли — итальянский психиатр, разработал систему, называемую психосинтезом.

«Мы говорим об обычном «я» и о более глубоком «я», но это не означает, что существуют два отдельных и независимых «я», два существа в одной оболочке. На самом деле существует одно большое «Я». То, о чем мы обычно говорим «я», это всего лишь маленькая частица глубинного «Я», которое наше сознание способно осознать в тот или иной момент... Это отражение того, что когда-нибудь станет еще более ясным, еще более живым; и возможно, это «я» сможет воссоединиться со своим истоком» (Assagioli in: Hardy, 1987, p. 31).

«Если можно сказать, что гуманистическая наука (психология) имеет другие цели, кроме удовольствия изучать тайны человеческого сознания, ее задачей должно быть освобождение индивида от внешнего контроля, чтобы он стал менее предсказуемым для наблюдателя... хотя возможно, более предсказуемым для самого себя» (Maslow, 1966, p. 40).

Ассаджиоли различает два уровня работы в психосинтезе: персональный (personal) и трансперсональный. Персональный психосинтез фокусирует внимание на интеграции (integration) личности вокруг личностного «я». Трансперсональный психосинтез занимается воссоединением личности с трансперсональным «я». Ассаджиоли подчеркивает, что личностное «я», в основном, представляет собой отражение трансперсонального «я».

Психосинтез находит свое применение при лечении наиболее глубоких и ранних человеческих травм (Firman & Gila, 1997). Большинство современных практиков психосинтеза интегрируют психосинтез с психологией развития и личности, а также с клинической теорией и исследованиями (Firman & Gila, 2000).

Карл Юнг считал, что только путем преобразования сознания мы можем изменяться и духовно расти.

«Все самые большие и важные проблемы жизни по своей сути неразрешимы... Их вообще невозможно решить, их можно только

перерасти. При дальнейших исследованиях оказалось, что это «перерастание» требует нового уровня сознания. На горизонте тех, кто проявляет терпение и упорство, появляются контуры новых возможностей более высокого (или более широкого) порядка» (Jung in: Jacoby, 1959, p. 302).

Что касается научных исследований, трансперсональная психология занимается изучением и объяснениями процесса духовного роста и феноменологии измененных состояний сознания. Особенно успешны в этом отношении российские психологи (Ю.А.Бубеев, В.В.Козлов, В.В.Майков)

ПСИХОЛОГИЯ МАСС

5.1. Формирование основных понятий и специфики исследовательского подхода психологии масс (Тард, Сигеле, Лебон)

Увлечение философов, юристов, филологов, социологов “психологией народов”, безусловно, носило окраску социального заказа, уж очень злободневной была тема для Германии середины XIX века. Кстати, и к середине XX века, правда, на несколько другой основе интерес к этой теме проявили фашисты. Они сделали ее снова злободневной, и во многих речах рейхчиновников звучали цитаты из вундтовской многотомной “Истории психологии народов”.

В конце же XIX века эта тема приобрела социально другой окрас. Многим государственным деятелям не давал покоя нарождавшийся тогда рабочий класс и следовавший параллельно с этим процессом революционный подъем масс (как бы это сейчас иначе не называлось!). наброски сторонников “психологии народов” ничего не могли прояснить в изменившейся ситуации. Нашлись ученые, пытавшиеся разобраться и в этой проблеме.

Уже в 1890 году появилась книга французского ученого Габриэля Тарда “Законы подражания”. В принципе, Тард был серьезным социологом-экономистом, глубоко занимавшимся психологией предпринимательской деятельности. Позднее он издает два крупных тома “Экономической психологии”, которые и до сегодняшнего дня не потеряли своей значимости. Но это будет потом, а пока Г. Тард заявился с новым пониманием процесса волнения людей и их

асоциального поведения. Всевозможные выступления недовольных он объясняет психологическими механизмами подражания, которые очень активно действуют в толпе. Появляется понятие “психология масс”. В отличие от понятия “психология народов” этот термин употребляется для локализации объема рассматриваемой массы людей. Речь уже не идет о народе или нации, большой религиозной общности. Тут объект уже и жестче очерчен: толпа, масса - нечто неорганизованное, стихийное и относительно ограниченное по размеру. Книга Г. Тарда становится не просто бестселлером, она дает толчок проявлению интереса ученых разных специальностей к новой проблеме. Элементы социального поведения становятся объектом изучения юристов, психиатров, философов, психологов и психиатров⁴⁶.

Адвокат Симон Сигеле в Италии, психиатр Густав Лебон - во Франции, социолог Н. Лобас - в России один за другим выпускают собственные книги на “преступные” темы.

С. Сигеле в работе “Преступление массы” и Г. Лебон в книге “Психология масс”, Н. Лобас “Психология падших людей” рассматривают различные случаи асоциального поведения разных групп населения, квалифицируя их как преступные действия. Все в один голос заявляют о взрывчатости человеческой массы, вспыльчивости толпы, объясняют это чисто психологическими превращениями человеческого характера в группе.

Скопление нескольких человек изменяет их поведение, предсказать действия каждого в толпе оказывается достаточно просто, ибо он, априори, теряет свою индивидуальность и становится обезличенным, как все. И этот процесс не зависит от того, кто находится в толпе: выдающиеся ученые или подмастерья, молодые или пожилые люди, мужчины или женщины - все они приобретают признаки массы во всем, что выходит за пределы их специальности. Каждый человек в толпе теряет критичность и даже способность к наблюдению не только за своим поведением, но и за поведением окружающих.

⁴⁶ Тард Г. Общественное мнение и толпа. СПб.: «КСП+», 1998. -310

Вот, что пишет, например, Г. Лебон в своей книге [Русское издание: Психология масс. Санкт-Петербург, 1886. С. 62-64].

Масса обладает огромной взрывчатостью, вспыльчивостью. Это основное свойство людей, собирающихся в определенную численность. Вероятно предположить критическую массу численности. В разных случаях скоплений, по поводу и без повода, эта масса может быть разной.

Вот типичные признаки человека в массе.

1. Обезличенность. Под натиском страстей возникает импульсивность поведенческих реакций, теряется осознанный контроль за своими действиями, поступками, верх захватывает “инстинктивизация реакции”.

2. Резкое преобладание эмоций и чувств. Разум, сознание уступают место чувству, инстинкту. Люди начинают действовать, подчиняясь эмоциям и становятся побуждаемыми только ими.

3. Утрата интеллекта. Тот, кто хочет удовлетворить массы, толпу, заслужить их одобрение, - должен ориентироваться на весьма низкий уровень интеллекта, отказаться от логики.

4. Утрата личной ответственности. Действия и поступки, совершаемые в массе, толпе, человек никогда не сделает один.

Состояние массы, прежде всего, характеризуется потерей групповой структуры. Это проясняется во временном исчезновении всех тех свойств человеческой группы, которые, собственно, и определяют ее “коллективную силу, волю, разум”.

Известно, что малая группа высокого уровня развития, сплоченный коллектив относительно нечувствительны к ситуациям массовых состояний и обладают достаточной стойкостью и стабильностью их преодоления. Напротив, случайные скопления людей (например, в кинозале, на дискотеке и т.п.) совершенно не критичны и чрезвычайно подвержены массовому психическому заражению: и позитивному, и негативному. При этом, чем больше людей, тем заразительнее эмоции.

Масса, в принципе, хаотична, неупорядочена, не способна к самостоятельному устранению и установлению порядка. Массе нужен “вождь”.

Вся многолетняя практика авторов данного учебного пособия свидетельствует очень четко: позитивная социальная направленность неорганизованной массе не свойственна, из каких бы благих намерений она не образовывалась. Неорганизованная толпа способна только разрушить, никакой конструктивной, созидательной деятельностью она не обладает. Для того, чтобы остановить толпу, нужна очень сильная преграда на ее пути. Практически повернуть ее назад можно только силой, значительно превосходящей своей организованностью эту толпу. Но с остановившейся толпой уже можно разговаривать. И тут появляется шанс направить ее, образно говоря, влево или вправо, но только не в обратном направлении. Масса должна продолжать свой путь, продолжать движение, но, лучше, несколько в другую сторону. При этом, ей постоянно надо “подбрасывать” новые идеи, постоянно уводящие от старых, вызвавших разрушительную мотивацию. Один из способов снижения разрушительной мощи толпы - ее “раскалывание или растаскивание” сзади. Авторам доводилось быть свидетелем грамотного расчленения студенческой толпы полицейскими, вооруженными одними дубинками. Они строем проходили по задней части толпы, тормозили ее движение, отсекали от основной массы, рассеивали и повторяли прием.

Через несколько лет после первой книги Г. Лебон издаст новую и ее тоже переведут в России (в 1896 году) под как бы объединенным названием “Психология народов и масс”. Характеризуя смену героев и верований, столпов общества, рухнувших один за другим за 10-15 лет в Европе, он на С. 154 напишет: “Могущество масс представляет собою единственную силу, которой ничто не угрожает и значение которой все более увеличивается. Наступающая эпоха будет эрой масс!”.

Г. Лебон оказался провидцем. Однако последующее столетие явилось не только эрой масс, но и эпохой величайших манипуляторов

массами. Достаточно вспомнить В.И. Ленина, Л.Б. Троцкого, И.В. Сталина, А. Гитлера, У. Муссолини и более поздних вождей и героев масс: Ф. Кастро, Горбачева, Ельцина, Лукашенко и других.

Надо отдать должное не только одаренности названных вождей, но и прозорливости психолога Г. Лебона. В той же самой книге он давал им совет:

“Знание психологии толпы составляет в настоящее время последнее средство, имеющееся в руках государственного человека. Не для того, чтобы управлять массами, так как это уже невозможно, а для того, чтобы не давать им слишком много воли над собою” [цитированная работа, С. 159].

5.2. Понятие “массы”. Массовое сознание. Массовое поведение. Определение понятий «толпа» и «масса». Основные виды и специфика массы

В отличие от групп, больших и малых, всегда так или иначе организованных и структурированных (в том числе, политически), **массы** — это принципиально неорганизованные и неструктурированные субъекты политики. В основе политической психологии масс лежит массовое сознание. **Массовое сознание** — один из видов общественного сознания, реальная форма его практического существования. Это особый вид общественного сознания, свойственный большим неструктурированным множествам людей («массам»). Массовое сознание определяется как совпадение (совмещение или пересечение) основных, наиболее значимых компонентов сознания большого числа «классических» групп (больших и малых), однако несводимый к ним. Это новое качество, возникающее из совпадения отдельных фрагментов психологии деструктурированных по каким-то причинам «классических» групп. В силу недостаточной специфичности источников своего появления и

неопределенности самого своего носителя, массовое сознание в основном носит обыденный характер.

Массы как носители массового сознания социологически определяются как некоторой ситуативно возникающие общности, вероятностные по своей природе, гетерогенные по составу и статистические по формам выражения (функционирования).

Массовое политическое сознание проявляется в стихийных формах массового **политического поведения**. Содержательно, это неорганизованное, но одинаковое и относительно необычное внегрупповое поведение больших масс людей, ситуативное и временное, связанное с особыми политическими обстоятельствами.

Примерами стихийного массового поведения являются стихийная массовая агрессия в периоды войн и политических потрясений, или, напротив, стихийная массовая паника, связанная с поражениями в войнах и восстаниях. Понятие «политической массы», как субъекта политического поведения, крайне изменчиво, ситуативно и, в целом, неопределенно. Развитие массового политического сознания зависит от масштаба охвата людей общими психическими состояниями, определяемыми политическими причинами.

Созревая первоначально в рамках традиционно выделяемых групп, отдельные компоненты массового политического сознания могут распространяться, захватывая представителей иных групп и слоев общества и увеличивая тем самым массу, а могут, напротив, и сокращаться, сужая размеры субъекта массового политического сознания и поведения. Размытость границ субъекта осложняет типологизацию массового политического сознания.

В качестве оснований для его дифференциации на самостоятельные типы используется ряд свойств.

Во-первых, его «общий и актуальный мыслительный потенциал» (объем позитивных знаний, которыми располагают массы и пользуются в своей жизнедеятельности).

Во-вторых, «пространственная распространенность» (объем захватываемой массы). В-третьих, темпоральность (временная

устойчивость). В-четвертых, степень связности и непротиворечивости.

В-пятых, его управляемость. В-шестых, уровень развития массового сознания.

В-седьмых, характер выраженности.

В-восьмых, особенности используемых экспрессивных средств, и т. д., и т. п.

Однако наиболее адекватным является создание комплексных, многомерных, сферических моделей массового политического сознания, позволяющих заблаговременно, прогностически выявить возможные варианты не только стабильного, но и стихийного массового политического поведения

Основные характеристики (свойства) массового политического сознания — эмоциональность, заразительность, мозаичность, подвижность и изменчивость. Оно всегда конкретно. Как правило, оно неоднородно, аморфно, противоречиво, лабильно и размыто. Оно возникает в силу того, что люди всегда, тем или иным образом, непосредственно или опосредованно, взаимодействуют друг с другом в пространстве и времени. В ходе такого взаимодействия, общения и совместной деятельности, они совместно вырабатывают общие представления, чувства, мнения, фантазии и т. д. — компоненты общего для них массового сознания.

С этой точки зрения, процесс образования, возникновения массового сознания точнее всего передается терминами «порождение», «производство», «продуцирование», схватывающими обе стороны взаимосвязи — и внешние условия, и закономерности саморазвития массового сознания. В качестве макроформ массового политического сознания обычно выступают общественное мнение и массовые политические настроения.

В постсоветский период существования российского государства стало явным, что демократизация политической жизни - это не только великое благо, но и огромная ответственность. Демократизация несет в себе не только права и свободы, но и более сложные, чем раньше, требования к гражданину. Прежде всего, это необходимость

овладения нормами политической культуры, которыми определяется участие граждан в политических процессах во всем их многообразии.

Любые нормы усваиваются обществом в процессе социализации его граждан. Как выяснилось, социализация в условиях тоталитарного режима не способствовала (да и не могла этого!) усвоению норм демократического образа жизни. В результате, мы оказались плохо подготовленными к свободе. Эта неподготовленность проявляется буквально во всем, начиная от пассивного отношения к своим новым политическим и гражданским правам и кончая не очень высоким уровнем культуры законодательной деятельности верховных органов власти.

Вероятно, одним из самых острых и опасных проявлений политической незрелости стал разрастающийся на глазах **“феномен толпы”** в удивительно разнообразных его проявлениях. После окончания гражданской войны (1918-1922 гг.) с этим явлением в нашей стране почти не сталкивались, а в тех редких случаях, когда подобное возникало, меры принимались **“железной рукой”** без особых раздумий. В условиях демократизации существующие структуры власти и правопорядка, сталкиваясь с явлением толпы и другими массовыми феноменами, испытывают растерянность и бездействуют, либо принимают какие-то неадекватные меры, с запозданием и случайными средствами.

Прежде всего, вспомним, что такое толпа, и что ученые и политики понимают под этим социально-психологическим феноменом.

Политические институты власти, как за рубежом, так и в нашей стране, имеют тенденцию рассматривать как **“толпу”** любые массовые проявления, протесты, которые ими (властями) не санкционированы. Ученые же считают, что это, как раз, и не позволяет выделить те особенности толпы, которые принципиально отличают ее от других человеческих образований.

С психологической точки зрения, под толпой следует понимать изначально неорганизованное (или потерявшее организованность) скопление людей, не имеющих общей осознанной цели (или

утративших ее). Такая “толпа”, как правило, находится в состоянии эмоционального возбуждения и ни на что, кроме разрушения, не способна.

Типы толпы.

В западной литературе сложилась довольно определенная классификация толпы, которая адекватно отражает реально возникающие явления в жизни. По этой классификации, оценивая характер поведения людей, выделяются толпы активные и пассивные.

Активная толпа обязательно имеет сильно выраженный эмоциональный заряд. А на что он будет направлен, зависит от обстоятельств. Одним из наиболее опасных вариантов активной толпы является толпа агрессивная! Этот вид перевозбужденной толпы легко направляется на будто бы радикальное решение тех или иных социально-назревших проблем насильственным путем. При этом, агрессивная толпа тут же теряет, какую бы то ни было, рациональную основу своих действий и вымещает чувства фрустрации и гнева на совершенно случайные объекты.

Выделяется также тип спасающейся толпы, которая мгновенно превращается в паническую, если ее доступ к средствам и способам спасения оказывается неопределенным или ограниченным.

Выделяют также тип стяжательской толпы, то есть скопления людей, движимых стремлением к грабежу, разворовыванию материальных ценностей, которые стали неожиданно доступными, в силу тех или иных обстоятельств.

Другой тип толпы - демонстрирующий. Имеется в виду собрание людей, выражающих социальный протест. Именно такие толпы часто выводят на улицы профсоюзы, “народные фронты”, партии...

Исследователи выделяют два типа условий возникновения тех массовых проявлений, которые можно назвать феноменом толпы: долговременного и ситуативного характера.

Первые, то есть долговременные - это любые экономические, социальные и политические факторы, длительные действия которых создают высокий уровень напряженности в обществе: формируют и нагнетают чувства фрустрации, беспомощности и отчаяния.

Вторые, то есть ситуативные, факторы, чаще всего, провоцируют, катализируют действия первых, выступают пусковым механизмом срывов накопленного.

Факторов социальной напряженности в нашем обществе было немало в течение всей его истории. И “срывы народного гнева” бывали неоднократно. “Период перестройки”, с одной стороны, открыл возможность для массовых выступлений, а, с другой- добавил новые условия, катализирующие долговременные факторы, в виде, например, обострений национальных противоречий и связанных с ними последствий. Таким образом, возникло то необходимое сочетание обстоятельств, при которых социальные взрывы происходят по любым поводам. Эти поводы и составляют ситуативные условия, провоцирующие накопленное неудовлетворение в виде массовых проявлений, вообще, и агрессивных взрывов, в частности.

Решающая роль всегда принадлежит условиям долговременного характера и ситуативные поводы приобретают смысл лишь в контексте первых. Поэтому их конкретное содержание не имеет самостоятельного значения и может выразиться в чем угодно - от какого-то конкретного политического события до простого бытового эпизода, или даже слуха. Следует заметить, что запоздалые или неадекватные действия власти или их выжидательная реакция на настроения людей нередко является ситуативными условиями, обостряющими события.

Практически любой эпизод массовых беспорядков характеризуется как долговременными, так и ситуативными условиями. К этим двум условиям возникновения массовых беспорядков можно добавить еще один уровень: развития политической культуры, включающий опыт решения социальных проблем демократическим путем, а также особенности национально-исторических традиций. Учитывая все это, выводится следующая формула:

$$\text{Степень вероятности} = \frac{\text{Степень обостренности} \\ \text{массовых беспорядков}}{\text{социально-экономических проблем} \\ \text{Уровень развития} \\ \text{политической культуры}}$$

Вопрос о социально-психологических особенностях толпы целесообразно рассмотреть одновременно с различными теориями толпы, поскольку именно в этих теориях выделялись психологические черты феномена.

В современной политической психологии существуют классификации масс по различным основаниям. **Массы** как носители массового сознания определяются с социологической точки зрения Б.А. Грушиным как «ситуативно возникающие (существующие) социальные общности, вероятностные по своей природе, гетерогенные по составу и статистические по формам выражения (функционирования)»⁴⁷. При определенной психологической неполноте, данное определение позволяет четко разграничить массу и группы. Кроме того, оно дает возможность подойти к пониманию важных качеств массового сознания.

Основные виды масс выделяются по ряду ведущих признаков. Соответственно, массы делятся на:

- 1) большие и малые;
- 2) устойчивые (постоянно функционирующие) и неустойчивые (импульсные);
- 3) сгруппированные и не сгруппированные, упорядоченные или неупорядоченные в пространстве;
- 4) контактные и неконтактные (дисперсные);
- 5) спонтанные, стихийно возникающие, и специально организуемые;
- 6) социально однородные и неоднородные.

⁴⁷ Грушин Б.А. Массовое сознание. — М., 1987. — С. 234—235.

Однако это — теоретическое разделение. В политической практике, особые виды и разновидности масс выделял В.И. Ленин, исходя из реалий борьбы за власть в России в начале XX века. *Во-первых*, он различал прогрессивные, или революционные массы в противоположность консервативным, реакционным, или антиреволюционным, а также нейтральные, неопределившиеся массы. *Во-вторых*, в его работах присутствуют массы активные, действующие, борющиеся и пассивные, бездеятельные, «сонные», выжидающие. *В-третьих*, выделялись сплоченные массы, дисциплинированные, самостоятельные и распыленные, неорганизованные, анархичные. Наконец, *в-четвертых*, были описаны массы решительные и нерешительные; экстремистские и робкие; и т. д. и т. п.

При всей образности и неаналитичности таких характеристик, они были достаточны для принятия политических решений и осуществления эффективных, на определенных этапах, политических действий⁴⁸. Оценим уровень анализа более поздних лет. 26 ноября 1926 г. Л.Д. Троцкий писал в дневнике: «Октябрьская революция больше, чем какая бы то ни было другая пробудила величайшие надежды и страсти народных масс... Но в то же время масса увидела на опыте крайнюю медлительность процесса улучшения...она стала осторожнее, скепичнее откликаться на революционные лозунги... Такое настроение, сложившееся после гражданской войны, является основным политическим фоном картины жизни. На это настроение опирается бюрократизм, как элемент «порядка» и «спокойствия». Об это настроение разбились попытки оппозиции поставить перед партией новые вопросы»⁴⁹,

Конкретные наблюдения и эмпирические исследования позволяют прийти к трем основным конкретным разновидностям «массы», встречающимся на практике. *Во-первых*, это толпа. Как справедливо писал Х.Ортега-и-Гассет: «Толпа — понятие

⁴⁸ Подробнее эти сюжеты и деятельность В.И. Ленина как практикующего политического психолога исследованы Б.Ф. Поршневым — см.: *Поршнев Б.Ф.* Социальная психология и история. — М., 1979.— С. 18, 25, 30, 49, 61, 64, 71.

⁴⁹ *Троцкий Л.* Письма и дневники. — М., 1986. — С.21.

количественное и видимое. Выражая ее в терминах социологии, мы приходим к понятию социальной массы»⁵⁰.

Во-вторых, это так называемая «собранная публика» — от зрителей в театре до участников политических митингов: «скопление некоторого количества людей, испытывающих сходное ожидание определенных переживаний или интересующихся одним и тем же предметом... сходство установок, ориентации и готовности к действию — основа объединения публики. ...под влиянием воздействия на всех одних и тех же стимулов (фильм, театральная постановка, лекция или дискуссия в среде публики образуются определенные сходные или общие реакции»⁵¹.

Наконец, *в-третьих*, это «несобранная публика», к которой относится часть электоральных масс, возникающих под влиянием политической рекламы или, что почти одно и то же, масс поклонников кумиров современной музыки. «Несобранная публика — это лишь «поляризованная масса», то есть большое число людей мышление и интересы которых ориентированы идентичными стимулами в одном направлении, людей, проживающих не «друг с другом», а «друг около друга»⁵².

5.3. Пять основных «смыслов» понятия «толпа»- классификация Д. Белла. Типы поведения. Теории поведения толпы. Манипулирование массами. Общественное мнение

Категория массы в политической и социальной психологии имеет разную интерпретацию. По оценке Д. Белла⁵³, в западной науке сложилось, как минимум, пять различных его интерпретаций.

В одних случаях под массой понималось «недифференцированное множество», типа совершенно гетерогенной аудитории средств

⁵⁰ Ортега-и-Гассет. Х. Восстание масс. // Вопросы философии. — 1989. — № 3 — С. 20.

⁵¹ Щепаньский Я. Элементарные понятия социологии. — М., 1969. — С. 184-185.

⁵² Щепаньский Я. Указ. соч. — С. 185—186.

⁵³ Bell D. The End of Ideology. — Glencoe, 1964. — P. 22—25.

массовой информации в противовес иным, более гомогенным сегментам общества (Г. Блумер).

В других-случаях— «суждение некомпетентных», низкое качество современной цивилизации, являющееся результатом ослабления руководящих позиций просвещенной элиты (Х. Ортега-и-Гасет).

В третьих — «механизированное общество», в котором человек является придатком машины, дегуманизированным элементом «суммы социальных технологий» (Ф.Г. Юнгер).

В четвертых, «бюрократическое общество», отличающееся широко расчлененной организацией, в которой принятие решений допускается исключительно на высших этажах иерархии (Г. Зиммель, М. Вебер, К. Маннгейм).

В пятых, — «толпа», общество, характеризующееся отсутствием различий, однообразием, бесцельностью отчуждением, недостатком интеграции (Э. Ледерер, Х. Арендт).

В политической психологии наиболее популярной теорией, объясняющей толпу, является теория Г. Лебона.

Человек, по Г. Лебону, наиболее руководствуется в жизни представлениями двух родов: представлениями врожденными, то есть биологически унаследованными от предков или возникшими под влиянием чувств; и представлениями приобретенными или умственными. Первые - это наследство расы, воспринимаемое и применяемое бессознательно. вторые не играют серьезной роли в поведении человека и становятся действительными лишь после того. как переходят через ряд поколений в сферу бессознательного. Понятие личности как сознательного человека - носителя определенных общественных ценностей, идеалов и убеждений - у Лебона отсутствует, поскольку, по его мнению, человек является лишь пассивной частью толпы, которая руководствуется инстинктом и выступает как носитель “духа расы”. Именно толпа, несмотря на свою иррациональность, обычно понимает и выражает интересы общества. Люди в толпе претерпевают радикальную трансформацию, теряют самоконтроль и индивидуальность и начинают подчиняться

примитивному иррациональному “закону психического единства толпы” или “коллективному разуму”.⁵⁴

Закон психического единства толпы, по Г. Лебону, означает:

1) в толпе происходит уравнивание всех, соединение людей к одному уровню психических проявлений и поведения, поэтому возникает однородность людей в толпе. Лебон это объясняет идеей коллективного бессознательного: в толпе люди руководствуются лишь бессознательными представлениями, которые для всех одинаковы (так как они выражают “дух расы”). А представления на уровне сознания, в которых и кроются индивидуальные различия между людьми, подавляются, исчезают.

2. Толпа интеллектуально значительно ниже индивидов, ее составляющих; она склонна к быстрым переносам внимания, легко и некритично принимает самые фантастические слухи; легко поддается воздействию призывов, лозунгов, речей лидеров толпы.

3. Человек в толпе способен совершить любые акты насилия, жестокости, вандализма, которые в обычных условиях ему представляются немыслимыми.

4. Толпа отличается повышенной эмоциональностью и импульсивностью.

Г. Лебон выделяет три основных механизма, с помощью которых порождаются названные свойства толпы.

1. Анонимность. С одной стороны, участие в скоплении значительного числа людей создает у отдельного индивида чувство силы, могущества, непобедимости; с другой - анонимность толпы, то есть ее безликость и “бездарность”, порождает анонимность индивида, что ведет к возникновению чувства личной безответственности.

2. Заражение - распространение психического состояния одних людей на других.

3. Внушаемость. Индивиды некритически воспринимают любые стимулы и призывы к действию и способны совершить такие акты,

⁵⁴ Лебон Г. Психология народов и масс. В 2-х тт. М., 1996 - С. 111-121

которые находятся в полном противоречии с их сознанием, характером, привычками.

Существуют и психоаналитические концепции толпы.

Разносторонний З. Фрейд объяснял всю систему общественных отношений с позиции теории либидо. Понятие либидонозных отношений и нарциссизма использовались им и для объяснения механизмов поведения толпы. По его мнению, решающую роль играет лидер толпы, на которого направлены бессознательные либидонозные чувства людей. Лидер для них выступает в роли “отца”. Этим обуславливается единство толпы. Механизм идентификации участников толпы с ее лидером означает, что они отказываются от собственного “супер-эго”, которое обычно осуществляет контроль над их отношениями с обществом, и передают его функции лидеру. Тем самым, они оказываются в полной зависимости от решений лидера и выполняют любое его указание. В роли “лидера” может выступать не только реальный человек, но и такие символические фигуры как, например, Христос. В этом же качестве может оказаться просто лозунг, призывающий к чему-то. Поэтому толпа способна действовать и в отсутствии реального лидера.

Ученик и последователь великого Фрейда, Ефим Мартин разработал детальную концепцию толпы, основанную на тех же принципах психоанализа. Его главная идея сводилась к доказательству, что в действиях толпы, особенно в насильственных, находят выражение, прежде всего, подавляемые и вытесняемые антисоциальные влечения человека.

В этом же направлении работали Ф. Редль, И. Джанис, Анна Фрейд и другие психоаналитики.

Бихевиористская концепция толпы. Американцы Дж. Доллард и Н. Миллер, изучавшие феномен толпы, предложили свою концепцию фрустрации - агрессивности. Основной тезис концепции заключается в том, что фрустрация всегда ведет к агрессивности. И,

наоборот, за любым актом агрессивности скрывается фрустрация. Она, как правило, наступает и после агрессивного акта, в особенности, если последний не привел к изменению положения толпы или отдельной личности.

Существуют и другие объяснения выступлений толпы. Например, различные варианты теории заражения. Общая их черта заключается в том, что поведение толпы объясняется лишь с помощью одного механизма - механизма заражения. Так, известный Ф. Олпорт предложил идею “кольцевой реакции”, согласно которой индивид, стимулируя своим поведением другое лицо в толпе, видит или слышит реакцию другого и, в результате, сам стимулируется от него до еще более высокого уровня активности. Таким образом, возбуждение толпы непрерывно возрастает.

Иную версию агрессивности толпы предлагает **теория конвергенции**. Согласно ей, в толпу собираются люди, уже имеющие какие-то общие качества и черты. Например, воинствующая толпа состоит, прежде всего, из людей, обладающих склонностью к агрессивному поведению, именно для реализации этих склонностей они и собираются в толпу. (Вспомним переполненные стадионы, демонстрации протеста и т.п.).

Концепцию так называемых “**возникающих**” норм предложили американцы Р. Тернер и Л. Киллиан: любая группа людей, по их мнению, вступающих во взаимодействие, постепенно вырабатывает некоторые общие стандарты или нормы поведения, которые начинают выполнять ограничивающую и регулирующую роль. В толпе всегда есть какая-то часть активно действующих лиц и масса “наблюдателей”. Поведение активных лиц воспринимается как доминирующий курс действий и приобретает нормальный характер, предписывающий поведение остальной части толпы. Человек действует в толпе определенным образом, не потому, что он “заражен” или подражает другим. Он сознательно принимает этот образ действий.

Во всяком обществе идеи, убеждения, социальные представления различных больших организованных и неорганизованных групп

существуют не изолированно друг от друга, а образуют своеобразный сплав, который обычно называют массовым сознанием общества.

Механизмы воздействия на массу и **способы манипулирования** ею обусловлены изменением массового сознания.

«Склонную ко всем крайностям массу и возбуждают тоже лишь чрезмерные раздражения. Тот, кто хочет на нее влиять, не нуждается в логической проверке своей аргументации, ему подобает живописать ярчайшими красками, преувеличивать и всегда повторять то же самое. Так как масса в истинности или ложности чего-либо не сомневается и при этом сознает свою громадную силу, она столь же нетерпима, как и подвластна авторитету. Она уважает силу... От своего героя она требует силы, даже насилия. Она хочет, чтобы ею владели и ее подавляли, хочет бояться своего господина. Будучи в основе своей вполне консервативной, у нее глубокое отвращение ко всем излишествам и прогрессу и безграничное благоговение перед традицией»⁵⁵.

Еще более жесткие требования по части воздействия на массу выдвигал Х. Ортега-и-Гассет: «Масса людей не имеет мнения. Народ никогда не имел никаких идей; он не обладает теоретическим пониманием бытия вещей. Непригодность к теоретическому мышлению мешает ему принимать разумные решения и составлять правильные мнения. Поэтому мнения надо втискивать в людей под давлением извне, как смазочное масло в машину»⁵⁶.

В истории существует много примеров того, как именно растерянным массовым политическим сознанием овладевали «сильные личности», на «волне» такого сознания приходя к власти. Массовое политическое сознание подчас даже готово ждать такого структурирующего воздействия извне, давая лидерам своего рода «фору» для осмысления события. После начала Великой отечественной войны и нападения Германии в 1941 г., население СССР почти две недели ждало выступления И.В. Сталина. И это выступление позволило, как известно, рационализировать и

⁵⁵ Фрейд З. Массовая психология и анализ человеческого «Я». — С. 87.

⁵⁶ Ortega y Gasset J. Der Aufstan der Massen. — Berlin, 1959. — S.140.

структурировать поначалу де структурированное сознание. Еженедельные выступления Ф.Д. Рузвельта по радио позволили структурировать массовое сознание Америки в период Великой депрессии, крупномасштабного экономического кризиса.

Однако податливость таким воздействиям сохраняется сравнительно недолгое время. Стоит его упустить, как массовое политическое сознание становится неуправляемым. Тогда действие рационального уровня ослабевает, и политическое поведение начинает определяться целиком эмоционально-действенным уровнем. Тогда оно становится в полной мере стихийным и уже практически не управляемым. Разумеется, этому способствует и воздействия тех сил, которые заинтересованы в дальнейшем разложении массового политического сознания (например, внешних в случае войны или внутренних, в случае кризисов, политических противников режима).

В свое время, занимаясь проблемой реструктуризации массового поведения из стихийного в более организованное, В. МакДугал⁵⁷ считал необходимым для этого пять условий. Во-первых, необходима известная степень постоянства состава массы. Во-вторых, требуется, чтобы отдельные индивиды массы составили себе определенное представление о природе, функциях достижениях и требованиях этой массы. В-третьих, чтобы масса вступила в конкурентные отношения с другими сходными, но в чем-то и отличными от нее общностями. В-четвертых, желательно наличие в массе традиций, обычаев и норм взаимоотношений ее членов между собой. Наконец, в-пятых, наличие в массе подразделений, то есть введение специализации и дифференциации деятельности входящих в нее индивидов. Понятно, что при наличии данных пяти условий, любая масса превратится в организованную социальную группу.

Однако это — теоретическая модель реструктуризации массы. На практике, обычно все бывает значительно проще. В ходе Второй мировой войны, например, для реструктуризации обращенных в паническое бегство масс военнослужащих Красной армии использовались так называемые «заградотряды». То, что только страх реально

⁵⁷ *McDougal W. The Group Mind.*— Cambridge, 1920.— P. 48-53.

способен остановить такие массы, доказал еще Кай Юлий Цезарь. Как известно, он активно использовал на практике децимацию — казнь каждого десятого из обращенного в бегство легиона.

Выразителем массового сознания и является **общественное мнение**. Оно возникает по поводу отдельных событий, явлений общественной жизни, достаточно мобильно, может изменить оценки этих явлений под воздействием новых, часто даже кратковременных обстоятельств. Исследование общественного мнения - важный ключ к пониманию состояния общества. Общественное мнение имеет место на протяжении всей истории общества, меняя свои формы и способы функционирования. В настоящее время значительно расширяется диапазон проявлений общественного мнения в связи с провозглашенной демократизацией общества.

Общественное мнение сегодня привлекает внимание ученых и политических деятелей куда больше, чем общественное настроение, хотя первое во многом базируется на втором.

В различные эпохи место и роль общественного мнения в жизни общества менялись, что предопределялось характером и особенностями общественного строя, конкретными условиями развития общества. В настоящий момент не только в быту, в производственной деятельности, но, в еще большей мере, в сфере политической жизни настроения и мнения людей объективно играют существенную роль. При этом, роль обсуждаемых нами явлений в политической жизни, пожалуй, более заметна и ощутима, чем во всех других сферах социальной жизни.

В столкновении различных социальных групп и классов, политических партий и тенденций сказываются не только устойчивые свойства и черты общественной психологии - нравы, традиции, потребности и интересы людей, но и ее более подвижные компоненты - настроения и мнения.

Общественное мнение, будучи специфически духовным феноменом, не только самым непосредственным образом связано с общественным сознанием в целом, но и проявляется определенным

образом как реальная связь между сознанием людей и их конкретными делами, отношением к происходящим процессам, явлениям и фактам, а также конкретным поведением людей в жизни. В этой связи необходимо упомянуть о мировоззрении. Мировоззрение является ядром индивидуального и общественного сознания. Оно служит базой для формирования отношения человека к явлениям, событиям, его мнения о них. Для мировоззрения, как известно, характерно не только интеллектуальное, но и эмоционально-ценностное отношение человека к миру, а это позволяет мировоззренческим элементам легко проникать в структуру общественного устроения и мнения.

Определяющим в сущностной структуре общественного мнения является рациональный (познавательный, интеллектуальный) компонент. Он образуется из конкретных сведений, относящихся к области рационального знания, которые имеются у людей, о фактах и событиях, явлениях и процессах, ставших фактом (содержанием) общественного мнения. В интеллектуальную сферу общественного мнения может входить и так называемое наглядно-образное знание, формирующееся с помощью воображения и помогающее получить общую картину того или иного явления, процесса, когда индивидуальный опыт субъекта ограничен.

Общественное мнение как явление общественной психологии динамичнее, многостороннее и непосредственное отражает конкретные изменения, которые происходят в жизни общества.

Общественное мнение как социально-психологическое явление обладает некоторыми специфическими особенностями. В любом случае, общественное мнение выражается в форме группового суждения. Однако, не всякое суждение есть общественное мнение.

Будучи духовным образованием, общественное мнение всегда связано с интересами и целями субъекта, поэтому содержит определенную оценку тех проблем и вопросов, по которым он высказывается. Вот почему общественное мнение выражается как оценочное суждение.

Как отражение и оценка конкретных фактов и событий, общественное мнение есть своеобразная форма проявления самосознания, его носителя и выразителя. Но, при этом, такая оценка не носит чисто индивидуального характера, а всегда выражает отношение к оцениваемому факту соответствующей социальной группы.

Динамичность и конкретность - это еще одна специфическая особенность общественного мнения. Они не только фиксируют и реагируют на отдельные факты и события жизни общества, но и во многих случаях дают нам оценку, даже при отсутствии достаточно объективной информации.

Характерной особенностью общественного мнения является такие его черты как гласность и распространенность. В практической деятельности носитель соответствующего конкретного мнения стремится различными формами и средствами широко распространить свое мнение.

Процесс образования и формирования общественного мнения является сложным и противоречивым. Обычно мнение зарождается как индивидуальное, групповое, коллективное или региональное, и в процессе общения, конфронтации или консолидации формируется соответствующее общественное мнение. Но, в результате дополнительной информации, новых объективных обстоятельств и условий, оно обогащается, расширяется или изменяется, приобретая новые особенности и направленность. Следовательно, общественное мнение представляет собой динамичный процесс, отражающий своеобразно почти все стороны общественного явления, события или факта, но с соответствующей доминирующей той или другой его стороной как проявления той или иной формы общественного сознания. Так, в сфере политики при формировании и функционировании общественного мнения преобладает политическая форма общественного сознания, в сфере нравственности - нравственная форма.

В процессе формирования и изучения общественного мнения большую роль играет выяснение взаимосвязи и

взаимообусловленности общественного мнения и общественного настроения. Будучи своеобразными проявлениями массового сознания или психики, они, как правило, взаимосвязаны и взаимообусловлены, однако, по характеру, содержанию, направленности и общественной значимости существенно отличаются друг от друга. Например, общественное мнение и общественное настроение - суть проявления массового сознания. Но если общественное мнение обычно рационально, многогранно, то общественное настроение имеет подчеркнuto эмоциональный характер. Кроме того, общественное мнение непосредственно связано с процессами мышления, выражается в определенной позиции и проявляется, как правило, в форме коллективно-нормативно-оценочного суждения. Что касается общественного настроения, то оно во многих случаях неконкретно. недостаточно ясно в своих оценках.

Далее, если общественное мнение проявляется как общая оценка, которая постоянно обогащается, расширяется и уточняется, то в общественном настроении, особенно на первых этапах его формирования, наблюдается эмоциональное состояние, которое может перерасти в общественное мнение, если оно поднимется до уровня рационального восприятия и объективной оценки отражаемых проблем, фактов и событий.

Рациональное в общественном мнении неразрывно связано с эмоциональным в общественном настроении. Эмоциональное выражает собой массовое настроение, воплощенное в непосредственном пристрастном переживании жизненного смысла фактов и явлений действительности, которые оказались объектом общественного внимания. Органически включаясь в содержание общественного мнения, общественное настроение определяет его выразительность, придает общую направленность переживаемым в нем идеям, взглядам, знаниям.

Таким образом, рациональное в общественном мнении и эмоциональное в общественном настроении, всегда представленные в сознании в единстве и взаимопроникновении, выступают в структуре

общественного сознания как некое содержание (информация) и переживание. Хотя единство рационального и эмоционального характерно и для мнения, и для настроения, в первом преобладают рациональные начала, во втором - эмоциональные. Поэтому общественное настроение более подвижно, текуче, переменчиво, расплывчато, а общественное мнение более собранно, устойчиво, стабильно и, конечно, за счет большей доли рационального, более осмысленно и идейно насыщено, а, поэтому более глубоко и всесторонне отражает реальную действительность.

5.4. Массовые настроения как политико-психологический феномен: определение, генезис, субъекты, функции. Основные подходы к классификации и механизм формирования массовых политических настроений

Одна из самых ярких отличительных черт общественного **настроения** - выраженная способность его, в одних случаях, быть двигателем, побудителем, а в других случаях, - тормозом социально направленной человеческой деятельности. Это зависит от очень многих обстоятельств, охватывающих как совокупность систему общественных отношений - бытовых, экономических, политических и духовных.

Теперь немного о роли общественного настроения в политической жизни, поскольку данный аспект наиболее актуален в наши дни.

Эпоха революций и последующий ход истории обратили внимание писателей, публицистов, криминалистов, а, несколько позже, и психиатров на огромное социально-психологическое значение массовых настроений. Но вплоть до XIX века вопросы, касающиеся механизма воздействия побуждений, влечений, эмоций и страстей различных социальных групп и целых народов на ход

исторического развития, на важнейшие политические акции, на политическую организацию общества, не были предметом изучения. К большому сожалению, не стали и сейчас.

Все великие движения в истории предварялись и сопровождались сильными чувствами. И именно те люди, чувства и настроения которых были наиболее сильными, оказывали величайшее влияние на образ жизни и характер общества.

Габриэль Тард и Густав Лебон, отмечая отрицательное влияние толпы на личность, пришли к заключению, что настроение индивида в массе и самой массы людей всегда иррационально, то есть характеризуется неспособностью контролировать поступки и действия и выражается в разгуле низменных побуждений, страстей и влечений. примером может являться бессознательное стихийное поведение санкюлотов в великой французской революции 1848 года и пролетариата во время революции 1917 года, отчасти, и многочисленных демонстраций “народных фронтов” в бывших республиках СССР. Временные интервалы между событиями примерно 70 лет, а основные участники: неграмотные крестьяне, полуграмотные рабочие, интеллигенция...

Наряду с экономическим фактором, материальными условиями жизни людей значительное воздействие на их настроение оказывает политическая борьба, политическая организация общества, как стихийно возникающие социально-политические действия, так и намеренно вызванные акции. Особенно это заметно в так называемых движениях “Народных фронтов” в бывшем СССР и теперешних странах СНГ.

Таким образом, понятие “общественное настроение” можно употреблять в предельно широком смысле для обозначения настроения, безотносительно к тому, идет ли речь о глубоко интимном переживании индивида или об умонастроении всего народа.

Пути формирования позитивного и негативного умонастроения масс:

1) внесение сознательности в их жизнедеятельность при наличии позитивного идеала или хотя бы кратковременной цели;

2) разжигание “стихий” иррациональности, бессознательности, при, опять-таки, некоей “посторонней” заинтересованности.

Средства формирования настроений:

1) тактика психологического прессинга по внушению необходимых изменений в жизни;

2) тактика индивидуального террора;

3) пропаганда, агитация и стимуляция конкретных действий;

4) “политическое обличение”.

Настроение относится к числу самых массовидных явлений общественной психологии. Это означает, что оно, в отличие от многих других компонентов психики человека, проявляется всегда и всюду, поэтому оно обладает огромной силой воздействия как на отдельного индивида, так и на массу людей.

Настроение как проявление общего эмоционального состояния личности зависит от многих причин различного порядка, но среди них главенствующую роль играют, все-таки, причины социального характера. Длительное наблюдение позволило нам когда-то (в 1964-1965 годах) выделить 5 основных факторов, влияющих на настроение личности, а именно:

1) физическое состояние человека;

2) условия работы, быта и отдыха;

3) взаимоотношения в коллективе, в семье, с соседями и родственниками;

4) оценка поступков и действий человека им самим и окружающими;

5) переживания, мысли и представления.

Один из авторов пособия (Новиков В.В.) и сегодня не отказывается от этих мыслей, зафиксированных в 1965 и опубликованных в его книге “Настроение и труд” в 1967 году.

Настроение зависит от получаемой значимой информации, чаще, оно адекватно физическому и психическому состоянию человека, его самочувствию.

Как и эмоции, настроение, хотя и в меньшей степени, оказывает влияние на соматические процессы, психическую деятельность, а, в конечном счете, на поведение и деятельность личности и коллектива. Плохое настроение приводит к снижению эффективности деятельности человека и отрицательным последствиям в духовном состоянии, а, в конечном счете, в экономической и политической жизни общества, в здоровье каждого отдельного индивида.

Пути преодоления напряженности и формирования здорового настроения:

1) оптимизация и гуманизация всех сфер, форм и видов человеческой практики и всей совокупности общественных отношений;

2) совершенствование системы, прежде всего, бытового обслуживания и, особенно, средств и условий, призванных содействовать активному отдыху и психической разрядке человека. А именно в этой сфере жизнедеятельности сегодня в России наблюдаются наибольшие проблемы. Между тем, еще в 1966 году проницательный ленинградец Б.Д. Парыгин писал: “Огромная побудительная сила настроения и, вместе с тем, его легкая податливость всякому воздействию позволят использовать настроение как главное звено для перестройки всего внутреннего мира человека”⁵⁸.

К сожалению, приходится констатировать, что в сложнейших рыночных условиях совершенно недооценивается роль хорошего настроения людей. По крайней мере, не видно целенаправленного управления по формированию оптимистического настроения общества.

Умонастроение - это особый вид настроения, обладающий относительно устойчивым характером и представляющий собой определенную направленность как безотчетных чувств и переживаний, так и, более или менее, ясно выраженных мыслей, идей и убеждений. Это сложное психическое образование,

⁵⁸ Цит. по. Олейник Ю.В. Межличностное отношение в коллективе // Человек и труд. 1993. № 7.

представляющее собой единство рационального и эмоционального, носит массовидный общественный характер - его и зовут, чаще всего, общественным настроением.

Как явление социальной психологии, умонастроение можно рассматривать в двух смыслах:

1) социальное настроение - как социальный аспект общественного, группового настроения в отличие от индивидуального;

2) массовое настроение в отличие от настроения отдельной личности.

Причем, второе (массовое настроение) - не сумма настроений отдельных людей. Групповое и коллективное настроение сохраняет в себе черты настроения личности - эмоциональный характер, импульсивность, массовидность и динамичность. Отличается следующими характерными чертами:

1) это продукт всей системы социальных отношений (в то время как физическое самочувствие отступает на задний план);

2) способно к многократному увеличению энергии;

3) обладает большими свойствами заразительности.

Совершенно очевиден социальный аспект умонастроения. Определенные социальные условия, предоставляя людям большую возможность удовлетворения их потребностей, создают те или иные настроения, характерные для большинства людей в обществе. Например, в нынешней России у небольшой части преуспевающих бизнесменов и их родственников преобладает оптимистическое, хорошее, утверждающее умонастроение. У тех, кто неожиданно оказался за чертой бедности, социально не защищен - настроение безотрадное, несколько скептическое, угнетенное. И то, и другое - заразительно. Тут решает бытие.

Коллективное умонастроение - самое динамичное явление общественной психологии, несмотря на то, что настроение определенных групп обладает известными устойчивыми чертами, их настроение может перерасти из скрытого в явное, и способно к быстрому перерастанию в действие, иногда это может измениться

коренным образом почти мгновенно (нередко, в прямо противоположное: например, настроение отчаяния может побудить к действию по избавлению от него, а может довести и до суицида).

Причины подвижности умонастроения: стихийность, неустойчивость мировоззрения, эмоциональная общительность социальных групп:

1) устойчивость обусловлена стабильностью свойств психического склада определенных групп;

2) направленность и стадийность в динамике массового умонастроения.

Выделяют 3 стадии динамики умонастроений (на примере революционного), которые сменяют друг друга по законам ритма.

1. Прилив революционного настроения:

брожение в массах (проявление внутреннего конфликта при несовпадении потребностей, интересов и идеалов) → поворот (разрешение конфликта) → подъем (проявление настроения в действии).

2. Спад:

возникает из-за усталости, потребности в отдыхе, нарастающего скептицизма → пассивно-выжидательное настроение → а далее...

3. Восхождение к предшествующему революционному настроению, или поворот к контрреволюционному.

Формы изменения массовых настроений:

1) постепенное изменение:

- прерывного характера;
- непрерывного;

2) резкие изменения (неожиданное и повальное увлечение, мода, паника и т.д.);

3) ошибочное увлечение (такое, которое противоречит коренным образом интересам масс);

4) резкое изменение, протекающее в форме взрыва.

Формирование умонастроений может происходить стихийно, а может быть осознанно управляемо. Первый вариант связан с его

природной динамикой настроения как психологического явления, другой - с сознательной, целенаправленной, организованной деятельностью людей, учреждений и определенных групп. Здесь важно качественное изучение настроения и направленность тех, кто заинтересован в использовании механизмов настроения.

Умонастроения оказываются, в наибольшей степени, зависимыми от быстротекущих, далеко не всегда контролируемых, а, во многом, и совершенно не поддающихся учету, стихийных факторов. Достаточно осмыслить все то, что произошло с нами за последние 10 лет, чтобы совершенно ясно понять, как какие-то группы нашего населения либо воспользовались этими механизмами, либо оказались их жертвами.

Собственно общественное умонастроение является широким образованием, поскольку характеризует как общее эмоциональное состояние, так и общий настрой, направленность всех проявлений психики социальной общности. Словом, общественное настроение относится к наиболее массовидным образованиям сознания людей.

“... Будем ли мы иметь перед собой случайно собравшуюся толпу на улице... или митинг, - писал В.М. Бехтерев, - везде и всюду мы будем встречаться с проявлением общественных настроений...”⁵⁹.

К сожалению, приходится констатировать, что в сложнейших рыночных условиях совершенно недооценивается роль хорошего настроения людей. По крайней мере, не видно целенаправленного управления по формированию оптимистического настроения общества.

В этом плане значительно большее внимание уделяется “близкому родственнику” общественного настроения - **общественному мнению.**

Во всяком обществе идеи, убеждения, социальные представления различных больших организованных и неорганизованных групп существуют не изолированно друг от друга, а образуют своеобразный сплав, который обычно называют *массовым сознанием общества.*

⁵⁹ Бехтерев В.М. Предмет и задачи общественной психологии как объективной науки. М., 1926.

Выразителем этого массового сознания и является общественное мнение. Оно возникает по поводу отдельных событий, явлений общественной жизни, достаточно мобильно, может изменить оценки этих явлений под воздействием новых, часто даже кратковременных обстоятельств. Исследование общественного мнения - важный ключ к пониманию состояния общества. Общественное мнение имеет место на протяжении всей истории общества, меняя свои формы и способы функционирования. В настоящее время значительно расширяется диапазон проявлений общественного мнения в связи с провозглашенной демократизацией общества.

Общественное мнение сегодня привлекает внимание ученых и политических деятелей куда больше, чем общественное настроение, хотя первое во многом базируется на втором.

В различные эпохи место и роль общественного мнения в жизни общества менялись, что предопределялось характером и особенностями общественного строя, конкретными условиями развития общества. В настоящий момент не только в быту, в производственной деятельности, но, в еще большей мере, в сфере политической жизни настроения и мнения людей объективно играют существенную роль. При этом, роль обсуждаемых нами явлений в политической жизни, пожалуй, более заметна и ощутима, чем во всех других сферах социальной жизни.

В столкновении различных социальных групп и классов, политических партий и тенденций сказываются не только устойчивые свойства и черты общественной психологии - нравы, традиции, потребности и интересы людей, но и ее более подвижные компоненты - настроения и мнения.

Общественное мнение, будучи специфически духовным феноменом, не только самым непосредственным образом связано с общественным сознанием в целом, но и проявляется определенным образом как реальная связь между сознанием людей и их конкретными делами, отношением к происходящим процессам, явлениям и фактам, а также конкретным поведением людей в жизни. В этой связи необходимо упомянуть о мировоззрении.

Мировоззрение является ядром индивидуального и общественного сознания. Оно служит базой для формирования отношения человека к явлениям, событиям, его мнения о них. Для мировоззрения, как известно, характерно не только интеллектуальное, но и эмоционально-ценностное отношение человека к миру, а это позволяет мировоззренческим элементам легко проникать в структуру общественного умонастроения и мнения.

Определяющим в сущностной структуре общественного мнения является рациональный (познавательный, интеллектуальный) компонент. Он образуется из конкретных сведений, относящихся к области рационального знания, которые имеются у людей, о фактах и событиях, явлениях и процессах, ставших фактом (содержанием) общественного мнения. В интеллектуальную сферу общественного мнения может входить и так называемое наглядно-образное знание, формирующееся с помощью воображения и помогающее получить общую картину того или иного явления, процесса, когда индивидуальный опыт субъекта ограничен.

Общественное мнение как явление общественной психологии динамичнее, многостороннее и непосредственное отражает конкретные изменения, которые происходят в жизни общества.

Общественное мнение как социально-психологическое явление обладает некоторыми специфическими особенностями. В любом случае, общественное мнение выражается в форме группового суждения. Однако, не всякое суждение есть общественное мнение.

Будучи духовным образованием, общественное мнение всегда связано с интересами и целями субъекта, поэтому содержит определенную оценку тех проблем и вопросов, по которым он высказывается. Вот почему общественное мнение выражается как оценочное суждение.

Как отражение и оценка конкретных фактов и событий, общественное мнение есть своеобразная форма проявления самосознания, его носителя и выразителя. Но, при этом, такая оценка не носит чисто индивидуального характера, а всегда выражает

отношение к оцениваемому факту соответствующей социальной группы.

Динамичность и конкретность - это еще одна специфическая особенность общественного мнения. Они не только фиксируют и реагируют на отдельные факты и события жизни общества, но и во многих случаях дают нам оценку, даже при отсутствии достаточно объективной информации.

Характерной особенностью общественного мнения является такие его черты как гласность и распространенность. В практической деятельности носитель соответствующего конкретного мнения стремится различными формами и средствами широко распространить свое мнение.

Процесс образования и формирования общественного мнения является сложным и противоречивым. Обычно мнение зарождается как индивидуальное, групповое, коллективное или региональное, и в процессе общения, конфронтации или консолидации формируется соответствующее общественное мнение. Но, в результате дополнительной информации, новых объективных обстоятельств и условий, оно обогащается, расширяется или изменяется, приобретая новые особенности и направленность. Следовательно, общественное мнение представляет собой динамичный процесс, отражающий своеобразно почти все стороны общественного явления, события или факта, но с соответствующей доминирующей той или другой его стороной как проявления той или иной формы общественного сознания. Так, в сфере политики при формировании и функционировании общественного мнения преобладает политическая форма общественного сознания, в сфере нравственности - нравственная форма.

В процессе формирования и изучения общественного мнения большую роль играет выяснение взаимосвязи и взаимообусловленности общественного мнения и общественного настроения. Будучи своеобразными проявлениями массового сознания или психики, они, как правило, взаимосвязаны и взаимообусловлены, однако, по характеру, содержанию,

направленности и общественной значимости существенно отличаются друг от друга. Например, общественное мнение и общественное настроение - суть проявления массового сознания. Но если общественное мнение обычно рационально, многогранно, то общественное настроение имеет подчеркнuto эмоциональный характер. Кроме того, общественное мнение непосредственно связано с процессами мышления, выражается в определенной позиции и проявляется, как правило, в форме коллективно-нормативно-оценочного суждения. Что касается общественного настроения, то оно во многих случаях неконкретно, недостаточно ясно в своих оценках.

Далее, если общественное мнение проявляется как общая оценка, которая постоянно обогащается, расширяется и уточняется, то в общественном настроении, особенно на первых этапах его формирования, наблюдается эмоциональное состояние, которое может перерасти в общественное мнение, если оно поднимется до уровня рационального восприятия и объективной оценки отражаемых проблем, фактов и событий.

Рациональное в общественном мнении неразрывно связано с эмоциональным в общественном настроении. Эмоциональное выражает собой массовое настроение, воплощенное в непосредственном пристрастном переживании жизненного смысла фактов и явлений действительности, которые оказались объектом общественного внимания. Органически включаясь в содержание общественного мнения, общественное настроение определяет его выразительность, придает общую направленность переживаемым в нем идеям, взглядам, знаниям.

Таким образом, рациональное в общественном мнении и эмоциональное в общественном настроении, всегда представленные в сознании в единстве и взаимопроникновении, выступают в структуре общественного сознания как некое содержание (информация) и переживание. Хотя единство рационального и эмоционального характерно и для мнения, и для настроения, в первом преобладают рациональные начала, во втором - эмоциональные. Поэтому

общественное настроение более подвижно, текуче, переменчиво, расплывчато, а общественное мнение более собранно, устойчиво, стабильно и, конечно, за счет большей доли рационального, более осмысленно и идейно насыщено, а, поэтому более глубоко и всесторонне отражает реальную действительность.

5.5. Специфика стихийного политического поведения, его основные факторы и механизмы (циркулярная реакция, эмоциональное кружение, импульсивные действия). Субъекты стихийного поведения. Паника и агрессия как основные формы стихийного поведения

Стихийное политическое поведение масс - это неорганизованное и сравнительно необычное поведение большого количества людей, связанное с вовлечением человека в ту или иную массу, ситуативное и временное, связанное с особыми политическими обстоятельствами.

Примерами стихийного массового поведения являются стихийная массовая агрессия или паника в периоды войн и политических потрясений.

Массовое политическое поведение зависит от доминирования эмоционально-действенного или рационального факторов в массовом политическом сознании.

«Циркулярная реакция»⁶⁰ является механизмом, способствующим возникновению и развитию стихийных форм массового поведения. Эмоция, подхватываясь другими людьми, индуцирует в социальной группе по кругу. Так она может циркулировать определенное время, и это — первый этап формирования эмоциональной общности.

⁶⁰ Подробный анализ данных механизмов был проделан в ряде работ Ю.А. Шерковиным. В частности, см. написанные им разделы в учебниках: Социальная психология.— М., 1975.— С. 281—293; Основы социальной психологии и пропаганды. М., 1982.— С 136—143.

Процесс циркуляции может прерываться, и тогда эмоция постепенно сойдет на нет. Однако при включении в общность новых людей она будет каждый раз как бы воспроизводиться заново. Это происходит в тех случаях, когда эмоция и ее повод достаточно актуальны и значимы для людей. Тем самым обеспечивается второй этап — своеобразное **«эмоциональное кружение»** данного психофизического состояния. Его суть проста: в стихийно складывающейся общности та или иная эмоция как бы ходит по кругу, непрерывно поддерживая и усиливая сама себя. Это этап эмоционального самоиндуцирования такой общности. Так, собственно, и складываются стихийные эмоциональные общности — за счет хоть быстрого проговаривания пионерских «речевок», хоть распевания солдатских маршей или национальных гимнов, хоть скандирования «Спартак - чемпион!» с непременным припевом; *«Оле, оле, оле, оле!»*.

«Циркулярная реакция» ведет к ситуационному стиранию индивидуальных различий. Все хохочут, причем все сильнее, просто потому, что хохочут. Поведение и эмоциональное состояние каждого из индивидов определяются уже не столько их рациональной интерпретацией обстановки, сколько поведением и эмоциями окружающих. Поддержание и развитие эмоций зависит от появления новых индивидов, которые поневоле заражаются данным состоянием. В предельном выражении, даже данный пример может привести к полному вырождению данной группы людей в однородную аморфную массу, бессознательно реагирующую на некоторые стимулы одинаковым образом — залившимся смехом. Резкое снижение критичности по мере усиления эмоционального кружения означает, что нарастающая внушаемость индивидов по отношению к воздействиям, исходящим изнутри общности, сочетается с утратой способности воспринимать более рациональные сообщения, исходящие извне. Так данная общность становится «закрытой» и вполне самодостаточной в эмоциональном плане.

Третий этап действия механизмов стихийного проведения — **импульсивного действия. На вершине** накала эмоционального

состояния возникает не просто предрасположенность, а глубокая эмоциональная потребность в совместных немедленных действиях.

Завершающий этап в формировании субъекта стихийного поведения — активизация членов общности через дополнительное стимулирование, путем возбуждения импульсов, соответствующих общему воображаемому объекту. Такое стимулирование обычно осуществляется на основе прямого внушения, осуществляет его лидер общности. Тем самым, он непосредственно побуждает членов общности к конкретным, нужным ему действиям. Или, при отсутствии такого лидера, целенаправленного побуждения не происходит, и общность сама, стихийно находит для себя объект собственных непосредственных действий.

Особо следует подчеркнуть, что данные механизмы действуют не только на примере смеха. Им подчиняются и страх, и гнев, и другие негативные эмоции. За счет этого и возникают не только толпы сторонников «Спартака», но и панические, и агрессивные, и прочие виды подобных эмоциональных общностей.

Примеров действия описанных механизмов более чем достаточно. Это и подростковые шалости «со смехом без причины», и собрания религиозных сектантов, и традиционный «круговой танец» чеченских боевиков, являющийся непосредственным примером навязчивого эмоционального самоиндуцирования и почти принудительного эмоционально-действенного «кружения» в самом буквальном смысле.

В политической психологии выделяются **три субъекта стихийного поведения**: толпу, а также публику, разделяющуюся на «собранную» и «несобранную».

Мы уже достаточно подробно проанализировали понятие толпы в разных зарубежных концептуальных интерпретациях. Среди политических психологов мы можем также выделить определение толпы Я. Щепаньского как «временное скопление большого числа людей на территории, допускающей непосредственный контакт,

спонтанно реагирующих на одни и те же стимулы сходным или идентичным образом»⁶¹.

Согласно очень близкому, но все-таки более психологически точному определению Ю.А. Шерковина, толпа — это, прежде всего, «контактная внешне не организованная общность, отличающаяся высокой степенью конформизма составляющих ее индивидов, действующих крайне эмоционально и единодушно»⁶².

Б.Ф. Поршнев писал: «Толпа— это иногда совершенно случайное множество людей. Между ними может не быть никаких внутренних связей, и они становятся общностью лишь в той мере, в какой охвачены одинаковой негативной, разрушительной эмоцией по отношению к каким-либо лицам, установлениям, событиям. Словом, толпу подчас делает общностью только то, что она «против», что она против «них»⁶³.

Проблема типологии толпы всегда представляла собой значительный интерес. Даже из житейских наблюдений понятно: толпа толпе, безусловно, рознь. Политико-психологическая наука и политическая практика давно научились выделять отдельные виды толпы и даже воздействовать на них. Однако проблема, имеющая как свои плюсы, так и не меньшие минусы, заключается в возможности быстрой трансформации одного вида толпы в совершенно иной. Рассмотрим виды толпы и механизм их трансформации на элементарном житейском примере.

Первый вид, случайную толпу, каждый может легко наблюдать на улице, где произошло, допустим, дорожно-транспортное происшествие. Столкнулись два автомобиля. И, естественно, рядом сразу же остановились несколько любопытных прохожих. Пока пострадавшие водители выясняют суть дела между собой, любопытствующие уточняют детали. Основной эмоцией в данном случае является банальное любопытство. Оно останавливает все новых прохожих. Они обращаются к уже имеющимся любопытным с

⁶¹ Щепаньский Я. Элементарные понятия социологии.— М., 1969. - С. 182.

⁶² См. Социальная психология. — М., 1975. — С. 283.

⁶³ Поршнев Б.Ф. Социальная психология и история. — С. 91.

расспросами, уточняя детали. «Циркулярная реакция» любопытства запускается на полный ход. Непрерывно, по кругу, пересказывается, кто откуда ехал, куда поворачивал, и кто виноват. Причем теперь пересказывать это начинают все новые члены толпы, которые сами заведомо не видели происшествия. Начинается «эмоциональное кружение»: привлекая все новых любопытствующих, толпа по кругу воспроизводит один и тот же эмоциональный рассказ. В отдельных случаях водители, разобравшись между собой, могут уже уехать, но толпа будет оставаться и даже увеличиваться за счет действия названных механизмов. Особенно типичны такие ситуации для восточных стран, где прохожие более темпераментны и меньше озабочены рациональным использованием своего личного времени. Постепенно, уже устойчивая случайная толпа вполне может трансформироваться в толпу экспрессивную.

Второй вид, экспрессивная толпа, обычно представляет собой совокупность людей, совместно выражающих радость или горе, гнев или протест — в общем, что-то эмоционально выражающих. Это может быть, например, толпа, идущая за гробом. Или, наоборот, это может быть толпа, радующаяся окончанию солнечного затмения. В нашем примере, случайная толпа вокруг дорожно-транспортного происшествия может быстро превратиться в экспрессивную толпу, выражающую, например, недовольство совершенно безобразной организацией уличного движения и абсолютно бездарной работой ГИБДД или дорожной полиции. Обсудив детали происшествия и удовлетворив, тем самым, свое любопытство, такая толпа быстро создает объект, в отношении которого начинает выражать эмоции — в данном случае, дорожную инспекцию.

Третьим видом толпы, в чем-то приближающимся к рассматриваемой далее «собранный публике», является так называемая «конвенциональная толпа», руководствующаяся какими-то правилами в своем поведении. Обычно такая толпа собирается по поводу события, объявленного заранее - спортивного состязания, **политического митинга, демонстрации**. В таком случае людьми движет определенный конкретный интерес, и обычно они готовы до

поры следовать некоторым принятым в таких ситуациях нормам. Это могут быть зрители, скажем, футбольного матча. Внешне, у такой толпы налицо все внешние признаки следования «конвенции»: билеты, отведенные места, соответствующие ограждения и недоступные зоны. Внутренне, однако, понятно, что зрители футбольного матча — это не посетители консерватории. Такая толпа остается «конвенциональной» до определенного момента. Она будет конвенциональной, пока хватит сил у конной милиции, ограничивающей проход болельщиков к станции метро по окончании матча. Однако собственные, внутренние «правила» поведения болельщиков «фанатов» таковы, что могут и смести милицию. Тогда от «конвенциональной толпы» не останется и следа — она превратится в следующий вид, в толпу действующую. Однако перед рассмотрением этого вида, вернемся к экспрессивной толпе и к нашему примеру.

Крайний случай экспрессивной толпы — экстатическая толпа, возникающая тогда, когда люди доводят себя до исступления в совместных молитвенных или ритуальных ритмических действиях. Это происходит в ходе ряда мусульманских праздников типа «шахсей-вахсей», на сектантских бдениях, иногда — на бурных карнавалах в некоторых латиноамериканских странах. В экстатическую толпу часто превращается молодежь на концертах своих музыкальных кумиров.

В нашем примере, экспрессивно выражающая свое мнение толпа, собравшаяся вокруг дорожно-транспортного происшествия, также может до поры оставаться вполне «конвенциональной», удерживая свою критику полиции в общепринятых рамках. Скажем, не прибегая к ненормативной лексике и т. п. Однако, при высокой интенсивности экспрессивных эмоций и, скажем, общего невысокого авторитета полиции в обществе, ситуация может резко измениться. От слов такая толпа может перейти к действиям, и тогда, скорее всего, пострадают оказавшиеся здесь представители правопорядка или находящийся поблизости полицейский участок. Согласно принятой типологии и закону быстрой трансформации, рассматриваемая нами толпа

превратится в уже упомянутую действующую толпу — то есть, совершающую уже активные действия относительно реального или придуманного для себя объекта.

Четвертый вид, действующая толпа, считается наиболее важным в политическом отношении, и потому наиболее пристально изучаемым видом толпы. Действующая толпа, в свою очередь, подразделяется на несколько подвидов. Обычно выделяются *агрессивная толпа* — множество людей, движимых гневом и злобой, стремящихся к уничтожению, разрушению, убийствам. Отдельно выделяется *паническая толпа* — люди, движимые чувством страха и стремлением избежать некой опасности (реальной или воображаемой).

Особняком стоит *стяжательская толпа* — люди, объединенные желанием добыть или вернуть себе некие ценности. Такая толпа разнородна, она может включать и мародеров, и вкладчиков обанкротившихся банков, и погромщиков, и т. д. Главная ее особенность — общее эмоционально-действенное единство на фоне осознаваемого в глубине конфликта: ведь члены такой толпы борются за обладанием ценностей, которых все равно на всех не хватит.

Особым видом является *мятежная или повстанческая толпа*. Окончательное ее название зависит от результата ее действий. В случае успеха она будет не Просто «повстанческой», а даже «революционной». В случае поражения, она может даже потерять статус «мятежной толпы» и превратиться просто в «случайный сброд». Все относительно в этом вопросе.

Ю.А. Шерковин писал: «Повстанческая толпа —непременный атрибут всех революционных потрясений — характеризуется значительной классовой однородностью и безоговорочным разделением ценностей своего класса. Действиями повстанческой толпы уничтожались станки на первых механизированных фабриках в период промышленной революции, истреблялась французская аристократия, брались штурмом оплоты реакции, сжигались помещичьи усадьбы, освобождались из тюрем арестованные товарищи, добывалось оружие в арсеналах. Повстанческая толпа

представляет собой особый вид действующей толпы, в которую может быть внесено организующее начало, превращающее стихийное выступление в сознательный акт политической борьбы»⁶⁴.

Политическое поведение толпы, в принципе, вполне поддается контролю и управлению. Однако, это эффективно до определенной степени. Здесь просто нельзя абсолютизировать возможности контроля и, тем более, понимать их примитивно. Имея дело со сложными политико-психологическими феноменами, надо и действовать исключительно политико-психологически.

Теоретический анализ механизмов формирования и действий толпы указывает на определенные возможности контроля за ее поведением. Их суть — в обратной трансформации видов и разновидностей толпы, в их редукции к нижним уровням.

Агрессивная толпа может быть трансформирована в экстатическую или экспрессивную посредством трансляции громкой музыки и быстрых танцевальных ритмов.

Преднамеренное стимулирование трансформаций толпы может осуществляться изнутри или извне. При этом, воздействие изнутри основано на прерывании механизма «эмоционального кружения» — его необходимо начинать из центра. Воздействие же извне, напротив, должно начинаться с периферии, а не из центра. Это ведет к созданию новых, альтернативных центров толпы. После этого старый центр обычно теряет свое значение, а находившийся в нем лидер — свое влияние. Для эффективного контроля за поведением толпы очень важно наличие своевременной информации о возможностях ее формирования — чтобы было время для планирования и осуществления конкретных контрдействий.

Паника - эмоциональное состояние, возникающее как следствие либо дефицита информации о какой-то пугающей или непонятной ситуации, либо ее чрезмерного избытка, и проявляющееся в импульсивных действиях. Соответственно, на основе паники возникают панические толпы со специфическим поведением.

⁶⁴ Социальная психология. — М., 1975. — С. 289.

В общепринятом смысле, под «паникой» как раз и понимают массовое паническое поведение. Об этом напоминает и происхождение термина: слово «паника», почти идентичное во многих языках, происходит от имени греческого бога Пана, покровителя пастухов, пастбищ и стад. «Паника» — безумие стада, бросающегося в пропасть, огонь или воду без видимой причины. «Начинаясь внезапно, это безумие распространялось с пугающей быстротой и влекло всю массу животных к гибели. Спасаящаяся толпа представляет собой типичный случай панического поведения. Известны также многочисленные случаи панического поведения и вне толпы, например, биржевая паника... Иногда эти случаи определяют как панический ажиотаж, которым обозначается массовое возбуждение, сопровождаемое лихорадочной деятельностью, направленной на избавление от возможной опасности⁶⁵.

К условиям возникновения паники относятся следующие. *Во-первых*, это ситуационные условия. Вероятность развития массовых панических настроений и панических действий возрастает в периоды обострения текущей ситуации. Когда люди ожидают каких-то событий, они становятся особенно восприимчивыми ко всякого рода пугающей информации.

Во-вторых, это физиологические условия. Усталость, голод, алкогольное или наркотическое опьянение, хроническое недосыпание и т. п. ослабляют людей не только физически, но и психически, снижают их способность быстро и правильно оценить положение дел, делают их более восприимчивыми к эмоциональному заражению и, за счет этого, как бы снижают пороги воздействия заразительности, повышая вероятность возникновения массовой паники.

В-третьих, психологические условия. Сюда относятся неожиданность пугающего события, сильное психическое возбуждение, крайнее удивление, испуг.

В-четвертых, идеологические и политико-психологические условия, Сюда относится нечеткое осознание людьми общих целей,

⁶⁵ Социальная психология, — М., 1975.— С. 293—294.

отсутствие эффективного управления и, как следствие, недостаточную сплоченность группы. Реальная практика, а также многочисленные экспериментальные исследования показали, что от этой группы условий в значительной мере зависит, сохранит ли общность целостность, единство действий в экстремальной ситуации, или распадется на панический человеческий конгломерат, отличающийся необычным, вплоть до эксцентричного, поведением каждого, разрушением общих ценностей и норм деятельности ради индивидуального спасения. Многочисленные эксперименты американских исследователей показали, что в неосознающих общность целей, слабо сплоченных и структурированных группах паника провоцируется минимальной опасностью (например, даже опасностью потерять несколько долларов или получить слабый удар током). Напротив, ситуации естественного эксперимента (войны, боевые действия) демонстрируют высокие уровни сплоченности специально подготовленных, тренированных и объединенных общими ценностями (например, патриотизм) и нормами общностей людей.

Возникновение и развитие паники в большинстве описанных случаев связано с действием шокирующего стимула, отличающегося чем-то заведомо необычным (например, сирена, возвещающая начало воздушной тревоги). Для того, чтобы привести к настоящей панике стимул должен быть либо достаточно интенсивным, либо длительным, либо повторяющимся (взрыв, сирена, серия гудков и т. п.). Он должен привлекать к себе сосредоточенное внимание и вызывать реакцию подчас неосознанного, животного страха.

Первый этап реакции на такой стимул — потрясение, ощущение сильной неожиданности и восприятие ситуации как кризисной, критической и даже безысходной.

Второй этап реакции — замешательство, в которое переходит потрясение, индивидуальные беспорядочные попытки как-то понять, интерпретировать произошедшее событие в рамках прежнего, обычного личного опыта или путем лихорадочного припоминания аналогичных ситуаций из чужого, заимствованного опыта. Когда не-

обходимость быстрой интерпретации ситуации становится острой и требует немедленных действий, именно это ощущение остроты часто мешает логическому осмыслению происходящего и вызывает страх. Первоначально, страх обычно сопровождается криком, плачем, двигательной ажитацией.

Если этот первоначальный страх не будет подавлен, то развивается *третий этап* — по механизму «циркулярной реакции» и «эмоционального кружения». И тогда страх одних отражается другими, что в свою очередь еще больше усиливает страх первых. Усиливающийся страх снижает уверенность в коллективной способности противостоять критической ситуации, и создает смутное ощущение обреченности.

Завершается все это действиями, которые представляются людям, охваченным паникой, спасительными. Хотя на деле они могут совсем не вести к спасению: это этап «хватания за соломинку», в итоге все равно оборачивающийся паническим бегством. Разумеется, за исключением тех случаев, когда бежать просто некуда. Тогда возникает подчеркнуто агрессивное поведение: известно, как опасен бывает «загнанный в угол» самый трусливый заяц.

«Панику обычно характеризуют как индивидуалистическое и эгоцентрическое поведение. Это... справедливо в том смысле, что целью такого поведения служит попытка личного спасения, которая не укладывается в признанные нормы и обычаи. Однако паника — это одновременно и массовое поведение, поскольку при ее возникновении осуществляют свое действие механизмы циркулярной реакции, внушения и психического заражения — характерные признаки многих видов стихийного массового поведения»⁶⁶.

Внешне, паника заканчивается, обычно, по мере выхода отдельных индивидов из всеобщего бегства. Но паническое поведение не обязательно завершается бегством от опасности. Обычные следствия паники — либо усталость и оцепенение, либо состояние крайней тревожности, возбудимости и готовности к

⁶⁶ Социальная психология. — С. 296.

агрессивным действиям. Реже встречаются вторичные проявления паники.

Не менее заметным, а политически даже более важным видом поведения толпы является **стихийная агрессия**, обычно определяемая как массовые враждебные действия, направленные на нанесение страдания, физического или психологического вреда или ущерба, либо даже на уничтожение данной массой (толпой) других людей или общностей. Психологически, за внешней стихийной агрессией — разрушительным поведением, всегда стоит внутренняя агрессивность — эмоциональное состояние, возникающее как реакция на переживание непреодолимости каких-то барьеров (например, социально-политических) или недоступности чего-то желанного. Именно высоким эмоциональным накалом стихийная агрессия отличается от агрессии организованной, при которой солдаты атакующей армии, например, вполне могут не испытывать сильных эмоций к своим противникам, даже убивая их. На практике, стихийная агрессия всегда сопровождается еще и дополнительными сильными эмоциями негативного комплекса типа гнева, враждебности ненависти и т. п. Впрочем, в психологии существует несколько десятков различного рода теорий, объясняющих те или иные аспекты агрессивности — от врожденных биологических инстинктов до специальных форм социального научения, необходимых для успешной социальной адаптации в нашем сложном мире. Нам нет необходимости подробно вдаваться в их изучение.

Дж. Роуэн определял агрессию как «неприкрыто насильственную, угрожающую, преднамеренную и не подчиняющуюся нормам силу», действия которой не спровоцированы аналогичными, противоречат обычаям, закону, ценностям⁶⁷.

Как показывают исследования современных массовых беспорядков, волнений и восстаний, «важнейший лежащий в их основе фактор — чувство полного блокирования всех надежд»⁶⁸. Тот же Дж. Роуэн приводит достаточно типовую схему событий — на

⁶⁷ Rowan J. Psychological aspects of society. — L., 1978. The structured crowd. — P. 34.

⁶⁸ Op.cit. — P.38.

примере расовых волнений в негритянском гетто в пригороде Лос-Анжелеса. Факторы, предшествующие агрессии, известны. Постоянная и массовая безработица одних, неинтересная и низкооплачиваемая работа других. Напряженные с обеих сторон отношения населения гетто и полиции. Незаконное требование полисмена к подозреваемому, его отпор, поддержанный группой близких. Вступление в действие дополнительного наряда полиции — превращение группы в толпу, а локального сопротивления властям — в восстание. Далее оно охватывает уже весь район со всеми присущими восстанию атрибутами - «Какое-либо действие, любое действие должно было в конце концов показать, что здесь человеческие существа, а не роботы»⁶⁹.

К условиям возникновения агрессии исследователи обычно относятся следующие. *Во-первых*, физиологические условия — алкоголь, наркотики. *Во-вторых*, психологические — уже упоминавшееся ощущение фрустрации, «невозможности исполнения никаких надежд». *В-третьих*, ситуационные в виде наличия лидеров, подходящих средств проявления агрессии (пресловутый «булыжник — орудие пролетариата») и т. п. *В-четвертых*, это провокационные действия властей или их отдельных представителей, иногда могущие спровоцировать агрессию.

Для развития агрессии обычно, *во-первых*, требуется некоторый конкретный повод, подчеркивающий психологическую безнадежность ситуации для людей. *Во-вторых*, требуются люди, готовые поддержать это ощущение безнадежности, но, одновременно, «качнуть» толпу против тех, кто в этом может быть обвинен. *В-третьих*, требуется конкретный объект агрессии — представитель власти, угнетающего большинства или просто символ властного института.

«Для форм агрессии, развивающихся в массовых социальных и политических явлениях (террор, геноцид, расовые, религиозные идеологические столкновения), типичны сопровождающие их процессы заражения и взаимной индукции, стереотипизации

⁶⁹ Op.cit. — P.39.

представлений в создаваемом «образе врага»⁷⁰. Однако особую роль в возникновении и поведении агрессивной толпы играет анонимность ее участников.

Соответственно, общим законам подчиняются и **механизмы воздействия** на агрессивную толпу. Так, в частности, известно, что лишение толпы анонимности с помощью средств массовой информации (крупные планы в теле репортажах, позволяющие фиксировать лица участников толпы) препятствуют росту ее агрессивности и даже способствуют ее организованности. В свое время изобретение несмываемой краски, которой полиция могла «метить» активистов таких толп, надолго искоренило сам феномен агрессивной толпы из политической практики.

Как и в любой толпе, важную роль в агрессивной толпе играют лидеры. Однако здесь есть одна существенная особенность. Роль лидеров велика прежде всего как инициаторов восстания. Она уменьшается по мере увеличения толпы и усиления ее агрессивности — в таких ситуациях толпа становится наименее управляемой. Роль лидеров, таким образом, велика лишь до тех пор, пока вокруг них не образуется толпа, далее действующая по законам собственного, стихийного поведения.

«Собранной публике» Г.Лебон дал следующую характеристику: «При определенных условиях, — и притом только при этих условиях — собрание людей представляет совершенно новые черты, которые характеризуют отдельных индивидов, входящих в состав этого собрания. Сознательная личность исчезает. Собрание становится тем, что, я сказал бы, не имея лучшего выражения, организованной толпой, или толпой одухотворенной, составляющей единое существо и подчиняющееся закону духовного единства толпы»⁷¹.

Я. Щепаньский считал, что: «Собранная публика может выступать в нескольких видах»⁷². Прежде всего, он выделяет

⁷⁰ Психология: Словарь. — М., 1990. — С. 9—10.

⁷¹ Лебон Г. Указ, соч.

⁷² Щепаньский Я. Элементарные понятия социологии. С 184.

публику, собравшуюся случайно, или «сборище». Другой вид — публика, собравшаяся преднамеренно, которая тоже может выступать в двух различных формах:

- 1) публика отдыхающая, ищущая развлечений,
- 2) публика, ищущая информации (в том числе, на митингах и политических собраниях).

В целом же, «собранная публика — это скопление некоторого количества людей, испытывающих сходное ожидание определенных переживаний или интересующихся одним и тем же предметом. Эта общая заинтересованность и поляризация установок вокруг одного и того же предмета или события — основа ее обособления. Следующей чертой является готовность к реагированию некоторым сходным образом. Это сходство установок, ориентации и готовности к действию — основа объединения публики»⁷³.

Механизм психологического объединения заключается не только во внешнем, физического соединения в одном помещении (публика редко действует на улице), но и влиянием воздействия на всех одних и тех же стимулов. Среди публики образуются определенные сходные или общие реакции, переживания или устойчивые ориентации. Такая публика обычно быстро осознает рождающиеся у нее настроения, что усиливает впечатления, вызванные действием общего стимула. Я. Щепаньский писал: «Таким образом, в публике могут возникнуть такие же явления, как и в толпе, а именно общее эмоциональное напряжение, утрачивание рефлексивности, ощущение единства и солидарности. Поэтому некоторые виды публики, как, например, сборища, собрания или митинги, могут легко превратиться в экспрессивную или агрессивную толпу»⁷⁴.

Значение толп и собранной публики проявляется в периоды социальных волнений, развития революционных настроений, войны, забастовок, когда любое собрание или сборище может превратиться в агрессивную толпу, а она, в свою очередь, в толпу повстанческую,

⁷³ Там же – С. 185.

⁷⁴ Там же.

если его овладеют организованные группы, которые сумеют направить ее действия в желательном для них направлении.

Несобранная публика. Я. Щепаньский считал: «Несобранной публикой являются, например, читатели одних и тех же газет слушатели одних и тех же радиопередач, зрители одних и тех же телевизионных программ, читатели одних и тех же журналов. Не без причины в Польше укоренился термин «Культура "Пшекруя"» («Kultura "Przekroju"»), имеющий в виду способы выражения, поведения, мышления и деятельности, созданные этим популярным еженедельником»⁷⁵. Примером российской действительности 90-х гг. стала безусловно специфичная в социально-политическом плане «аудитория НТВ». Однако развитие прогресса порождает все новые общности. Сегодня уже необходимо всерьез рассматривать в качестве пока, разумеется, совершенно несобранной, но часто уже достаточно единой публики «жителей Интернета».

С внешней точки зрения, несобранная публика — это всего лишь «поляризованная масса», то есть большое число людей, мышление и интересы которых ориентированы идентичными стимулами в одном направлении, и которые ведут себя сходным образом. Это сходство может проявляться не только в бытовых, но и в более социально важных вопросах — в идеологии и политике. В несобранной публике внешне вообще явно не проявляются явления, характерные для толпы или собранной публики. Не проявляется в таком объеме «эмоциональное заражение», не исчезает полностью рефлексивность и не возникает в полном объеме процесс деиндивидуализации. Хотя заражение и идет, но это — заражение со стороны «черного ящика» (радио- или телеприемника). Разумеется, «ящик» активно стремится и к снижению рефлексивности, и к деиндивидуализации аудитории, однако в полной мере, как в толпе, это трудно достижимо (Ольшанский).

Всякие виды «поляризованных масс», несобранной публики, представляют собой базу для выработки сходных взглядов, готовности к некритичному восприятию определенной информации.

⁷⁵ Щепаньский Я. Там же. — С. 185.

Это основа для создания мнения по некоторым вопросам, основанная на готовности к реагированию сходным образом на идентичные стимулы. Следовательно, все виды несобранной публики представляют собой готовую базу для возникновения мнений и настроений — макроформ массового политического сознания и соответствующего политического поведения⁷⁶.

Примером несобранной публики является действие избирательных кампаний и возникающее в результате **электоральное поведение** несобранной публики. Электоральное поведение в целом продолжает оставаться в значительной степени стихийным поведением, подчиняясь его общим закономерностям. В конечном счете, электорат делится на две неравные части. Первая, меньшая часть - это организованный электорат, действующий на основе группового сознания и подчиняющийся управляющим этим сознанием институтам. Вторая, значительно большая для любой современной демократической страны часть, представляет собой неорганизованный электорат.

Общим механизмом политического поведения несобранной публики являются массовые настроения. Последние же, как говорилось в предыдущей главе, представляют собой производное от двух компонентов: притязаний и возможностей их достижения. На этом всегда играли и продолжают играть до сих пор основные политические игроки — политические партии, движения и отдельные кандидаты на выборные посты.

Как писал в свое время Г. Лебон, «избиратель требует невозможного и поневоле приходится обещать требуемое. Отсюда появляются сплошные реформы, утверждаемые без малейшего понятия об их возможных последствиях. Всякая партия, желающая добиться власти, знает, что это возможно только превзойдя обещаниями своих соперников»⁷⁷. Соответственно, основной

⁷⁶ Ольшанский Д.В. Массовые настроения в политике / Центр стратегического анализа и прогноза. М.: Прин-Ди, 1995. 240 с.

⁷⁷ Лебон Г. Психология социализма. — С. V.

инструмент демократии по Г. Лебону — это воздействие на массовые настроения с целью побуждения определенного поведения людей.

Основываясь на богатом практическом опыте, американские специалисты так описывали модель «несобранного» электората: «У избирателя есть определенные принципы. Он в какой-то мере рационален и располагает информацией. У него есть и интересы, однако присутствуют они не в той экстремальной, отработанной, совершенной и детализированной форме, в которую их унифицированно облекли политические философы»⁷⁸. В решениях большинства избирателей даже в обществах с рациональной политической культурой, преобладает стихийный выбор, основанный на эмоциональном отношении и присутствующих в данный момент политических настроениях.

⁷⁸ *Berelson B., Lasarsfeld P.E., McPhill W.N. Voiting. A Study of Opinion Formaition in a Presedential Campaign, — Chicago, 1959.— P. 322.*

ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ ЛИЧНОСТИ И ЛИДЕРСТВА

6.1. Механизмы, уровни, основные стадии и системы политической социализации личности. Социальная установка. Диспозиционная регуляция социального поведения

Политическая психология как наука, изучающая личность в спектре своих общественных возможностей, прежде всего, замечает, а затем выделяет и исследует так называемый процесс социализации личности. Что же это за процесс?

Сам термин “социализация личности”, как и большинство терминов этой науки, не имеет однозначного определения и, тем более, толкования. В разных словарях и в разных публикациях, в зависимости от специализации авторов, излагаются самые разные версии. В современной отечественной социальной психологии вместе с термином “социализация личности”, нередко в качестве его синонима, выступают термины: “формирование личности, воспитание личности, становление личности ” и другие. Иногда три последних термина действительно адекватно передают некоторые оттенки социализации человека, но только некоторые, и при этом захватывают (привносят) некое свое, собственное содержание, которое к обсуждаемому процессу имеет лишь косвенное отношение или, в лучшем случае, сопровождающее исследуемое явление. Например, понятие “формирование личности” представляется действительно более широким, чем социализация, которая

характеризует лишь некоторые особенности формирования активно вступающего в жизнь субъекта деятельности. Понятие “воспитание личности” - содержит, в основном, педагогически организованное воздействие на того же субъекта, в котором могут быть использованы и элементы социализации. И, наконец, ”становление личности” характеризует, прежде всего, самоактивность личности, ее субъектную социализацию, формирование в себе определенных черт, а также процессы самовоспитания.

Г.М. Андреева определяет социализацию “что это ни что иное, как процесс вхождения индивида в социальную среду, усвоение им социальных влияний, приобщения к системе социальных связей” и т.д.⁷⁹.

Одновременно “социализация” - это не традиционная гоминизация Л.С. Выготского, - утверждает Г.М. Андреева, - который спорил с Жаном Пиаже против изображения ребенка как существа, которому предстоит пройти путь “гоминизации”. Как известно, Л.С. Выготский считал, что, родившись, человек уже задан как элемент определенной культуры, определенных социальных связей и т.п.

На взгляд Г.М. Андреевой, “социализация” ближе к развитию личности, чем к воспитанию.

Социализацию личности можно и должно рассматривать как сложное социально-психологическое явление, которое представляет собою одновременно и процесс, и отношение, и способ, и результат становления личности в общении и деятельности.

Социализация - явление чрезвычайно многообразное, непременно активное и фактически непрерывное, продолжающееся всю жизнь конкретной личности. Социализировавшись в одной группе, личность может оказаться совершенно не социализированной в другой. Сегодня ярче всего это проявляется у эмигрантов, беженцев, пенсионеров, безработных и т.п.

Социализацию личности нельзя путать с адаптацией личности. Последняя является непременным, но всего лишь элементом первой.

⁷⁹ Андреева Г.М. Социальная психология. М.: МГУ, 1988, 1994 С. -339

Согласно пониманию Т. Шибутани, социализация - это освоение конвенциональных норм группы. Социализированная личность способна участвовать в согласованных с группой действиях на основе конвенциональных норм, а такие нормы, как известно, в каждой группе свои, по крайней мере, многие.

Нельзя не заметить, что каждая конкретная личность (а конкретный индивид становится ею в процессе социализации) не просто усваивает социальный опыт (конвенции) группы, но в силу индивидуальных особенностей психики, субъективно преобразовывает их в собственные социальные установки (аттитюды), в социальные ожидания (экспектации), ценностные ориентации и т.п. Эти последние предполагают некоторое преобразование “чужого” опыта.

При подобной интерпретации социализации личности все согласуется с естественно - научным пониманием субъекта деятельности, как субъекта общественных отношений, который последовательно, а иногда и одновременно усваивает социальный опыт общества, а потом и сам воздействует (на общество) через собственную деятельность.

Теперь становится понятным, что социализация личности начинается с первых дней рождения человека и продолжается всю жизнь.

Традиционные и нетрадиционные сферы и институты социализации. Как правило, в литературе выделяются три сферы жизни, в которых происходит социализация личности: деятельность, общение, самосознание. Каждая из этих сфер может быть охарактеризована как область обретения, расширения и умножения социальных связей личности с ее внешним и внутренним миром. В каждой из них осуществляется одновременно и расширение, и усложнение многослойных и многозначных социальных связей.

Деятельность. На протяжении всего процесса социализации личность расширяет, по выражению А.Н. Леонтьева, “каталог” своих деятельностей. Осваивает новые и новые виды деятельности. При

этом происходит ориентировка в системе деятельностей, их связей. Происходит выбор (личностный) деятельности, и, вследствие этого, возникает второй процесс - определенное центрирование вокруг главного вида деятельности и подчинение ему всех остальных видов деятельности.

Общение (коммуникация, интеракция, взаимное восприятие и взаимооценка) - в контексте социализации получает некоторое расширительное толкование. Социализация связана с деятельностью и, априори, умножает связи общения. Более того, личность в общении как сфере социализации приобретает новые черты: усваивает определенные конвенциональные нормы общения в деятельности и нормативы самой деятельности, ее социальных качеств (традиции, обычаи).

К сожалению, конкретных исследований в этом плане мало. Детально исследованы только некоторые этапы онтогенеза: дошкольный и подростковый возрасты. Другие возрастные стадии не изучались, и это связано с самим отсутствием стадий социализации в теории.

Самосознание. В наиболее общем виде социализация означает становление в человеке образа его "Я". Этот образ не возникает сразу, складывается на протяжении его жизни под воздействием многочисленных социальных влияний. "Я" и мое отношение ко всему, что вокруг моего "Я". Осознаю, что идея бога - это не от реальности, а от внутреннего личностного отношения.

Каким образом включается человек в различные социальные группы? Играет ли роль тот факт, что количество групп может варьировать, а, следовательно, и количество связей общения?

Множество теорий, концепций рассматривают в психологических науках проблему самосознания.

Как известно из общей психологии, образ "Я" определяется (рассматривается) в зависимости от концепции личности, которую разделяет или провозглашает конкретный исследователь.

И, тем не менее, следует признать, что развитие политического самосознания в ходе социализации личности - это процесс,

контролируемый и определяемый постоянным приобретением личностного социального опыта в условиях расширения диапазона деятельности и общения.

Процесс социализации - это единство изменений всех трех рассмотренных сфер: деятельности, общения и самосознания.

Еще в 1970 году Н.В. Андреевская заявила о том, что социализация личности происходит в ходе трех стадий жизнедеятельности человека: дотрудовой, трудовой и послетрудовой.

⁸⁰ Дотрудовая стадия социализации охватывает весь период жизни человека до начала трудовой деятельности. У нее свои два этапа: 1) ранняя - от рождения до поступления в школу; 2) стадия обучения, включающая весь период юности до окончания школы.

Трудовая стадия социализации охватывает период зрелости человека. Это весь период трудовой деятельности человека. Мы выдвигаем идею продолжения социализации до конца жизни, по крайней мере, именно трудовой деятельности. В самом деле, важнейший аспект социализации - воспроизведение социального опыта, его творческое преломление и применение (с расширением, нередко) происходит именно в этот период

Послетрудовая стадия представляет еще более дискуссионную проблему. Если вспомнить Б.Г. Ананьева, то социализация должна идти до конца дней индивида. В современных условиях, когда пенсионеры не только адаптируются к новым условиям их жизни, социализируясь в новой своей роли, а безработные нередко и начинают новую социальную роль в качестве трудящегося: меняют профессию, расширяют рамки своих прежних возможностей. Широко известны пенсионеры - наставники молодежи, народные художники, писатели, артисты, "самодельщики-изобретатели" и т.д.

Общество, в том числе и отдельные его субкультуры, безусловно, оказывает воздействие на личность на всех стадиях ее социализации. Такое воздействие осуществляется или непосредственно, или через группу: это нормы, ценности и знаки. Конкретные группы, в которых

⁸⁰ Проблемы социализации личности // Социальные исследования. М., 1970, вып. 3.

личность приобщается к системам норм и ценностей (они выступают трансляторами социального опыта), называются институтами социализации. Термин “институт” используется в широком социологическом смысле как сложившаяся в ходе развития общества форма отношений между людьми.

Рассматривая вопросы социализации личности, нельзя не сказать о том, что в зарубежной психологии этой проблеме издавна уделяется большое внимание. Она оказалась на стыке социальной психологии, психологии личности, психопатологии, педагогики, психогенетики и многих других наук. В частности, вопросы наследственности и приобретения каких-либо качеств в личности исследуются батареями тестов, с опорой на самые разные психологические школы: фрейдизм, бихевиоризм, гештальт, интеракционизм, символизм, конфликтологию, иррационализм и другие.

Английский психолог М. Аргайл отличается особой тщательностью анализа результатов, полученных им самим и другими экспериментаторами. Начиная с ранних психоаналитических достижений, Аргайл постепенно и последовательно рассматривает труды ученых разных направлений, публиковавших и публикующих свои работы в разные периоды их научной деятельности, исчисляемые нередко десятилетиями.

Как правило, Аргайл не соглашается с одной или несколькими точками зрения на процессы социализации, но считает, что в качестве гипотез любая из них правомочна, даже если выдвигаются положения, основанные на опытах с низшими животными. Например, он обстоятельно анализирует результаты работы бихевиористов с крысами, вырабатывавших у подопытных животных определенные навыки приема пищи и опорожнения кишечника методами награждения и наказания. Казалось бы, причем тут крысы и социализация человека? Но давайте посмотрим анализ Майкла Аргайла.

Названный опыт он пытается интерпретировать с позиций различных направлений психологической науки и находит наиболее, как ему кажется, адекватный и, главное, перспективный подход.

Основная идея такого рассмотрения состоит в том, что нет одного универсального подхода и метода анализа, но в каждом конкретном случае любой из них может быть наиболее адекватным. Так в случае с крысами, действительно, не очень высоко социализированными животными, наиболее перспективным показался именно бихевиористский подход, соединяемый с психоанализом. Далее Аргайл соединил данный эксперимент с кормлением ребенка грудью матери и выработкой навыков опорожнения кишечника ребенка с помощью тех же методов поощрения и наказания. Показывая механизмы овладения социальными нормами группы, М. Аргайл предупреждает, что, чаще всего, человек приспосабливается к нормам именно конкретных социальных групп. Оказываясь в одиночестве, такие люди ведут себя различно. Одни показывают нескрываемую податливость без внутреннего содержания, другие же, потому, что имеют собственное осмысление. Условия, при которых внутреннее содержание имеет место, могут быть образованы на основе идентификации, когда субъект берет другого индивида в качестве образца для подражания и чувствует, что обманывает ожидания, если не состояниии жить согласно этому образцу. Доказано, что одна и та же личность ведет себя совершенно различным образом в, казалось бы, совершенно похожих ситуациях. Например, перед и после употребления обильной еды. Изменения в поведении будет определять степень голода.

На чисто психологическом уровне найдено, что кровяное давление человека, когда он голоден, отличается от того, когда его накормят.

Известно так же, что даже отношение человека к деньгам зависит от его материального положения, но на конкретных поступках, связанных с добыванием денег, это прямо не сказывается. Все зависит от мотивации и социальных норм, усвоенных конкретной личностью, степени их осознанности. Однако, некоторая мотивация может быть неосознаваемой, и тогда поведение называется немотивированным. На деле же, оно просто не осознано. Например. Субъекта гипнотизируют и внушают ему, что он должен открыть

окно в определенный час. Перед пробуждением ему говорят, что открывать окно уже не надо. Когда приходит назначенное ранее время, субъект робко открывает окно. Его просят объяснить, почему он это сделал? Ответ отражает, что он не осознает подлинной мотивации, а просто выдумывает некоторую причину своих действий.

Безусловно, мотивация связана с потребностями человека как живого существа: прежде всего, с необходимыми для сохранения баланса воды, сахара и других биохимических составляющих жизни.

Некоторые человеческие поступки и почти все “животное” поведение “мотивируются” биологическими побуждениями - голодом, жаждой, полем. Они как бы автоматически саморегулируют жизнедеятельность своего организма, поддерживающего равновесие необходимых биохимических веществ. В цивилизованных условиях биологические потребности людей удовлетворяются, в основном, регулярно (за исключением половых для молодых и пожилых людей).

Но потребности человека (впрочем, как и животного) имеют свойство расти и видоизменяться. Соответственно, изменяется и мотивация их удовлетворения.

Кстати, одной из заслуг К. Маркса (не популярного ныне в России ученого) перед наукой в целом является открытие им “закона возвышения потребностей”. Еще в 1848 году он писал, что в законе развития человеческой природы заложено то, что едва лишь обеспечивается удовлетворение одного круга потребностей..., как высвобождаются, создаются новые потребности.

Сегодня среди ученых самых противоположных направлений нет спора о важнейшей роли потребностей в жизнедеятельности человека. Разночтения наблюдаются в деталях, ибо нередко этот главный движитель социализации и развития человека вообще скрыт от глаз наблюдателей, да и самих потребностей у хорошо социализированной цивилизованной личности немало.

Изучаются потребности уже давно и самыми разными науками. В социальной психологии этот термин очень часто заслоняется понятием и термином - мотивация. Было, к сожалению, время, когда в нашей отечественной социальной психологии потребности вообще не

считались объектом этой науки и все, что их касалось, замещалось понятиями стимулов и мотивов.

Следует отметить, что очень большая заслуга в привлечении внимания исследователей к психологическим аспектам потребностей принадлежит американскому специалисту в области человеческих отношений и организации труда Абрахаму Маслоу (1908-1970) - одному из лидеров гуманистической психологии, столь популярной сегодня в мире. Будучи одним из многочисленных учеников и последователей Элтона Мэйо, он сделал, пожалуй, самый значительный вклад в творческое развитие наследия своего учителя и предшественника.

А. Маслоу предпринял попытку систематизировать потребности личности. Он классифицировал их как базисные (потребность в пище, безопасности, позитивной самооценке...) и производные или мета-потребности (в справедливости, благополучии, красоте, порядке, единстве...). По его мнению, базовые потребности - стабильно постоянные, производные же - постоянно меняются. Поэтому “мета-потребности”, какими бы они ни были, в принципе, равнозначны и не имеют превосходства друг перед другом, то есть они не иерархичны.

Базисные потребности, напротив, располагаются достаточно строго по принципу иерархии: от “низших” материальных до “высших” - духовных.

В связи с тем, что в отечественной социальной психологии к теории Маслоу иногда подходили только строго критически, позволю себе изложить ее несколько подробнее, чем обычно, в опубликованных ранее работах.

Итак, базовые или базисные потребности человека от самых низших физиологических и сексуальных, тех, которые, по классификации социально-биологических инстинктов Ж. Герина, именуются глаголом “жить”, то есть, пить, есть, дышать, двигаться, иметь кров, одежду, отдых, воспроизводить себе подобных и т.д., через экзистенциальные потребности - в безопасности своего существования, стабильности условий своей жизнедеятельности, в стремлении избегать несправедливости, различных ударов судьбы, а в

сфере труда - гарантированной работы, страхования от несчастных случаев, социальных потрясений, до привязанности к ближайшему окружению дома и на работе, к коллективу единомышленников, а, следовательно, и до признания этим окружением своей важности, роли, статуса, возможностей их роста, наконец - удовлетворения потребностей в самовыражении через какое-либо творчество.

В одной из своих статей, опубликованной еще в 1943 году, Маслоу предложил ставший затем знаменитым “треугольник Маслоу”. В основании этого треугольника лежат:

- 1) физиологические или витальные потребности (от лат. Vita - жизнь);
- 2) потребности в безопасности и гарантированной работе;
- 3) потребности в принадлежности к определенной социальной группе;
- 4) потребности в уважении себя как личности со стороны других;
- 5) потребности в самоутверждении.

В приведенной структуре потребностей каждая из названных групп как бы располагается на определенном этаже треугольной пирамиды в соответствии с обусловленной природой и обществом их иерархии (сравните с пятью социобиологическими инстинктами Ж. Герина: “жить”, “развиваться”, “обогащаться”, “защищаться” и “взаимодействовать”).

По Маслоу, человек стремится сначала удовлетворить свои первичные потребности, а после их полного или частичного удовлетворения переключается на следующие группы. При этом, человеком движут не просто потребности, а неудовлетворенные потребности, среди которых самые действенные (пробуждающие мотивы овладения ими) и самые трудные для удовлетворения - потребности в самоутверждении.

Согласно интерпретации американского исследователя, базисные потребности представляют собой мотивационные переменные, которые филогенетически (по мере взросления человека) и онтогенетически (по мере их реализации в качестве необходимых условий социального бытия) почти последовательно возникают друг

за другом у конкретного индивида. Первые два “этажа” потребностей являются врожденными, они, стало быть, первичны. Три остальные, - приобретенные или вторичные. При этом, сам процесс возвышения потребностей выглядит в виде замены первичных (низших) вторичными (высшими).

Полагаем, что, в конечном итоге, рациональное зерно в “треугольнике Маслоу”, бесспорно, есть, хотя и трудно признать его абсолютизацию. Суть-то не в конкретном расположении потребностей, а в механизме (динамике) их движения, смены. Последовательность этой смены в каждом конкретном случае может варьироваться. Это же, в конце концов, не механические часы! Как тут снова не вспомнить “принцип Доминанты” А.А. ‘Ухтомского! В данном случае последовательность решает доминирующая потребность в каждый данный момент.

Сам А. Маслоу полагал, что удовлетворение потребности не является мотиватором поведения человека: голод движет индивидом пока он не удовлетворен. Более того, он считал: сила воздействия потребности, ее потенциал есть ни что иное, как функция от степени удовлетворения данной потребности. Интенсивность же мотивации определяется местом потребности в общей иерархии.

Чисто физиологические потребности выступают доминантными до тех пор, пока они не удовлетворены, хотя бы, на минимальном уровне, необходимом для выживания индивида. Далее его поведение регулируется степенью социализированности, наличием и уровнем развития духовных потребностей, доминирующих в каждый конкретный момент. Многое в чередовании такой доминантности зависит от стадии развития индивида в биологическом и социальном смысле, его социализированности по отношению к окружению и т.п., активации одновременно нескольких потребностей, так называемой “борьбы мотивов” и т.д., и т.п.

Надо сказать, что, являясь теоретически ясной и привлекательной для объяснения поступков человека идеализированной моделью поведения, концепция А. Маслоу не имеет, да и, в принципе, не может иметь эмпирически проверенных следствий. Несмотря на то,

что она нашла свое применение в ряде организационных инноваций в управленческой деятельности, например, в “проектах” обогащения труда, социального развития и т.п., на практике эта теория практически не реализована. Она остается, преимущественно, орудием объяснения, средством понимания. [Более подробно см. Справочное пособие по истории немарксистской западной социологии. М.: Наука, 1986. С. 198-200].

Действительно, вторичные потребности и рождаемые ими мотивы могут, во-первых, основываться на чрезвычайно сложной комбинации духовной опосредованности, во-вторых, и первичные, даже самые низшие потребности, можно научиться удовлетворять разными способами и в разной мере, многие же из них (например, потребность дышать) действуют автоматически, то есть инстинктивно и не влияют фактически даже на удовлетворенность или неудовлетворенность пищей. В принципе, вторичные потребности и мотивы могут и не иметь чисто биологической основы (хотя в этом еще предстоит тщательно разбираться науке!), некоторый подход к их удовлетворению демонстрируют те же биологические стимулы. Организм приучается удовлетворять их в разных условиях различными способами (путем научения). Можно предположить, что вторичные потребности (или потребности более высокого порядка) являются ничем иным как новыми маршрутами удовлетворения тех же самых первичных (базовых) потребностей или побуждений.

Вместе с тем, вторичные стимулы и мотивы могут становиться сильнее первичных и определять поступки конкретного человека. Об этом свидетельствуют не только так называемые подвиги самопожертвования и мученичества, но и достижения в творчестве, науке, других видах человеческой деятельности, связанных с самоограничением, сублимацией и т.п.

Несколько иную иерархию потребностей и мотивов их реализации дают английские психологи М. Аргайл, Д. Макклелланд. Они считают, что в человеческом сообществе главенствующую (определяющую) роль играют потребности в: 1) достижениях; 2)

аффилиации и 3) власти. Если первая и третья потребности легко понимаемы, то вторая нуждается в более подробном пояснении. Аффiliation (от англ. to affiliate - присоединять, присоединиться) - это стремление не просто быть в обществе, общаться с другими, но и быть принятым, понятым, не одиноким, а для этого, конечно же, быть вполне социализированным. Аффiliation нужна человеку, чтобы быть поддержанным в сложных жизненных ситуациях, снизить тревожность, преодолеть страх и т.д. Блокирование аффiliation вызывает обычно чувство одиночества, отчуждения, порождает фрустрацию.

К сожалению, названные авторы занимались экспериментальным исследованием аффiliation, в основном, у детей и подростков, но их выводы и предложения они сами распространяли на взрослых, принадлежащих различным национальностям и разным расовым, культурным и религиозным общностям.

Так, Д. Макклелланд показал, что общества, которые оказывают большое давление на детей, формируя у них мотивацию достижения, быстрее и интенсивнее вовлекаются в экономическое и индустриальное развитие. Эту идею он вынес из рассказов детей, собранных им в конце 50-х годов в слаборазвитых странах, а потом в течение нескольких десятилетий он наблюдал истинный прогресс, сотворенный этими выросшими детьми.

Были найдены и различия в мотивации представителей разных вероисповеданий: например, протестанты и евреи имеют более сильные тенденции достижения, чем католики. Это объясняется тем, что католики не требуют ранних достижений от своих детей. Поэтому, считает Макклелланд и его соратники, индустриальный прогресс в католических странах, подобных Ирландии, Италии, Испании, идет медленнее. Это же объясняет, по его мнению, и низкое положение католиков в социально-классовой системе Великобритании и США.

Высокая аффилиативная мотивация - залог не только общественного прогресса, но и, одновременно, источник большого удовлетворения, обеспечивающего этим людям преуспевание в

установлении социальных контактов. Она способствует хорошим отношениям со старыми, больными, людьми из непривилегированных групп. И все это, в конечном счете, сказывается на характере нации, на ее общественно-динамической и политической потенции. Не случайно, самые разные люди (с Востока и из Америки) называют англичан холодными и недружелюбными.

Исследований на этот счет опубликовано немало, и почти все они подтверждают названные житейские наблюдения. При этом, ученые считают, что подобные выводы отражают традиционно низкий уровень аффилиативной мотивации англичан (замечает Аргайл).

Поведение социализированной личности неминуемо окрашивается ее собственными особенностями. Например, темпераментом, экстравагантностью, говорливостью, прожорливостью, доминантными установками на первоочередное удовлетворение потребностей в достижении, аффилиации и власти, а также конкретными условиями, в которых происходит рассматриваемое поведение. Многими исследователями (М. Аргайл, Е. Баргутта, Р. Балес, К. Блок, В. Хаутхорн, Д. Макклелланд и другие) установлено, что люди, как правило, считаются с окружающими их представителями другого пола, со старшими по возрасту, социальному положению и т.п. Однако, на одних это действует сильнее, на других – слабее⁸¹.

Имеются различия в поведении по отношению к равным, в реакциях на социальное поведение другого. Тут многое зависит от воспитанности, от религиозной или национальной принадлежности и т.п.

Короче говоря, социализируясь, конкретная личность, сохраняя многие собственные особенности, приспосабливается к требованиям ситуации и личностным характеристикам присутствующих других.

Индивидуумы, бесспорно, воздействуют на черты группы, к которой они принадлежат. Это влияние (индивидуума) может быть понято и оценено различиями в поведении группы с ним и без него.

⁸¹ Новиков В.В. Социальная психология. Феномен и наука. – М., 1998. – 487 с.

Находят, что хорошо социализированные экстравертированные и доброжелательные люди содействуют установлению дружеских отношений внутри группы, созданию благоприятной атмосферы. И, наоборот, озлобленные, агрессивные, тревожные или шизоидные люди продуцируют напряженную, неудобную атмосферу. А психопаты могут быстро расколоть всю группу, нагнетая напряженность и конфликты.

Человек как личность находится в многообразных социальных взаимоотношениях, он член семьи, круга друзей, учреждения, определенного социального класса, страны, определенной партии и т.д. В каждом из этих социальных объединений он занимает определенную ступень, выполняет определенную роль. В это время его деятельность приходит в соответствие с теми требованиями, которые предъявляет ему социальная Среда. В случае нарушения им общественных норм поведения, его социальная активность не соответствует ожиданиям, существующим в отношении его роли: при таких обстоятельствах между человеком и социальной средой имеют место неуравновешенные, конфликтные взаимоотношения. У человека возникает тенденция избежать это конфликтное, беспокоящее его состояние. В подобном случае у него возникает тенденция именно такого поведения, и он осуществляет такую социальную активность, которая обуславливает восстановление социального равновесия.

У сотрудника, опоздавшего на работу, возникает тенденция более интенсивной работы, так как этим путем он может снять то конфликтное состояние, которое возникло из-за нарушения им своей роли.

Анализируя активность человека, приходим к выводу, что его поведение нередко возникает на основе социальных стремлений. Объектами его социальных стремлений являются такие ценности, как социальная группа, Родина, деньги, знания, творчество и пр. Тенденции достижения этих ценностей, их создания, заботы о них являются внутренними факторами социального поведения человека.

Установление равновесия с социальной средой осуществляется на основе более сложных закономерностей, чем достижение равновесия с материальной средой, которое достигается посредством удовлетворения витальных, жизненных потребностей.

Часто при этом предполагается упорядочение взаимоотношений, существующими между этими сферами, что выявляется в виде конфликта между удовлетворяющим жизненные потребности окружением (реально складывающимся бытием) и социальным поведением личности. В это время личность, используя специфические механизмы, создает условия в пользу определенного приемлемого для нее поведения, которому отдает предпочтение на основе интеллектуальных процессов.

Для осуществления предпочитаемого поведения личность производит организацию внутренних и внешних факторов, следствием чего является возникновение установки соответствующего поведения.

Интересна идея В.С. Мерлина, согласно которой характер взаимоотношений в коллективе детерминирует формирование свойств личностей, типичных для данного коллектива. Есть два довода в пользу того, почему непосредственная Среда деятельности личности - группа (или коллектив, в особенности) - действительно "наделяет" личность определенными свойствами⁸².

Первый из доводов связан с тем, что через долю в общем объеме деятельности группы личность как бы сопрягается с другими членами коллектива, а, следовательно, оценивается ими. Но такая оценка предполагает некоторые нормативы, с помощью которых она осуществляется. Значит, существуют такие личностные качества, которые особо значимы для данной группы, для данных условий деятельности. Будучи закреплены в оценках, они, в определенном смысле, как бы "предписываются" членам группы. И.С. Кон выделяет четыре процесса, в которых разворачивается межличностное оценивание: 1) интериоризация (усвоение оценок со стороны других

⁸² Мерлин В.С. Психология индивидуальности. -М.-Воронеж, 1996.-448 с.

членов группы), 2) социальное сравнение (прежде всего, с другими членами группы), 3) самоатрибуция (приписывание себе качеств, выполняемых на основе двух предшествующих процессов), 4) смысловая интерпретация жизненного переживания.

Второй ряд доводов заключается в том, что всякая совместная деятельность в группе предполагает набор обязательных ситуаций общения. В этих ситуациях проявляются также определенные качества личности, это особенно наглядно видно, например, в ситуациях конфликта. В зависимости от наличия тех или иных качеств, личность по-разному проявляет себя, причем всегда либо через сравнение себя с другими, либо через утверждение себя через других. Но эти “другие” - тоже члены той же самой группы, следовательно, демонстрация личностью своих качеств в общении, в определенном смысле, “концентрируется” группой посредством приложения к этим качествам групповых критериев. Именно это также способствует “наделению” личности “нужными” коллективу качествами⁸³.

Понимание природы деятельности человека и ее закономерностей неразрывно связано с вопросом о формировании ценностных ориентаций личности. Анализ целостной системы социально-психологической активности человека показывает, что в ней, наряду с непременным психическим отражением действительности, необходимо присутствует определенное социально-психологическое отношение его к ней.

В целом можно сказать, что сознательное отношение человека к действительности позволяет ему рассматривать среду не только как непосредственно и актуально данную ситуацию, но и как целостную систему возможностей, находящихся в единстве с ней. На активность обладающего сознанием субъекта реальное влияние оказывает ожидаемые и возможные события. Таким путем происходит расширение диапазона взаимоотношений человека с действительностью, и он становится существом, активно

⁸³ Новиков В.В. Социальная психология. Феномен и наука. – М., 1998. – 487 с.

ориентированным на будущее. Социальное поведение, как и всякая другая активность, начинается с готовности, в которой отражены социальные стремления, цели, требования и, конечно же, социальные ожидания. При анализе социальной активности человека указанное обстоятельство проявляется в наличии у личности определенных социальных тенденций. У личности формируются положительные и отрицательные отношения к объектам, связанным с данной активностью.

Представленные в сознании личности ценностные ориентации и знания тесно связаны друг с другом. В знании отражены предметы и явления действительности, а в ориентациях выражаются отношения человека к ней. В них задана тенденция действий человека относительно указанных явлений. Личностные ориентации создаются у человека под воздействием индивидуальных потребностей и нужд, а социальные ориентации обуславливаются требованиями других людей.

Под воздействием внутренних и внешних факторов у личности создается установка к определенному поведению. Направление и целесообразность ее поведения обусловлены конкретной деятельностью этой личности. Общим результатом функционирования актуальной установки является то, что под ее воздействием в сознании и поведении личности формируется определенная позиция относительно действительности - позиционность. В отношении различных объектов и ценностей у индивида может выработаться и зафиксироваться как положительная, так и отрицательная установка. В соответствующих ситуациях эти фиксированные ориентации возникают весьма легко и определяют направленность сознания и деятельности индивида. Такие фиксированные социальные ориентации относительно ситуаций, объектов и ценностей позволяют прогнозировать и корректировать реальное поведение конкретного индивида.

Как мы уже убедились, социализация личности начинается с детского возраста конкретного человека и продолжается всю жизнь. Однако, личность может деградировать или оказаться в

противоречии с обществом, с его целями и интересами, стать асоциальной. Для того, чтобы этого не произошло, необходимо в процессе социального функционирования постоянно поддерживать социальный статус личности в рамках, предписанных обществом. Кроме того, должно идти непрерывное расширение социального опыта, который личность переводит во внутренний план сознания (процесс интериоризации). В подобных аспектах говорят о тренировке ролевого общения.

Понятие “ролевое общение” не является однозначным, ибо смысл его расширяется различными науками: социологией, социальной психологией, педагогикой, искусствоведением, этикой, эстетикой. Но, хотя в философской литературе постоянно поддерживается связь социологических понятий “личность”, “роль” с понятиями из сферы искусства, - сущностная их общность не улавливается. В существующих классификациях нет сколько-нибудь четкого деления ролей. Чаще фигурирует термин просто “роль индивида” или имеет место деление на “конвенциональные” и “межличностные” (Т. Шибутани), “предписанные” и “достигнутые” (Тибо и Келли), “активные” и “латентные” (Р. Линтон) и т.п. Используя социально-психологический подход к анализу ролевого поведения в различных сферах человеческой деятельности в игре, в социальном функционировании, в искусстве, мы различаем роли социальные (как схемы поведения в системе предметной деятельности) и роли межличностные (в системе межличностных отношений). Но каким образом личность социализирует ролевое общение в различных его формах, каковы механизмы этого общения в жизни и в искусстве (особенно в его ролевых видах: театре, кино, телевидении)? Эти аспекты социализации изучены еще очень мало и отечественными, и зарубежными психологами. Отводя этому виду деятельности особое место на ранних этапах становления личности, исследователи, чаще всего, будто забывают и его значение во взрослом возрасте, перенося игровую функцию личности в сферу спорта и искусства. Но ведь основное значение игр в детском возрасте не в том, что это - основа своеобразных форм деятельности взрослых (спорта и искусства), а в

том, что они готовят ребенка к взрослой жизни в целом, социализируют его для общества.

Ребенок проигрывает основные схемы, функции тех ролей, с которыми он сталкивается в жизни, причем усваивает даже те социальные роли взрослых, которые ему не пригодятся в дальнейшей взрослой жизни. Он как бы примеривает на себя ту или иную схему поведения. Процесс социализации в детстве идет как бы извне, то есть для ребенка необходимо “забыть” своеобразие своей личности, свои особые желания и стремления, а делать все так, как делают взрослые. Идет как бы “связывание” индивидуальности, заталкивание ее в стандартные рамки общественного поведения, его правил и норм. Чаще всего, такое “насилие” необходимо: ребенок в свернутом виде усваивает богатство будущих отношений. Став взрослым, сформированным человеком, он играет уже устоявшиеся, сложившиеся в его представлении социальные роли. Если же те или иные социальные роли не усвоены личностью из-за неопределенности их функций или из-за отсутствия их в конкретном социуме, то в дальнейшем личность претерпевает большие трудности в поиске своего места в обществе. Достаточно вспомнить, например, “непрактичных” людей, семейные и производственные конфликты, которые происходят, зачастую, из-за незнания или разного понимания своих функций-ролей. Но, кроме определенных действий, индивиду необходимо усвоить и столь же определенные механизмы психических реакций, чтобы адекватно отражать действительность, все богатство связей и отношений в ней существующих. Было бы примитивно считать, что ребенку, чтобы жить в обществе, достаточно только усвоить все роли, имеющиеся в социальном опыте. Такой взгляд приведет к признанию заданности личности, статичности и застывшимости общественных отношений. Ведь ребенок, играя, учится не только что-то делать как доктор, шофер, учитель и др., но и эмоционально реагировать, чувствовать как тот или иной герой его игр. Кроме того, ребенок постоянно играет и в вымышленных персонажей, постигая жизнь через вымышленные ситуации, нереальные предметы, но отражающие их определенным образом.

Именно эта способность ребенка “сочинять поведение”, формировать у себя психологические механизмы идентификации, подражания, заражения, перенесения, развивает его индивидуальность и позволяет ему в дальнейшем воспринимать и создавать искусство, особенно его ролевые виды: театр, кино, телевидение. Так как ребенок живет, играя, то его психические реакции в восприятии жизни и искусства практически не различаются. Вспомните, например, как дети включаются во вторичную реальность фильма, спектакля, забывая, что все это “понарошку”. Поскольку у ребенка нет еще четкого деления на те или иные способы действий (он живет в игре), постольку он “путает” реальность и вымысел.

В дальнейшем процесс социализации как бы раздваивается. Для усвоения какой-то социальной роли, то есть для принятия функции поведения, важно усвоить знаковую сторону роли. Для усвоения же межличностных ролей, понимания природы искусства важна внеинформативная коммуникация на основе вышеназванных психологических механизмов. Искусство расширяет межличностные роли. Правда, есть существенное отличие в общении с искусством от межличностного общения. В искусстве человек общается не с реально существующей личностью, а с художественным персонажем, идет диалог с “квазисубъектом”. Искусство тем самым, через межличностное общение, значительно расширяет сферу и социального общения индивида, так как предлагает индивиду те социальные и межличностные роли, которые данный индивид никогда не играл и не сыграет, но общение с ними помогает осваивать личности новые эмоциональные, чувственные роли, восполняя и устраняя тем самым эмоциональный “дефицит” личности.

Из вышесказанного следует вывод о том, что процесс социализации личности, начинаясь с игры в детстве, продолжается затем через систему социальных и межличностных ролей в реальной жизни, и далее через общение с искусством, так как именно оно дает возможность личности развивать свою индивидуальность, расширять

сферу межличностного общения, переводя процесс социализации во внутренний план.

Личность существует и реализует себя в общении с людьми, этому предшествует процесс социализации. В нем индивид приспособляется к окружающей социальной среде, осваивает определенные роли и функции. Это происходит потому, что человеческое общество обладает историей. Можно утверждать, что для формирования полноценной личности необходимо социальное окружение, то есть люди - носители опыта общества. Ярким подтверждением высказанному является описанный Сен-Симоном в “Очерках науки о человеке” случай с мальчиком Виктором - ребенком, найденным в лесах на юге Франции.

Как же происходит формирование социализированной личности? Рассматривая этот вопрос, мы сталкиваемся с противоречивыми позициями: одни утверждают, что решающее влияние оказывает внутренний фактор и недооценивают влияние внешней среды, другие настаивают на обратном, третьи считают, что формирование личности происходит за счет “надстраивания” социального опыта над биологическим (О. Конт, Т. Рибо). Существует так же теория, предполагающая взаимное опосредование социального и биологического друг через друга. Представителем последней теории является С.Л. Рубинштейн, указывающий на то, что внешнее социальное воздействие на личность неоднократно преломляется через призму внутреннего мира человека, систему его установок, убеждений и нравственных ценностей. А так же все воспринимаемое человеком опосредуется воздействием социальной среды⁸⁴.

Формирование личности социально обусловлено не только тем, что процесс этот происходит под воздействием внешней Среды, но и тем, что на поступки человека и мотивацию его деятельности влияют те внутренние компоненты его психики, которые одновременно являются элементами социального опыта.

⁸⁴ Рубинштейн С.Л. Бытие и сознание. О месте психического во всеобщей взаимосвязи явлений. - М., 1957.

Таким образом, необходимо отметить, что развитие и формирование полноценной личности не ограничивается принятием социально-типичных функций и ролей. Как субъект истории человек олицетворяет в своей жизнедеятельности и связи единичные, случайные, которые обнаруживаются в его индивидуальности. Личность обладает огромным богатством индивидуальных проявлений. В этом смысле личность непосредственно представляет собой определенную неповторимость, уникальность, за которой скрыта ее общность с другими, ее социальность.

Социализация личности происходит на протяжении всей ее жизни, но начинается с формирования так называемых социальных установок или аттитюдов.

Проблема установки в социальной психологии занимает, действительно, важнейшее место, так как именно формирование многочисленных установок личности позволяет определить, как усвоенный в процессе социализации общественный опыт преломляется личностью и конкретно проявляет себя в ее действиях и поступках. Именно через установку возможно решение вопроса о регуляции поведения и деятельности человека.

Становление понятия “социальная установка” следует рассматривать в развитии двух традиций: отечественной общей психологии и западной социальной психологии.

Специальным предметом исследования проблема установки стала изначально перед грузинским психологом Д.Н. Узнадзе, бывшем, кстати, одним из учеников З. Фрейда. Но “установку”, по Узнадзе, нельзя рассматривать как идентичную “социальной установке”, несмотря на внешнее совпадение терминов и схожесть набора определений, раскрывающих содержание этих двух понятий. Установка в контексте концепции Д.Н. Узнадзе касается, более всего, реализации физиологических потребностей человека. Сторонники теории Узнадзе обычно полагают, что установка является целостным динамическим состоянием субъекта, состоянием готовности к определенной активности; состоянием, которое обуславливается

двумя факторами: потребностью субъекта и соответствующей объективной ситуацией⁸⁵.

Предложенное понимание установки не связано с анализом социальных факторов, детерминирующих поведение личности, с усвоением индивидом социального опыта. Не связано оно и со сложной иерархией детерминант, определяющих самую природу социальной ситуации, в которой личность действует. И все-таки, такая постановка вопроса, сама по себе, не может не быть применима и в социальной психологии, а именно при рассмотрении проблемы социализации личности в среде ближайшего социального окружения.

Аналогичная проблема разрабатывается в ряде других концепций. В частности, идея выявления особых состояний личности, предшествующих ее реальному поведению обсуждалась В.Н. Мясищевым, Л.И. Божович, А.Н. Леонтьевым.

В.Н. Мясищев объяснял направленность будущего поведения личности через отношение “как систему временных связей человека как личности-субъекта со всей действительностью или с ее отдельными сторонами”. В данном случае предполагаются различные, в том числе, и социальные объекты, на которые эти отношения распространяются. Имеются в виду и довольно сложные, с социально-психологической точки зрения, ситуации.

Л.И. Божович говорила о направленности как внутренней позиции личности по отношению к социальному окружению, к отдельным объектам социальной среды.

У А.Н. Леонтьева идет речь о личностном смысле: направление ожидаемого поведения или деятельности в соответствии с тем личностным смыслом, который приобретает для данного человека предмет его деятельности.

В западной психологии вопрос об установке с самого начала разрабатывался в русле социальной психологии. Для обозначения социальной установки используется термин “аттитюд”, предложенный в 1918 году американцами У. Томасом и Ф. Знанецким. Позже было выработано множество определений этого

⁸⁵ Узнадзе Д.Н. Психологические исследования. - М.: Наука, 1966. - 451

понятия, уже через 10-12 лет их было более 100, но всеми исследователями понимание аттитюда включало следующее: аттитюд - это определенное состояние сознания и нервной системы, выражающее готовность к реакции. Это состояние формируется на основе предшествующего опыта, оно непременно оказывает направляющее и динамическое влияние на поведение.

Долгое время оставался нерешенным вопрос о структуре аттитюда и его функциях. В дальнейшем и этот вопрос был решен. В многочисленной литературе рассказывается, как все это происходило. Сколько было проб и ошибок, сколько стимуляции со стороны разработки методических средств измерения социальной установки! Наконец, М. Смит в 1925 году выделил 4 функции аттитюда:

1) приспособительную (утилитарную, адаптивную), обозначающую направление субъекта и служащую достижению его цели;

2) знания - упрощенные указания относительно способа поведения по отношению к конкретному объекту;

3) выражения (ценности, саморегуляции) - как средство освобождения субъекта от внутреннего напряжения;

4) защитную - способствует разрешению внутренних конфликтов личности.

Еще немного позднее, в 1942 году, тот же М. Смит находит в структуре аттитюда три компонента: когнитивный, аффективный и поведенческий (конативный). По его мнению, социальная установка - ни что иное, как осознание, оценка и готовность действовать.

Однако, путь к истине долог и противоречив: разработка данной проблемы натолкнулась на большие трудности! Экспериментальные исследования показали расхождения между компонентами аттитюда, разрушение его целостности.

Впервые термин “аттитюд” (или социальная установка) был использован и объяснен в книге У. Томаса и Ф. Знанецкого “Польский крестьянин в Европе и Америке”, вышедший в 1918 году. Но еще в 1907 году А.Ф. Лазурский ввел в научный обиход понятие “отношение”, столь похожее по содержанию на аттитюд. Однако Г.

Олпорт предлагал на роль отца социальной установки Г. Спенсера, так как этот термин появился в его книге “Основные начала” еще в 1862 году. А социолог Д. Дэвис, не без юмора, но с достаточными на то основаниями, заявляет, что еще Аристотелю было, что сказать об установках.

Как уже сказано, разноречивые мнения мы встречаем и в случае определения социальной установки. Сами же У. Томас и Ф. Знанецкий определяли *attitud* (то, что мы переводим термином “социальная установка”), как некий довольно сложный психологический процесс, рассматриваемый в отношении к социальному миру и взятый, прежде всего, в связи с социальными ценностями. Ценность, по их мнению, есть объективная сторона установки. Следовательно, установка - индивидуальная (субъективная) сторона социальной ценности. Томас и Знанецкий неоднократно подчеркивали значение для понимания социальной установки того факта, что “она, по своему существу, остается чьим-то состоянием”. В этом определении социальная установка представлена как психологическое переживание индивидом значения или ценности социального объекта. Она функционирует одновременно как элемент психологической структуры личности и как элемент социальной структуры, поскольку содержание психологического переживания определяется внешними, локализованными в социуме, объектами.

Согласно современной точке зрения, установка - фундаментальная психологическая категория. Установка направляет и регулирует наше поведение. Внутренняя причина любого поступка - мотив. Но мотивов может быть много, а то, почему мы выбираем один из них - целиком и полностью - заслуга социальной установки.

Типичные примеры социальных установок: желание прославиться, любовь к деньгам, антипатия к иностранцам, уважение к научным теориям.

Именно социальная установка весьма способствует решению наших внутренних конфликтов.

Многочисленные экспериментальные исследования (просто исследовательский бум: *attitud* стал главным объектом

психологических исследований) в период 1918-1940 годов позволили определить важнейшие отличительные признаки аттитюда.

1) Интенсивность положительных или отрицательных эмоций, с ним связанных, - именно они делают психологический объект устойчиво притягательным или отталкивающим. То есть, по силе наших эмоций относительно чего-то, стало возможным судить об интенсивности нашего аттитюда относительно этого “чего-то”.

2) Происхождение из опыта. Люди не рождаются с готовыми аттитюдами, а приобретают их в течение своей жизни, более или менее активно осваивая окружающий мир.

Таким образом, человек - достаточно активное социальное существо, и направляет его в этой активности система социальных установок.

Параллельно рождалась все более изощренная техника измерения социальных установок: разнообразные шкалы, позволяющие количественно определить качественные, по сути, психические феномены. Заодно были заложены основы математической психологии и экспертных опросов. Результат - разработка очень важной проблемы психологических измерений (в теории) и прогноза человеческого поведения (на практике).

Как было уже отмечено, в 1942 году американский психолог Мартин Смит насчитал более 100 определений аттитюдов, в каждом из которых так или иначе можно было выделить, по крайней мере, три постоянно наличествующих компонента, которые нам уже известны.

Под социальной установкой подразумевается, да и понимается, - считал М. Смит, - тенденция чувствовать, думать и вести себя определенным образом (способом) по отношению к людям, организациям, объектам и символам. Природа и структура установки довольно сложна, но обязательно содержит, как уже отмечено, три аспекта: аффективный, когнитивный и конативный.

Аффективная составляющая установки есть ни что иное как степень, с которой человек любит или, напротив, испытывает неприязнь, одобряет или не одобряет объект установки. Каждый

испытывает определенные эмоции самого широкого диапазона: от искреннего восхищения объектом до полного неприятия его, или даже враждебности к нему. Это может быть измерено и сегодня существует множество различных шкал, оценивающих устойчивость конкретной установки человека. (К примеру, собирается ряд эмоционально настроенных утверждений, которые коррелируют между собой или статистически относятся к одному из нескольких способов. Из набора ответов получают среднее число, которое и считают величиной устойчивой установки).

Когнитивная сторона установки является просто набором мнений, убеждений и аргументов, которые допускаются при оценке (или выборе) объекта установки. Человек может создать свой образ объекта или воспользоваться определенным стереотипом.

Поведенческая сторона установки - это открытое поведение в отношении к объекту установки.

Чаще всего, в первых двух составляющих образуется общее и частное отношение к объекту, которое затем адекватно реализуется в поведенческом акте личности, у которой сложилось названное представление. Однако, так происходит далеко не всегда.

Широко известен случай с американским психологом Пьером Лапьером (к сожалению, этот случай, чаще всего, описывается в самых разных красках и цифрах, хотя суть их одна), который чуть ли не дискредитировал действенность установки.

Вместе с двумя китайскими студентами (бывшими мужем и женой) профессор путешествовал по городам США в середине 30-х годов, когда расовые предрассудки будоражили американское общество. Исследователи останавливались в 66 гостиницах, обедали и ужинали в 184 ресторанах и только в одном случае им было отказано в обслуживании.

Возвратившись в свой университет, П. Лапьер разослал во все посещенные им и его студентами учреждения анкету, среди вопросов которой был и такой: примут ли хозяева на обслуживание лиц

китайского происхождения? 92% из тех, кто ответил, заявили, что не считают китайцев за народ и обслуживать их не будут⁸⁶.

Этот случай, получивший в литературе название “Эффект Лапьера”, трактуется до сих пор самым разным образом. Интерпретация сводится к разным видам установки и содержанию поступков. Так, американский психолог югославского происхождения Н. Рокич полагал, что в первом случае посещения исследователем предприятий сферы услуг действовала установка на ситуацию: главное - обслужить клиента, независимо от того, кто он. Во втором (когда последовал письменный опрос) - установка на объект (китайцы неприемлемы для контактов).

В.А. Ядов разделил эти два факта по разным этажам своей диспозиционной структуры установки: в разных случаях хозяева руководствовались разными по содержанию потребностями, а, следовательно, и обладали разными возможностями их удовлетворения.

М. Аргайл объясняет все широтой расовой предубежденности, которая подвержена либерализация, да и по разному проявляется в разных штатах.

В некоторых отечественных изданиях фигурируют 252 отеля (см. Г.М. Андреева и П.Н. Шихирев), в которые посылал запросы П. Лапьер и после единодушного отказа, их благополучно посетил. В разных источниках и разная последовательность поездки и запросов. Но суть-то от этого мало меняется.

Наиболее приемлемыми для автора данной книги является убеждение, что человек может иметь весьма сильную установку в каждой из трех рассмотренных выше сфер и в каждой из них она, так или иначе, не может не проявляться. Но в завершающемся поведенческом акте каждая из предшествующих установок может корректировать одна другую и проявляться уже не адекватно, принимать иные формы, иногда совсем неожиданные.

⁸⁶ Авторы приводят этот факт в собственном переводе из книги М. Аргайла “Социальная психология”. Лондон, 1985. С. 90-91.

На поведение оказывает влияние контроль “сверх-Я”, социальное, политическое и экономическое давление. На установку могут воздействовать противоположные аргументы, средства массовой информации, законы государства и традиции, наконец. Более того, общественное мнение в абсолютном большинстве стран призывает держать дискриминационное поведение в узде и официально не одобряется.

Примерно так же рассуждали и исследователи аттитюда на Западе. Однако доверие к безусловной действенности социальной установки так было подорвано, что почти 30 лет, последовавших после эксперимента П. Лапьера, стали периодом явного застоя в исследованиях социальной установки.

Дальнейшее развитие теория аттитюдов получила в трудах советских психологов и социологов. В.А. Ядов даже “надстроил” над аттитюдами “верхние этажи” регуляции, как бы ответственные за наши аттитюды и управляющие нашим поведением. Действительно, если аттитюд - склонность человека в определенных ситуациях действовать вполне определенным образом, и если человек - не только раб социальных привычек и стереотипов, то должно быть нечто, определяющее сами аттитюды. Если, подчиняясь социальной установке, мы выбираем ту или иную тактику поведения, то, что определяет его стратегию? По В.А. Ядову, над нашими аттитюдами стоят наши ценностные ориентации и общая направленность нашей личности в ту или иную сферу жизнедеятельности⁸⁷. А.Г. Асмолов предложил иную горизонтальную модель, создав гибкую систему установок, основное назначение которых - сохранять, стабилизировать нашу деятельность. Установки в его системе могут переходить одна в другую в любом направлении.

С.А. Якобсон исследовала, как формируются у детей прекрасные качества - честность, справедливость, доброта. Любой приличный ребенок в 5-6 лет твердо убежден, что надо быть честным, добрым,

⁸⁷ Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. Самара: Изд-во «Самарский университет», 1995. 329 с.

справедливым. Но как он приходит к привычной готовности реально поступать в соответствии с этими убеждениями? Другими словами, исследовательницу интересовало, как складываются, крепнут и укореняются в поведении определенные социальные установки. Интересно здесь то, что социальная установка, связанная с ценностями такого “высокого ранга”, и формируется через ценности, а не как обычные “механические” привычки. Были попытки воспитывать в детях честность, справедливость и доброту именно таким путем - наказаниями и поощрениями, вырабатывая в них стереотипы: “не обманывай”, “поделись, отдай”, “распредели все поровну”, как все мы обучаем детей чистить зубы, класть вещи на место, говорить “спасибо”. Не вышло! Только придав сим высоким качествам статус личной ценности (ценностной ориентации, по Ядову, личностного смысла, по Асмолову), Якобсон, действительно, смогла сформировать эти социальные установки. Она подвела детей от “вообще-то правильно”, “вообще-то нужно” - к “это важно лично для меня”, “это необходимо, чтобы я сам и другие уважали меня”, “я не могу иначе” (конечно, дети так не говорили, и даже не думали, они так чувствовали).

Получается, что установки действительно разные: одно - установка на аккуратность, другое - установка на справедливость. Хотя и то, и другое может проявиться как социальная привычка, мы привычно соблюдаем чистоту и привычно делим поровну пирог или привычно не делаем ни того, ни другого.

У. Мак Гайр, автор одного из наиболее подробных обзоров исследований социальной установки, перечисляя факторы, детерминирующие формирование аттитюда, называет в качестве первого и главного фактора вербальную коммуникацию с другими людьми, на четвертое место ставит непосредственный опыт с объектом установки и лишь на шестое - невербальную коммуникацию. Основной формой распространения социальной установки, таким образом, он считает слово.

Мы думаем, что это утверждение не совсем правомерно, если обратить внимание на то, какую роль играет слово на ранних этапах

социализации. Основную же нагрузку несет образ окружающих ребенка объектов и людей, копируя которых, он в нерасчленном, несинкретном виде усваивает огромный набор социальных установок. Роль образа в распространении социальных установок особо возрастает в мире взрослых в связи с бурным развитием массовых средств визуальной информации (кино, телевидение, реклама).

Измерение установки в ее вербальных формах привели в методологический тупик (так как фактически это привело к отождествлению социальной установки и мнения, убеждения, веры и даже осознания ценностей). Обращение же к исследованию социальной установки на уровне образа должно значительно расширить границы изучения социальных установок, открыть перспективу подлинно междисциплинарного исследования, что, в конечном итоге, только и может способствовать адекватному пониманию этого основного социально-психологического регулятивного механизма.

И тут свое слово сказала грузинская школа психологов. Развивая теорию Д.Н. Узнадзе применительно к исследованию социального поведения личности, Ш.А. Надирашвили пришел к мысли о наличии не одного, а целых трех качественно разных уровней регуляции психической активности.

Активность первого уровня, импульсивная и бессознательная, реализуется в связи с конкретными, чувственно данными предметами. Она осуществляется на основе импульсивной (моментальной) установки практического поведения - целостного состояния, которое возникает под действием ситуации и импульсов актуализированной потребности.

Психическая активность второго уровня связана с общими объектами действительности и представляет собой более сложную структуру, в формировании которой субъект делает ситуацию предметом познания и демонстрации усвоенного с помощью способностей личности. (Вспомним школьника N. со стр.). Этот процесс назван Д.Н. Узнадзе объективацией. Он “срабатывает” в экстремальной обстановке и демонстрирует истинные или

оптимальные возможности личности. Благодаря объективации осуществляется более адекватное, но все же, в конечном счете, практическое поведение (хотя бы на экзамене). Однако, существует и установка теоретического поведения, которая кладется в основу теоретической активности человека, его познавательных процессов. А, следовательно, и приспособительных процессов, обеспечивающих человеку, целесообразный, целевой характер поведения. Иногда явно двуличный, конформистский, но обеспечивающий выживание! Этот третий уровень психической активности относится уже к собственно социальному поведению личности. Вспомним школьного учителя и директора завода...

В формировании социальной установки участвуют следующие факторы.

1. В социальной психологии хорошо известны эффекты сосуществования, сотрудничества, соревнования, конфликта и др. Установлено, что в условиях сосуществования и соактивности поведение человека становится более плодотворным, чем в условиях индивидуального поведения. В процессе социального взаимодействия индивиды, которые включены в него посредством выражения согласия-несогласия в отношении поведения партнера усиливают или ослабляют продуктивность поведения так, что этот факт остается для них неосознанным. Таким же образом индивиды, которые включены во взаимоотношения сотрудничества, соревнования или конфликта, увеличивают или снижают плодотворность друг друга.

2. Уже в подростковом возрасте у людей посредством социализации создается тенденция действовать в соответствии с теми социальными ожиданиями, которые они имеют в отношении друг друга, что оказывает значительное влияние на поведение человека. Таким образом, кроме непосредственного воздействия, люди влияют друг на друга социальными ожиданиями - экспектациями.

3. На поведение человека значительное влияние оказывают также те требования, которые предъявляют к нему другие люди, социальная среда. Эти требования человек переживает в виде обязанности соблюдать обычаи, традиции, правила поведения и моральные нормы.

Таким образом, установка является психологическим механизмом регуляции как бессознательной, так и осознанной активности субъекта, она “обслуживает” и простейшие, и сложнейшие формы социального поведения. Механизм “срабатывания” социальной установки зависит не только от потребностей, ситуации, их удовлетворения, но и мотивации совершения конкретного поступка личностью или группой людей. Это зависит от так называемой диспозиции, в которой оказывается субъект деятельности. Решающий шаг в разработке диспозиционных образований, формирующихся “на стыке” между потребностью и условиями (предметами) ее реализации при определенной мотивации предложил, все-таки, уже упоминавшийся ленинградский социолог В.А. Ядов, разработавший свою оригинальную диспозиционную концепцию.

Так как явления диспозиционной регуляции поведения изучались и прежде в качестве феноменов ценностной ориентации, аттитюдов и направленности личности, то, по мнению В.А. Ядова, можно заключить, что во всех случаях имеют место какие-то разновидности установочных готовностей, особенности которых определяются... спецификой потребностей и... конкретными условиями деятельности.

По словам В.А. Ядова, решающим шагом в разработке диспозиционной концепции является выделение иерархических структур потребностей, условий деятельности и собственно диспозиционных образований, формирующихся “на стыке” между потребностью и условиями ее реализации⁸⁸.

Говоря об иерархии потребностей, Ядов использует принцип их разделения по направленности Г.Г. Дилигенского - как потребности физического и социального существования людей. Основанием классификации является как бы последовательное расширение границ активности личности, источником которой со стороны субъекта является потребность в достижении двух противоположных целей: слияния с социумом и выделения своего “Я” в качестве автономной

⁸⁸ Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. Самара: Изд-во «Самарский университет», 1995. 329 с.

единицы. В этом отношении собственно человеческие потребности можно структурировать по уровням присвоения индивидом социальных форм деятельности:

- включение в ближайшее семейное окружение;
- включение в контактные группы и коллективы;
- включение в целостную социальную систему.

Условия деятельности также образуют некоторую иерархическую структуру. За основание классификации этой структуры В.А. Ядов берет длительность времени, в течение которого сохраняется основное качество данных условий.

I. Наименее устойчивые, ежеминутно меняющиеся “предметные ситуации”.

II. Условия группового общения.

III. Условия в различных сферах деятельности: труда; досуга; семейной жизни.

IV. Общие социальные условия жизни человека: экономические, политические, культурные, особенности образа жизни.

Если теперь обратиться к диспозициям личности, которые представляют продукт столкновения потребностей и ситуаций удовлетворения и закрепляются в результате опыта, то можно говорить, что и сами диспозиции тоже имеют некоторую иерархию.

1. Низший уровень образуют элементарные фиксированные установки, которые формируются на основе потребностей физического существования и в простейших ситуациях.

2. Социальные фиксированные установки, обладающие сложной структурой, которая содержит эмоциональный, когнитивный и собственно поведенческий аспекты; их формируют предметные потребности социального существования и соответствующие социальные ситуации.

3. Диспозиционный уровень - общая направленность интересов личности и определенные сферы социальной активности; она представляет собой предрасположенность к идентификации с определенной областью социальной деятельности.

4. Высший уровень - система ценностных ориентаций на цели жизнедеятельности и средства их достижения; данный диспозиционный уровень играет решающую роль в саморегуляции поведения, так как формирование ценностных ориентаций отвечает высшим социальным потребностям личности в саморазвитии и самовыражении.

В.А. Ядов считает очень важным заметить, что диспозиционная иерархия не строится из отдельных элементов, в каждом из которых содержатся свои собственные когнитивные, эмотивные и поведенческие “заготовки”. Эти процессы результируются в конечных продуктах психической деятельности, которые образуют относительно самостоятельные подсистемы регуляции активности субъекта.

Раз иерархически организованы условия деятельности, потребности и диспозиции, то логично было предположить, что и поведение личности так же структурируется в некоторые иерархически организованные действия.

Важнейшая функция диспозиционной системы - психическая регуляция социальной деятельности, социального поведения личности. Так как поведение - очень сложная структура, то его можно рассматривать в различных отношениях.

В.А. Ядов предлагает структурировать деятельность в отношении ближайших и более отдаленных целей и выделяет несколько уровней поведения.

1. Реакция субъекта на актуальную предметную ситуацию, на специфические и быстро сменяющие друг друга воздействия внешней Среды; это - поведенческие акты; их целесообразность определяется стремлением субъекта установить адекватное соответствие между актуальной психофизиологической потребностью и предметной ситуацией в данный момент.

2. Поступок, привычное действие; формирование происходит из целого ряда поведенческих актов; целесообразность зависит от более сложных обстоятельств деятельности; поступок есть элементарная, социально значимая “единица” поведения, и его цель - установление

соответствия между социальной ситуацией и социальной потребностью.

3. Целенаправленная последовательность поступков образует поведение в какой-либо сфере деятельности, где человек преследует более отдаленные цели.

4. Целостность поведения в различных сферах - собственно проявление деятельности во всем ее объеме; целеполагание на этом высшем уровне представляет некий жизненный план, важнейшим элементом которого выступают отдельные жизненные цели.

Таким образом, на всех уровнях поведение личности регулируется ее диспозиционной системой, но в каждой конкретной ситуации, в зависимости от цели ведущая роль принадлежит определенному уровню диспозиций.

В.А. Ядов подчеркивает, что в момент, непосредственно предшествующий поведенческому акту, поступку или началу некоторого поведения, в соответствии с его уровнем вся диспозиционная система приходит в состояние актуальной готовности, то есть образует актуальную диспозицию.

Актуальная диспозиция может быть названа модусом всей диспозиционной структуры от фиксированных установок до ценностных ориентаций, ведущую роль будут играть те уровни иерархии и конкретные диспозиции, которые соответствуют определенным потребностям и условиям деятельности, необходимым для их удовлетворения.

Функционирование диспозиционной системы, по В.А. Ядову, протекает следующим образом. Поведенческому акту предшествует “актуализация диспозиций”, для чего должна возникнуть “конфигурация” внешних и внутренних условий: информационное поле (накапливаемые человеком в течение жизни знания), соотнесение знания с потребностью и его эмоциональное подкрепление. Эмоции и переживания человеком своей психической активности выступают важнейшим фактором в ценностно-установочной регуляции его поведения.

В нормальных условиях поведение остается целесообразным, но возможны обстоятельства, при которых сила эмоций, неадекватных ситуации, становится столь значительной, что поведение теряет целесообразность. Например, в ситуации паники, депрессии, гнева, когда эмоции препятствуют нормальному функционированию диспозиционной системы.

С точки зрения вышеизложенной гипотезы, на низшем уровне диспозиционной иерархии поведенческая готовность выражена максимально четко. Фиксированные установки не содержат ничего, кроме стереотипных готовностей; здесь объектом выступают данные в чувствах конкретные предметы.

На уровне социальных установок и ценностных ориентаций формируются поведенческие планы и программы.

Взаимодействие между разными элементами диспозиционной структуры при построении планов и программ поведения содержит три аспекта: формирование самого плана на основе “опережающего отражения”; мотивация деятельности, волевые усилия.

Важно, что мотивы непосредственно включены в диспозиционную регуляцию. В.А. Ядов говорит, что механизм взаимосвязи между различными элементами диспозиционной структуры и ситуацией поведения следует рассматривать именно как механизм мотивации, обеспечивающий целесообразное управление поведением личности, его саморегуляцию.

Итак, диспозиционная регуляция социального поведения есть и диспозиционная мотивация, то есть механизм, который обеспечивает целесообразность формирования различных состояний готовности к поведению не только в виде предрасположенности, но и в виде эмоционального переживания значимости этих действий для субъекта.

С точки зрения практических возможностей предсказания социального поведения личности, В.А. Ядов с сотрудниками в своем исследовании ставили цель выявить “прогностическую ценность” информации о различных состояниях предрасположенности субъекта к определенному поведению в заданных условиях. Это существенно,

так как данные субъективных оценок широко используются для получения информации о реальном поведении людей в обозримом будущем. Хотя, по словам В.А. Ядова, не ясно, насколько основательны эти прогнозы.

Можно ли на основе информации о диспозициях предсказать поведение личности в некоторой социальной ситуации? В такого рода прогнозах ошибки могут происходить от различных причин: от переоценки рефлексивных способностей субъекта по поводу его поведенческих намерений, от различий в уровне развития навыков к определенной деятельности, от несовершенства методик, от ошибок в определении адекватного поведения уровня диспозиционной регуляции и др. Но практическая потребность прогноза поведения ... очевидна!

Исследование, основанное на гипотезе о диспозиционной структуре, показало:

1) структура ценностных ориентаций - неплохой показатель для прогноза общей направленности поведения как целеустремленного или сравнительно хаотичного, трудно или легко поддающегося внешней регуляции;

2) обобщенные социальные установки - база для предсказания характерных черт реального поведения в тех условиях, к которым они отнесены, при этом, чем более вероятна возможность принятия самостоятельного решения, тем достовернее прогноз;

3) обобщенные установки хорошо согласуются с диспозициями внешней среды и обладают прогностической силой при оценке общих характеристик поведения в определенной сфере деятельности, но они плохо согласуются с конкретными поступками в ограниченном диапазоне условий;

4) для предвидения определенного поступка в жестко очерченных условиях вполне информативны ситуативные социальные установки;

5) очень важно располагать информацией о направленности интересов личности.

Таким образом, представление о диспозиционной структуре, ее объективных и субъективных предпосылках и механизмах

функционирования позволяет пополнить представления о регуляции и саморегуляции поведения личности.

Высший диспозиционный уровень образует система ценностных ориентаций на цели жизнедеятельности и средства их достижения.

П.Н. Шихирев в своей статье “Исследования установки в США” замечает, что западная социальная психология иначе смотрит на проблему генезиса установки. Положение в этой области можно сравнить лишь с положением исследования соответствия установки реальному поведению. За исключением чисто бихевиористических теорий и психоаналитической теории Г. Сарнова (рассматривающей генезис установки с позиций фрейдизма, то есть как следствие первых детских переживаний и конфликтов), большинство исследователей исходит из того, что между образованием установки и ее изменением нет большой разницы. Это рассуждение построено по следующей логике: когда установка не наблюдается, она нейтральна; когда она обнаруживается, это означает ее сдвиг в ту или другую сторону от нулевой точки. Согласно бихевиористским теориям, установка - результат выработки условного рефлекса, который потом “обрастает” различными когнитивными “украшениями” в процессе ее рационализации. Это отчасти подтверждается некоторыми исследованиями. Наиболее подробный обзор имеющихся исследований различных детерминант установки сделан недавно У. Мак Гайром (см. у М. Аргайла).

Проблема изменения аттитюдов представляет собой самостоятельный раздел западной социальной психологии. Там выдвинуто много различных моделей объяснения процесса изменения социальных установок. Эти объяснительные модели строятся, в основном, в русле двух основных теоретических ориентаций - бихевиористской и когнитивистской, поэтому наибольшее распространение и получили объяснения, опирающиеся на принципы этих двух направлений.

В бихевиористски ориентированной социальной психологии (исследования К. Ховланда) в качестве объяснительного принципа для понимания факта изменения аттитюдов используется принцип

научения: аттитюды человека изменяются в зависимости от того, каким образом организуется подкрепление той или иной социальной установки. Меняя систему вознаграждений и наказаний, можно влиять на характер социальной установки, изменять ее. Критические соображения относительно ограниченности принципа подкрепления хорошо известны. Если всякий аттитюд формируется на основе предшествующего жизненного опыта, социального по своему содержанию, то изменение возможно также лишь при условии “включения” социальных факторов. Подкрепление в бихевиористской теории не связано с такого рода факторами.

В когнитивистской традиции объяснение изменению социальных установок дается в терминах так называемых “теорий когнитивного диссонанса” (Ф. Хайдер, Г. Ньюком, Л. Фестингер, Ч. Осгуд, П. Танненбаум). Это означает, что изменение установки всякий раз происходит в том случае, когда в когнитивной структуре индивида возникает несоответствие: например, сталкивается негативная установка на какой-либо объект и позитивная установка на лицо, дающее этому объекту позитивную характеристику. Несответствие может возникать и по различным другим причинам. Важно, что стимулом для изменения является потребность индивида в восстановлении когнитивного консонанса, то есть упорядоченного, “однозначного” восприятия внешнего мира. Кстати, в процессе дальнейшего развития теории выявились ее слабые стороны. К главным из них относятся сложность метода и трудность квантификации, измерения величины самого диссонанса. Нерешенными остаются два следующих теоретических вопроса: 1) всегда ли человек стремится снять диссонанс? 2) всегда ли диссонанс является психологической переменной?

Изучение социальной установки в рамках социальной психологии должно быть продолжено как с точки зрения изменений, затрагивающих данный уровень диспозиций, так и с точки зрения активности позиции личности, вызванных не просто в ответ на ситуацию, но в силу изменений, порожденных развитием самой личности.

Осознанные отношения к предметам и явлениям действительности формируются на основе определенных установок. Психологическое отношение представляет собой отражение в сознании человека установки, выработанной на уровне активности личности, поэтому особенности его формирования, смены и действия могут быть поняты в связи с закономерностями целостного поведения не только отдельного человека, но и хотя бы группы его ближайшего социального окружения.

6.2. Политическое руководство и лидерство.

Метод и стиль руководства. Управленческая матрица Р. Блейка и Д. Мутона. Системы стилей руководства Рэнсиса Ликерта. Основные функции лидера, руководителя. Типология стилей руководства

Политическое руководство - это управление, осуществляемое путем применения полномочий в рамках положений, официально утвержденных на более высоком уровне социальной организации.

Отношения в системе руководства и подчинения являются, пожалуй, одними из самых распространенных видов общественных отношений. Решающее значение в этой системе оказывают так называемые объективные факторы: способ производства, законы общественного развития, законы управления. Субъективный фактор также играет большую роль. Он проявляется в знании, культуре, подготовленности личности руководителя, в стиле его деятельности. Но понятие “стиль руководства” часто бывает слито с понятием “метод руководства”, поэтому их нужно разграничить, что мы уже пытались сделать, рассматривая стили лидерства.

Метод руководства - это, прежде всего, организующая идея и способ объединения, сплочения людей в дееспособную, рабочую группу в соответствии с объективными требованиями и

возможностями функционирования политической системы вне и независимо от самого руководящего лица.

Стиль руководства - это устойчивая совокупность личностных, субъективно-психологических характеристик руководителя, посредством которых реализуется тот или иной метод руководства.

Метод и стиль руководства взаимосвязаны:

- метод руководства детерминирует и подчиняет себе, в конечном счете, стиль руководства;

- каждому методу адекватен определенный стиль руководства, то есть реализация каждого метода требует определенных личных качеств руководителя, но может случиться, и очень часто случается, обратное: чтобы не делал руководитель, какой бы метод он не применил в каждом конкретном случае, - все в его собственном стиле...

Предлагаем Вам схему, которая представляет собой двухмерное описание каждого стиля, включая его содержательную и формально-технологическую стороны. Напоминаю при этом, что названия стилей руководства автоматически пришли из опытов с лидерами, которые Курт Левин проводил еще в 30-е годы.

Авторитарный стиль руководства

| Формальная сторона | Содержательная сторона |
|---|--|
| <p>Деловые краткие распоряжения.</p> <p>Запреты без снисхождения, с угрозой.</p> <p>Четкий язык, неприветливый тон.</p> <p>Похвала и порицание субъективны.</p> <p>Эмоции в расчет не принимаются.</p> <p>Показ приемов - не система.</p> | <p>Дела в группе планируются руководителем заранее (во всем их объеме).</p> <p>Определяются лишь непосредственные цели, дальние - не известны.</p> <p>Голос руководителя - решающий.</p> |

| | |
|------------------------------------|--|
| Позиция руководителя - вне группы. | |
|------------------------------------|--|

Демократический стиль руководства

| Формальная сторона | Содержательная сторона |
|---|---|
| <p>Инструкции в форме предложений.</p> <p>Не сухая речь, а товарищеский тон.</p> <p>Похвала и порицание - с советами.</p> <p>Распоряжения и запреты - с дискуссиями.</p> <p>Позиция руководителя - внутри группы.</p> | <p>Мероприятия планируются не заранее, а в группе.</p> <p>За реализацию предложений отвечают все.</p> <p>Все разделы работы не только предлагаются, но и обсуждаются.</p> |

Нейтральный стиль руководства

| Формальная сторона | Содержательная сторона |
|--|--|
| <p>Тон - конвенциональный.</p> <p>Отсутствие похвалы, порицания.</p> <p>Никакого сотрудничества.</p> <p>Позиция руководителя - незаметно, в стороне от группы.</p> | <p>Дела в группе идут сами собой.</p> <p>Руководитель не дает указаний.</p> <p>Разделы работы складываются из отдельных интересов или исходят от лидеров группы.</p> |

Однако, следует иметь в виду, что далеко не всегда эти стили выступают в чистом, так сказать, “академическом” виде.

Классификация типов лидерства и руководства рассматривал и Б.Д. Парыгин. Он предложил 3 основания для этого:

- 1) содержание;
- 2) стиль;
- 3) характер деятельности лидера.

По содержанию деятельности определяются:

- 1) лидер-вдохновитель, предлагающий программу деятельности и поведения;
- 2) лидер-исполнитель, организатор уже заданной программы;
- 3) лидер, являющийся одновременно как вдохновителем, так и организатором.

По стилю руководства:

- 1) авторитарный;
- 2) демократический;
- 3) смешанный (сочетающий в себе элементы того и другого).

По характеру деятельности определяются два типа:

- 1) универсальный, то есть проявляющий свои качества лидера постоянно;
- 2) ситуативный, то есть проявляющий качества лидера лишь в определенной, специализированной ситуации.

В этой книге уже не раз подчеркивалось, что руководитель и лидер не одно и то же. Любая политическая система может рассматриваться в двух планах: как формальная и неформальная организация. Следовательно, можно говорить и о двух присущих им типам отношений людей: формальных и неформальных. Отношения первого типа - должностные, функциональные; отношения второго типа - психологические, эмоциональные.

Руководство - феномен, имеющий место быть в системе формальных отношений, а лидерство - феномен, порожденный системой неформальных отношений. Причем, роль руководителя заранее определена "на табло" социальной организации, оговорен круг функций реализующего ее лица. Роль лидера спонтанна. Руководитель коллектива назначается извне, вышестоящим руководством, лишь иногда избирается самим коллективом или его уполномоченными из числа уже известных своими деловыми качествами членов коллектива. Лидер же выдвигается из числа окружающих его людей, в сущности, равных (или, по крайней мере, близких) ему по статусу. Таким образом, руководство - социальный, по своей сущности, феномен, а лидерство - психологический.

На основе традиционной классификации стилей руководства американские психологи Р. Блейк и Д. Мутон создали так называемую “управленческую матрицу”. Матрица имеет 2 измерения. Первое из них - “забота о людях” - подразумевает степень личного участия работника в процессе достижения цели, поддержание его самоуважения, развитие ответственности, создание хороших условий труда и формирование благоприятных межличностных отношений. Второе измерение - это “забота о производстве”. Она предполагает отношение руководителя к широкому кругу производственных вопросов, касающихся эффективности принимаемых решений, организации трудового процесса и качества выпускаемой продукции.

| | | | | | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|---|---|--|---|--|
| Незначительная - Забота о людях - Значительная | 9 | 1.9. Максимум внимания к людям, мини- мум внимания | | | | | | 9.9. Высокая ориентация на эффективную ра- боту в сочетании с уважением к людям | | |
| | 8 | | | | | | | | | |
| | 7 | | | | | | | | | |
| | 6 | | | | 5.5. | | | | | |
| | 5 | | | | Умеренное внимание к работе и людям | | | | | |
| | 4 | | | | | | | | | |
| | 3 | 1.1. Незначительное внимание к производству и людям | | | | | | 9.1. Максимум внимания к работе, незначительное внимание к людям | | |
| | 2 | | | | | | | | | |
| | 1 | | | | | | | | | |
| | | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | |

Незначительная ← Забота о производстве → Значительная

Как видно из рисунка, среди возможных комбинаций элементов двух указанных измерений, модель 1.9., тяготеет к демократическому стилю руководства, в то время как модель 9.1. представляет собой довольно типичный сколок с авторитарного стиля.

Наиболее адекватным стилем руководства является модель 9.9., которую называли управленческим стилем.

Рэнсис Ликерт, американский психолог, внес свой вклад в проблему стилей. Большое разнообразие стилей руководства Ликерт группировал по системам. Например.

Эксплуататорско-авторитарные системы. В таких системах решения навязываются подчиненным; мотивация осуществляется посредством угроз; недостаточная коммуникативность.

Благожелательно-авторитарные системы. Руководство принимает форму снисходительной опеки среднего персонала; мотивация за счет вознаграждения; малая коммуникативность; ограничение групповой работы.

Консультативные системы. В таких системах руководство осуществляется начальниками, которые имеют большую, но неполную веру в своих подчиненных; мотивация - за счет вознаграждения и некоторого подключения к руководству: существуют определенные коммуникативные связи.

Системы группового участия. В таких системах начальники полностью доверяют своим подчиненным; мотивация - за счет экономического вознаграждения, основанного на целях, установленных в ходе участия; существует много коммуникативных связей; имеются значительные объемы местной бригадной работы.

Можно обратиться к теоретическим разработкам японского автора Т. Коно. Согласно Коно, стили руководства могут быть обозначены следующим образом: новаторско-аналитический, новаторско-интуитивный, консервативно-аналитический и консервативно-интуитивный. Наиболее популярным считается новаторско-аналитический стиль и именно он, как полагает Т. Коно, единственный, способный обеспечить организационное выживание в условиях рыночной конкуренции. Давайте рассмотрим этот стиль подробнее.

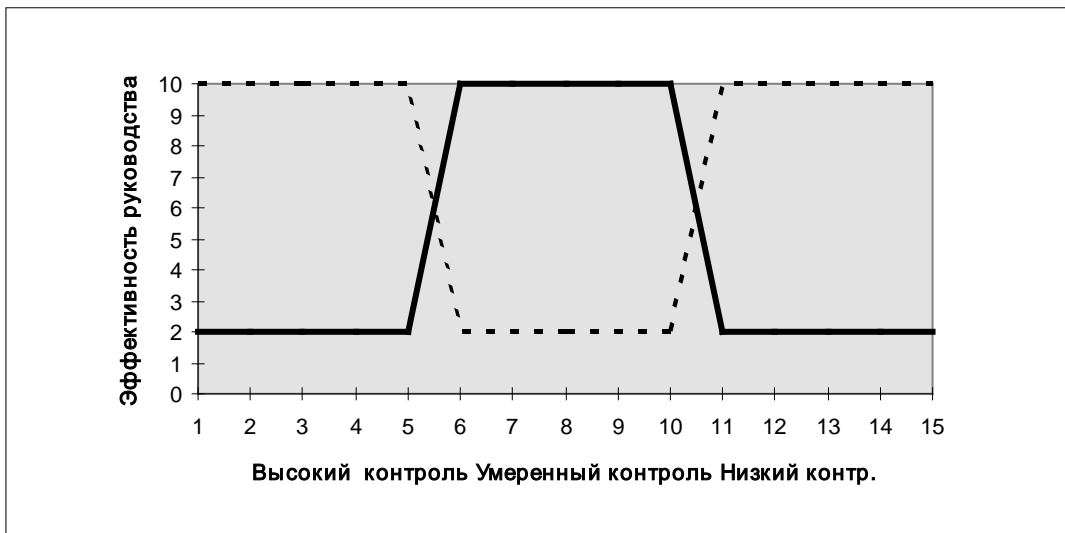
Руководителю новаторско-аналитического характера свойственны: преданность организации, энергичность,

инициативность, чуткость к новой информации и идеям, генерирование большого числа идей и альтернатив, быстрое принятие решений и хорошая интеграция коллективных действий, четкость формулирования целей и установок, готовность учитывать мнение других, терпимость к неудачам.

Американскому социальному психологу Ф Фидлеру принадлежит одна из популярнейших моделей руководства, известная как вероятностная модель эффективности руководства. Согласно модели, эффективность стиля руководства опосредована степенью контроля руководителя над ситуацией, в которой он действует. Ситуация представлена в модели тремя параметрами: степенью благоприятности отношений руководителя с подчиненными, величиной позиции власти (влияния) руководителя в группе (имея в виду, в частности, его возможности в контроле за действиями подчиненных и использование различных средств стимулирования их активности); структурой групповой задачи (включающей в себя четкость поставленной цели, пути и способы ее достижения, наличие множественности решений, возможность проверки их правильности).

В соответствии с постулатами модели руководитель директивного типа наиболее эффективен в ситуациях с высоким или низким ситуационным контролем (СК). Руководитель же, склонный к коллективным методам управления, наиболее эффективен в ситуации с умеренным СК.

Ситуационный контроль - это совокупная оценка (по специально разработанным шкалам) всех перечисленных выше параметров, позволяющая судить о степени владения руководителем ситуацией функционирования группы. См. следующий рисунок.



Любая социальная группа, в том числе и коллектив, существует, действует и развивается, пока ею руководят. (Самоуправление в этом случае рассматривается как одна из форм руководства). Действительно, без органов управления и руководства группа распадается или превращается в толпу, действующую случайно и иррациональным образом. Всем своим опытом исследователя и практического психолога мы подтверждаем мысль: неорганизованные группы способны только к разрушению (самоорганизация же - есть уже элемент руководства!) ⁸⁹.

6.2.1. Основные функции лидера, руководителя

Руководство коллективом - дело сложное, оно требует от руководителя знания своей роли, а так же известной подготовленности и определенных личностных качеств. В многочисленной отечественной, да и зарубежной литературе по управлению и руководству, отмечается, что качества руководителя должны соответствовать его функциональным обязанностям. При этом выделяются следующие функции или направления деятельности руководителя.

Функции целеполагания. Любая формализованная группа успешнее развивается, когда перед нею четко определены цели, и

⁸⁹ Новиков В.В. Социальная психология. Феномен и наука. – М., 1998. – 487 с.

когда члены ее ориентированы на определенные социальные ценности. Такая группа быстрее достигает стадии коллектива.

Функция стратегического и оперативного планирования.

Руководитель коллектива получает задание от вышестоящего органа управления. Для его выполнения необходимо учесть все условия, материальные и людские, предусмотреть возможные трудности и обеспечить группу необходимыми резервами. Планирование касается и социального развития коллектива. Правда, в последние годы об этом почему-то открыто почти не говорят и, тем более, не пишут, что, на наш взгляд, является ненаучной позицией.

Функция согласования. Координация деятельности членов коллектива является одной из основных функций руководства.

Функции руководителя и лидера многовариантны и описаны чрезвычайно подробно. В своей научной и практической работе автор давным-давно изобразил их в виде таблицы из 14 функций по трем колонкам. Отмечу лишь, что любому человеку во главе группы приходится выполнять функции поощрения и наказания, связанные с функциями стимулирования и контроля, и, что не менее важно, руководитель осуществляет функцию ответственности за группу или коллектив. И тут выясняется, что за лидера несет ответственность группа, а за коллектив - руководитель. Как Вы думаете, это накладывает отпечаток на стиль лидерства и руководства?

Разные типы лидеров, руководителей со всеми их индивидуальными стилями и методами руководства, обязаны исполнять названные выше функции. Вот тут и оказывается, что эти функции не только мешают индивидуальному “окрасу” управленческих стилей, а, напротив, дают простор их развитию и закреплению, в зависимости не только от темперамента, знаний, опыта и умения, но и от понимания лидером, руководителем и менеджером своих функций, их иерархической структуры и оценки их рейтинговой значимости. Поэтому, когда кто-то утверждает, что лучший стиль руководства - демократический, - это очередное авторитарное заблуждение. Все стили хороши, но каждый в своих обстоятельствах, в соответствии с местом, временем и особенностями

личности, исполняющей строго заданные ей функции. Мы уже видели с Вами, читатель, что в мировой психологической литературе рядом с понятием стиль руководства (лидерства, управления) одновременно сосуществует и понятие метод руководства (управления, лидерства).

Метод руководства, как базисный, по отношению к стилю, более подвижен, изменчив и чувствителен к новым требованиям производства, чем стиль. Стиль, как производное явление, отстает от развития метода и может вступать с ним в противоречие.

Метод руководства реализуется в самых различных стилях, то есть обнаруживает различный эффект в каждом стиле.

Определение понятия “стиль руководства” в современных отечественных и зарубежных эмпирических и теоретических исследованиях не имеет единого содержания в оценках и самом названии стилей. Помните, Курт Левин в 30-х годах выделил автократический, демократический и попустительский, или либеральный, стили. При этом, именно демократический стиль он искренне считал наиболее эффективным. Такие же оценки этот стиль получил в трудах Бирта, Прильвитца, Форверга. Большое количество отечественных и зарубежных авторов предложили свою классификацию стилей, хотя вкладывают в новые названия понятия, близкие к тем, которые были даны основоположником. Автократический и демократический стили называются иногда директивным и интегративным (у А. Зеленовского, например), административным и товарищеским (у Н.И. Лапина), директивным и коллегиальным (у А.Л. Журавлева).

6.2.2. Типология стилей руководства

Стиль политического руководства формируется и существует не сам по себе, а в определенной системе методов и функций руководства, которая является определяющим фактором по отношению к стилю. Обычно выделяются следующие системы руководства.

1. *Система “кну́та”*. Основана на страхе подчиненных, на принуждении, дисциплине. Принуждения, как правило, сопутствует власти, когда человек в чем-либо нуждается и уверен, что руководитель может отобрать это у него. Если в отношениях руководителя и подчиненного насилие отсутствует в прямой форме, страх потерять работу и материальное благополучие является распространенной причиной того, что люди поддаются влиянию руководства. В отношении работников интеллектуального труда применяются скрытые формы принуждения - косвенные: угрозы, удары по самолюбию, намеки на некомпетентность, человеческие слабости. Система на основе страха не может долго быть эффективной: люди когда-то найдут способы преодолеть страх! Кроме того, названная система требует сложной и дорогостоящей организации ее обеспечения (слежки, доносы, санкции).

2. *Система “пряника”*. Ее основа - положительные начала, поощрительная практика. В этом случае добросовестное выполнение распоряжений руководства, интенсивная и творческая работа находятся в зависимости от системы вознаграждений. Вознаграждение должно быть жизненно необходимым для исполнителя и сильным для фирмы. Поэтому это также довольно сложная система. Руководитель обязан правильно определить, что в глазах подчиненного представляет действительную ценность. Важным элементом воздействия являются традиции формы, которые вызывают у человека чувство причастности и принадлежности к жизни и делам фирмы, сознание своего равноправия, что создает фактическую защищенность человека.

3. *Харизматическая система*. Ее основа - харизм, то есть сила личных качеств и способностей самого руководителя, который при определенных обстоятельствах может стать лидером, а в большой политике и вождем. На подсознательном уровне исполнитель ожидает, что следование требованиям руководителя и подражание ему сделают подчиненного похожим на лидера, или, хотя бы, вызовут уважение окружающих. Система построена на том, что ее лидеры как бы излучают энергию и заряжают ею своих подчиненных. При этом,

сами лидеры обладают привлекательной внешностью, независимым характером, умеют свободно и толково излагать свои мысли, чувствуют себя комфортно, когда окружающие восхищаются ими.

4. *Система на основе разумной веры в ценность знаний руководителя, его компетентность.* Разумная вера менее устойчива, чем вера в харизматического лидера и завоевывается очень медленно. Некоторые исследователи утверждают, что она более надежна. Полагаю, - далеко не всегда. Но в том, что сам человек, ее придерживающийся, меньше разочаруется в случае неудачи, бесспорно.

5. *Система на основе убеждения,* то есть эффективной передачи подчиненным своей точки зрения на способы решения проблем. Убеждение всегда основано на силе знания, чьего-то примера, или на оценках экспертов. Такая власть формируется очень медленно и является очень неопределенной. Убеждение - одноразовый процесс, который необходимо начинать заново. В масштабе нашей страны, это сегодня наблюдается очень отчетливо...

6. *Система участия.* Политический руководитель направляет усилия подчиненных для решения задач в интересах социальной организации, постоянно обмениваясь с ними информацией о ходе дела. Руководитель и подчиненный как бы объединяются для достижения единой цели. Власть на основе веры в людей, в успех и самовыражение.

И вот теперь, познакомившись с системами методов руководства, можно конкретнее рассмотреть и те стили руководства, о которых мы говорили еще и при рассмотрении феномена лидерства. Напомним их:

- 1) авторитарный, директивный, административный, командный;
- 2) демократический, коллегиальный, совещательный, товарищеский.
- 3) формальный, попустительский, либеральный, анархический, интеллектуальный.

Все эти стили, как можно предположить, различаются объемом используемой руководителем власти и степенью свободы

подчиненных в выборе своего поведения. Важным показателем стиля руководства является характер обращения руководителя к подчиненным: приказ, просьба, убеждение, обращение за советом, грубость, заискивание, всепрощение и т.п.

Авторитарный тип (стиль) руководства - это проявление в системе руководства и подчинения, в приемах, способах и методах деятельности, единоличности и неограниченности в принятии решений, с признаками явного игнорирования мнения подчиненных. У такого руководителя преобладает жесткое распределение деятельности всех подчиненных, которые должны выполнять только то, что приказано, получая минимум необходимой информации.

Если при авторитарном стиле руководства происходит централизация всей власти в руках одного руководителя и процесс руководства осуществляется как бы “со стороны, извне коллектива”, то при демократическом стиле руководитель децентрализует свою власть, консультируясь с подчиненными, которые также принимают участие в выработке решений. Подчиненные получают достаточно информации, чтобы иметь представление о перспективах своей работы. Инициатива с их стороны всячески стимулируется. Демократический руководитель управляет коллективом как бы “изнутри”, применяет, главным образом, экономические и социально-психологические методы руководства.

При третьем стиле руководства происходит минимальное вмешательство в деятельность организации. Руководитель выступает лишь в роли посредника при осуществлении контакта между собой и другими группами. Он обеспечивает своих подчиненных информацией и материалами, необходимыми для выполнения работы. Когда-то сам К. Левин назвал этот стиль по-французски “*lasse faire*”, что дословно - “делай, что хочешь”, позднее он получил название попустительского. В ряде случаев, особенно в научных и общественных организациях, этот стиль дает максимальный эффект, но...

Каждый стиль руководства обладает и преимуществами, и недостатками. Тут все зависит от стадии развития коллектива и

конкретной деятельности, которой он занимается. Руководитель-автократ имеет возможность быстрее принимать решения, особенно в дефиците времени, так как ни с кем не советуется, и за все отвечает единолично. Можно привести массу примеров и назвать сотни лиц, вошедших в историю на базе этого стиля, да и метода руководства. Главный недостаток - часто возникающая неудовлетворенность подчиненных, которые могут считать, что их творческие силы не находят должного применения.

Высокая эффективность демократического руководства основана на использовании знаний и опыта членов группы, но осуществление этого стиля требует большей координации и лучших коммуникаций, чем при первом стиле. Чаще, этот стиль имеет преимущества в том виде деятельности, который не строго лимитирован ни временем, ни средствами.

Формальное или попустительское, либеральное руководство представляет членам группы очень большую инициативу в решении вопросов, возникающих в ходе работы. В некоторых видах деятельности это не просто гуманно, но и творчески плодотворно. Однако, в силу пассивной позиции руководителя, это может привести и к полной дезорганизации, в особенности, в масштабе государства.

Руководитель должен быть гибким и умело использовать преимущества каждого типа руководства, в зависимости от особенностей ситуации. Следует учитывать и количество времени, имеющегося в распоряжении для принятия решения. Стиль должен согласовываться с особенностями группового сознания подчиненных. Чем больше соответствуют действия руководителя представлениям подчиненных о том, как он должен вести себя, тем более эффективно эти подчиненные будут работать.

6.2.3. Психологическое влияние стилей руководства.

Создание благоприятного и неблагоприятного психологического климата в коллективе, в значительной мере, зависит от его

руководителя. Экспериментальное исследование все того же К. Левина доказало, что:

1) при третьем стиле поведения руководителя выполняется меньше работы и ее качество хуже;

2) демократический стиль значительно более эффективен. Хотя количественные итоги здесь ниже, чем при авторитарном стиле, желание работать сильнее, значительно выше и оригинальность исполнения и творческий подход к делу;

3) при авторитарном стиле зафиксирована враждебность во взаимоотношениях, множество проявлений покорности и заискивания.

Согласно данным других исследователей, в числе которых и авторы данного учебника, проследивших влияние стиля руководства на формирование личности, авторитарный стиль политического руководства может быть не только самым эффективным в плане количественных показателей государства, но и в сфере воспитания руководителей подчиненных социальных систем.

Говоря о влиянии стиля руководства на психологический климат, нужно еще и еще подчеркнуть, что нет и не может быть заведомо лучших и худших стилей руководства коллективом. Все зависит от множества объективных факторов существования коллектива, определяющих его жизнедеятельность, стиль же руководства - это всего лишь один из субъективных факторов, могущий в определенных условиях стать детерминирующим в формировании социально-психологического климата. Следовательно, нельзя на него все сваливать, но и нельзя не учитывать.

ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ КАМПАНИЙ

7.1. Понятие и функции выборов

Выборы представляют собой способ формирования органов власти и управления с помощью выражения политической воли граждан посредством процедуры голосования. По результатам голосования избранные кандидаты или партии наделяются властными полномочиями.

Выборы обычно понимаются, как закрепленный в законодательстве государства регулярный процесс избрания состава органов власти. Выборы являются неотъемлемым элементом демократического государства.

В условиях современных демократий выборы являются главной формой проявления суверенитета народа и его политической роли. Выборы являются способом представления в органах власти интересов различных общественных групп. Всеобщие выборы предполагают право участия в них каждого гражданина. Процедура голосования для большей части граждан является способом их реального участия в политике. Выборы позволяют осуществлять влияние на власть, менять власть и обеспечивать ответственность власти перед народом.

Выборы распространяются на различные институты и уровни власти, такие как парламент, президент, законодательные органы субъектов федерации, а так же местные органы власти. Граждане проявляют политическую активность и влияние на государственные и общественные дела через многообразие различных форм электорального поведения.

Влияние выборов на жизнь современного общества проявляется в их различных функциях. Пугачёв В. П., Соловьёв А. И.⁹⁰ сделали описание, наиболее часто встречающихся в научной литературе, функций выборов:

— **артикуляция, агрегация и представительство разнообразных интересов населения.** В период выборов создаются наиболее благоприятные возможности для осознания гражданами своих интересов и включения их в избирательные программы партий и отдельных депутатов. Во время выборов, стремясь получить массовую поддержку, депутаты и участвующие в избирательной кампании СМИ особенно восприимчивы к запросам и пожеланиям населения. Это активизирует процесс осознания и представления гражданами своих интересов. В избирательных платформах интересы артикулируются, получают четкую формулировку и агрегируются, освобождаются от крайностей и усредняются, приобретают непротиворечивую, пригодную для реализации форму. И хотя после победы на выборах многие депутаты забывают о своих обещаниях, депутатский корпус в целом, не только руководствуясь нравственными мотивами, но и заботясь о престиже партии и поддержке избирателями на будущих выборах, ориентируется на свои обязательства и запросы электората;

— **контроль за институтами власти.** В результате выборов создается важнейший институт контроля за правительством — парламент, а также оформляется оппозиция, обычно ревностно следящая за соблюдением конституции и закона. Парламентский контроль опирается как на собственные права, судебные инстанции, так и непосредственно на мнение избирателей. Опасаясь поражения на ближайших выборах, правительство обычно вынуждено прислушиваться к критике. Кроме того, сами выборы представляют собой важнейший институт контроля, поскольку они позволяют избирателям регулярно выносить свой вердикт о правительстве и оппозиции, изменять состав органов власти, корректировать политический курс;

⁹⁰ Пугачев В.П., Соловьев А.И Введение в политологию. АСПЕКТ ПРЕСС.М: 2000 г.

— **интеграция разнообразных мнений и формирование общей политической воли.** Плюрализм современного общества имеет свои границы. Чтобы не привести к анархии, хаосу и острым разрушительным конфликтам, он нуждается в государственном регулировании, отражающем общие ценности и интересы граждан: С помощью выборов обеспечивается объединение большинства граждан вокруг определенной политической платформы и представляющих ее лидеров, формируется доминирующая в государстве политическая воля. Выражение этой воли обеспечивает правительству авторитет и поддержку, что повышает его дееспособность;

— **легитимация и стабилизация политической системы, а также легитимация конкретных институтов власти: парламента, правительства, президента и т.п.** Участие граждан в выборах обычно означает принятие ими данного типа политической системы, политического режима, правил формирования органов власти, независимо от отношения населения к конкретным должностным лицам, правительству и правящим партиям. Выборы дают гражданам шанс переизбрать неуютное правительство или депутатов, заменить их людьми, пользующимися доверием. Тем самым кризис конкретного правительства и его политики не приводит к отторжению гражданами всего политического строя и дестабилизации политической системы, не перерастает в стремление разрушить существующий политический порядок путем революции. С помощью выборов легитимируется не только политическая система в целом, но и конкретный состав парламента, правительства и некоторых других структур власти, признается их право руководить государством;

— **расширение коммуникаций, отношений представительства между институтами власти и гражданами.** В ходе избирательного процесса кандидаты регулярно встречаются с гражданами, выслушивают их мнения и просьбы, вносят коррективы в свои избирательные платформы. Выборы — важнейший канал обратных связей между гражданами и властью. От их действенности очень во многом зависит характер отношений между руководителями

государства и населением, возникновение доверия или недоверия, политического участия или отчуждения, поддержки или борьбы;

— **канализация, перевод политических конфликтов в русло их институционализованного мирного урегулирования.** Выборы позволяют открыто и публично представить противоречивые интересы, ценности, идеи на суд народного мнения, определить реальную поддержку позиций той или иной стороны конфликта, с помощью авторитета общественного мнения и государственных институтов убедить конфликтующих отказаться от наиболее радикальных требований и незаконных форм борьбы. Уже сама ориентация участников конфликта на его электоральное разрешение как правило побуждает их к отказу от крайностей, смягчению позиций, компромиссам, поиску приемлемых для большинства решений;

— **мобилизация избирательного корпуса на решение актуальных общественных задач.** Разъясняя гражданам собственные программы, убеждая людей в необходимости принятия и поддержки определенных политических ценностей и целей, указывая пути их реализации, партии и отдельные депутаты тем самым мобилизуют широкие слои населения и общественное мнение на важные для страны политические действия;

— **политическая социализация населения, развитие его политического сознания и политического участия.** В ходе избирательного процесса граждане особенно интенсивно усваивают политические ценности и нормы, приобретают политические навыки и опыт. В это время резко расширяется поток политической информации и пропаганды, активизируется разнообразная политико-образовательная работа, концентрируется внимание людей на актуальных политических проблемах и альтернативных путях их решения. Широкие слои активистов непосредственно включаются в пропагандистско-агитационную и организационную работу партий и отдельных депутатов. Делая выбор, избиратели в большей или меньшей степени отождествляют себя с определенными

политическими силами. Все это повышает их политическую ангажированность и активность;

— **рекрутирование политической элиты.** Выборы — важнейший канал вхождения граждан в состав политической элиты, делания политической карьеры, утверждения и заката политических лидеров. В результате выборов обновляется состав правящей и оппозиционной элит, изменяется политический вес партий и их представителей;

— **генерирование обновления общества посредством конкурентной борьбы альтернативных политических программ.** Выборы — это своеобразное окно, открытое для упорядоченных, институционализированных влияний на государство и общество. Они дают возможность различным политическим силам представить собственное видение общественных проблем и выдвинуть программы их решения. Тем самым стимулируется поиск оптимальных путей развития, обеспечивается конкурентный отбор политических ценностей и альтернатив, создаются благоприятные возможности для преодоления неэффективной политики и утверждения новых, жизнеспособных идей и политических платформ;

— **конституирование эффективной оппозиции и ее подготовка к выполнению функций политического руководства.** Эффективность оппозиции предполагает выполнение ею функций критики и контроля за правительством, а также способность к выработке альтернативной политики. Выборы, побуждая различные политические силы к открытому сопоставлению своих программ, компромиссам и коалициям, способствуют консолидации оппозиции. Кроме того, будучи представленной в результате выборов в парламенте, а нередко и возглавляя правительства в субъектах федерации, оппозиция подготавливается к ответственному и компетентному руководству государством после прихода к власти.

Все вышеописанные функции выборов реализуются лишь в том случае, если они проводятся с соблюдением всех правил и норм избирательного законодательства. Главное назначение выборов

связано с адекватным отражением мнения и воли граждан, а также с формированием эффективной власти.

7.2. Современная избирательная кампания

Избирательная кампания представляет собой комплекс организационных, политических, информационно-пропагандистских и агитационных мероприятий по непосредственному обеспечению избирательного процесса в государстве.

Избирательная кампания является сложным и многоплановым процессом, состоящим из целого ряда взаимосвязанных мероприятий и акций. В современной избирательной кампании участвует большое количество квалифицированных специалистов. Избирательные кампании год от года становятся всё более затратными и требуют подключения все большего количества ресурсов.

К основным ресурсам избирательной кампании мы относим:

- *Финансовый ресурс.*

Включает в себя наличие денежных средств либо потенциальной возможности для их привлечения.

- *Идеологический ресурс.*

Включает в себя наличие явно выраженной цели, идеи, привлекательной для части общества.

- *Организационный ресурс.*

Включает в себя наличие друзей, единомышленников, агитационной сети, работников в штабах и общественных приемных, а так же их скоординированную работу.

- *Медийный ресурс.*

Включает в себя наличие собственных (подконтрольных) СМИ или договоренностей со СМИ о поддержке на выборах, а так же возможности влиять на СМИ.

- *Креативный ресурс.*

Включает в себя наличие творческих людей в команде, которые способны разработать стратегию и тактику избирательной кампании, а так же и наполнить её хорошим содержанием.

- Административный ресурс.

Включает в себя поддержку администраций и конкретных людей в различных (разного уровня) органах исполнительной и законодательной власти.

- Харизма кандидата или партийного лидера.

Включает в себя совокупность привлекательных личностных черт и положительных имиджевых характеристик.

- Команда.

Включает в себя наличие сильной управленческой команды, способной после выборов осуществлять вверенную ей власть.

- Поддержка крупных финансово-промышленных групп и предприятий.

Включает в себя поддержку руководителей и сотрудников местных и межрегиональных корпораций и предприятий.

- Текущая электоральная ситуация.

Включает в себя существующая известность, рейтинг и анти рейтинг кандидата или партии.

К ресурсам избирательной кампании можно так же отнести существующую социально-экономическую и социально-политическую ситуацию, опыт проведения выборов, а так же наличие различных материально-технических средств.

Современная избирательная кампания проводится с применением знаний различных дисциплин. Уникальность избирательной кампании заключается в умелом и грамотном соединении различных технологий, приёмов и мероприятий. Избирательную кампанию можно сравнить с антикризисным управлением. Современная избирательная кампания предполагает участие в ней профессиональных избирательных команд, в состав которых входят политические технологи, политологи, психологи, журналисты и имиджмейкеры. Специфика работы этих специалистов заключается в их способности и возможности грамотно выстраивать

оптимальную схему управления кампанией, эффективные коммуникации, взаимодействие между профессионалами различных областях знаний. Профессиональные политтехнологи должны, максимально концентрируя имеющиеся ресурсы, уметь выстраивать работу избирательного штаба таким образом, чтобы в имеющихся условиях достичь максимальной эффективности.

Отсутствие профессионалов в управлении избирательной кампанией, даже при наличии больших ресурсов, как правило, приводит к отрицательным результатам. Опыт показывает, что даже небольшие стратегические просчёты и тактические ошибки могут серьёзным образом повлиять на результаты голосования.

Современная избирательная кампания отличается тем, что в ней используются научные подходы и методики из разных областей знаний. Это подразумевает участие в кампании узких специалистов. К таким специалистам можно отнести социологов, дизайнеров, профессионалов в области создания видео- и аудио- продукции и др. Привлечение всё большего числа узкоспециализированных профессионалов связано с тенденцией увеличения сложности избирательных кампаний. Например, сегодня ни одна серьёзная избирательная кампания не может обойтись без социологического обеспечения. Если раньше социология использовалась главным образом для прогнозирования результатов выборов, то сейчас социология задействована на всех этапах избирательной кампании. На предварительном этапе социологические исследования проводятся в регионе (округе, районе) для изучения основных проблем населения, уровня жизни, национального состава, политических установок и стереотипов, наличия различных профессиональных и половозрастных категорий, социально-экономического положения и др.

Результаты исследований в полной мере используются для разработки стратегии и тактики избирательной кампании, создании предвыборной программы. Информация об основных проблемах и настроении электората даёт возможность выработать программу, в

максимальной степени соответствующая нуждам и предпочтениям населения.

В современной избирательной кампании во время всего периода должен вестись мониторинг общественного мнения, который показывает динамику отношения к кандидату или партии, а так же к оппонентам и противникам. Мониторинг позволяет адекватно оценивать эффективность проведения тех или иных мероприятий. С помощью мониторинга, можно быстро принимать решения по оперативному перераспределению ресурсов кампании.

С помощью социологических исследований, фокус групп, интервью, экспертных опросов оценивается восприятие электоратом наглядных материалов, видео - и аудио- продукции, методов и способов агитации, идеологических и программных элементов кампании, результатов различных публикаций и т.д. Все это позволяет правильно планировать и выстраивать гибкую модель проведения избирательной кампании, своевременно перераспределять имеющиеся ресурсы и отвечать на мероприятия противников.

Отличным элементом современных избирательных кампаний является подключение к работе психологов. Они подключаются к работе на всех этапах избирательной кампании. В подготовительный период они участвуют в разработке психологического портрета электоральных групп, выявляют особенности их восприятия, определяют установки и стереотипы.

Существенную помощь оказывают психологи в работе над имиджем кандидата или лидера партии. Они участвуют в исследованиях по определению реального и идеального имиджа политика, на основе которых в дальнейшем разрабатывают концепцию имиджа кандидата или лидера партии. Далее психологи участвуют в работе по формированию и коррекции имиджа. Психологи должны сопровождать кандидата в весь период избирательной кампании, участвовать в подготовке кандидата к встречам с избирателями и представителям средств массовой информации. При необходимости психологи проводят тренинги с кандидатом, в которых могут отрабатываться вербальные и

невербальные коммуникативные навыки, навыки работы с видеокамерой, модели поведения во враждебно настроенной аудитории и т.д.

Психологи в современной избирательной кампании в постоянном режиме отслеживают и корректируют уровень стресса кандидата или лидера партии, разрабатывают различные программы восстановления после психических перегрузок.

Роль психолога в современной избирательной кампании заключается не только в работе с кандидатом. Психолог участвует в разработке полиграфической, видео- и аудио- продукции. Для изменения восприятия избирателями политической реальности психологи применяют различные технологии и приёмы, основанные на знаниях закономерностей восприятия, разработанных в когнитивной психологии.

Важным направлением работы психолога в избирательной кампании является создание психологических портретов противников и проведение мероприятий, направленных на снижение качества их выступлений перед аудиторией и снижение их психической устойчивости.

Очень важным направлением работы в современной избирательной кампании является работа со СМИ. В зону ответственности специалистов по работе со СМИ входит создание фильмов, роликов, заставок, новостных сюжетов, тематических передач, выступлений и т.д. Особую роль в избирательной кампании отводится телевидению, как основного канала доступа к избирателям. Поэтому роль специалистов в области телевидения в современной избирательной кампании существенно возрастает.

Нередко в избирательной кампании работает группа профессионалов в области ТВ, которые имеют достаточный опыт создания телевизионных передач на стадиях написания сценария, организации съемок, монтажа и т.д.

Перечислим основные отделы, службы и должности, которые входят в штаб региональной избирательной кампании:

- *Руководитель штаба.*

Осуществляет планирование и контроль общей стратегией избирательной кампании, осуществляет организацию работы штаба.

- *Отдел по работе со СМИ.*

Координирует работы со СМИ. Осуществляет создание и размещение видео-, аудио- и печатной продукции.

- *Информационно-аналитический отдел.*

Осуществляет проведение социологических и социально-психологических исследований, мониторинг СМИ, мониторинг общественного мнения, мониторинг действий конкурентов и т.д.

- *Рекламный отдел.*

Осуществляет создание, производство, распространение полиграфической продукции и других агитационных материалов.

- *Отдел по работе с агитаторами.*

Осуществляет набор, инструктаж и координацию работы всей агитационной деятельности. Сотрудники отдела занимаются проведением митингов, пикетов, реализуют проекты «Дверь в дверь», «Человек – человек» и другие.

- *Ответственный за психологическое обеспечение.*

Осуществляет работу с кандидатом (имиджмейкинг, тренинги, консультации, психологическое сопровождение). Проводит тестирование и консультации по выпуску рекламной продукции.

- *Финансовый отдел.*

Осуществляет сбор средств и финансирование избирательной кампании.

- *Юридический отдел.*

Осуществляет юридическое обеспечение кампании. Проверяет все мероприятия и акции избирательной кампании на соответствие избирательному законодательству, готовит судебные иски на конкурентов, нарушающих закон о выборах.

- *Материально-технический отдел.*

Осуществляет материально-техническое сопровождение избирательной кампании. Этот отдел решает вопросы с помещениями под штабы и общественные приёмные, транспортные вопросы, вопросы связи, Интернет и другие.

- *Отдел по безопасности.*

Обеспечивают физическую безопасность кандидата, членов избирательного штаба и др.

В структуру штаба могут входить и другие отделы и службы необходимые для проведения избирательной кампании. Эффективность проведения современной избирательной кампании зависит от грамотного построения структуры штаба, подбора профессиональных специалистов на ответственные должности, применения ими научных теоретических и практических знаний в области электорального поведения и рациональным распределением имеющихся ресурсов.

7.3. Основные этапы избирательной кампании

Избирательный процесс состоит из нескольких этапов:

1. Подготовительный этап.

На этом этапе проводятся исследования электората, осуществляется ревизия и аккумуляция ресурсов для проведения избирательной кампании, разрабатывается стратегия и тактика, а так же проводятся различные организационные мероприятия, делающие возможным проведение выборов.

2. Выдвижение и регистрация кандидатов (партий).

На этом этапе проводится выдвижение и регистрация кандидатов (партий) в соответствии с законом о выборах.

3. Агитационно-пропагандистская кампания.

На этом этапе избирательной кампании проводятся рекламные и PR мероприятия позволяющие позволяющие кандидату или партии привлечь на свою сторону максимальное количество сторонников.

4. Голосование и подведение итогов выборов.

На этом этапе проводится сама процедура голосования и подведение итогов голосования.

Рассмотрим этапы избирательной кампании более подробно.

7.3.1. Подготовительный этап

Подготовительный этап проводится до официального объявления выборов. На данном этапе осуществляется проектирование кампании, создание штаба, сбор средств и аккумуляция ресурсов.

В подготовительный период избирательной кампании проводится серия социологических и социально-психологических исследований, которые позволяют определить существующий рейтинг и анти рейтинг политика и конкурентов, степень его узнаваемости. Исследования позволяют выявить социально-экономическое самочувствие, основные потребности и мотивы, представления, установки и стереотипы избирателей.

На основе результатов исследований в подготовительном этапе разрабатывается стратегия и тактика избирательной кампании, ее фирменный стиль, базовые агитационные материалы.

В подготовительном этапе разрабатывается план - график кампании. Он включает в себя полный перечень мероприятий и объем ресурсов под каждое из них. План-график — основной документ, в соответствии с которым проводится избирательная кампания. Его разработка и реализация является плодом усилий всего избирательного штаба и, прежде всего, ответственных за направления.

В подготовительный этап избирательной кампании, как правило, проводятся PR мероприятия, цель которых:

- обеспечить узнаваемость кандидата (партии),
- создать о себе позитивные впечатления,
- сформировать основные элементы имиджа кандидата.

В основе формирования позитивного имиджа политика в подготовительный этап, должна лежать идея, что политик всегда работает в интересах своих избирателей, а не ради удовлетворения личных амбиций и достижения своих корыстных целей.

Паблик рилейшнз, в подготовительном этапе, осуществляется с помощью большого набора мероприятий:

- подготовка пресс-релизов;

- специальные заявления и комментарии для прессы по поводу важных событий;
- проведение пресс-конференций и брифингов;
- письма в редакцию;
- участие в юбилейных и статусных мероприятиях;
- периодические отчеты перед избирателями о своей деятельности;
- некоммерческие статьи и теле- и радиорепортажи;
- разнообразная общественная и благотворительная деятельность;
- прямая почтовая рассылка;
- встречи с избирателями и посещение избирательного округа;
- участие в массовых мероприятиях;
- формирование информационных событий, благоприятных для политика;
- другие мероприятия, способствующие повышению известности политика и улучшению его имиджа.

Все вышеперечисленные способы донесения информации до потенциальных избирателей должны быть направлены на разъяснение позиции политика по основным вопросам общественной жизни, на показ его активной роли в решении конкретных проблем, подчеркивание его эмоциональной близости со своими избирателями, акцентирование его положительных человеческих и профессиональных качеств.

7.3.2. Выдвижение и регистрация кандидатов и партий

По окончании подготовительного этапа избирательной кампании и назначения сроков выборов начинается выдвижение кандидатов и (или) партий. Избирательное законодательство включает различные способы выдвижения и регистрации:

- 1) Сбор подписей в поддержку кандидата или партии.

2) Предоставление регистрационного взноса или денежного залога.

3) Представление документов, свидетельствующих о наличии у кандидата определенной поддержки (списка партийных активистов, членов группы поддержки).

4) Автоматическая регистрация кандидатов (партий) в случае занятия ими определённого количества мест (постов) на последних выборах.

Чаще всего кандидаты выдвигаются партиями, общественными движениями и организациями, группами граждан, собравшими определенное количество подписей в их поддержку. Количество подписей, необходимых для регистрации кандидата, зависит от уровня выборов.

Короткий срок этапа сбора подписей и большое число подписей могут служить серьезным препятствием для претендентов, представляющих малообеспеченные слои населения, которые обычно не обладают большими финансовыми, информационными и организационными ресурсами. В норме в избирательном законодательстве процедура выдвижения кандидатов не должна быть чрезмерно сложной и дорогой, но в то же время должна «отсеивать» кандидатов, не пользующихся значительной поддержкой избирателей.

Этап выдвижения кандидатов непосредственно определяет возможности и диапазон электорального выбора.

7.3.3. Агитационно-пропагандистская кампания

После регистрации кандидатов начинается непосредственно агитационно-пропагандистский этап кампании.

На этом этапе кандидаты и партии получают широкие возможности информировать избирателей о своих целях, задачах, планах, программах с помощью СМИ, рекламы, наглядной агитации, личных встреч с избирателями и встреч доверенных лиц. Агитационная кампания является наиболее активной формой

воздействия на избирателей. Она оказывает существенное влияние на решения избирателей в пользу того или иного кандидата или партии.

Организации и проведению агитационной кампании всегда уделяется особое внимание. К моменту начала агитационно-пропагандистской кампании должен быть создан избирательный штаб кандидата или партии. Успех этого этапа напрямую зависит качества функционирования штаба. Структуру штаба мы описывали выше (см. глава 7.2).

Современные агитационно-пропагандистские кампании проводятся в соответствии с научными рекомендациями по четко разработанному плану.

7.3.4. Голосование и подведение итогов выборов

Голосование и подведение его итогов выборов является завершающим этапом избирательного процесса. Для того, чтобы избиратели имели возможность самостоятельно, без давления извне принять окончательное решения по поводу того, за кого они будут голосовать, все агитационные мероприятия заканчиваются за одни сутки до голосования, а так же запрещены в день голосования. В день голосования непосредственно выражается воля граждан, определяющая состав органов власти.

Процедура голосования осуществляется с помощью либо специальных электронных устройств, либо избирательных бюллетеней. Способ голосования с помощью бюллетеней пока имеет более широкое распространение. Местом голосования являются избирательные участки, хотя в некоторых странах, разрешается голосовать дома и по почте. В некоторых государствах голосование является не только правом, но и обязанностью граждан. В этих странах за неучастие в выборах предусматриваются денежные штрафы или другие наказания.

После завершения голосования на избирательных участках избирательные комиссии разного уровня начинают подсчет голосов. Между голосованием и подсчетом голосов не должно быть перерыва

или задержки, поскольку это может быть использовано для различного рода фальсификаций.

Для предотвращения фальсификаций необходимо обеспечить контроль за голосованием и подведением итогов выборов. Это обеспечивается включением в избирательные комиссии людей от всех кандидатов (партий), использованием независимых наблюдателей, а так же независимым параллельным подведением итогов голосования, которое могут осуществлять совместно или отдельно представителями кандидатов (партий), СМИ и др.

Контроль за ходом выборов и результатами голосования, прозрачность выборов, открытость всего избирательного процесса для наблюдения со стороны общественности, является важнейшим условием их демократичности.

7.4. Понятие «электоральное поведение»

Функции электората

Важность исследований проблематики электорального поведения связана, прежде всего, с потребностями социально-политического управления страны, а так же острой необходимостью регулирования проведения избирательных кампаний всех уровней.

Понятие «электорат» (французское «electoral» - совокупность избирателей) имеет несколько значений. Во-первых, это понятие применяется по отношению к совокупности избирателей, голосующих за определённую политическую партию. В этом случае «электорат» рассматривается как основная сила политической поддержки определенной партии или кандидата. Во-вторых, под «электоратом» может подразумеваться совокупность людей, зарегистрированных в избирательных участках и имеющих право голоса. В российском законодательстве электорат — это совокупность граждан, достигших 18 лет и обладающих

избирательным правом. В-третьих, понятие «электорат» может применяться и для обозначения территориального расположения избирателей. Мы часто встречаем такие понятия как «российский электорат» или «региональный электорат», которые применяются для обозначения совокупности избирателей проживающих в конкретном регионе или на определённой территории. В-четвёртых, понятие «общегосударственный электорат» можно трактовать как совокупность граждан, проживающих на территории страны и обладающих правом голоса.

Электорат выполняет важные социально-политические функции. Одной из важных функций электората является селекция властной элиты. Эта функция осуществляется в процессе выборов. От волеизъявления электората зависит прекращение или продление полномочий выборных должностных лиц.

Ещё одной важной функцией электората является легитимация государственной власти. Политические силы, планирующие оставаться у власти, добиваются своей легитимности через привлечение максимально большего количества электората. Низкая электоральная поддержка или отсутствие выборов ставит под сомнение легитимность выборных лиц и государственной власти.

Следующей важной функцией электората является контроль за деятельностью выборных лиц. С помощью процедуры голосования «за» или «против», а так же с помощью различных возможностей, которые представляет избирательная кампания (агитации, обсуждения, дискуссии), электорат может давать оценку кандидатам (политиком, партии, власти).

К важным функциям электората относится функция давления. Голосуя против определённых кандидатов и решений, он оказывает давление на определённые политические силы или власть. Этим электорат заставляет прислушиваться политиков к своим нуждам и чаяниям.

В условиях высокого уровня развития политических технологий нельзя не отметить лоббистскую функцию электората. Не редко различные финансово-промышленные и политические группы,

имеющие желание провести на выборную должность «своего человека» повышают избирательную активность определённых групп избирателей. Эти группы избирателей и будут на выборах лоббировать интересы этих финансово-промышленных или политических групп.

В реальной социально-политической ситуации функции электората могут пересекаться друг с другом или дополнять друг друга, а зачастую и вовсе не реализуются. Отсутствие возможности реализации основных функций электората связаны с рядом причин. Во-первых, это связано с несовершенством многих положений избирательного законодательства, что позволяет власти в разных случаях по-разному его трактовать. Во-вторых, в России нередко активно используются так называемые административные ресурсы. Это и назначение сроков выборов, и формирование лояльной к власти избирательной комиссии, и подбор определённых кандидатов на этапе выдвижения, и выдвижение подставных кандидатов и многое другое. В-третьих, невозможность реализации рассмотренных функций не редко связана с политической и электоральной культурой большей части избирателей. В условиях масштабного применения избирательных технологий и использования административных ресурсов, направленных на «обработку» массового сознания избирателей, предпосылки повышения политической и электоральной культуры заметно снижаются.

Электоральное поведение можно трактовать, как образ действий электората, в основе которого лежат симпатии и предпочтения избирателей. Симпатии и предпочтения избирателей включают в себя всю совокупность социально-политических ценностей и представлений о власти, кандидатах, партии, а так же модели политического устройства общества. Электоральное поведение есть ни что иное, как включённость индивида в избирательный процесс, в котором фиксируется связь населения с существующей сферой политики.

В основе электорального поведения лежат политические идеалы, ценности, установки, закрепленные на уровне политического

сознания, а так же действующие правовые нормы общественно-политической жизни. Политические идеалы, ценности, установки лежащие в основе электорального поведения можно разделить на два уровня. На первом уровне формируются представления электората о политике и политическом устройстве мира, а также нормы, ценности, установки и ориентиры. На втором уровне формируются позиции электората по определённым проблемам и вопросам, которые включают в себя отношение к кандидатам и партиям, отношение к реальной избирательной кампании.

Электоральное поведение – это образ действий свободных личностей, действующих от своего собственного имени. Электоральные предпочтения – это совокупность социально-политических ценностей, установок, убеждений и ориентаций индивидов, способных регулировать электоральное поведение.

Понятие «электоральные предпочтения» используется тогда, когда появляется необходимость объяснения социально-психологических факторов поведения различных групп избирателей. Анализ электоральных предпочтений избирателей является важным как с точки зрения развития предвыборной ситуации, так и с точки зрения прогнозирования результатов выборов.

Меняющиеся психологические установки и фундаментальные представления электората способны изменить социальные приоритеты и актуальные вопросы в политике. Изменения могут затрагивать не только основы социального существования избирателей, но и политическую культуру общества в целом.

В конце 50-х - начале 60-х годов XX века в западной науке появилась поведенческая трактовка «политической культуры». Поведенческая трактовка «политической культуры» была обоснована известным представителем структурно-функциональной школы, американским ученым Г. Алмондом. Он писал, что «каждая политическая система является укорененной в конкретной совокупности ориентации на политическое действие... отношений в политике. Представляется целесообразным рассматривать это как

политическую культуру»⁹¹. Г. Алмонд рассматривал политическую культуру как совокупность явных и латентных ориентации на политическое действие, отражающих специфику каждой политической системы⁹². Поведенческая трактовка политической культуры, рассматривалась Г. Алмондом в контексте анализа политической системы в целом.

Политическая система, по мнению Г. Алмонда, является двухуровневой: институциональной и ориентационной. На первом уровне формируется реальная структура общества, на втором - особые формы ориентации на соответствующие структуры, прямо связанные с политической культурой. Эти формы ориентации объединяются в три типа:

- познавательные (знание о политической системе, о роли ее носителей и т.д.);
- эмоциональные (чувства, испытываемые к этой системе, ее функционированию, а также к тем, кто ее олицетворяет);
- оценочные (представления и суждения о политических объектах, опирающиеся на ценностные стандарты и критерии в сочетании с информацией и эмоциями)⁹³.

А. Боднер⁹⁴ дополнил определение политической культуры, сформулированное Г. Алмондом. Он утверждал, что политическая культура - это, с одной стороны, совокупность индивидуальных позиций и ориентации участников политической системы, а с другой, субъективная сфера, лежащая в основе электорального поведения и соединяющая в себе несколько элементов. К ним относятся:

- познавательную ориентацию - истинное или ложное знание о политических объектах и идеях, в том числе о партиях и кандидатах;

⁹¹ Almond G.A. Comparative Political Systems // Journal of Politics 1956. № 18. August

⁹² Там же.

⁹³ Almond G.A. Comparative Political Systems // Political Behaviour: A Reader in theory research (Clensoe III). 1956.

⁹⁴ Боднер А. Политическая культура общества и ее обусловленность // Политология вчера и сегодня. М., 1990. - С. 216-229.

- аффективную ориентацию - ощущения связи, вовлечения, противодействия и т.д. по отношению к политическим объектам;

- оценочную ориентацию - суждение и мнение об избирательном процессе как элементе политического процесса⁹⁵.

Определение А. Боднера подчеркивает ориентацию на изучение субъективного контекста политики, что является предпочтительным с операционной точки зрения, так как субъективные представления и ориентации поддаются наблюдению методами социальной психологии и социологии, что позволяет достаточно эффективно изучать электоральное поведение и электоральные предпочтения населения.

На наш взгляд, электоральное поведение и электоральные предпочтения населения, являются частью политической культуры и имеют особые формы ориентации, непосредственно связанные с ценностями, верованиями, установками, которые проявляются на выборах. Эти формы ориентации можно разделить на три категории:

- познавательные (знание о кандидатах, о предвыборных программах, о значимости и роли выборной должности и т.д.);

- эмоциональные (эмоции и чувства, испытываемые к политическим партиям, кандидатам, к направлению развития политической системы и др.);

- оценочные (убеждения и суждения о партиях, кандидатах, опирающиеся на ценности и критерии оценок).

Под влиянием предвыборных платформ, высказываний кандидатов, партийных лозунгов, агитации формируются типы электорального поведения и электоральных предпочтений, базирующиеся на системах ценностей индивидов и социальных групп, которые, в свою очередь, оказывают влияние на принятие решений по поддержке того или иного кандидата или партии.

⁹⁵ Боднер А. Политическая культура общества и ее обусловленность // Политология вчера и сегодня. М., 1990. - С. 216-229.

Отечественные исследователи единодушны в понимании того, что политическая культура - это способ политической деятельности и поведения. Они выделяют такие компоненты политической культуры как политические знания, ценности, образцы поведения, опыт, зафиксированный в нормах, способности людей к политическому действию. Они пытаются интегрировать в одном понятии политическую сознательность и общественно-политическую деятельность. Важность такого подхода, как в политологии, так и в политической и социальной психологии заключается в том, что он позволяет выявить глубинные причины специфики политического поведения различных социальных общностей и личностей.

По мнению отечественных исследователей, электоральное поведение в российском обществе является новым элементом политической культуры. Электоральные предпочтения населения включают в себя знания о кандидатах, партиях, их программах, а также ценности, эмоции, установки и ориентации, которыми объясняется электоральное поведение людей в избирательных кампаниях.

Электоральное поведение является полноценным и состоятельным только в тех обществах, где существует народное представительство во власти, где признаются демократические выборы и, соответственно, проводятся избирательные кампании.

7.5. Основные подходы к исследованию электорального поведения

В выборе политической ориентации принимают участие как константные психологические структуры, присущие всем людям, так и психологические особенности «политического человека», порожденные типом цивилизации, эпохой и обществом, в котором живёт человек. Провести анализ этих двух групп факторов, определить механизмы их взаимодействия, является одной из самых

сложных проблем, изучаемых социальной и политической психологией.

Если обобщить опыт научных исследований, прямо или косвенно затрагивающих проблему политического поведения, можно выделить несколько наиболее распространенных подходов к его детерминации.

7.5.1. Ситуационный подход

Один из них может быть назван *ситуационным* (или историческим). Этот подход исходит из совершенно бесспорного постулата, что любая политическая ориентация представляет собой реакцию на ту конкретную историческую ситуацию, в которой находится общество. Эта ситуация и определяет, набор и иерархию тех проблем, которые призвана решать политика.

Исследователи заметили, что в ситуации, воспринимаемой как угрожающая, когда в стране развивается экономический кризис или когда возникает внешняя военная угроза, возрастает притягательная сила жестко авторитарных политических ориентаций. Потребность в общественном порядке, дисциплине, неукоснительном соблюдении норм, ограничивающих индивидуальную свободу, в твердой власти, способной контролировать поведение людей и их готовность подчиняться ей, все эти тенденции выступают как механизмы психологической защиты. Люди пытаются преодолеть страх и неуверенность в сплочении в жестко организованную и жестко управляемую общность. Ярким примером, подтверждающим данный тезис, является ситуация, сложившаяся в США после серии террористических актов. Ради достижения чувства безопасности население готово ограничить принципы либерализма и демократизма, провозглашающихся на протяжении столетий.

Надо заметить, что в ситуацию входит та конкретная совокупность уже сложившихся политических ориентации, течений, лидеров, которые собственно и являются объектом выбора.

Ситуационный подход затрагивает определенные мотивационные и когнитивные механизмы. Он раскрывает зависимость выбора ориентации от динамики потребностей и их иерархии, обусловленной сдвигами в социальной и политической ситуации, а также от содержания знаний (сложившихся политических представлений, идей и т.д.), которыми располагает общество. Этот подход особенно важен для анализа эволюции общественно-политических настроений. Однако вне его сферы остаются внутриспсихические структуры, которые обуславливают преобразование потребностей и мотивов в определенные (например, авторитарные), а не какие-то иные ориентации. О значении этих структур в процессе выбора свидетельствует хотя бы тот факт, что далеко не все люди под влиянием определенной ситуации выбирают одну и ту же ориентацию, все в равной мере поддаются усилившемуся общественному настроению.

7.5.2. Социологический подход

В основу *социологического* подхода положен анализ зависимости индивидуального и группового электорального выбора от объективного экономического, социального и демографического статуса людей.

Основы данного подхода к анализу электорального поведения были заложены в результате исследований проведенных в 1948 году на президентских выборах группой американских ученых под руководством П. Лазарсфелда⁹⁶. Исследования показали, что при голосовании, выбор избирателей определяется не сознательными политическими предпочтениями (каковых, как выяснилось, у большинства просто нет), а принадлежностью к большим социальным группам. Каждая подобная группа обеспечивает той или иной партии стабильную базу электоральной поддержки. Сам же акт голосования

⁹⁶ Lasarsfeld P.P., Berelson B., Gaudet G. The People's Choice N.Y., 1944.

оказывается не только свободным политическим волеизъявлением, сколько проявлением солидарности индивида с группой. Такое поведение избирателей было названо экспрессивным. Заключение группы Лазарсфельда получили подтверждение в работах западноевропейских ученых, показавших применимость «социологического подхода» в большинстве либеральных демократ.

Важную роль в развитии «социологической» теории электорального поведения сыграли работы С.М. Липсета и С. Роккана⁹⁷, в которых была обоснована «генетическая модель» формирования партийных систем и соответствующих им структур избирательских предпочтений на Западе. Липсет и Роккан выделили четыре типа конфликтов, оказавших особенно серьезное воздействие на позднейшую электоральную политику: между центром и периферией, государством и церковью, городом и селом, собственниками и рабочими. Каждый из этих конфликтов создает «раскол» (cleavage) в обществе, определяющий структурирование поддержки партий и кандидатов. Наиболее распространенный тип «раскола», как показали более поздние исследования, — дифференциация на рабочий класс и буржуазию. Однако в тех случаях, когда общество разделено по религиозному или этническому признаку, доминирующими становятся конфессиональные и этнические факторы.

«Социологическая» теория электорального поведения подтверждается в идеях марксизма, которые объясняют политическое мировоззрение и поведение, прежде всего, классовым положением и классовыми интересами людей (либо недостаточно развитым классовым сознанием, если такая зависимость не прослеживается). Как отмечает Г.Г. Дилигентский⁹⁸, адекватность такого объяснения применительно ко многим конкретным ситуациям не вызывает сомнений. Представители привилегированных классов во многих случаях выбирают консервативные политические ориентации, поскольку они заинтересованы в сохранении и стабильности

⁹⁷ S.M., Rokkan S. Cleavage Structures, Party Systems and Voter Alignments

⁹⁸ Дилигентский Г.Г. Социально-политическая психология. М., Наука, 1994. с.-25.

существующих порядков. Наемные рабочие часто примыкают к реформистским ориентациям, так как надеются, что реформы улучшат их положение. Однако можно назвать не меньше ситуаций, которые не подтверждают «классовой» схемы. Надо отметить, что в условиях политического плюрализма ни одна классовая общность целиком не выбирает единую политическую ориентацию.

В немарксистской позитивистской социологии проблема выбора решается на основе исследования корреляций между политическими ориентациями и набором социальных и демографических характеристик людей: уровня дохода, профессионального статуса, образования, возраста, пола, места проживания и т.д. Эти исследования ориентированы на получение данных, поддающихся измерению и носящих вероятностный характер. Их результатом является информация примерно такого типа: «сторонниками реформ мужчины являются чаще, чем женщины, люди среднего возраста чаще, чем молодежь, пожилые, специалисты чаще, чем рабочие и предприниматели, люди с высшим образованием чаще, чем менее образованные, получатели средних доходов - чем богатые и бедные, жители крупных городов - чем более мелких населенных пунктов».

Таким образом, мы узнаем, каков наиболее вероятный выбор представителей каждой категории населения, а математизация данных позволяет измерить величину этой вероятности и значимость корреляций. Правда, при публикации такого рода исследований (особенно в массовой прессе) нередко происходит аберрация: абсолютное или даже относительное большинство группы (социальной или демографической) как бы выдается за группу в целом, и мы получаем неточные сообщения типа: «рабочие против реформ, интеллигенция — за реформы».

Социологический подход имеет громадное значение для выяснения социальной базы и масштаба влияния политических ориентаций и их динамики. Однако он скорее ставит, чем решает проблемы их психологических основ; мы узнаем, что определенное сочетание социальных характеристик индивидов создает оптимальные предпосылки для того или иного идейно-политического

выбора, но не получаем психологического объяснения этой зависимости. Правда, в наиболее глубоких эмпирических социологических исследованиях такое объяснение дается, но оно находится уже за рамками собственного социологического подхода.

Теоретические основания «социологического подхода» разработаны весьма тщательно. Однако его эмпирическая адекватность и способность предсказывать исходы выборов оказалась не очень высокой.

7.5.3. Социально-психологический подход

Эта модель исследования электорального поведения разрабатывалась группой Т. Адорно⁹⁹ и английским психологом Г. Айзенком, а так же «Мичиганской школой» под руководством Э. Кэмпбелла¹⁰⁰. Электоральное поведение по-прежнему рассматривается как преимущественно экспрессивное, но объектом, с которым солидаризируются избиратели, выступает не большая социальная группа, а партия. При этом политические предпочтения избирателей можно объяснить, исходя из их психологических характеристик, которые закладываются в период социализации индивида, и зависят, прежде всего, от социально-психологического окружения, от тех норм, ценностей и т.д., которые распространены среди его ближайшего окружения (например, в семье). Подобный «выбор» партии, определяемый как «партийная идентификация», является важной индивидуальной ценностью, отказаться от которой непросто даже тогда, когда этого требуют реальные интересы. Так, проведенные в США исследования, в частности, показали, что избиратели нередко приписывают партиям, к которым тяготеют,

⁹⁹ Adorno T.W and oth. The Authoritarian personality. N.Y., 1950.

¹⁰⁰ Buchanan, Brace. A tale of two campaigns or why '92's voters forced a presidential campaign better than '88's and how it could happen again. // Political Psychology. 1995 Jun; Vol. 16(2): 297-319.

Campbell A., Converse P.E., Miller W.E. and Stokes D.E. The American Voter. – N.Y., 1960. – 360 p.

собственные установки, совершенно не заботясь о том, насколько это соответствует действительности.

Сторонники «социально-психологического подхода» считают, что человек часто голосует за ту же самую партию, за которую голосовали его отец, дед или даже более отдаленные предки. «Социально-психологический» подход успешно применялся при изучении электорального поведения в Западной Европе. Его влияние оказалось настолько сильным, что к настоящему времени понятие «партийной идентификации» можно считать одним из важнейших в электоральных исследованиях на Западе.

Исследователями Мичиганского университета в рамках применения социально-психологического подхода к объяснению электорального поведения, впервые была предложена модель «воронки причинности», предназначенная для выявления и структурирования долгосрочных факторов электорального поведения. Модель «воронки причинности» конституирует процесс послойного накопления факторов, влияющих на голосование. Они предлагали представить ось воронки, в виде временного измерения. События, по их мнению, надо понимать, таким образом, как если бы они следовали одно за другим в сходящейся последовательности причинных цепей, от основания к стержню воронки. По мнению исследователей Мичиганского университета, большинство сложных событий в воронке является результатом множества предшествующих причин. А каждое из таких событий, в свою очередь, влияет на многочисленные последствия. При этом наш фокус внимания сужается по мере приближения к зависимой переменной поведения. Постепенно мы исключаем те последствия, которые перестают влиять на политическое действие, поскольку мы вынуждены рассматривать все частичные причины как значимые в каждый отдельный момент. Результатом является эффект конвергенции, схождения в одной точке. «Воронка причинности» в её классическом варианте представляет собой модель электорального поведения, предполагающую линейное, однонаправленное развитие процесса.

Исследователи располагали социально-экономические и культурные условия, порождающие социально-политические противоречия: экономическая структура, социальная дифференциация, исторические традиции, в самой широкой части «воронки причинности». По их мнению, они влияют на структуру партийной системы, но не оказывают непосредственного влияния на голосование.

Социально-групповую лояльность (например, классовую, региональную и т.п.), а так же ценностные ориентации, формирующиеся под влиянием социально-экономических и культурных размежеваний, они располагали на следующем уровне «воронки причинности».

К самому узкому месту «воронки причинности» исследователи относили факторы, непосредственно влияющие на голосование. Это установки по отношению к трем составляющим политического процесса: кандидатам, политическим курсам и групповым «выгодам». Они оказывают относительно независимое влияние на электоральный выбор, особенно в краткосрочной перспективе.

Основное место в ряде факторов, представленных в «воронке причинности», занимает партийная идентификация. Именно она опосредует влияние групповой лояльности и ценностных ориентаций на установки. Партийная идентификация играет роль фильтра, через который пропускается информация, относящаяся к кандидатам, политическим курсам, групповым «выгодам». Например, ощущая себя коммунистом, избиратель склонен верить, что коммунистическая партия наилучшим образом защищает интересы его социальной группы по сравнению с другими партиями. В этом случае срабатывает партийная идентификация, а рационализация на уровне конкретных проблем или кандидатов проявляется лишь в небольшой степени.

Авторы «классического» варианта «воронки причинности», конечно, признавали влияние и других факторов, таких как влияние СМИ, специфика и ход избирательной кампании, конкретные политические и экономические условия, однако отводили им

существенно менее значительную роль в воздействии на процесс голосования, по сравнению с партийной идентификацией.

В научной среде делались попытки создания интегративной теории, объединяющей «социологическую» и «социально-психологическую» модели поведения избирателей. Практика и опыт выявили определенную ограниченность обеих концепций. Это было связано с тем, что распределение социальных статусов в массовых электоратах и «партийная идентификация» относительно стабильны, названные теории не способны объяснить сколько-нибудь значимые сдвиги в избирательских предпочтениях. Данный недостаток стал особенно очевиден в конце 60-х — начале 70-х годов, когда в большинстве развитых либеральных демократий начался массовый отход избирателей от традиционных политических партий, и заметно ослабла связь между классовой принадлежностью и выбором при голосовании. Осознание неадекватности теорий экспрессивного поведения подтолкнуло некоторых исследователей к поиску подхода, который мог бы, по меньшей мере, дополнить эти теории и послужить более надежной основой объяснения эмпирических данных.

7.5.4. Рационально-инструментальный подход

Работа Э. Даунса «Экономическая теория демократии»¹⁰¹ стала предтечей развития концепции выбора при голосовании, названным позже «рационально-инструментальным» подходом. Основное положение этой концепции заключается в том, что люди голосуют за ту партию или политика, которые, могут представить им как можно больше выгод.

«Рационально-инструментальный» подход к голосованию сформировался на рубеже 1960 - 1970-х годов. В её основе лежат идеи неоклассической экономической школы. Теория рационального выбора окончательно сформировалась после работ Дж. Бьюкенена,

¹⁰¹ Downs A. An Economic Theory of Democracy. – N.Y., 1957.

Г. Галлока и М. Олсона¹⁰². В их работах предметом рационалистического анализа электоральных предпочтений являлись основные экономические проблемы избирателей. В экономической модели электорального поведения главный вопрос, который ставили исследователи, заключался в том, существует ли связь между положением в экономике и результатами выборов. Учёные утверждали, что люди разбираются в экономике лучше, чем в политике, из этого следует, что если экономическое положение избирателей высокое, то они голосуют за действующего лидера (партию), и наоборот, если оно ухудшается, то они голосуют за альтернативного лидера или партию.

Главная гипотеза, выдвинутая сторонниками теории рационального выбора, заключалась в том, что электоральное поведение регулируется политическими и экономическими интересами, так как избиратель является более рациональным, чем предполагали другие теории электорального поведения. Они так же утверждали, что поведение электората является не только инструментальным, но и рациональным, потому что избиратель минимизирует собственные усилия для достижения своих целей, в частности, он может принимать решения, опираясь на мнение лидеров общественного мнения, а не заниматься сбором информации самостоятельно.

Экономическая модель голосования исходит из того, что разработанная неоклассической мыслью модель экономической жизни имеет универсальное значение, а значит, может использоваться как общая теория социальных институтов и человеческого поведения. В основе экономической неоклассической теории лежит постулат, заключающийся в том, что рыночный уклад вырастает из свободного выбора разумных индивидов, основанного на принципах

¹⁰² Buchanan, Brace. A tale of two campaigns or why '92's voters forced a presidential campaign better than '88's and how it could happen again. // *Political Psychology*. 1995 Jun; Vol. 16(2): 297-319.

Olsen O.M, Posture & Body, Movement Perception. *Proceedings of Sixteenth International Congress in Psychology*, Amsterdam, 1961.

эффективности и рациональности в социальной и экономической жизни общества. Эта теория основана на том, что индивиды, имея определенные возможности, ограниченные размерами их бюджета и имеющимся временем, стремятся к максимализации результатов. А значит, поведение человека в рамках рационализаторской теории определяется его рационально-эгоистической сущностью. Именно этот подход послужил основой «рыночного» анализа политики.

Ряд исследователей действительно полагали, что поведение избирателей является не только инструментальным, но и рациональным, в том смысле, что индивид минимизирует собственные усилия по достижению сознательно сформулированных целей, — в частности, по сбору информации, необходимой для принятия решения. Сторонники рационально-инструментального подхода считают, что обычно граждане достаточно твёрдо знают, как им жилось при действующей власти (администрации), поэтому им не надо знать в деталях экономическую или внешнюю политику действующей администрации, чтобы судить о результатах этой политики. Сторонники этого подхода доказывают, что действительно, существует прямая связь между положением в экономике и результатами выборов. Некоторые подчёркивают, что это совсем не означает, что люди мыслят в экономике больше, чем в политике. Они считают, что при голосовании избиратель исходит из того, что именно политики и руководство страны несет ответственность за состояние экономики. При этом, если избиратели жили хорошо, то они проголосуют за действующее руководство, а если плохо, то проголосуют за оппозицию.

Г. Китчельт¹⁰³ сформулировал гипотезу о том, что, в отличие от населения стран с развитыми демократиями, граждане стран с развивающимися демократиями голосуют эгоцентрично и

¹⁰³ Kitschelt H. Left-Libertarian Parties: Explaining Innovations in Competitive Party Systems // World Politics, 1988, Vol. 40, Issue 2.

Kitschelt H. The formation of party systems in East Central Europe // Politics and Society, 1992, Vol. 20.

перспективно. Он считал, что избиратель делает свой выбор, исходя из оценки того, сможет ли он лично улучшить свое экономическое положение путем увеличения своих индивидуальных ресурсов (образования, накоплений, профессионального опыта и т.д.) в новых экономических условиях. Он предполагал, что реальные результаты экономической политики Правительства почти не принимаются в расчёт. Эта гипотеза Китчельта получила определенное эмпирическое подтверждение на материале ряда восточноевропейских стран.

7.5.5. Манипулятивный подход

Ещё один исследовательский подход к моделям электорального голосования может быть назван *манипулятивным*. В его основе - представление о зависимости идейно-политических позиций людей от их «обработки» средствами массовых коммуникаций и пропаганды. Эта зависимость реальна и прослеживается эмпирически. Общеизвестен факт, что шансы в победе на выборах больше имеют те политики, которые искуснее своих оппонентов умеют манипулировать общественным мнением. Психология массовых коммуникаций стала предметом особого, весьма разветвленного направления социально-психологических исследований.

С точки зрения социальной психологии массовая манипуляция - это разновидность процесса убеждения или внушений (суггестии). Это, безусловно, делает необходимым рассмотрение этого явления с точки зрения науки. Некоторые сторонники манипулятивного подхода представляют человеческую психику и сознание как своего рода пустой контейнер, в который политики и масс-медиа могут заложить любое содержание. Специальные исследования последних десятилетий опровергают эту в свое время весьма распространенную точку зрения. Обнаружилось, что эффективность пропаганды, в том числе наиболее мощной - телевизионной, отнюдь не беспредельна, а во многих случаях просто низка. В США рост расходов на

проведение избирательных кампаний не ведет к росту числа голосов, поданных за соответствующих кандидатов. Интересен такой факт: американцы, активно следящие за политическими телепередачами, образуют наиболее нестабильную и колеблющуюся по своим политическим симпатиям часть электората. Очевидно, в условиях политической конкуренции, чем интенсивнее поток манипулирующей информации, которой подвергает себя человек, тем больше он сопротивляется ей и старается занять позицию, равноудаленную от соперничающих сторон. Этот психологический механизм американские исследователи назвали «воинственным нейтралитетом».

Надо признать, что в современных обществах массовая информация - один из главных источников формирования социально-политических установок населения. Однако ее манипулятивное воздействие обратно пропорционально многообразию, плюрализму всей той суммы социальных знаний, которой располагает каждый индивид. К социальным знаниям, во-первых, относятся те представления, которые человек усваивает в процессе первичной социализации. Во-вторых, он получает знания в различных контактных группах, в которых он участвует на протяжении своего жизненного пути. В-третьих, любой индивид обладает знаниями, полученными из собственного опыта, так как макросоциальные явления и политические события влияют на условия его жизни, а это влияние, так или иначе, осознается и переживается им.

Надо отметить, что идейное содержание средств массовой информации неоднородно, так как в пропаганде соперничающих политиков и партий человек сталкивается с различными, часто противоположными ценностями и суждениями. Также многие люди формируют свои взгляды под влиянием художественной и научной литературы, произведений культуры.

Различные эмпирические данные свидетельствуют о том, что эффект пропагандистских кампаний, воздействие какого-то комплекса идей, интенсивно распространяемых масс-медиа, зависит

от их соответствия установкам, ранее сформировавшимся в психологии массовой аудитории.

О манипулировании как доминирующем факторе формирования политических ориентаций, по-видимому, можно говорить лишь применительно к тем ситуациям, в которых влияние всех или большинства источников социально-политических представлений массовых групп населения гомогенно, характеризуется единой направленностью. Ситуации, близкие к такой монолитной модели, возникают на высших точках развития изолированных от внешних влияний тоталитарных обществ. Более типичны ситуации, в которых гомогенность коммуникативных влияний существует на уровне неких базовых социальных ценностей (например, таких, как «социализм», «демократия»), но распространяемые по коммуникационным каналам представления о способах их реализации и оптимальных системах более конкретных идейно-политических приоритетов достаточно гетерогенны. В современном мире процесс социально-психологической индивидуализации, порождающий отторжение всего, что воспринимается как навязываемое индивиду социальными институтами, ведет, скорее, к ослаблению эффекта манипуляции. Во всяком случае, как отмечает Г.Г. Дилигенский, опросы, проводимые в различных странах, показывают, что за последние два-три десятилетия повсеместно резко снизился уровень доверия населения к масс-медиа.

7.5.6. Индивидуально-психологический подход

Следующий подход к исследованию электорального поведения можно назвать *индивидуально - психологическим*. В его основе лежит постулат, что устойчивые характерологические и личностные черты индивидуальной психики, как врожденные, так и приобретенные, влияют на общественно-политические позиции человека. Основателем данного направления можно считать Т. Адорно¹⁰⁴, под

¹⁰⁴ Adorno T.W and oth. The Authoritarian personality. N.Y., 1950.

руководством которого в США в 40-х годах было выполнено фундаментальное эмпирическое исследование «авторитарной личности». В своей работе исследователи установили системную взаимосвязь различных психологических черт и взглядов людей, которых они определили как «потенциальных фашистов». Наиболее очевидной оказалась взаимосвязь между преобладанием примитивно-стереотипных способов восприятия, антисемитизмом и «этноцентризмом». Этим последним термином обозначался воинствующий национализм, «псевдопатриотизм», выражавшийся во враждебном отношении к другим этническим группам. Столь же характерна для этого типа приверженность к иерархическому принципу социальных отношений, предполагающему подчинение «чужих» групп «своей».

Достаточно значимой в исследовании оказалась взаимосвязь между этноцентрическими и иерархическими установками «потенциальных фашистов», с одной стороны, и их общими экономическими и политическими воззрениями, с другой. Следуя укоренившемуся в американской политической культуре делению политических ориентаций на консервативную и либеральную, исследователи установили, что консерваторы разделяют указанный комплекс установок чаще, чем либералы.

Учёные выявили, что авторитарную личность отличают не только определенные этнонациональные и социально-политические установки, но и характерологические личностные черты: приверженность принятым нормам («конвенциализм»), готовность к подчинению иерархии и идеализация иерархической структуры общества, авторитарная агрессивность, суеверность и стереотипная ментальность, дух разрушения и цинизма, гипертрофированный интерес к сексуальной проблематике, проекция собственных признаваемых порочными склонностей на других людей. Авторитарной личности Адорно и его сотрудники противопоставляли либеральную, или демократическую, личность, отличающуюся полярно противоположными чертами.

Достижением исследователей под руководством Адорно¹⁰⁵ было описание типологического психологического портрета определенной разновидности «политического человека» и установление структурной взаимосвязи между такими установками и характерологическими чертами, как агрессивный национализм, антидемократизм, иррационализм, крайне примитивный, тяготеющий к мифам, стереотипам и фобиям когнитивный аппарат. Достоверность этого портрета подтверждается тем, что выявленный им психологический комплекс нетрудно обнаружить в социально-исторических условиях, весьма далеких от Соединенных Штатов 40-х годов.

Весьма не убедительно исследователями решался вопрос о происхождении этого комплекса. Авторы пытались ответить на него, руководствуясь психоаналитической методологией, обращаясь к переживаниям, испытанным авторитарными индивидами в раннем детстве в их отношениях с родителями, первичных восприятиях проблем секса, Другого, Я. Критики исследования отмечали, что такой подход неоправданно игнорирует более поздний опыт субъекта и его актуальную социальную ситуацию. Дальнейшие исследования авторитарной личности подтвердило значение этих факторов. Так, было доказано, что авторитарные черты чаще проявляются у людей старше 30 лет, чем у более молодых, у менее образованных (что, очевидно, связано с когнитивными особенностями данного типа), в более бедных и обделенных социальных слоях, а в буржуазной среде главным образом у мелких собственников с относительно низкими доходами.

Результаты исследований позволяют предположить, что достаточно типичной, но не единственной, предпосылкой формирования авторитарных черт является либо психологическое неблагополучие, ущербность личности, заложенные в ее структуру в раннем детстве, либо материальное или социальное неблагополучие, которое человек может начать испытывать значительно позже. По

¹⁰⁵ Adorno T.W and oth. The Authoritarian personality. N.Y., 1950.

всей вероятности, именно этот последний фактор объясняет возрастные характеристики авторитарных личностей: в молодости люди надеются на будущее и, лишь достигнув среднего возраста, они начинают терять надежду. Зависимость уровня авторитаризма от ситуационных факторов подтверждает и резкое увеличение числа «авторитарных личностей», которое происходит в кризисные времена.

Ещё один представитель неопрейдизма Э. Фромм¹⁰⁶ положил начало изучению психологии одного из наиболее мрачных общественно-политических явлений XX в. - фашизма. В период максимального распространения фашизма - в 30-х - первой половине 40-х годов - он представлялся многим неким трагическим парадоксом, исторической и психологической загадкой. Парадокс заключался в том, что принесенное фашизмом одичание, возврат к типам общественного сознания и политической практике, напоминающим то ли первобытное варварство, то ли самые темные времена средневековья, происходили в странах с европейской культурой, где, казалось бы, прочно укоренились идеи либерализма, демократии, гуманизма, человеческих прав и достоинства. Опыт фашизма, казалось, лишал всякого смысла те представления об общественном прогрессе, культуре, разумном социальном устройстве, на которые опиралась общественная мысль и политическая деятельность в развитых странах.

Э. Фромм¹⁰⁷ в своей работе ставил вопросы о социально-психологических предпосылках фашистского движения и фашистских настроений. На тот момент времени в социальной психологии не существовало ответа на вопрос, почему и как этические нормы христианской культуры, ценности и нормы культуры либерально-демократической, веками внедрившиеся в сознание европейцев, столь часто обнаруживают полную неспособность контролировать психологию и поведение индивидов и

¹⁰⁶ Фромм Э. Анатомия человеческой деструктивности. М., Республика, 1994.
Фромм Э. Душа человека. М., 1992.

¹⁰⁷ Там же

целых социальных групп? Чтобы ответить на этот вопрос требуется анализ не только социально-исторических факторов, но и, очевидно, нужен анализ индивидуально-психологических факторов. Простой и бесспорный факт неоднородности индивидуальных психологий, в частности, означает, что разные люди в весьма разной мере поддаются процессу аккультурации («окультуривания»), у какой-то их части бессознательные, существующие независимо от культурных влияний страсти и влечения могут намного превосходить по своей мотивирующей силе господствующие в обществе нормы и ценности. Одной из разновидностей подобной психологической структуры является тип личности, ориентированный на утверждение превосходства и власти над другими людьми для того, чтобы получить свободу распоряжаться чужой жизнью, уничтожать ее. Э. Фромм, специально описавший этот психологический феномен, который он назвал некрофилией (любовь к мертвому), отмечал связь «некрофильной ориентации» с гипертрофированным влечением к силе и власти. «Для некрофила характерна установка на силу, - писал он. - Сила есть способность превратить человека в труп... В конечном счете, всякая сила покоится на власти убивать... Кто любит мертвое, неизбежно любит и силу... Для такого человека... применение силы не является навязанным ему обстоятельствами преходящим действием - оно является его образом жизни»¹⁰⁸.

Вполне возможно, что «некрофильная» ориентация является архетипом, атавизмом, унаследованным от времен, когда люди убивали друг друга, чтобы выжить. В латентном (скрытом) состоянии она может существовать в глубинах психики вполне добропорядочных и законопослушных граждан демократических стран. Ее превращение в реальный мотив поведения связано с сочетанием ряда личных, социальных и исторических обстоятельств. Во-первых, ее могут усиливать идеологические ценности и культурные нормы, ориентированные на нетерпимость, непримиримую вражду к другим группам: этническим, классовым,

¹⁰⁸ Фромм Э. Душа человека. М., 1992. с. 31-32

религиозным. В странах, где традиционно велико влияние религиозного экстремизма, призывающего к искоренению иноверцев, или экстремальных, агрессивных форм национализма, политические организации или группы, практикующие физическое насилие, террор, убийства, воспринимаются как более или менее нормальная деталь местного культурного колорита.

«Некрофильная» ориентация, преобразованная в политическое движение или тенденцию, нуждается в объекте ненависти, в обобщенном образе врага, которого можно и нужно уничтожать, и эта потребность порождает исследованную Адорно органическую связь фашизоидных авторитарных политических установок с национализмом, этноцентризмом и этническими фобиями (особенно с антисемитизмом).

Ещё одним возможным объектом этой ориентации может быть классовый враг, поэтому, несмотря на радикальное различие идеологических источников фашизма и коммунизма, ленинско-сталинская идеология классовой ненависти как в России, так и в ряде других стран содействовала распространению «некрофилии» на общественно-политической арене. Не случайно среди «часовых революции» - чекистов - было так много людей с явно выраженными садистскими наклонностями.

Безусловно, развитию «фашизоидных» и этноцентрических тенденций обычно содействуют разного рода кризисные ситуации - кризисы экономические и культурные, социальные и личные. Выше уже говорилось о связи возникновения фашизма с кризисом либерализма и социально-политического рационализма, обостренного первой мировой войной. По сути дела это был кризис определенного типа культуры. Именно поэтому в фашистском движении участвовали или сочувствовали ему некоторые видные представители европейской культурной элиты, разочарованные в ценностях, господствовавших в прошлом веке. Фашизм и этноцентризм отражают также кризисную ситуацию, которую испытывает личность, невосприимчивая по своей внутренней структуре к либеральной, демократической и рационалистической культуре,

восходящей к идеям Просвещения. Осевыми ценностями этой культуры являются мощь человеческого интеллекта, научное знание; утверждаемый ею приоритет духовной жизни человека над его грубо материальными запросами фактически объединяет ее с европейской христианской традицией. Люди, по типу своей мотивации и интеллекта неспособные к органическому и практическому освоению таких ценностей, могут испытывать в условиях их господства в обществе комплекс социальной неполноценности, зависти к более умным, образованным и духовно развитым. Фашизм с его антиинтеллектуализмом, проповедью грубой силы и бездуховным «языческим» мистицизмом позволяет таким людям преодолеть кризис идентичности, обрести социальное достоинство. Стремление к максимально упрощенному, не требующему знаний и умственных усилий видению общественной жизни - таков важнейший когнитивный источник и величайший искус фашистского и любого этноцентрического мировоззрения.

Таким образом, идеи Т. Адорно и Э. Фрома положили начало развитию индивидуально - психологического подхода к изучению политического поведения людей, в котором доказывалось, что характерологические и личностные черты индивидуальной психики людей существенным образом влияют на их политическое поведение и политические позиции.

7.6. Методы исследования электорального поведения

Выбор методов сбора и анализа информации при анализе электорального поведения населения является важным этапом любой избирательной кампании. Выбор методов в первую очередь зависит от целей и задач исследования.

Методология и методика исследования электорального поведения населения, стали появляться в XIX и XX веках, и в течение длительного времени развивались по образу естественных наук. В

этот же период стали появляться методология исследований и разрабатываться различные методики для решения конкретных задач.

Одним из первых методов исследования электорального поведения населения стала избирательная география. Данный метод базируется на утверждении, что на формирование политических установок индивида оказывают влияние географические факторы и структура экономики региона, поселения. Технология картографии применялась и применяется сейчас для измерения связи между голосованием за определенных кандидатов или партии и социально-экономическими, природно-климатическими факторами. Технология заключается в составлении карт, на которые наносятся количественные значения различных индикаторов электорального поведения.

Ещё одним методом исследования электорального поведения является анализ агрегированных данных. К агрегированным данным относят данные о социо - культурном составе населения определенных территорий и результаты голосования за кандидатов или партии на этих территориях. В анализе агрегированных данных используются методы статистического анализа. С помощью анализа агрегированных данных можно рассчитать средние величины, стандартные отклонения, коэффициенты корреляции и др. Подобного рода информация позволяет, с одной стороны, отчасти объяснить электоральное поведение населения территории, с другой, позволяет сравнивать между собой различные географические районы. Главная проблема, которая возникает при анализе агрегированных данных, связана с тем, что исследователь работает с уже имеющейся информацией, большая часть которой предоставляется официальными структурами. Надо признать, что качество этой информации не всегда бывает удовлетворительной.

К следующему важному методу анализа электорального поведения населения можно отнести электоральную статистику. Метод электоральной статистики включает в себя специальные расчёты голосования в выборных округах в зависимости от пола, возраста, вероисповедания и др. избирателей. Подобного рода

данные всегда говорят о реальных избирателях, они не в состоянии определить мотивы голосования и выявить зависимости голосования от других значимых характеристик.

Важным методом анализа электорального поведения населения, к которому прибегают все специалисты, это метод наблюдения за избирательным процессом. Этот метод стали использовать сначала в Великобритании, затем в США, Франции и Германии. Преимущество метода заключается в возможности изучения влияния краткосрочных факторов на избирательный процесс. В основе метода лежит утверждение, что результаты предвыборной кампании во многом зависят от политического климата, в котором проходит избирательная кампания. Под понятием «политический климат» подразумевают сумму внутренних и внешних политических факторов, к которым относятся различные события в период избирательной кампании, работу средств массовой информации, поведение партийных элит и др. Метод наблюдения за избирательными кампаниями включает в себя фиксирование и описание различных данных. Это может быть анализ социально-политической ситуации в предвыборный период, описание идеологических и организационных целей и задач партий, участвующих в выборах. К важным данным так же относят различные программные заявления лидеров партий, их предложения по решению различных социально-экономических проблем, имиджевые характеристики кандидатов, оценки сообщений в СМИ и многое другое.

Опрос общественного мнения электората является наиболее распространённым и популярным методом анализа электорального поведения. В случае социологического опроса источником информации становятся сами избиратели, их предпочтения, вкусы, взгляды на проблемы и т.д. Как минимум большие социологические опросы проводятся перед стартом избирательной кампании, в середине избирательного процесса и непосредственно перед днём голосования. Опрос общественного мнения электората проводится с различными целями. Это может быть получение количественных оценок распределения мнений избирателей по заранее

сформулированным вопросам, это может быть получение дополнительной информации для разработки стратегии и тактики избирательной кампании. На сегодняшний день результаты опросов общественного мнения населения составляют основу информационной базы электоральных исследований. Результаты социологических опросов позволяют выявить статистически значимые закономерности и тенденции электорального поведения населения.

Существует большое количество методик опроса. Наиболее распространённым, а, по мнению ряда авторов и наиболее точным является квартирный опрос. Он проводится по месту жителей избирателей. Более оперативным, но менее точным считается уличный опрос, который проводится в общественных местах. Гораздо реже на практике, особенно в России, используются почтовые опросы, когда анкета высылается непосредственно избирателю по почте. В России и странах СНГ, в связи с бурным развитием телефонной сети стали приобретать популярность телефонные опросы населения. Есть мнения, что телефонный опрос в силу анонимности может давать более достоверные результаты, чем очные опросы. Хотя другие учёные говорят, что использование телефонных опросов репрезентативно лишь в крупных и некоторых средних городах. Тем не менее у телефонных опросов есть ряд несомненных преимуществ. Во-первых, оперативность. Во-вторых, возможность контроля интервьюеров. И, в-третьих, низкая стоимость. Среди учёных продолжаются споры о том, какие опросы являются более достоверными, какие опросы лучше контролировать, в какой момент и в какое время лучше проводить опросы и т.д. Основные сложности в проведении опросов связаны с недобросовестностью интервьюеров, неискренностью респондентов, со сложностью вопросов в анкете и др.

Особую роль в качестве результатов опросов общественного мнения играют вопросы в опросном листе. Существует много подходов в составлении анкет и почти каждый исследователь имеет

своё мнение и опыт на этот счёт. Мы можем выделить только группы вопросов по определённым темам.

В первую группу мы относим вопросы, которые позволяют выявить возможность участия или неучастия в выборах, предпочтения избирателей, а так же вопросы, связанные с тем, за какую партию или кандидата избиратель не будет голосовать ни при каких обстоятельствах.

Во вторую группу входят вопросы об оценке избирателем сегодняшней социально-экономической и социально-политической ситуации, его личным экономическим положением и динамикой этого положения на протяжении определённого промежутка времени.

В третью группу входят вопросы об отношении к институтам власти. Они могут быть связаны как с оценкой деятельности этих институтов, так и степенью доверия к ним.

К четвёртой группе относятся вопросы о ценностях, потребностях, убеждениях, установках, позициях, мнениях избирателей по интересующим исследователей вопросам.

В пятую группу входят вопросы, связанные с оценкой кандидата или лидера партии. У избирателя как правила просят дать оценки ряду его имиджевых характеристик.

В последнюю группу, как правило, входят вопросы, фиксирующие демографические и профессиональные характеристики избирателя. К ним относятся вопросы о национальности, возрасте, образовании, профессии, доходах, вероисповедании и др. Так называемая, «паспортичка» необходима для анализа собранной информации и проведения сравнительных исследований.

Не редко исследователи сталкиваются с проблемой отсутствия возможности с помощью прямых вопросов получить достоверную информацию о непосредственном поведении избирателей. В таких случаях в анкету включаются большое количество косвенных вопросов, которые раскрывают различные мнения по актуальным проблемам, установки избирателей, оценочные суждения о кандидатах или партиях. Анализ ответов на косвенные вопросы порой даёт более объективную информацию об электоральном поведении

населения. Косвенные вопросы играют важную роль при прогнозе поведения избирателей.

К методам исследования электорального поведения населения можно отнести методику Exit Poll. Её основное отличие от социологических опросов заключается в том, что избиратели опрашиваются сразу после того, как они проголосовали на избирательном участке. Эта методика получила своё развитие в США и сегодня не редко применяется в России на выборах разных уровней. Качественно проведённый Exit Poll позволяет непосредственно следить за результатами выборов уже в ходе голосования, что даёт возможность довольно точно предсказать результаты выборов уже к моменту закрытия избирательных участков.

Данные социологических опросов и Exit-poll позволяют довольно точно предсказывать результаты выборов и исследовать факторы электорального поведения.

Перечисленные выше методы исследования относятся к так называемым количественным методам. Несмотря на их достоверность, исследователи в России в последнее время стали уделять больше внимания качественным методам анализа электорального поведения населения.

Качественные методы, с одной стороны, являются неким дополнением к существующим жестким количественным методам, а с другой стороны, они являются самостоятельным способом понимания и интерпретации смысла относительно социальной действительности. Результаты качественных исследований не поддаются статистической обработке их нужно интерпретировать. Качественные методы - это открытые методы, которые позволяют проникнуть в глубины подсознания избирателей и определить глубокие и скрытые мотивы электорального поведения населения.

Наиболее распространёнными качественными методами исследований электорального поведения являются различные формы интервью и фокус группы.

Исследовательское интервью это относительно новый метод, результатом применения которого становятся качественные тексты, а

не количественные данные как это происходит в социологических опросах. Среди качественных методов исследования электорального поведения населения широкое распространение получило глубинное интервью.

Глубинное интервью имеет структуру беседы. В процессе глубинного интервью осуществляется тщательное и внимательное расспрашивание респондентов с целью получения определённых знаний. В процессе глубинного интервью исследователь определяет и контролирует ситуацию. Интервью проходит по определённым вопросам и темы интервью определяет исследователь. Несмотря на подготовленные вопросы, углубленное интервью не стандартизировано и не имеет жестких правил. Для проведения глубинного интервью исследователю нужен определённый опыт, знания психологии людей и умение интерпретировать различные высказывания и смыслы.

Ещё одним распространённым качественным методом является метод фокус групп. Он отличается от фокусированного интервью тем, что дискуссия проводится в группе. В ходе проведения фокус-групп осуществляется диалог модератора с группой людей. Фокус группы отличается не структурированностью ответов респондентов. В группе просто происходит взаимный обмен взглядами, мнениями между людьми, обсуждающими определённые темы. В процессе этой беседы в диалогах происходит формирование нового содержания, так как участвующие в фокус группе люди формулируют свое мнение по заданным вопросам.

Один из новых направлений качественного исследования электорального поведения населения является метод case study. Его переводят по-разному, как «монографический подход» или «изучение случая». Метод case study скорее можно отнести к исследовательской стратегии, направленной на глубокий, полный и комплексный анализ какого либо социального феномена. Например, case study как исследовательская стратегия, может быть направлена на глубокий, полный и комплексный анализ электорального поведения населения на отдельной социальной группы или коллектива.

Case study содержит большой набор техник. Методами исследования case study являются включенное наблюдение, свободное интервью, анализ документов и пр. Важным условием использования case study является соблюдение принципа триангуляции как способа ограничения влияния субъективных факторов и фактора повышения надежности собранных сведений. Принципы триангуляции включают то, что исследуемую ситуацию наблюдали и описывали несколько исследователей, а так же для изучения ситуации должны применяться разные методы.

Важнейшее значение для исследователей в области анализа электорального поведения населения имеет система индикаторов и показателей. Определения системы показателей и индикаторов электорального поведения даёт некую систему координат, по которой можно определить движение и развитие общественно-политической жизни. В отсутствие системы координат невозможно понять и оценить изменения, происходящие в социально-политической жизни граждан.

К системе координат можно отнести такие показатели как электоральные предпочтения (рейтинг, антирейтинг, процент голосующих за партию или кандидата), электоральная активность (процент явки на выборы и количество не участвующих в выборах), протестное голосование (голосование против кандидата или против всех). По этим показателям оцениваются тенденции изменения интереса населения к выборам, отторжение электората от выборов, социально-политическое недовольство или безразличие, степень значимости и ценности выборов для избирателей и многое другое.

Наряду с этими показателями анализируются механизмы принятия электоральных решений, факторы, влияющие на эти решения, электоральная база партий или кандидатов и т.д.

В заключении хотелось бы отметить, что выбор того или иного метода зависит от задач, которые ставятся перед исследованием. Каждый из представленных методов уникален, а значит, для повышения достоверности результатов следует пользоваться различными методами исследований.

7.7. Стратегия и тактика избирательной кампании

7.7.1. Стратегия избирательной кампании

В работах по избирательным технологиям пока не существует единого подхода к определению стратегии и тактики избирательной кампании. С практической точки зрения, действительно бывает трудно разграничить, что относится к стратегии избирательной кампании, а что к тактике.

Мы предлагаем рассматривать стратегию избирательной кампании как совокупность основных идей кампании, целей и путей их достижения в избирательном процессе.

Подход к разработке стратегии кампании процесс творческий и поэтому не может быть жёстко стандартизирован. Как правило, стратегия избирательной кампании включает в себя следующие пункты:

- анализ и интерпретация результатов предварительных исследований (анализ ситуации),
- предварительный прогноз результатов выборов на основе исследований,
- определение качественных целей избирательной кампании,
- определение количественных целей избирательной кампании,
- анализ ресурсов кампании,
- описание целевых групп избирателей,
- выработка основных идей кампании,
- выработка основных лозунгов (сообщений) кампании,
- выработка позиций по актуальным вопросам,
- определение основных направлений кампании,
- определение основных этапов кампании,
- имиджевое позиционирование кандидата (партии),
- разработка контрпропагандистских мероприятий,
- основные информационные поводы (планируемые) избирательной кампании,

- основной набор избирательных технологий (акции, мероприятия).

Если подвести итог, то стратегия избирательной кампании должна отвечать на вопрос: «Что именно и почему следует донести до избирателей, чтобы они проголосовали за данного кандидата (партию)?». Ответ на этот вопрос и определит содержание основного документа - стратегия избирательной кампании.

Как видим, стратегия включает набор пунктов, которые можно разработать уже на предварительном этапе кампании. Очевидно, что в процессе кампании содержание этих пунктов будет и должно меняться, но, имея такой документ в целом ещё до начала активной фазы избирательной кампании, штаб кампании существенно повышает эффективность её проведения.

За стратегию избирательной кампании традиционно, вместе с начальником штаба, отвечают избирательные технологи.

Надо заметить, что в России стремительно растёт технологический уровень проведения избирательных кампаний. Большинство тактических приемов, акций, мероприятий известны и многократно опробованы. Качество их реализации является вопросом ресурсов и организационных усилий со стороны кандидата и штаба кампании. Поэтому важность правильной и чёткой стратегии для победы на выборах с течением времени будет только усиливаться. Разработка грамотной стратегии избирательной кампании всегда будет основным ресурсом победы на выборах.

Такой документ как «стратегия избирательной кампании» невозможно свести к заранее известному набору приемов и техник. Конечно, существуют общие принципы подготовки этого документа, но они всегда связаны с опытом, теоретическими знаниями, творческим потенциалом избирательных технологов и политических психологов. Разработка подходов к влиянию на поведение избирателей требует существенных знаний в области психологии, социологии и политологии, поэтому стратегия как основной документ избирательной кампании в минимальной степени формализуется.

Разработка эффективной стратегии избирательной кампании должна опираться на исследования. Мы хотим выделить основные блоки (направления) исследований в подготовительный период избирательной кампании:

- социологические исследования (проведение опросов);
- фокус – групп;
- глубинные интервью;
- экспертные опросы;
- анализ результатов прошлых выборов;
- анализ содержания прошлых избирательных кампаний (включая кампании оппонентов);
- составление социально-экономического и социально-политического паспорта региона.

Все исследования в подготовительный период избирательной кампании необходимы для того, чтобы разработанная на их основе стратегия позволяла обеспечивать четкую и хорошо отлаженную связь кандидата (партии) и его потенциальных избирателей, с целью привлечения как можно большего количества сторонников.

Для того, чтобы определить потенциальных избирателей, готовых отдать свой голос за кандидата (партию) необходимо сегментировать электорат, то есть выделить четкие группы избирателей, которые симпатизируют кандидату, разделяют его предвыборную программу. Сегментирование электората, чаще всего, проводится по географическим (город, район, участок) и демографическим (возраст, пол, образование, профессия, доходы) признакам. Сегментирование электората заканчивается выделением адресной группы избирателей, которой, в процессе избирательной кампании, будет уделяться приоритетное внимание. Определение адресной группы облегчает работу по выработке основных лозунгов и сообщений кампании, потому что становится известно к кому, прежде всего, апеллирует кандидат и его команда. Выбор адресной группы так же позволяет более эффективно использовать ресурсы кампании.

После сегментации электората и определения адресной группы определяются основные идеи и лозунги кампании. После этого специалисты должны начать работу по имиджевому позиционированию кандидата (см. глава 5.7.). В стратегию избирательной кампании должны быть включены основные этапы кампании и основные каналы распространения информации или каналы доступа к избирателям.

7.7.2. Тактика избирательной кампании

В отличие от стратегии, отражающей идею общего плана кампании, тактика в избирательной кампании выступает как планирование конкретной деятельности. Тактика избирательной кампании осуществляет исполнение стратегического плана кампании.

Если разработкой стратегии избирательной кампании занимаются избирательные технологи и политические психологи, то разработкой тактических мероприятий занимаются конкретные специалисты (журналисты, режиссёры, дизайнеры, художники, специалистов по рекламе, менеджеры по работе с агитаторами и т. д.). Например, если в стратегии избирательной кампании может быть описание основных агитационных материалов и техническое задание на их исполнение, то окончательная их разработка является задачей тактики, которая решается с привлечением соответствующих специалистов.

К тактике относится коммуникативная составляющая избирательных технологий (акции, мероприятия, приемы), позволяющие наиболее эффективно довести до избирателей стратегические идеи избирательной кампании. Задачей тактики является определение формы, способа, времени, последовательности передачи информации избирателям, для того, чтобы они проголосовали за соответствующего кандидата (партию). В основе тактики лежит набор хорошо отработанных стандартных приемов, которыми должны владеть специалисты по избирательным технологиям.

Как мы уже отмечали, набор тактических приёмов широко известен и с их помощью, можно донести до избирателей совершенно разные по содержанию кампании. Даже самая эффективная стратегия избирательной кампании, плохо построенная тактически, не принесёт кандидату дополнительных голосов и наоборот. Тактика кампании в большой степени определяется объёмом и качеством ресурсов, которыми располагает кандидат и его штаб.

Несмотря на высокий уровень стандартизации тактики, практически каждая избирательная кампания имеет свой стиль, почерк и даёт новое видение проведения кампании, за счёт уникального сочетания (время, последовательность, содержание) тактических приёмов.

Для того, чтобы читателю было более понятно, что относится к тактике кампании, мы опишем наиболее простые и часто используемые тактические мероприятия и акции избирательной кампании.

План-график избирательной кампании

Для того, чтобы построить тактику кампании в первую очередь необходимо эффективно распределить имеющиеся ресурсы по направлениям и этапам избирательной кампании. Перечень мероприятий и ресурсов под каждое направление определяется план - графиком кампании. План-график — это основной документ, в соответствии с которым проводится избирательная кампания. План - график разрабатывается избирательными технологами совместно с руководителями направлений кампании под руководством начальника штаба. Очевидно, что в зависимости от хода избирательной кампании план - график может корректироваться.

Прежде чем начать разработку этого документа, необходимо продумать цели, приоритеты и тактический рисунок кампании. Тактический рисунок кампании включает разбиение кампании на ряд относительно независимых направлений, определение наиболее

приоритетных направлений и определение основных мероприятий кампании.

Основные направления избирательной кампании

Мы считаем наиболее естественным разбиение кампании на четыре базовых направления и четыре вспомогательных направления.

К базовым направлениям относятся:

А) Агитационное направление.

Обеспечивает непосредственное воздействие на избирателей через прямые контакты с агитаторами. К этому направлению можно отнести различные способы агитации («Дверь в дверь», «Человек к человеку» и др.).

Б) Направление по наружной рекламе.

Обеспечивает опосредованное воздействие на избирателей через наружную рекламу и агитационные материалы. К этому направлению можно отнести разработку и передачу информации избирателям через наружную рекламу и раздаточные агитационные материалы.

В) Направление по работе со СМИ.

Обеспечивает опосредованное воздействие на избирателей через средства массовой информации. К этому направлению можно отнести разработку и передачу информации избирателям через видео- и аудио- ролики, сюжеты, статьи и др.

Г) Оргмассовое направление.

Обеспечивает непосредственное воздействие на избирателей через прямые контакты с кандидатом и его командой. К этому направлению можно отнести встречи кандидата и его доверенных лиц с избирателями, проведение митингов, пикетов, демонстраций.

К вспомогательным направлениям относятся:

А) Информационно-аналитическое направление.

Б) Взаимодействие с внешними организациями (политическими, государственными, коммерческими и общественными).

В) Юридическое направление.

Г) Материально - техническое направление.

Представленные направления кампании является практически универсальным и не зависят от масштаба и ресурсов кампании.

Приоритетность направлений избирательной кампании

Приоритетность направлений кампании во многом определяется ее уровнем и масштабом. Это, прежде всего, относится к соотношению четырех базовых направлений.

Наша практическая работа на избирательных кампаниях в России и за рубежом, показывает, что по степени воздействия на избирателей агитационное направление и направление работы со СМИ, значительно превосходит оргмассовое и рекламное. При этом агитационное направление и направление работы со СМИ, являются более дорогим и трудоемким.

Наш опыт показывает, что в кампаниях мелкого масштаба (до 100 тыс. чел.) приоритетным является агитационное и оргмассовое направление, а рекламное направление и работа со СМИ носит вспомогательный характер. В кампаниях крупного масштаба (более 1000 тыс. чел.), напротив, решающая роль принадлежит направлению работы со СМИ и рекламному направлению. В кампаниях среднего масштаба (100 - 1000 тыс. чел.) все направления могут задействоваться равномерно.

В выборе приоритетности направлений необходимо учитывать такие факторы, как количество избирателей, компактность проживания населения, зону покрытия территорий средствами массовой информации.

Основные мероприятия избирательной кампании

В период избирательной кампании деление мероприятий на «основные» и «второстепенные» весьма условно. Тем не менее, учитывая тот факт, что практически каждая избирательная кампания имеет ограничения по ресурсам, целесообразно выделять основные мероприятия, которые проводятся в первую очередь.

В качестве основных мероприятий можно выделить:

- В агитационном направлении – кампания «от двери к двери».
- В направлении по наружной рекламе: выпуск буклета (брошюры), листовок, плакатов, бигбордов.
- В направлении по работе со СМИ: выпуск видео- и аудио-роликов, новостных сюжетов, статей и интервью.
- В оргмассовом направлении – проведение встреч кандидата с избирателями.

Не редко основным мероприятием становится какой-либо проект избирательной кампании, который «отрабатывается» сразу по всем направлениям.

Объем основных мероприятий определяется прогнозируемой аналитиками отдачей от него в виде голосов избирателей. Для этого рассчитывается такой параметр, как охват аудитории и количество голосов, которые в результате этого можно получить.

Тактические приёмы в избирательной кампании

Все тактические приёмы избирательной кампании должны исходить из поставленных целей.

Тактические приёмы должны приводить к решению следующих задач:

1. Систематическое обозначение своего присутствия на политическом поле. Это присутствие должно носить ярко выраженный, оригинальный и запоминающийся характер и выделять кандидата (партию) среди конкурентов.

2. Постепенное и постоянное (в течение всей кампании) формирование инфраструктуры поддержки кандидата (партии).

3. Постоянное наращивание усилий по всем направлениям деятельности избирательной кампании.

4. Гибкое и своевременное реагирование на изменение политической обстановки, которое будет способствовать укреплению имиджа.

В основе тактических приёмов должны лежать следующие принципы:

1. В основе любого тактического мероприятия должна лежать идея, описанная в стратегии кампании.

2. В ходе проведения мероприятий и акций должны максимально использоваться положительные эмоции.

3. Выбор мероприятий и акций в рамках направлений кампании и их характер должен определяться как исходя из характеристик адресной группы, так и от имиджевых характеристик кандидата.

Планирование тактических приёмов и мероприятий должно проводиться в следующей последовательности:

1. Определить цели приёма.

2. Определить вспомогательные процедуры и мероприятия.

3. Определить объём, формы и виды приёмов.

4. Установить оптимальные временные сроки проведения тактических мероприятий.

5. Проверить возможную эффективность приёма и мероприятия.

6. При необходимости внести уточнения и корректировку.

Исходя из представлений об основных этапах подготовки и проведения кампании, а так же финансовых, организационных, кадровых и информационных ресурсах, план проведения тактических мероприятий расписывается ежемесячно, понедельно и на каждый день. Кандидат может рассчитывать на успех, если все тактические приёмы и мероприятия согласованы со стратегической линией кампании, осуществляются профессиональной командой и точно в срок.

7.8. Имидж политика

В последнее время в России активно растёт интерес к проблемам формирования имиджа политика, создания неповторимого стиля,

который поможет политику достичь успеха в его политической карьере.

Изучением проблемы политического имиджа занимаются специалисты разных областей знаний, среди них особенное место занимают исследования в области политологии и политических технологий. Было бы неправильно ограничивать изучение данной проблемы в рамках данных наук. На наш взгляд, имидж политика тесно связан с социальной и политической психологией, в частности с исследованиями в области социальной перцепции, психологии отношений, психологии общения, сознания, бессознательного, самопрезентации человека и психодиагностики.

На сегодняшний день немногочисленные отечественные работы по социальной и политической психологии, посвященные имиджу политических лидеров, достаточно фрагментарны. Пока не существует общепринятого определения «имиджа политика», а так же нет общепринятой структуры «имиджа политика». Поэтому изучение имиджа политика, подходов к дефиниции данного термина, компонентов его структуры, в рамках политической и социальной психологии является актуальной.

Существует достаточно много подходов к пониманию имиджа. Слово "имидж" происходит от английского "image". В английском языке слово "image" имеет несколько значений, но чаще всего употребляется в значении "образ".

Согласно В. М. Шепелю, имидж - это умение нравиться людям, обладать обаянием. Имидж - это камуфляж, создающий у людей то впечатление, в котором нуждается его создатель ¹⁰⁹.

В. М. Шепель разводит понятия имидж и образ, отводя имиджу роль фасада образа. Имидж, согласно его точке зрения, не тождественен образу, он его фасадная часть, в которой манеры и мимика - архитектурные элементы ¹¹⁰.

Федоров И.А предлагает рассматривать имидж как «закрепленную в символах и образах групповых норм ориентацию

¹⁰⁹ Шепель В.М. Имиджелогия: Секреты личного обаяния. М.,1997

¹¹⁰ Там же.

поведения субъектов на образцы желаемого впечатления, используя в качестве средства самих себя»¹¹¹.

В словаре иностранного языка термин имидж трактуется, как «целенаправленно формируемый (средствами массовой информации, литературой и др.) образ какого-либо лица, предмета, явления, призванного оказать на кого-либо эмоциональное и психологическое воздействие с целью рекламы, популяризации и т.п.».

В политологии под термином «имидж» часто понимается некоторое обобщенное, экономное отображение субъекта или объекта политической рекламы для его представления избирателям. Не редко определение слова «имидж» в политике понимают как «быть похожим» или «имитировать». Поэтому имидж часто представляют как искусственную имитацию внешних характеристик политика. Например, Мошкин С. В. предлагает рассматривать имидж, как «образ, наделяющий человека характеристиками, лежащими за пределами его реального существования. С помощью различных средств политики могут наделяться в глазах электората практически любыми характеристиками»¹¹².

Применительно к имиджу политика также делаются попытки сравнить политика с товаром, который необходимо продать максимальному количеству покупателей. Имидж в данном случае - это набор представлений о качествах человека или товара, которые рекламодателю хотелось бы внедрить в массовое сознание. Никольская И. Ю. считает, что «имидж – это, прежде всего, специально конструируемый образ для потенциальных покупателей или избирателей, который должен соответствовать их ожиданиям и потребностям»¹¹³.

¹¹¹ Федоров И.А. Имидж как социально управленческое программирование. Автореферат кандидатской диссертации. М., 1996.

¹¹² Мошкин С. В. Политическая реклама. Екатеринбург, 1994.

¹¹³ Никольская И.Ю. Структура имиджа предприятия и факторы его формирования. Автореферат кандидатской диссертации. М., 1998.

Ольшанский Д. В. интерпретирует понятие «имидж» следующим образом: «Имидж - вообразаемый образ человека, группы, организации, события, процесса или явления, создаваемый профессиональными имиджмейкерами в сознании аудитории»¹¹⁴.

Панасюк А. Ю. предлагает следующие определение имиджа объекта: «Имидж объекта — это мнение рационального характера или эмоционально окрашенное об объекте, возникшее в психике — в сфере сознания (и) или в сфере подсознания определенной (или неопределенной) группы людей на основе образа, сформированного целенаправленно или произвольно в их психике в результате либо прямого восприятия ими тех или иных характеристик данного объекта, либо косвенного — через восприятие уже оцененного кем-то образа на основе восприятия мнения, сформированного в психике других людей с целью возникновения аттракции — притяжения людей к данному объекту»¹¹⁵.

Егорова - Гантман Е., Минтусов И. определяют политический имидж, как целенаправленно создаваемый социально-политический феномен, а именно: «Имидж - это специально создаваемый, преднамеренно формируемый политический образ для достижения поставленных целей»¹¹⁶.

В психологической литературе в определениях имиджа, делается акцент именно на воспринимающем субъекте (избирателе), который имеет сформированный образ политика. Имидж рассматривается как образ, представление человека о другом человеке, или, иными словами, «набор определенных качеств, которые люди ассоциируют с определенной индивидуальностью»¹¹⁷.

В рамках социальной психологии имидж политика - это образ данного политика, сложившийся у избирателей. Таким образом, мы

¹¹⁴ Ольшанский Д.В. Психология современной российской политики. Хрестоматия по политической психологии. - М., 2001. - С. 286.

¹¹⁵ Панасюк А.Ю. Формирование имиджа. М., 2007.

¹¹⁶ Егорова-Гантман Е. В. Минтусов И. Политическое консультирование. Центр политического консультирования «Николо М», 1999.

¹¹⁷ Boorstin D.J. The Image: A Guide to Pseudo-Events in America. N.Y. Vintage Books, 1992.

видим, что в социальной психологии имидж политика рассматривается через призму социальной перцепции (восприятия как когнитивного и эмоционального процесса переработки информации) и формирования образа как итога этой социальной перцепции. Сторонники данного подхода (Ильясов Ф.Н., Орлова Е.А., Панасюк А.Ю. и др.) понимают имидж политика как совокупность впечатлений из набора определенных качеств политика, которые возникают в сознании избирателей и которые они ассоциируют с данной личностью¹¹⁸.

В рамках социально-психологического подхода Роцин С. К. дает следующее определение имиджа политика: «имидж политического лидера - это образ его личности, формирующийся в сознании избирателей и влияющий на их выбор»¹¹⁹.

По мнению Орловой Е.А., имидж отражается в общественном сознании и общественном бессознательном в результате взаимодействия личности (группы или общности) с данным социальным объектом, получения информации о нем от него самого, либо от источников, вызывающих доверие¹²⁰. С точки зрения практической психологии, имидж - это «сложившийся в массовом сознании и имеющий характер стереотипа, эмоционально окрашенный образ кого-либо или чего-либо»¹²¹.

Таким образом, проанализировав некоторые подходы к определению имиджа политика, можно сделать вывод, что в каждой науке существует своя специфика определения данного термина. Так, в политологии делается акцент преимущественно на внешние

¹¹⁸ Ильясов Ф.Н. Политический маркетинг или как «продать» вождя. Полис, 1997, № 5.

Орлова Е.А. Формирование позитивного имиджа государственного деятеля (социально-психологический аспект) М., 1997.

Панасюк А.Ю. Формирование имиджа. М., 2007.

¹¹⁹ Роцин С.К. Западная психология как инструмент идеологии и политики. М., 1980

¹²⁰ Орлова Е.А. Формирование позитивного имиджа государственного деятеля (социально-психологический аспект) М., 1997.

¹²¹ Головин С. Ю. сост. Словарь практического психолога. – Минск: 1998. с. - 188.

Ярошевский А. В. Ред. Психология. Словарь. М., 1990.

особенности политика – его манеры, стиль одежды и стиль самоподачи, на имитацию и манипулирование общественным мнением. В работах по психологии делается упор психологическое восприятие имиджа политика, то есть на существующий образ в сознании избирателей, образ эмоционально окрашенный, целенаправленно формируемый и имеющий форму стереотипа.

В результате всестороннего анализа определений имиджа, мы можем определить некоторые психологические аспекты имиджа политика:

- имидж политика не есть образ, а это мнение (или отношение) возникшее на основе образа;

- имидж политика не всегда эмоциональное мнение избирателей, это может быть и их рациональное мнение;

- имидж политика не всегда целенаправленно формируется с помощью СМИ и политической рекламы, иногда он формируется спонтанно;

- в силу характера и особенностей психического процесса восприятия, включающего как сознательный, так и бессознательный компонент имидж политика не стереотипен.

На основе выявленных нами психологических аспектов имиджа политика, мы предлагаем следующее определение: «Имидж политика - это мнение рационального и эмоционального характера о политике, возникшее в сознании и/или в подсознании потенциальных избирателей на основе образа, сформированного целенаправленно с помощью СМИ и политической рекламы или произвольно в их психике в результате либо прямого восприятия тех или иных характеристик политика, либо косвенного». Изучение политического имиджа было бы неполным без рассмотрения его структуры. Мы предлагаем более подробно остановиться на компонентах, составляющих имидж политика.

Под структурой имиджа политика мы понимаем набор характеристик политика, которые, проходя через «фильтр» различных когнитивных механизмов (восприятия, внимания, памяти, мышления) и психологических защит составляют имидж политика. В результате

исследований, проводившихся в ряде избирательных кампаниях в различных регионах России и странах СНГ, были выявлены характеристики и качества политиков, на основе которых у избирателей формировался их имидж. На основе этих исследований и анализа литературы, были сделаны вполне обоснованные выводы о структуре имиджа политиков.

В структуру имиджа политиков мы включаем следующие характеристики и качества:

1. Визуальные характеристики политика.

К визуальным характеристикам, мы относим те компоненты имиджа политика, которые связаны с его внешностью. Внешняя привлекательность существенно влияет на то общее впечатление, которое возникает у избирателей от политика. Спонтанное зрительное восприятие часто создает психологическую установку принятия или неприятия политика. И, если первое впечатление негативное, то вполне возможно, что это создаст непреодолимые трудности для политика. К внешним составляющим имиджа политика мы относим: рост, фигуру, лицо, цвет волос, прическу, косметику, взгляд, одежду, обувь, аксессуары. К внешним характеристикам также можно отнести: манеры, жестикуляцию, мимику, походку, автомобиль и даже свиту политика, но эти характеристики мы выделили в отдельные группы.

Конечно, кардинально изменить физическую природу политика достаточно трудно, но если включить в работу визажистов, стилистов, модельеров, диетологов, инструкторов по фитнесу, а в самых крайних случаях пластических хирургов, то внешние характеристики практически любого политика можно сделать достаточно привлекательными. При этом надо отметить, что в работе над внешними характеристиками политика не стоит гнаться за моделями из гляцевых журналов. «Гламурный» внешний вид политика, зачастую дает негативный эффект, который связан в сознание избирателей с такими конструктами и стереотипами восприятия как «непохожий», «не наш», «не простой», «не свой».

Поэтому безупречный вид, модный стиль, элегантная одежда являются важными, но не универсальными правилами работы над внешними характеристиками политика. Надо обязательно принимать во внимание менталитет, традиции народа, особенности аудитории и места общения.

При работе над внешними характеристиками, важно понимать, что внешность политика для избирателей это, прежде всего, знак или символ его других характеристик. Например, хорошая физическая форма, спортивность, подтянутость говорят о том, что политик работоспособен, готов на активные решительные действия. А вот лишний вес политика воспринимается как свидетельство его малоподвижного образа жизни, склонности к лени, ведущим к быстрой утомляемости и возможным заболеваниям. Конечно, сам по себе привлекательный внешний вид не обеспечивает победу на выборах, но он составляет основу имиджа политика.

2. Аудиальные характеристики политика

К аудиальным характеристикам имиджа относятся, прежде всего, голос и речь политика. Правильная и легко воспринимаемая речь политика является одним из главных факторов его успеха на выборах. Как показали исследования специалистов, избиратели на сознательном или бессознательном уровне могут идентифицировать такие аудиальные характеристики политика, как скорость речи, громкость голоса, ритм, тембр, интонации, ударения, акценты, паузы, а так же манеру речи.

3. Фрейд писал: «Влияние голосовых данных на аудиторию является значительным, так как звуковой сигнал проходит через центры в коре головного мозга, где происходит сложный процесс приема и переработки звуковой информации, запускает бессознательные механизмы ответной реакции получающего этот сигнал»¹²².

¹²² Фрейд З. «Психология бессознательного», М., 1989.

По мнению Дорожкиной Т. Н.¹²³, эталоном публичной речи в сфере политики является: чистота, уместность, выразительность, яркое личностное начало, установка на общение и на взаимодействие с публикой, а так же грамотность речи. Значительно снижают впечатление от публичного выступления: штампованность, стертость, обезличенность, чрезмерная книжность и речевые ошибки. Важность аудиальных характеристик в восприятие политика связана с тем, что по голосу, избиратели очень легко улавливают эмоции. По голосу достаточно легко определяются такие состояния как гнев, радость, тревога, страх, усталость, нервозность политика. Эти характеристики сильно влияют на формирование оценок поведения политика и имиджа в целом.

Таким образом, от правильного вербального поведения политика зависит его восприятие избирателями и в конечном итоге его имидж.

3. Кинетические характеристики политика

Кинетический аспект имиджа политика представляет собой совокупность телодвижений. В кинетические характеристики политика, как правило, включают динамические компоненты – это мимика, жесты, походка и статические компоненты – позы, группы поз. Значение телодвижений в восприятии людей друг другом трудно переоценить, потому что такие компоненты в общении людей, как мимика и жесты эволюционно более древние, чем речь. В живом общении мимика, жесты и позы выполняются обычно параллельно, и их деление с целью анализа процесс достаточно сложный.

В контексте проблемы создания имиджа политика чаще всего анализируются телодвижения, которые при восприятии вызывают позитивные и негативные эмоции. Например, в жестах анализируется их уместность, интенсивность и амплитуда. Они классифицируются по направленности: жесты, обращенные к аудитории, и жесты, обращенные на себя. Жесты политика, направленные на себя, привлекают зрителя, приглашая к общению, делают кандидата более

¹²³ Дорожкина Т. Н. «Речевой имидж политика», Социс., № 8. 1997. С. 57 – 69.

открытым для контакта. Некоторые специалисты¹²⁴ называют ряд жестов полноценными и правильными. К ним, прежде всего, относятся жесты, привлекающие внимание окружающих; жесты, иллюстрирующие оценку ситуации и принятие какого-либо решения; жесты, акцентирующие слова, действия или взгляды человека на какую-либо конкретную ситуацию. К «неправильным» жестам они относят излишне агрессивные жесты или частые жесты, иллюстрирующие негативизм человека по отношению окружающему миру. К «плохим» жестам, по их мнению, относятся жесты, указывающие на неуверенность и жесты, демонстрирующие защиту и закрытость человека.

Значительная часть телодвижений представлена позами. Поза определяется положением корпуса, поворотом или наклоном головы, постановкой ног и рук. Корпус, грудь, плечи, ноги обычно участвуют в выполнении жестов и поз, которые выражают тип отношений между людьми или их внутренние состояния.

К одной из важных кинетических характеристик можно отнести походку. Походка имеет большое количество возможных интерпретаций и оценок. Но главным является то, что походка определяет общее физическое состояние политика, его здоровье, собранность, силу и уверенность в себе.

Мимика располагает большим количеством движений. Специалисты практики не сомневаются в решающем значении мимики среди обширного спектра компонентов невербального поведения. Стойкая экспрессия лица зависит от того, что человек сокращает преимущественно только определенные мускулы лица, следуя своим личным склонностям. В мимике анализируется совокупное движение глаз, бровей, рта, носа, лба, губ, языка. Обычно мимические движения выполняются во взаимодействии с жестами и позами. Наиболее часто в избирательных кампаниях политик «отрабатывает» (тренирует) так называемые лицевые маски.

¹²⁴ Цуладзе А. Формирование имиджа политика в России. М., 1999.

Шепель В.М. Имиджология: Секреты личного обаяния. М., 1997.

Трудно выделить приоритеты или специальную функцию той или иной структуры кинетических характеристик, но очевидно, что все компоненты неречевого поведения занимают важное место в системе эффективного имиджа и нуждаются в специальном развитии.

4. Демографические характеристики политика

К демографическим характеристикам имиджа политика относят такие характеристики как возраст, пол, место рождения и место проживания политика.

Одним из важных векторов оценки политика является возраст. История показывает, что не существует однозначных возрастных показателей для занятия политикой. Результаты исследований обнаруживают тенденцию снижения предпочитаемой избирателями возрастной границы политиков. Если еще несколько лет назад предпочтительными были политики в возрасте от 40 до 60 лет, то на сегодняшний день вполне приемлемой становится нижняя граница в 30–35 лет, а верхняя опустилась до 50–55 лет. Помимо календарного возраста политика, не менее важное значение имеет его биологический возраст. Биологический возраст связан с такими характеристиками как активность, адаптивность и здоровье в целом. Во многом возраст политика воспринимается через показатели его физической формы, способности к адекватному реагированию на изменения окружающей среды, склонностью к лидерству, а так же компетентностью и опытом.

Пол политика также имеет большое значение для избирателей. В России политическая деятельность пока гораздо чаще воспринимается как мужское дело. Даже женщины чаще свои голоса на выборах отдают за мужчин политиков. С точки зрения формирования имиджа пол имеет значение в программных заявлениях политика. Например, женщина может вызывать большее доверие со стороны избирателей, если она будет обещать решать проблемы семьи, детских пособий, социального обеспечения и т. д.

Территориальная компонента имиджа раскрывается в таких понятиях и терминах, как «местный», «наш», «родом из этих мест»,

«проживает на территории округа», «связан по работе и родственными отношениям с территорией округа», «знает наши проблемы» и т.д. Практика показывает, что если политик, который участвует в выборах, является не местным и не рожденным на этой территории, то он имеет серьезные ограничения, с точки зрения предпочтений избирателей. Это факт можно объяснить как глубинными психологическими механизмами, связанными с восприятием своего рода и племени, так и простыми иллюзиями, которые зачастую «подогреваются» специалистами, что только местный человек хорошо знает проблемы избирателей. Поэтому демографические характеристики политика должны учитываться в момент принятия решения баллотироваться в том или ином избирательном округе или регионе.

5. *Психологические характеристики политика*

Психологические характеристики политика занимают значительное место в имидже политика. В большинстве случаев именно они оказывают наибольшее влияние на его имидж в целом. К психологическим характеристикам политика можно отнести черты характера, темперамент, личностные качества и психологические особенности. Задача специалистов по имиджу и психологов определить те качества и характеристики политика, демонстрация (актуализация) которых принесет наилучший эффект с точки зрения создания гармоничного образа политика и получения максимального количества голосов.

Наши собственные исследования не дают однозначного ответа на вопрос, какими психологическими характеристиками должен обладать политик для того, чтобы получить преимущество на выборах. Но исследования, проведенные в различных регионах, всё же фиксируют несколько групп качеств политиков, которые способствуют возникновению доверия и симпатий электората к политике.

Мы сгруппировали эти группы качеств по нескольким факторам и предлагаем вашему вниманию.

- Фактор «*Безопасность*». В этот фактор вошли такие качества политика, как честность, доброта, открытость, справедливость, неподкупность, общительность, искренность, скромность. Предпочтение избирателями этих качеств, говорит о том, что они хотят видеть в политике человека с высокими морально-нравственными характеристиками, справедливого и честного, по отношению к ним, открытого и заботливого, обеспечивающего им психологический комфорт и психологическую безопасность.

- Фактор «*Динамизм*». В этот фактор вошли такие качества политика, как энергичность, активность, быстрота, смелость, сила, решительность, и даже агрессивность. Предпочтение избирателями этих качеств, говорит о том, что они хотят видеть в политике человека сильного, обладающего возможностями и решительностью к различным формам переустройства общества для обеспечения избирателей большим количеством благ в различных сферах жизни.

- Фактор «*Компетентность*». В этот фактор вошли такие качества политика, как ум, опыт, умение, информированность, мудрость, способности, интеллект, авторитет и др. Предпочтение избирателями этих качеств, говорит о том, что они хотят видеть в политике человека обладающего некими интеллектуальными преимуществами для осуществления политической деятельности.

В качестве ещё одной важной характеристикой политика, влияющей на его имидж, является темперамент. Темперамент во многом определяет такие свойства политика, как эмоциональная выразительность, страстность, энергия, чувство юмора, артистичность. Темперамент дается человеку природой и не подлежит изменению, но специалистам вполне по силам сделать публичное поведение политика чуть более эмоционально выраженным, чтобы в эмоциях читалась озабоченность проблемами избирателей и готовность к их решению. В то же время политику не следует чрезмерно выражать свои чувства и эмоции, так как это может восприниматься избирателями как слабость и неспособность с собой справиться. Оптимальным, по нашему мнению, является яркое

проявление эмоций, сочетающееся со сдержанностью и достоинством.

К психологическим компонентам имиджа, можно отнести мотивацию политика. Для избирателей всегда было важно, что движет политиком, что он хочет сделать, придя во власть. Поэтому если мотивационный профиль политика совпадает с мотивами большинства избирателей, то вероятность быть избранным у этого политика возрастает.

6. Социальные характеристики политика.

Социальные характеристики политика включают в себя статус политика, его происхождение, социальную принадлежность, связь с различными социальными группами. В социальных характеристиках влияющих на имидж политика большое место занимает его ближайшее социальное окружение, семья, друзья, коллеги по работе. Так же важной для имиджа является информация о том, чьи интересы представляет политик, какие социальные группы его поддерживают, кто является его союзниками, а кто - оппонентами. Социальные характеристики политика тесно связаны с текущей политической ситуацией, которой он должен соответствовать. Политик ориентируется на определённые социальные группы, стараясь в то же время заручиться поддержкой как можно большего количества избирателей.

Биографические данные и специфику жизненного опыта мы так же включаем в социальные характеристики, так как через вектор движения в образовании и в профессии можно подчеркнуть принадлежность политика к определенным социальным группам.

Серьезную роль в формировании имиджа политика играет семья, в которой родился кандидат. Значимым для избирателей является и то, кем являются родители политика, какова их профессия и образование, каковы были отношения в семье. Показательным для избирателей является семейное положение политика, наличие супруги(а), детей, их род занятий, тип взаимоотношений в семье и то, какое место занимает семья в системе ценностей политика.

Важную роль в социальных характеристиках занимают значимые события биографии политика: посты, должности, встречи с выдающимися людьми, знаковые истории из жизни.

К категории социальных характеристик мы относим хобби и увлечения кандидата. Хобби и увлечения могут косвенно рассказывать избирателям о взаимоотношениях с людьми, о качествах характера, личностных склонностях, которые могут играть серьезную роль в его политической деятельности.

Наши исследования показывают, что избиратели по-разному воспринимают и реагируют на различные социальные характеристики политиков. У каждого избирателя существуют свои доминантные способы восприятия социальных характеристик, например, через призму семьи, ближайшего окружения, поведения в социуме или принадлежности к определенному социальному слою и т. д. Для того, чтобы обеспечить наиболее полное восприятие политика избирателями, «подачу» его социальных характеристик обычно делают объемной и многоуровневой.

7. Символические характеристики политика

К символическим характеристикам политика можно отнести некие элементы – символы в образе политика, такие как трубка, головной убор, фасон и цвет одежды и т.д. К символическим характеристикам политика так же можно отнести качества и особенности его поведения, которые соответствуют мифологическим образам, а так же наиболее типичным ролям мужчин и женщин, заданных в обществе. Исследования показывают, что ряд жизненных «сюжетов» является весьма привлекательным для населения именно по причине принадлежности к мифологической интерпретации действительности, поскольку реализуется в символической сфере.

Шепель В. М.¹²⁵ считает, что в имиджологии существует длинный ряд символических образов (типов, прототипов), таких как «мистический тип», «учитель», «проповедник», «ученый»,

¹²⁵ Шепель В.М. Имиджология: Секреты личного обаяния. М.,1997.

«хозяйственник», «свой парень», «рыцарь», «хозяин», «аскет» и другие. По его мнению, если политик «вписывается» в этот образ, то это делает его восприятие более четким и понятным избирателям.

Ряд исследователей¹²⁶ считает, что наиболее древний прототип лидера как некий обобщенный образ, идеальное лицо, обладающее одобряемыми в обществе чертами, присутствует в концентрированной форме у каждого народа – это герой. Герой - это образец, он подает пример, внушает стойкость. Образ героя знаком всем с детства, он запечатлен в чувствах, мыслях и поступках. Герой - это обычный человек со всеми страстями и пороками, но этот обычный человек совершает подвиги не меньше, чем герои древности, подвиги эти связаны, прежде всего, с борьбой и победой над самим собой. В рамках мифологии, прямая обязанность героя – бороться со злом. Только в этом случае герой становится востребованным людьми. Поэтому в героической мифологии всегда присутствует логика «преодоления препятствий», логика «преодоления кризиса».

Символические характеристики политика мужчины могут так же рассматриваться в рамках универсальных архетипов К. Юнга. К. Юнг¹²⁷ определяет архетип через понятие коллективного бессознательного, образа мира, который храниться в голове у каждого, а в этом образе с течением времени выкристаллизовываются определённые черты, так называемые архетипы, или доминанты.

К. Юнг выделяет четыре основных мужских архетипа:

1. Физически и сексуально привлекательный мужчина.
2. Романтический мужчина.
3. Деятельный мужчина.
4. Мудрый старец.

Таким образом, мы считаем, что в рамках представленных архетипов, можно описать любого политика мужчину. В рамках этих

¹²⁶ Егорова-Гантман Е.В. Минтусов И. Политическое консультирование. Центр политического консультирования «Николо М», 1999.

¹²⁷ Юнг К. Г. Архитип и символ. М.,1991.

типов имидж политика будет более убедительным и привлекательным.

Надо заметить, что символические характеристики политика, являются достаточно устойчивыми и мало изменяемыми компонентами имиджа.

8. Политические характеристики политика

Политические характеристики политика связаны, прежде всего, с особенностями общественного развития и устройства общества, системой ценностей, целей и способов их достижения. Они включают в себя наличие или отсутствие организаторских качеств, политических взглядов и убеждений, политических целей и задач, отношения с оппонентами и последователями. Одной из важных политических характеристик политика является идеологическая составляющая образа. Идеологическая компонента может привлекать и заставлять голосовать за политика, даже тех, кто сомневается в его личностных качествах. В то же время она может заставить избирателя отказать в доверии даже тому, кого они положительно воспринимают как личность и как человека.

С одной стороны, отсутствие четкой идеологической платформы может негативно восприниматься избирателями, политик может обвиняться в непоследовательности, в отсутствие политических целей и ориентиров. С другой стороны, отсутствие четкой идеологической платформы, может облегчить процесс привлечения на свою сторону приверженцев разных взглядов и выступать «объединителем» различных идей и интересов.

Таким образом, актуализация политических характеристик политика в период избирательной кампании является сложным и не однозначным процессом.

Общая привлекательность политика

Привлекательность политика является одним из главных факторов формирования позитивного имиджа политика. Многие исследователи отмечают существование некоторого качества у политика, которое делает его личность неотразимой в глазах других и

позволяет осуществлять загадочное влияние на избирателей. Одни называют это качество обаянием, другие - харизмой.

На наш взгляд, харизма или обаяние политика есть является результирующей внешних, телесных, морально-этических, психологических, политических, профессиональных и деловых качеств политика. Важную роль здесь, конечно, играет общий позитивный эмоциональный настрой политика и умение убеждать. Как нам кажется, огромную роль в развитие такого качества как привлекательность, играет высоко развитая у политика потребность в аффилиации.

Мы представили совокупность основных характеристик, которые составляют структуру имиджа политика. Работа именно над этими группами характеристик поможет политику успешно формировать свой имидж и более эффективно строить взаимодействие с избирателями.

Характеристики и качества политика не являются единственным фактором формирования его имиджа. Надо признать, что имидж политика очень сложный социально – психологический феномен. Конечно, имиджа политика, во многом зависит от оценок избирателями представленных нами характеристик и качеств, но в формировании имиджа политика так же важную роль играют глубинные социально-политические установки, массовые стереотипы и различные феномены восприятия. Поэтому проблема имиджа политика тесно связана с проблемой социальной перцепции как процесса восприятия социальных объектов.

В процессе избирательной кампании каждый элемент имиджа политика проходит определенный фильтр восприятия избирателя. Каждый элемент соотносится с системой понятий, установок, представлений, культурных и исторических стереотипов. На процесс восприятия и формирования образа политика так же оказывают влияние мотивы и потребности избирателей, нормы и ценности, механизмы психологических защит, а так же различные культурные, религиозные и национальные традиции региона. Факторы, определяющие восприятие так же зависят от пола, возраста,

образования, профессиональной принадлежности и социального статуса избирателей.

По мнению Белицкой Г. Э., и Николаевой О. П.: «образ субъективен, принадлежит субъекту восприятия, поэтому неизбежно отражает специфику его жизненного опыта, интересов и установок. Представители различных социальных групп, ориентируются при оценке политиков на их разные качества. Кроме того, одна и та же оценка одного и того же политика может иметь зачастую прямо противоположное значение для разных социальных групп»¹²⁸. Это означает, что для успешного формирования имиджа политика надо учитывать все вышеописанные характеристики различных социальных групп и уже для каждой категории избирателей, с которой предполагается работать, выделять наиболее привлекательные качества кандидата. С помощью различных технологий и приёмов эти качества в ходе избирательной кампании акцентируются, усиливаются, модифицируются, видоизменяются, затушевываются или даже игнорируются. В итоге у каждого из избирателя складывается собственное представление о конкретном политике, уникальный образ.

Приведём лишь один эффект, который проявляется при восприятии политика - это «*эффект дотраивания информации*» путем приписывания причин поведения. Воспринимая политика, человек может поддаваться влиянию собственных установок или проецировать на политика собственные желания и стремления. В силу механизмов проекции, интроекции и идентификации каждый избиратель наделяет образ политика собственным, только ему известным смыслом. На формирование имиджа политиков может влиять наличие в сознании избирателей идеального образа политика.

Таким образом, на особенности формирования имиджа политика значительное влияние оказывает менталитет избирателей, включающий в себя усвоенные избирателями установки и

¹²⁸ Белицкая Г. Э., Николаева О. П. Многопартийные выборы в России: опыт психологического анализа. Психологический журнал. 1994, Том 15, № 6

стереотипы, существующие потребности и интересы, систему образов и представлений о мире.

Помимо оценки качеств и характеристик политика, особенностей восприятия и менталитета избирателей на формирование имиджа политика существенную роль оказывают *каналы и способы распространения информации*.

Существует три способа получения информации о политике – это личные встречи, СМИ и получение информации через других людей. По мнению Панасюк А.Ю., Почепцова Г.Г.¹²⁹, информация, которую избиратель получает непосредственно от личных контактов с политиком, называют прямой имиджформирующей информацией. Если избиратель получает информацию от других избирателей или через средства массовой информации, то эту информацию называют косвенной имиджформирующей информацией.

По мнению Андреевой Г.М., в построении образа социального мира и его субъектов СМИ играют огромную роль. «Они дают возможность передавать большие объемы информации на огромную аудиторию и тем самым охватывать не отдельных индивидов или отдельные группы, а именно массы»¹³⁰.

Особое значение СМИ играют в области политической социализации и ориентации человека в политической жизни: весь спектр политических партий и движений может быть представлен индивиду только через СМИ.

Получение информации о политике (партии) из СМИ для избирателей сопряжено с рядом сложностей:

- *Недоверие к СМИ*. Дилегенский Г.Г. пишет: «Огромная часть информации о фактах и субъектах общественно-политической жизни, обобщений и объяснений этих фактов просто не поддается проверке со стороны потребителей информации»¹³¹.

¹²⁹ Почепцов Г.Г. Имидж и выборы. Имидж политика, партии, президента. - Киев: АДЕФ, 1997. - с.- 5.

Панасюк А.Ю. Вам нужен имиджмейкер? М., 1998.

¹³⁰ Андреева Г.М. Социальная психология. М., Аспект пресс, 1996

¹³¹ Дилигентский Г.Г. Социально-политическая психология. М., Наука, 1994. с.-25.

- *Создание СМИ определённых образов с готовыми оценками.* В отличие от информации, получаемой в межличностном общении, информация в СМИ определенным образом структурирована. Это означает, что в той или иной степени эта информация уже прошла через выбор, классификацию, категоризацию фактов и явлений общественной жизни. Человек получает в результате интерпретацию информации, готовые образы явлений и политических лидеров.

- *Влияние собственников СМИ на подачу информации.* Это делает информацию предвзятой и тенденциозной.

- *Различные способы подачи информации.* Это связано с направленностью работы СМИ. Независимые, враждебные или ангажированные СМИ могут по-разному преподносить события.

- *Сознательные манипуляции общественным мнением со стороны СМИ.*

Таким образом, в ситуации, когда у избирателей возникает особый интерес к политику, а через СМИ они получают недостаточно информации или эта информация искажена, то эта информация распространяется с помощью передачи информации «из уст в уста». Замечено, что слухи возникают в той социальной среде или на той территории, где доверие к СМИ очень низкое.

В основе слухов, как способа и канала передачи информации, лежит социальное взаимодействие, основанное потребности в общении. Социальное взаимодействие, помимо потребности в информации, удовлетворяет большой набор потребностей. Возможность появления слухов определяется как минимум двумя факторами: заинтересованностью и неопределённостью. Событие, не предоставляющее интереса для избирателей, не способно инициировать слухи, а это значит, что слухи представляют собой желаемую информацию. Именно поэтому, слухи не редко становятся существенным фактором в формировании имиджа политика.

Сложность для процесса формирования имиджа политика, заключается в том, что нередко, информация, поступающая из СМИ, расходится с информацией поступающей через слухи. В результате

этих сложностей, в сознание избирателей попадает образ политика далекий от задуманного штабом кандидата.

Помимо оценки качеств и характеристик политика избирателями, особенностей восприятия и менталитета избирателей, каналов и способов распространения информации на формирование имиджа политика может оказывать социально – экономическая и социально-политическая ситуация в регионе (стране).

Если потребности, мотивы ожидания и интересы избирателей в значительной степени влияют на восприятие имиджа политика, то ситуация в регионе будет соответственно влиять на потребности и интересы избирателей. Таким образом, имидж политика, опосредованно будет зависеть и от социально-экономической, и от социально-политической ситуации в регионе.

Необходимо учитывать, что в каждом регионе существует свой набор политических ориентации, убеждений и воззрений, свои особенности социально - экономического развития, влияющие на качество жизни населения. При разработке концепции имиджа политика, безусловно, нужно учитывать эти особенности и соответствующий психологический настрой по отношению к определенным образам или политическим типам политиков. Потому что каждая социально – экономическая и социально-политическая ситуация в регионе (стране) требует различных качеств политика и эти требования, будут диктовать соответствующие запросы к имиджу политиков.

Важный аспект при формировании политического имиджа приобретают вопросы, связанные с пониманием типологии имиджа и присущих каждому типу имиджа специфических свойств.

Существует несколько классификаций имиджа, в основе которых лежат субъект - объектные отношения оценивающего и оцениваемого субъектов. Процесс формирования и коррекции политического имиджа напрямую зависит от методологического подхода к построению классификаций имиджа.

Типология Кудинова О.П.¹³² построена на степени учёта мнений избирателей об идеальном кандидате. Он выделяет следующие виды имиджа:

- *Пассивный имидж.* Имидж выстраивается на основе предпочтений избирателей. Для этого проводятся тщательные исследования, призванные выявить набор качеств, которыми должен располагать идеальный кандидат на выборную должность с точки зрения большинства избирателей. На основе выявления полного набора этих качеств формируется имидж, и определяются наиболее эффективные приемы донесения его до избирателей. Метод используется чаще всего для «раскрутки» малоизвестных кандидатов.

- *Активный имидж.* В качестве основы берется существующий имидж политика. Пропагандистская кампания направлена на то, чтобы, серьезно не изменяя имиджа политика, представить его наиболее приемлемым для жителей данного округа, то есть активно изменить саму психологическую реальность массового сознания. Чаще всего такой подход используется при продвижении известных политиков.

- *Ситуативный имидж.* Это изучение предпочтений избирателей и коррекция существующего имиджа кандидата в соответствии со стереотипами массового сознания населения, но при сохранении основы существующего имиджа политика. Такой метод чаще всего используется на практике и связан он с тем, что изменить имидж какого-либо лидера достаточно сложно, так как это требует не только больших материальных и временных затрат, но и часто сталкивается с сопротивлением самого кандидата, что и затрудняет работу имиджмейкеров.

Ильясов Ф. Н.¹³³ предлагает свою классификацию имиджа, которая включает:

¹³² Кудинов О.П. Основы организации и проведения избирательных кампаний в регионах России. - Калининград: Янтарный сказ, 2000.

¹³³ Ильясов Ф.Н. Политический маркетинг или как «продать» вождя. Полис, 1997, № 5.

- *Объективный имидж*. Это то впечатление о кандидате (его образ), которое уже есть у избирателей, на определённый момент времени.

- *Идеальный имидж*. Это такая совокупность качеств гипотетического кандидата, которая максимально отвечает конкретной предвыборной ситуации. Он должен отражать подсознательные стремления избирателей, вызывать безотчетную любовь.

- *Субъективный имидж*. Это представление кандидата о том, «кто и каков он из себя есть» в глазах избирателей. Это часть Я - концепции политика, которая содержит его представления о том, каким его воспринимают избиратели, то есть «Я в восприятии публики».

- *Моделируемый имидж*. Это тот имидж (образ), который пытается (планирует) создать команда кандидата.

Почепцов Г. Г.¹³⁴ предлагает следующую типологию имиджа:

- *Текущий имидж*. Он характерен для взгляда на политика со стороны. То есть это существующий имидж на определённый момент времени.

- *Желаемый имидж*. Это имидж, к которому надо стремиться.

- *Зеркальный имидж*. Это имидж, который свойственен нашему представлению о себе.

- *Идеальный имидж*. Он представляет из себя усредненные представления электоральных групп о качествах желаемого лидера.

Типология Сампсона Е.¹³⁵ включает такие типы имиджа, как:

- *Воспринимаемый имидж*. Это имидж, связанный с оценками других людей.

- *Требуемый имидж*. Это имидж, который связан с ожиданиями людей.

- *Самоимидж*. Этот имидж связан с нашим прошлым опытом и соответствующими самооценками.

¹³⁴ Почепцов Г.Г. Имидж и выборы. Имидж политика, партии, президента. - Киев: АДЕФ, 1997. - с.- 5.

¹³⁵ Sampson E. The image factor. London, 1994.

Жмыриков А. Н.¹³⁶ предлагает классификацию имиджа политика в зависимости от периода проведения избирательной кампании:

- *Первичный имидж*. Это имидж, который отражает изначальные ожидания электората. Первичный имидж – комплексное представление о конкретном политическом лидере как индивиде, личности, субъекте политической деятельности, отраженное в сознании избирателей по результатам первичного знакомства.

- *Вторичный имидж*. Он отражает те же ожидания электората, но изменившиеся в ходе конкурентной борьбы за роль лидера. Вторичный имидж, сохраняя базовые черты первичного имиджа, добавляет новые, поверхностные, отражающие реалии складывающейся в избирательной ситуации. Вторичный имидж возникает только в процессе конкурентной борьбы нескольких лидеров. Это отражение в сознании электоральной группы компромисса между стремлением обрести лидера, образ которого зеркально отражает идеал, и желанием избежать лидера, образ которого в большей степени противоречит идеальному представлению.

В аспекте изучаемой темы, нельзя не отметить классификацию, которую предлагает Панасюк А. Ю.¹³⁷:

- *Личностный имидж*. Это мнение о характерологических качествах человека.

- *Профессиональный имидж*. Это есть мнение о человеке как профессионале.

Опыт работы над исследованием имиджа политиков, проведенный Гришиным Е.В., показывает, что для создания эффективной концепции имиджа политика и успешного формирования и коррекции имиджа в рамках избирательной кампании, необходимо учитывать следующие типы имиджей:

- *Имидж, основанный на самооценках политика*. Этот тип имиджа включает информацию о том, как сам кандидат оценивает

¹³⁶ Жмыриков А.Н. Как победить на выборах. Обнинск, 1995.

¹³⁷ Панасюк А.Ю. Вам нужен имиджмейкер? М., 1998.

себя и каковы его знания о том, какое впечатление он производит на своих избирателей.

- *Сложившийся имидж политика.* Это тот имидж, который уже существует в сознании избирателей на момент старта избирательной кампании.

- *Идеальный имидж.* Этот тип имиджа, включает характеристики, которые привлекательны для большинства избирателей в этом регионе и связаны с их ожиданиями.

- *Создаваемый имидж.* Это тип имиджа, который нужно и можно создать в соответствующих условиях избирательной кампании, при имеющихся ресурсах, чтобы получить максимальный результат.

На основе приведенных типологий можно сделать вывод, что имидж - это психический феномен, который можно описать как некоторое представление избирателей о политике и отношении избирателей к политику. Одновременно имидж политика можно отнести к социальному феномену, потому что в процессе избирательной кампании происходит взаимодействие политика с населением и в этом взаимодействии выделяются некоторые общие характеристики имиджа политика.

Основная сущностная характеристика имиджа политика заключается в том, что имидж представляет собой образ. Этот образ представляет собой субъективное отражение различных характеристик политика в сознании избирателей. Важным является то, что имидж он представляет собой *целостный* образ, который соотносится со своим прообразом как с целым, а не с отдельными его свойствами. То есть имидж политика включает в себя всё, как политик выглядит, говорит, смеётся, одевается, двигается и даже пахнет.

Р. Ф. Фуре¹³⁸, предполагает, что имидж при помощи ассоциаций, наделяет объект дополнительными ценностями (социальными, психологическими, эстетическими и т.д.), необязательно имеющими

¹³⁸ Фуре Р.Ф. Имидж политического лидера: Психологическая структура и пути оптимизации. Дисс. канд. психол. наук. - М., 1996.

основания в реальных свойствах самого объекта, но обладающими социальной значимостью для воспринимающего такой образ.

И. Э. Белоусова¹³⁹ в контексте исследования этнопсихологических факторов эффективности политического имиджа считает, что имидж обладает манипулятивными свойствами. Она рассматривает имидж в аспекте его восприятия, с точки зрения заключенных в нем возможностей психологического воздействия на воспринимающих его субъектов.

Исследования Гришина Е.В.¹⁴⁰ показывают, что в избирательной кампании очень важно учитывать такое свойство имиджа как устойчивость. Так как имидж, будучи сформированным, способен существовать и в отсутствие субъекта, являющегося его прообразом и при этом оказывать сильное воздействие на избирателей.

Символическая природа имиджа политика, является важнейшей его характеристикой. В проведенных исследованиях Гришина Е.В., показано, что символическая природа имиджа характеризуется достаточно сложной и опосредованной связью с самим политиком. Это, с одной стороны, усложняет механизм влияния имиджа на поведение избирателей, а с другой, несет большие возможности в модификации электорального поведения.

По мнению Гришина Е.В.¹⁴¹, особого внимания заслуживает такая характеристика имиджа, как оценочность, которая выражается в том, что имидж всегда предполагает определенную оценку, которая даётся политику. Имидж предполагает формирование определенного мнения о политике. Мнение и оценка могут формироваться как по отношению к политику в целом, так и по отношению к его отдельным характеристикам и качествам.

¹³⁹ Белоусова И.Э. Этнопсихологические факторы эффективности политического имиджа. Автореферат. канд. психол. наук. -М., 2000.

¹⁴⁰ Гришин Е. В. Идеальный образ политического лидера в сознании избирателей как фактор, определяющий имидж. Социальная психология: практика, теория, эксперимент, практика. Ярославль: МАПН, 2000. Т.1. с. 157-162.

¹⁴¹ Гришин Е. В. К вопросу о качественных исследованиях: слухи. Информационный бюллетень «Контакт». М. 2001. №9 с. 56-61.

Ряд исследователей выделяют такую характеристику имиджа, как возможность познания (информирования) политика через его имидж. Например, Маркин В. М.¹⁴² считает, что одним из главных свойств имиджа является возможность передать (через определенные имидж - сигналы) информацию о себе, о своих истинных (личностных и профессиональных) устоях, идеалах, планах, деяниях.

Но вместе с тем, отдельные авторы, такие как Почепцов Г.Г.¹⁴³, подчеркивают, что имидж может включать не только те качества, которые объективно присущи прообразу, но также специально выработанные, созданные, сформированные в расчете на то, чтобы создать определенное впечатление, вызвать определенную реакцию аудитории. Поэтому можно сделать вывод, что имидж имеет свойство не только передавать информацию о прообразе, но и скрывать, искажать или изменять реальность. В практике избирательных кампаний, действительно, имидж используется для того, чтобы, с одной стороны, передавать информацию о политике, с другой, расставить акценты по отношению к определенным характеристикам политика, которые и фиксируются в имидже.

В практике избирательных кампаний необходимо так же учитывать такие характеристики имиджа политика, как индивидуальность, активность, динамизм, эмоциональная окрашенность, а так же включение в имидж неадекватных характеристик.

Индивидуальность имиджа проявляется в том, что он всегда выражает неповторимость, уникальность субъекта-прообраза. Активность имиджа связана с тем, что он способен воздействовать на сознание и поведение избирателей, благодаря чему широко используется в целях воздействия на электоральное поведение. Такая характеристика, как динамизм имиджа политика, говорит о его изменчивости, гибкости, ситуативности, а так же зависимости от

¹⁴² Маркин В.М. "Я" как личностная характеристика государственного служащего. - Имидж: госслужбы. - М.: АТС, 1996. с. – 122.

¹⁴³ Почепцов Г.Г. Имиджелогия. - М.: Рефл-бук, Киев: Ваклер, 2000. с. – 34.

изменений в самом прообразе или от изменений в восприятии избирателей. Восприятие имиджа политика избирателями облегчается, если характеристики и идеи политика предлагаются в эмоционально-образной форме. Отсюда можно выделить такое свойство имиджа политика, как эмоциональная окрашенность. Направленность эмоционального отношения к политику может быть как положительной, так и отрицательной. Специалисты по имиджу всегда стремятся к некой «идеализации» образа политика и поэтому наделяют его дополнительными ценностями, отсюда следующее свойства имиджа - приписывание ему неадекватных характеристик.

Таким образом, можно выделить следующие основные характеристики имиджа политика, которые играют принципиальную роль, с одной стороны, в его понимании, а с другой, в возможности его формирования и коррекции:

- *Информативность имиджа политика.* Эта характеристика связана с его возможностью информировать избирателей о политике и его различных качествах.

- *Целостность имиджа политика.* Эта характеристика связана с возможностью представлять отдельные, изолированные характеристики политика в сознании избирателей в виде целостного образа.

- *Индивидуализация имиджа политика.* Эта характеристика говорит о неповторимости и уникальности политика.

- *Ситуативность имиджа политика.* Эта характеристика говорит о гибкости имиджа и возможности его изменений в конкретных условиях.

- *Устойчивость имиджа политика.* Эта характеристика связана со способностью имиджа, будучи сформированным, оказывать воздействие на избирателей и в отсутствие политика.

- *Активность имиджа политика.* Характеристика представляет способность имиджа влиять на поведение избирателей.

- *Символичность имиджа политика.* Характеристика представляет собой не механическую копию политика, а опосредованный образ, выраженный в культурных символах.

- *Оценочность имиджа политика.* Как характеристика выражается в том, что на основе его восприятия выносятся оценка политику.

Проведенный анализ типов имиджа и его различных характеристик не дает универсального ответа на вопрос о том, какими характеристиками должен обладать политик, чтобы побеждать на выборах. Очевидно, что у каждого политика есть свои главные позитивные характеристики, вокруг которых и строится его образ. Для одного - это идеологические и политические составляющие, для другого - морально-этические и нравственные принципы, для третьего - его личностные и психологические качества.

Понимание и учёт характеристик имиджа и факторов, влияющих на его формирование, помогают политику и его команде более эффективно строить взаимодействие с избирателями, не тратя лишнего времени на коррекцию тех элементов имиджа, которые в малой степени влияют на его образ в целом.

Процедура формирования имиджа политика в избирательной кампании, включает в себя обязательный учёт и проработку совокупности всех факторов (характеристик политика, особенностей восприятия и менталитета избирателей, каналов и способов передачи информации, социально-экономической и социально-политической ситуации), влияющих на этот процесс. Помимо этого процедура формирования и коррекции имиджа, является постоянным процессом, в котором, с одной стороны, происходит акцентуация определенных характеристик политика, а с другой, формируются критерии оценки кандидата избирателями, совпадающие с его позитивными характеристиками. То есть это процесс постоянной координации и трансформации возможностей политика, ожиданий среды и возможностей команды политика адекватным образом этим процессом управлять.

7.9. Психологические технологии управления электоральным поведением

На современном этапе, в практике избирательных кампаний большое распространение получили политические манипуляции, которые являются одним из древнейших способов осуществления власти. В известном смысле политика - это искусство манипулировать людьми. По мнению Е.Л. Доценко¹⁴⁴, политические технологии не могут не быть манипулятивными.

Одно из направлений управления электоральным поведением связано с управлением восприятием избирателей, которое подразумевает изменение системы образов, представлений и стереотипов, лежащих в основе их поведения.

Для изменения восприятия избирателями политической реальности применяются различные технологии и приёмы.

К одной из групп приёмов воздействия на избирателей, можно отнести приёмы, использующие закономерности восприятия, разработанные в когнитивной психологии, например:

- Левый объект всегда кажется более большим, чем правый.
- Светлая фигура кажется более приближенной, чем тёмная.
- Верхняя фигура кажется меньше нижней.
- В центре композиции элемент висит меньше, хотя имеет большую значимость.
- Вертикальные элементы переоцениваются.
- Длинноволновый спектр наиболее тяжёлый.
- Контрастно-иллюзорная или ассимилятивно-иллюзорная установки должны использоваться для эффективного размещения информации в перцептивном поле и т.д.

¹⁴⁴ Доценко Е.Л. Психология манипуляции. – М.: МГУ, 1996. – 58 с.

Эти закономерности восприятия, чаще всего используются в процессе разработки и изготовления визуальной продукции (буклеты, листовки, брошюры, плакаты и т.д.).

Довольно широкое распространение получили методы воздействия, получившие в социальной психологии название перцептивных ошибок или эффектов.

Гозман Л.Я., Шестопап Е.Б.¹⁴⁵ описывают наиболее распространённые перцептивные ошибки и эффекты, которые очень часто используются в избирательных кампаниях:

«Гало-эффект», или *«эффект ореола»* - это распространение в условиях дефицита информации о человеке общего оценочного впечатления о нём на восприятие его поступков и личностных качеств. *«Гало-эффект»* может выступать в форме позитивной оценочной пристрастности. Если первое впечатление о человеке в целом благоприятно, то в дальнейшем всё его поведение, черты и поступки начинают переоцениваться в положительную сторону. Этот эффект может проявиться и в форме негативной оценочной пристрастности. При первом негативном впечатлении о человеке даже его положительные качества и поступки в последующем не замечаются или недооцениваются на фоне чрезмерного внимания к недостаткам.

«Эффект недавности», заключающийся в том, что по отношению к знакомому человеку наиболее значимой оказывается последняя, тем более новая, информация о нём, тогда как по отношению к незнакомому человеку более значима первая информация.

«Эффект контраста» - это тенденция оценивать людей или объекты путем сравнения их с характеристиками недавно наблюдаемых людей и объектов.

«Эффект центра» - это тенденция оценивать людей, избегая крайних суждений, и т.д.

¹⁴⁵ Гозман Л.Я., Шестопап Е.Б. Политическая психология. Ростов-на-Дону, 1996.

Таким образом, можно говорить о том, что в практике избирательных кампаний знание механизмов формирования отношения людей к конкретному политику позволяет определить ожидания, связанные с его деятельностью, а также границы, за которыми поступки и решения лидеров могут вызвать неприятие проводимого ими курса и резкую смену настроений в обществе.

В практике избирательных кампаний выделяют ещё два основных направления (совокупности методов и приемов) психологического воздействия, целью которых является изменение поведения избирателей - это убеждение и внушение.

Убеждение - это коммуникационный метод воздействия на сознание личности через обращение к ее собственному критическому суждению. Убедить – значит, добиться с помощью логического обоснования предлагаемого суждения согласия индивида или группы с определенной точкой зрения. Основу метода убеждения составляет отбор, логическое упорядочение фактов и выводов.

Убеждение может быть особо действенным, если высказывания авторитетов имеют для реципиентов значимость и включены в систему их жизненных ценностей.

Предлагаем к вашему вниманию одну из наиболее распространённых классификаций аргументов, которой пользуется коммуникатор при воздействии на аудиторию:

1. «Основательные», неопровержимые факты, которые подводят аудиторию к оценке предлагаемого вывода как правильного, истинного, либо позволяют сделать такой же вывод самостоятельно.

2. Аргументы, содержащие «позитивную» апелляцию к психическому удовлетворению, которое дает принятие предлагаемой информации.

3. Аргументы, в которых заключена «негативная» апелляция, привлекающая внимание к неприятным последствиям, которые могут возникнуть из-за того, что информация не будет принята.

Убеждение, представляя собой широко распространенный способ воздействия на общественное сознание, не является единственным методом побуждения к принятию предлагаемой информации. В практике массовой коммуникации убеждение дополняется внушением, которое в отличие от убеждения определяется не только и не столько содержанием информации, сколько ее внешней формой, выразительностью, подчеркивающей смысловую значимость и эмоциональную окраску сообщений.

Внушение - вид психического воздействия, словесного или образного, вызывающего некритическое восприятие или усвоение какой-либо информации. При этом информационное воздействие организуется так, чтобы мысль, представление, образ непосредственно входили в сферу сознания и закреплялись в ней как нечто данное, несомненное и уже доказанное.

Исследователями сформулированы требования по практическому осуществлению внушающего воздействия через массовую коммуникацию и разработаны конкретные приемы внушения в пропаганде и рекламе. Суть этих требований сводится к следующим основным положениям:

1. Внушение признается сознанием, если внушаемое совпадает с психическими нуждами и потребностями, испытываемыми реципиентами.

2. Принятие сознанием внушающего воздействия оказывается более вероятным, если его содержание согласуется с нормами группы, которой адресуется информация. Когда люди, не имеющие своей точки зрения по какому – либо вопросу узнают мнение большинства, то в большинстве случаев они разделяют это мнение.

3. Если содержание внушающего воздействия совпадает с психической потребностью людей идентифицировать себя с большинством, то оно с более высокой вероятностью принимается их сознанием.

4. Вероятность внушающего воздействия повышается, если коммуникатор выступает как представитель и защитник интересов народа.

5. Вероятность принятия внушающего воздействия повышается, если источник информации ассоциируется в сознании аудитории воспринимается престижным и имеющим высокий статус.

6. Эффект внушающего воздействия возрастает, если предоставление информации подкрепляется логическими доводами.

У разных исследователей мы встречаем довольно обширный набор приемов, связанных с этими двумя направлениями психического воздействия. Мы остановимся лишь на наиболее распространенных из них/

Метод «использования подсознательных и подпороговых информационных стимулов» различных модальностей: аудиальных, визуальных, аудио-визуальных, тактильных. В психологии известны универсальные побудители поведения населения. К ним относятся такие человеческие чувства и мотивы, как потребность в безопасности, пище, объединении с другими людьми и группами, во власти и достижении, чувство гордости и потребность в самоуважении. Часто движет людскими поступками стремление к уюту и повышению статуса, враждебность к «другим» и желание комфорта, в том числе и психологического, потребность в защите и контроле над событиями и людьми, контроле над собственной жизнью.

Метод «фрагментации» состоит в подаче информации единым потоком, так что какую-либо тенденцию уловить довольно сложно, а массовому потребителю практически невозможно. Максимальным выражением метода фрагментации служит прием «Белый шум» – снижение восприятия фактов подачей такого количества новостей, когда становится невозможным сделать их сортировку. «Шум» может создаваться обилием разноречивых комментариев, обилием противоречивых мнений, не опирающихся на какие-либо точные и

проверяемые факты. «Шум» может создаваться через оснащение фактов сложными теоретическими выкладками, заумными комментариями.

Метод «искажения информационного потока». Наиболее часто встречающимися из них являются: искажение информации, как в форме откровенной лжи, так и в облеченной форме частичного искажения; использование понятий, которые находятся близко в семантическом поле к тем, которые бы объективно отражали реальность, но в силу некоторого отдаления не отражают ее; использование в аргументах фактов, специально подобранных, но без учета других, которые могли бы опровергнуть выдвигаемую точку зрения. Часть информации в политической рекламе с использованием манипулятивных технологий может быть преднамеренно скрыта от населения.

Метод «оценки». Человек не затруднит себя оценкой событий, которые к нему лично отношения не имеют. Средства массовой коммуникации облегчают ему жизнь, они избавляют его от принятия собственного решения. Существует много способов, позволяющих подать выгодную манипулятору информацию под видом объективной.

- «Якорь» - сомнительную информацию надо присоединить к положительной ценности.

- «Упаковка» - новость сомнительная «упаковывается» в положительном ряду новостей.

- «Приведение примера» - приведение конкретного доказательства и истинности переданного суждения.

- «Присоединение» – разговор политика о проблемах и чаяниях избирателей.

- «Шаблоны переживаний» - человек настолько ленив, что сформировать личные переживания на какой-то лично не затрагивающий его предмет может не потрудиться. Специалисты в области политтехнологий навязывают шаблон переживаний: достаточно показать на фоне разрушенного селения плачущую женщину, и оценка события будет получена.

- «Словесные формулы» - люди восприимчивы к кратким сжатым словесным формулировкам.

- «Обобщение» – демонстрация того, что приведенная ранее информация не случайна, а имеет тенденцию стать закономерной.

Метод «ввода политической информации в категорию секретной». С помощью преднамеренных утечек повышают ее статус и воздействие на аудиторию как особо правдивой и существенной. Сообщение, касающееся любого политического вопроса, значимого для населения, идет в режиме частичной информации при сокрытии значимых фрагментов, и это воспринимается как норма, поскольку люди понимают, что часть информации может быть секретна или конфиденциальна.

Метод «создания фактов» заключается в соединении действительных происходивших правдоподобных, действительных происходивших неправдоподобных и выдуманных правдоподобных фактов. Как только сомнения аудитории по поводу фактов второй категории будут развенчаны, она без колебаний поверит фактам третьей категории. Кроме того, следует иметь в виду, что факты можно создавать и в самом прямом смысле. Существует понятие «псевдособытие», которое происходит не само собой, а потому, что кто-то запланировал, подстроил или спровоцировал его с целью переключить общественное мнение.

Метод «исторических аналогий». Это метод связан с приведением примеров и аналогий из нашей истории. Надо заметить, что в истории можно откопать почти любой необходимый пример. Метод исторических аналогий, к тому же, в немалой степени помогает в конструировании метафор, программирующих объект воздействия.

Метод «усиления идентификации личности с группой». Людям свойственно идентифицировать себя с группой, чувствовать себя «одним из многих». Это создает ощущение большей безопасности в мире, притупляет чувство одиночества.

Метод «забрасывания грязью» заключается в подборе таких эпитетов и такой терминологии, которые дают предмету разговора

жестко негативную этическую оценку. Этот метод причисляется к самым грубым пропагандистским приемам, но, тем не менее, чаще других используется в нынешней политической борьбе.

Метод «психологического давления, нажима на личность». Практически это сводится к закреплению одних и тех же условных рефлексов. Метод основан на использовании стереотипов, которые являются в некоторой степени стимулами, призванными вызывать несложные и немедленные реакции. В этом их назначение. Поэтому необходимо, чтобы воздействие на сознание людей было интенсивным и постоянным, непрерывным в течение некоторого периода времени.

Метод «подтасовки фактов». При этом каждый из таких фактов может быть верным, но в сочетании они дают неправильное, искаженное представление о действительности. Иногда применяется модификация этого приема - упрощение фактов с целью формирования образов и стереотипов, исходя из убеждения, что чем примитивнее подаются факты, тем легче они запоминаются и удерживаются в сознании. Таким образом, факты подаются в препарированном виде, где отсечена вся «ненужная», с точки зрения политика, информация. Наряду с этим приемом применяется прием преувеличения, нацеленный на дополнительное акцентирование события, преувеличение его значения в жизни самого населения. Применяют так же прием «основательные», неопровержимые факты, которые подводят аудиторию к оценке предлагаемого вывода как правильного, истинного, либо позволяют сделать такой же вывод самостоятельно.

Метод «ограниченного совпадения точек зрения» заключается в том, что точка зрения, целиком поддерживаемая общественным мнением, не атакуется, даже если она не устраивает манипуляторов – работа ведется исподволь. За основу берутся уже имеющиеся точки зрения и поэтапно «конвертируются» до приемлемых.

Метод «утечки секретной информации». Утечки информации, якобы полученной из надежных, но «анонимных источников», организуются чаще для того, чтобы провести зондаж общественного

мнения по тому или иному вопросу. В случае негативной реакции общественное мнение подвергается дополнительной обработке, чтобы подготовить его к определенной политической акции. А если реакция крайне негативна, то всегда есть возможность «опровергнуть» сенсационную информацию, объявив ее «досужими выдумками журналистов».

Метод «объективного подхода» заключается в подборе фактов и умелом их комментировании – путем добавления или исключения некоторых малоизвестных фактов можно не только «выявить» несуществующую тенденцию, но и «запустить» ее на самом деле.

Метод «семантического манипулирования». Суть его в тщательном отборе слов, вызывающих либо позитивные, либо негативные ассоциации и таким образом влияющих на восприятие информации.

Метод «дезинформации». Довольно грубый, но эффективный прием манипуляции. Сила его в том, что дезинформация используется, как правило, в момент принятия какого-либо важного решения и когда будет известна правда – цель дезинформации уже будет достигнута. Как правило, опровержение дезинформации проходит в большинстве случаев незаметно и уже не влияет на сформированную ложью социально-психологическую установку.

Метод «замалчивания информации». Метод предполагает замалчивание информации, невыгодной для политика или партии.

В последние годы для воздействия на восприятие избирателей в избирательных кампаниях получили широкое распространение разработки из сферы психолингвистики, суггестивной лингвистики, нейролингвистического программирования, эриксоновского гипноза. Их воздействие рассчитано на бессознательную сферу человека и поэтому отличаются высокой эффективностью.

Ситников А. П., Огарь И. В., Бахвалова Н. С.¹⁴⁶, в своей работе «Политический консалтинг» вводят понятия Милтон-моделирования

¹⁴⁶ Ситников А. П., Огарь И. В., Бахвалова Н. С. Политический консалтинг. Издательский дом ГУ ВШЭ. М. – 2004. – 624с.

и мета-моделирования. Они определяют моделирование как процедуру или процесс использования определённых методик и способов передачи информации. Мета-моделирование это использование информации высокой точности, которая создаёт у партнёра однозначный аналоговый имидж, то есть точное и адекватное понимание сообщений. Милтон-моделирование это использование информации низкой точности, которая не имеет аналоговой образности. Информация высокой точности передается языком, называемым мета-модельным, а информация низкой точности милтон-модельным языком.

Ситников А. П., Огарь И. В., Бахвалова Н. С.¹⁴⁷ считают, что мета-язык, как методика передачи информации, может более точно обеспечить соответствие знакового и аналогового образов восприятия. А Милтон-язык ставит целью размыть ту или иную информацию для более индивидуального ее восприятия с целью создания возможности многозначного толкования и представления.

По мнению исследователей¹⁴⁸, обе языковые модели необходимы и решают определённые коммуникативные задачи в зависимости от конкретных условий и целей. Например, Милтон-моделирование используется в дипломатии и международных отношениях, психотерапии и других сферах, в том числе в политике и политическом консалтинге. А мета-моделирование используется в таких сферах как конструирование технических описаний, подробное описание процессов высокой точности (для специалистов), язык грамотного управления, юридический язык, язык точных наук, медицина и др.

Петропавловский Н. Н., Ситников А. П., Артемьев М. А., Гафт В. И.¹⁴⁹ рассматривают набор когнитивных стратегий, которые могут использоваться в избирательных кампаниях разного уровня. В основе этих стратегий лежат приёмы управления восприятием избирателей с

¹⁴⁷ Там же

¹⁴⁸ Там же

¹⁴⁹ Петропавловский Н. Н., Ситников А. П., Артемьев М. А., Гафт В. И. Самый короткий путь к власти. – Таганрог: Сфинкс, 1995. с. 256.

помощью семантического манипулирования (изменения значения слов) с использованием технологий мета- и милтон - моделирования.

К наиболее распространённым приёмам, применяемых в избирательных кампаниях с использованием технологий мета- и милтон - моделирования описанных различными авторами ¹⁵⁰, ¹⁵¹ мы относим следующие:

«Приём «Обобщение».

Суть приёма заключается в демонстрации того, что приведенная информация не случайна, а имеет тенденцию стать закономерной.

Пример: «Это происходит постоянно».

Эта фраза часто используется для обвинения оппонентов в злоупотреблениях, нарушениях закона и т.д.

Приём «Акцентирование».

Суть приёма заключается в привлечении внимания аудитории к нужной части передаваемой информации.

Пример: «Обратите внимание именно на это....».

Прием используется в выступлениях и дискуссиях для того, чтобы выделить нужную часть информации.

Приём «Самообвинение».

Суть приёма заключается в признании собственных ошибок, во-первых, для того, чтобы выглядеть обычным человеком, допускающим ошибки, во-вторых, для того, чтобы критика оппонентов не выглядела жёсткой.

Пример: «В работе я тоже допускаю ошибки....».

Приём «Повтор».

Суть приёма заключается в повторении информации. Используется для того, чтобы информация лучше запомнилась и выглядела более убедительной.

Пример: «Хочу ещё раз повторить.....».

Приём «Присоединение-отстройка».

¹⁵⁰ Там же.

¹⁵¹ Ситников А. П., Огарь И. В., Бахвалова Н. С. Политический консалтинг. Издательский дом ГУ ВШЭ. М. – 2004. – 624с.

Суть приёма заключается в присоединении к аудитории и отстройке от оппонентов.

Пример: «Я как и многие здесь, родился в деревне и работал на заводе, а они(оппоненты) не выходили из кабинетов...»

Приём «Уход».

Суть приёма заключается в обсуждения темы в целях позитивного имиджа.

Пример: «Вполне возможно, но я не слышал об этом... ».

Приём «Предвидение».

Суть приёма в использование высказываний, подразумевающих, что говорящий знает о проблемах избирателей.

Пример: «То, что я говорю, будет для вас важным ».

Приём «Связывание смыслов».

Суть приёма заключается в объединение по причинно-следственной связи явлений, практически не имеющих отношения друг к другу.

Пример: «Вы слышите мою речь и начинаете понимать, что они... ».

Приём «Кавычки».

Суть приёма заключается в том, что в свой рассказ вы встраиваете историю, в которой вы проявляете себя с положительной стороны.

Пример: «Так получилось, что мне пришлось помогать ...»

Приём «Прикрыться авторитетом».

Суть приёма заключается в том, что вы рассказываете о контактах, связях, встречах с авторитетными для аудитории людьми.

Пример: «Недавно я встречался с губернатором, и мы обсуждали.....».

Приём «Использование номинализаций».

Суть приёма заключается в использовании номинализации. К номинализации относят существительные, которые не имеют конкретного значения, но всегда эмоционально окрашены.

Пример: «Страна идёт к катастрофе... ».

Приём «Опущение обстоятельств».

Суть приёма заключается в пропуске различных обстоятельств событий и явлений, для того чтобы у аудитории возникали стандартные интерпретации.

Пример: «Он с детства был упорным и настойчивым...».

Приём «Использование модальных операторов возможности и долженствования».

Суть приёма заключается в использовании модальных операторов «можете», «должны». Эти слова обладают гипнотическим воздействием. Они могут вселять силы, формировать чувство необходимости.

Пример: «Вы должны собраться и проголосовать, только так вы сможете изменить ситуацию...».

Приём «Ложный выбор».

Суть приёма заключается в предложении аудитории несколько вариантов выбора, с предоставлением возможности осуществить этот выбор. Во все варианты встроено необходимое вам действие. Возникает иллюзия свободы выбора.

Пример: «Вы можете встать утром и пойти на избирательные участки, а можете это сделать вечером...».

Приём «Использование трюизмов».

Суть приёма заключается в использовании трюизмов – утверждений полностью соответствующих действительности.

Пример: «Экономический рост экономики и выход из кризиса это реальность».

Приём «Использование двусмысленности».

Суть приёма заключается в использовании скрытых команд, которые воспринимаются на подсознательном уровне.

Пример: «Мы сегодня не будем говорить о нарушении законов нашими оппонентами».

Приём «Использование метафор»

Суть приёма заключается в цитировании со ссылкой на автора. Этот приём повышает вес аргументов и суждений.

Приём «Невербальное обозначение».

Суть приёма заключается в выделении части высказывания, которое является важным для выступающего невербальным сигналом.

Акцент делается с помощью интонации, паузы, мимики, жеста и др.

В своей работе «Самый короткий путь к власти», Петропавловский Н. Н., Ситников А. П., Артемьев М. А., Гафт В. И. рассматривают синтаксические приемы прикладных политических психотехнологий. Они считают, что для максимально успешного взаимопонимания с избирателями необходимо соблюдать и использовать основные постулаты мета-моделирования:

- Постулат «информативности».

Информация не должна быть общеизвестна, она должна представлять интерес для публики.

- Постулат «неполноты описания».

Необходимо выявлять главное в любой информации.

- Постулат «тождественности».

Информация должна быть понята и передана в одном контексте.

- Постулат «детерминизма».

При передаче информации сохранять причинно-следственные связи.

- Постулат «общей памяти».

Обе стороны должны иметь набор общих знаний о мире.

- Постулат «прогностических способностей».

Обе стороны должны уметь строить планы на будущее.

- Постулат «истинности».

Все сообщения должны соответствовать реально существующим явлениям.

- Постулат «релевантности».

Сообщение не должно прерываться отклонениями от темы.

- Постулат «ясности».

Сообщение должно быть однозначно и ясно понимаемо.

- Постулат «мотивированности».

Передаваемая информация должна сопровождаться оценкой говорящего и пояснением мотива передачи этой информации¹⁵².

Надо отметить, что, не смотря на то, что человек или группа людей поддаются убеждению и внушению манипуляция политическим восприятием не может длиться до бесконечности. У людей существуют психологические защиты, которые работают даже на бессознательном уровне. Психологические защиты вступают на защиту личности от различных психических травм и негативных воздействий. Поэтому воздействие на массовое сознание может сопровождаться различными негативными эффектами.

Е. Л. Доценко¹⁵³ описывает ряд отрицательных эффектов, которые могут быть вызваны чрезмерной манипуляцией восприятием избирателей:

- Эффект «наркотизации» (в основном ТВ). Человек с экрана получает суррогатные события. В результате человек теряет активность. Эффект типичен для нашего времени в молодежной среде.

- Эффект «приватизации». Человек получает много гнетущей, печальной информации. Реакция на чеченские события - люди равнодушны. Эта информация невыносима.

- Эффект «замедленного действия». Сильный раздражитель, содержащий не популярную идею, сработает не сразу.

- Эффект «спящий». Человек, воспринимающий информацию, быстрее забывает источник, чем саму информацию.

- Эффект «бумеранга». Вызывание эффекта противоположного желаемому. Демонстрация антинаркотического фильма вызвала рост наркомании. Русская ментальность парадоксальна.

- Эффект «насыщения». Долго держать монетку на ладони, то перестаешь ее чувствовать. Этот эффект ярко проявляется в эмоциональных группах. В период социальных потрясений.

¹⁵² Петропавловский Н. Н., Ситников А. П., Артемьев М. А., Гафт В. И. Самый короткий путь к власти. – Таганрог: Сфинкс, 1995. с. 256.

¹⁵³ Доценко Е.Л. Психология манипуляции. – М.: МГУ, 1996. – 58 с.

- Эффект «реактанс». Если человек, понимая, что на него воздействуют, реагирует протестом. У него нет своей позиции, он ее не сформировал, но он не хочет принять и ту, которую ему навязывают.

Влияние этих эффектов на восприятие избирателей необходимо учитывать при разработке тех или иных приемов воздействия.

Нельзя забывать о том, что все средства и приёмы хороши в меру, основной задачей современных политтехнологов является целесообразное использование методов воздействия, учитывая все особенности и последствия этих воздействий для психики избирателей.

Проблема восприятия гражданами образов политиков и политических партий является важнейшей проблемой в функционировании всех политических институтов. Политический выбор граждан во многом определяется характеристиками такого психологического процесса как восприятие, поэтому это явление заслуживает дальнейшего.

ПОЛИТИЧЕСКОЕ ПОЗНАНИЕ

8.1. Специфика сбора и усвоения социально-политической информации. Проблема восприятия в политической психологии

Политическая деятельность в любом ее проявлении имеет в основе знания и представления о мире политики, а также психологические механизмы получения этих знаний. Именно потребность в ориентации, т.е. в познании внешнего социального мира, получении в информации о нем «стоит за политической деятельностью», «составляет психологическое существо различного рода политических учений, теорий, идей», удовлетворяющих «латентную живущую, в каждом человеке страсть - знать, где он находится, в каком направлении проявлять активность, какими методами изменять свое положение в политическом, экономическом, правовом пространстве»¹⁵⁴.

Объектом политического познания являются «социальные отношения и их конкретные проявления в форме многообразных общественных и политических событий и процессов. Иными словами, объект данного вида познания – не вещи и предметы, но другие люди, отношения между людьми, в которых, так или иначе участвует субъект познания, воплощающие эти отношения общественные институты»¹⁵⁵.

Главной специфической чертой объекта познания в политической сфере является его *абстрактно-надиндивидуальный характер*.

¹⁵⁴ Юрьев А.И. Введение в политическую психологию. – СПб., 1992. - С. 91

¹⁵⁵ Дилигенский Г.Г. Социально-политическая психология, М.: Наука, 1994. - С. 19

Социальная действительность в целом находится за пределами опыта отдельного индивида, вне зависимости от его способностей, статуса, интеллекта. Человек не в состоянии познать социальный мир в одиночку: он постоянно соотносит свое знание со знанием другого (или других), то есть процесс коммуникации включен здесь органически в сам процесс познания. Коммуникация всегда осуществляется при помощи языка, последний играет решающую роль в том, каким образом интерпретируется окружающий человека мир. С самых первых этапов социализации кто-то "другой" представляет человеку окружающий его мир, следовательно, уже ребенок начинает воспринимать мир в некоторой заданной рамке. Так для индивида возникает, наряду с объективной реальностью, некоторая *субъективная реальность* – **образ** окружающего мира. В этом смысле человек не просто "фотографирует" мир, но *конструирует* его. Под "конструированием" понимается приведение в систему информации о мире, организация этой информации в связные структуры, с целью постижения ее смысла.¹⁵⁶ Люди не могут игнорировать этот групповой способ восприятия мира, поскольку он, воплощенный в системе коллективных, общепринятых представлений, объективен по отношению к каждому из них и, в этом смысле, имеет принудительный характер, выступая в роли регулятора поведения людей.

Важность построенной картины объективной реальности едва ли не значимее для человека, чем реальность объективная. Как справедливо заметил У.Томас, если люди воспринимают некоторую ситуацию в качестве реальной, то она будет реальной и по своим последствиям¹⁵⁷.

Еще одной важной особенностью познания политической реальности является *дефицит информации* о фактах общественно-политической жизни и *невозможность проверить ее достоверность* для «рядового» потребителя этой информации. Это относится как к

¹⁵⁶ Андреева Г.М. К проблематике психологии социального познания // Мир психологии. – 1999. - №3. - С. 15-23

¹⁵⁷ Цит. По: Андреева Г.М. Психология социального познания, М. 2000. – С. 10

традиционным источникам, таким как слухи и межличностное общение, так и к официальным сообщениям, и сообщениям в СМИ. Чем дальше отстоит объект познания от собственного опыта и непосредственного восприятия индивида, тем труднее ему подвергнуть проверке характеризующие этот объект суждения.

В этих условиях людям приходится выстраивать собственные объяснения событий и действий политических лидеров, ориентируясь на сведения и оценки, распространяемые масс-медиа или руководствуясь собственными представлениями о мире политики. Даже сомневаясь в достоверности получаемой информации, люди вынуждены, опираясь на них, выстраивать картину политической реальности, поскольку иных информационных источников, кроме СМИ по многим вопросам в современном мире просто не существует.

В качестве *субъекта* политического познания следует выделить:

- а) отдельного индивида, выступающего в роли «наивного» исследователя, стремящегося объяснить себе мир политики;
- б) социальные группы и общности;
- в) политиков и специалистов, профессионально занимающихся политической деятельностью и принимающих политические решения.

Причем, как будет показано ниже, механизмы формирования картины политического мира индивида и социальной общности неразрывно связаны. А профессиональные политики подвержены тем же ошибкам и предвзятостям, что и обыватели. Это определяется тем, что *формирование политических знаний определяется теми же общепсихологическими и социально-психическими механизмами, что лежат в основе познания в целом.*

Политическое познание есть одна из сфер познания социального. При этом, говоря о **социальном** познании, имеют в виду, что: во-первых, признается факт социального **происхождения** этого познания: оно возникает и поддерживается социальным взаимодействием, решающую роль в нем играет коммуникация; во-

вторых, познание является социальным, поскольку оно имеет дело с социальными **объектами** (индивидами, группами, нациями, социальными институтами и проч.); в-третьих, социальное познание **социально разделено**, т.е. его результаты являются общими для членов определенного общества или группы, «разделяются» ими, ибо в противном случае никакие взаимодействия были бы невозможны¹⁵⁸.

Термин «социальное познание» может иметь несколько трактовок. В большинстве философских и социологических подходов под ним понимают способы, методы, руководствуясь которыми можно изучить (познать) социальную реальность. Социальное познание в такой трактовке — это *научное* познание всей совокупности социальных явлений, отношений, фактов; задачи и способы ее решения *исследователями*. Но для понимания взаимосвязи между политическим познанием и политическим поведением важно понять, как человек строит образ социального мира или «конструирует» социальный мир.

«Социальное познание» в данном случае – это не научное знание, а то «знание», которое складывается в непосредственном жизненном опыте каждого человека. Последний выступает как *обыденный* человек или «наивный психолог», в крайнем случае – «наивный ученый», познающий повседневную реальность своей собственной жизни. Именно данный аспект социального познания важен для исследования политическими психологами.

Исходя из означенного понимания объекта познания, особое значение для политической психологии имеют теории и исследовательские подходы, изучающие проблемы познания человеком окружающего мира. Наибольшее развитие исследования этой проблематики получили в рамках *когнитивистского подхода*. В самом общем виде сущность этого подхода может быть охарактеризована как стремление объяснить социальное поведение при помощи описания преимущественно познавательных процессов. Общая линия связи между этими процессами и социальным поведением прослеживается следующим образом: впечатления

¹⁵⁸ Андреева Г.М. Психология социального познания, М. 2000. – С. 42

индивида о мире организуются в связные интерпретации, в результате чего образуются идеи, ожидания, аттитюды, которые и выступают регуляторами социального поведения. Таким образом, это поведение целиком находится в контексте некоторых организованных систем образов, понятий и других ментальных схем, объединенных в связанную структурированную систему.

Центральным звеном конструирования образа мира является восприятие социального мира или *социальная перцепция*. Этот термин был введен в 1947 году американским психологом Дж. Брунером в ходе разработки так называемого «нового взгляда» (New Look) на восприятие для обозначения факта социальной обусловленности этого процесса.

Восприятие социальных объектов качественно отличается от восприятия неодушевленных предметов: во-первых, социальный объект (индивид, группа, политический институт и т.д.) не пассивен и по отношению к воспринимающему субъекту; во-вторых, внимание субъекта перцепции сосредоточено, прежде всего, на смысловых и оценочных интерпретациях объекта восприятия, в том числе причинных, а не на моментах порождения образа; в-третьих, восприятие социальных объектов характеризуется большей слитностью познавательных компонентов с эмоциональными (аффективными) компонентами, большей зависимостью от мотивационно-смысловой структуры деятельности воспринимающего субъекта; в-четвертых, будучи объектом восприятия, люди склонны вести себя социально одобряемым способом.

В качестве субъекта восприятия могут выступать как индивиды, так и социальные группы. Когда субъектом восприятия выступает индивид, то он может воспринимать другого индивида, принадлежащего к своей группе; другого индивида, принадлежащего к «чужой» группе; свою собственную группу; «чужую» группу. Когда таким субъектом выступает группа, то к процессу социальной перцепции будет относиться: восприятие группой своего собственного члена; восприятие группой представителя другой

группы; восприятие группой самой себя; восприятие группой в целом другой группы.

Процессы восприятия социальных объектов неразрывно связаны с их пониманием и познанием, поскольку это не только размышление по поводу визуально воспринятого, не только оценивание его (что включает и эмоции), но и мотивация необходимости дальнейшего взаимодействия с воспринимаемым или отказ от такого взаимодействия. Кроме того, к этому добавляется потребность понять причины поведения воспринимаемого¹⁵⁹. Поэтому начиная с работ Дж.Брунера, социальное восприятие трактуется именно как социальное познание, поскольку акцент делается на особенности процесса категоризации социальных объектов, служащей средством не просто восприятия, но интерпретации поведения другого человека. Восприятие при этом становится не просто «репрезентацией», но построением «модели мира», так как предполагает умозаключение (Брунер, 1977), то есть некоторую ментальную «конструкцию».

Весь сложный процесс «работы» с социальной информацией разворачивается на протяжении четырех основных этапов: *внимание, кодирование, хранение, воспроизведение*.

Внимание имеет своей функцией помочь человеку оценить его социальное окружение, отобрать некоторые значимые стимулы, поскольку люди постоянно находятся под воздействием физических и социальных стимулов и все их воспринять невозможно. Поэтому внимание человека требует сознательного усилия и селективно направляется на определённые объекты. Сделать такой выбор — значит приковать внимание к чему-то определенному, что нужно в дальнейшем для построения системы выводов и ожиданий относительно каждого конкретного социального объекта. Направленность внимания при потреблении социальной информации зависит от двух факторов: ситуативных либо личностных. Внимание

¹⁵⁹ Бодалев А. А. Восприятие и понимание человека человеком. М., 1982.

может быть сфокусировано либо на информации, поступающей из окружающего мира, либо на информации, хранящейся в памяти человека.

Кодирование – это работа с информацией, предполагающая распознавание в ней определенного смысла. Это возможно при условии, когда информация как-то организуется: лишь при этом высвечиваются грани смысла. Для этого информация категоризируется, т.е. сравнивается с уже существующими когнитивными категориями: люди, события и объекты интерпретируются путем сравнения их характеристик с уже существующими когнитивными схемами.

В случае субъективной нехватки информации познающий субъект применяет *атрибуцию*, т.е. приписывает причины действий или событий, исходя из уже имеющихся опыта, данных, оценок.

Хранение информации предполагает поиски наилучших его способов, рассчитанных на то, что в нужное время информация будет успешно воспроизведена, т.е. оценена по достоинству. Информация сохраняется в долговременной памяти, состоящей из различных, но связанных друг с другом категорий, содержащих информацию о событиях, как общих, так и специфических. Информация, как правило, хранится в хронологическом порядке, в семантическом материале (своеобразный словарь концептов) Каждый концепт содержит определение, например, «хороший политический лидер» и соответствующие черты, эмоциональные состояния, физические характеристики и описания поведения, эти категории содержат информацию как об отдельных людях, так и о группах.

Воспроизведение социальной информации — чрезвычайно важный этап всего процесса, поскольку именно он связывает когнитивный процесс с поведением, с актуальным действием человека. Адекватное воспроизведение информации предполагает извлечение ее из системы хранения в нужное время и в нужном объеме. На основе уже проинтерпретированной информации субъект

восприятия выносит конкретное решение, которое может воплотиться в определённом типе поведения.

8.2. Внимание в структуре политического познания

Направленность внимания при потреблении социальной информации зависит от двух факторов:

- а) ситуативных;
- б) личностных.

Важнейшим **ситуативным** фактором является так называемая *выпуклость* (salience). «Выпуклость» — это заметность какого-либо явления, события, образа, то, что первым бросается в глаза. В каждом конкретном случае социального восприятия «выпуклым» может быть разный объект, и это зависит от позиции воспринимающего: является он участником или наблюдателем.

Теоретическое обоснование феномена «выпуклости» предложено в гештальт-психологии, которая установила факт привлечения внимания прежде всего к фигуре, а не к фону.

В социальных ситуациях в качестве «фигур» предстают люди или явления необычные, отклоняющиеся от общепринятых стандартов. На основании многих наблюдений *Ш. Тейлор* и *С. Фиске* утверждают, что для большинства людей «выпуклым» является всегда то, что **единично и достаточно**. «Выпуклыми» являются объекты, которые на фоне других отличаются по следующим характеристикам: ***новизна, размер, яркость, цвет, сложность объекта, особенно если он дан в движении и изменении.***

Направленность внимания на «выпуклые» объекты слабо контролируется сознанием и реализуется автоматически. В этот процесс включаются механизмы бессознательного, точнее — подпорогового восприятия, поскольку «выпуклость» приковывает внимание слишком быстро, так что сознание не «успевает» схватить его. Люди далеко не всегда отдают себе отчет в том, что их внимание приковано лишь к «выпуклому». Последствия же этого могут быть

весьма далеко идущими, особенно если процесс восприятия осуществляется в сложной и значимой социальной ситуации.

К личностным факторам направленности внимания в социальных ситуациях относят *потребности* и *ожидания*. Выбор направления и объекта внимания, опосредованный потребностями и ожиданиями, совершается чаще всего сознательно, этот процесс контролируем.

В наибольшей мере внимание направляется на объекты, связанные с *ожиданиями* воспринимающего. В случае восприятия другого человека это могут быть либо ожидания от каких-либо черт воспринимаемого, либо от той роли, носителем которой является. Направляя свое внимание на какой-либо социальный объект, людям свойственно следовать за своими ожиданиями и в течение какого-то времени удерживать их. Причем, когда это касается восприятия другого человека или группы, соответствие ожиданию поддерживает аттракцию, т.е. привлекательность воспринимаемого, положительное эмоциональное отношение к нему. В случае же нарушения ожидания негативные действия или проявления фиксируются ярче, чем действия, нанесшие ожиданиям небольшой урон. Если ожиданиям нанесен весьма значимый урон, то набор негативных характеристик в адрес нарушителя может быть весьма значителен.

На первых этапах *контакта* с другими людьми (реального или через средства массовых коммуникаций) на формирование последующих ожиданий влияют *первые впечатления (эффект первичности)* или «*гало-эффект*»: *то, что мы узнаем о человеке в первую очередь, имеет решающее воздействие на наше суждение о нем.*

Под воздействием эффекта первичности ожидания могут выступать в форме либо позитивной, либо негативной оценочной пристрастности. Если первое впечатление о человеке в целом благоприятно, то в дальнейшем всё его поведение, черты и поступки начинают переоцениваться в положительную сторону. Эффект может

проявиться и в форме негативной оценочной пристрастности: при первом негативном впечатлении о человеке даже его положительные качества и поступки в последующем не замечаются или недооцениваются на фоне чрезмерного внимания к недостаткам.

В том случае, когда ожидание достаточно определено, на восприятие начинает воздействовать т.н. *эффект Розенталя* (*эффект самореализующегося пророчества*). Этот психологический феномен заключается в том, что те или иные ожидания субъекта во многом определяют характер его действий и интерпретацию реакций окружающих, что в конечном итоге приводит к ожидавшимся результатам, т.е. провоцирует самоосуществление пророчества. В такой ситуации происходит акцентирование внимания только на информации, которая поддерживает уже сложившееся впечатление и игнорирование той, которая ему противоречит. Для изучения явления, американские психологи Роберт Розенталь (его имя и носит открытый эффект) и Ленора Якобсон провели в 1968 г. эксперимент. По его условиям учителя старших классов школы получили от психологов, проводивших тестирование учащихся, прогноз, из которого следовало, что 20% учеников в течение учебного года сделают большие успехи в учебе и хорошо сдадут экзамены. Прогноз оправдался, хотя в действительности он был «липовый»: учеников назвали совершенно наугад.

Потребность человека получить подтверждение ожиданиям очень велика. Если ожидания вдруг не согласуются с реальностью, возникает дисбаланс когнитивной структуры, который в любом случае вызывает дискомфорт.

Согласно **теориям когнитивного соответствия** (*Ф.Хайдер; Т. Ньюком, Л. Фестингер, У. Осгуд и П. Танненбаум*), стремление к последовательности считается главным мотиватором человеческого поведения. Поскольку когнитивная структура человека не может быть несбалансированной, дисгармоничной, а если это имеет место, то немедленно возникает тенденция изменить такое состояние. И человек ведет себя таким образом, чтобы максимизировать внутреннее соответствие его когнитивной системы, и, более того,

группы ведут себя таким образом, чтобы максимизировать внутреннее соответствие их межличностных отношений. Ощущение же несоответствия вызывает психологический дискомфорт, что и порождает реорганизацию когнитивной структуры с целью восстановления соответствия. Поэтому для людей свойственно стремиться к последовательности в оценках, взглядах, поведении.

8.2. Кодирование: построение образа мира политики

Социальная категоризация

Главная познавательная задача работы с социальной информацией – распознавание в ней определенного смысла. Выявление смысла возможно только в случае, когда все вновь воспринимаемые объекты рассматриваются в определенном контексте. Но воспринять объекты «в контексте» — значит установить всю систему связей данного объекта со всеми другими объектами и явлениями. Это весьма сложная познавательная задача, и необходимы какие-то способы упрощения ее. Одним из способов упрощения стратегии познания и является *категоризация*. Ее генеральная функция —упорядочивание и упрощение информации, получаемой извне, с целью уяснения контекста. Категоризация является «самым общим способом работы с социальной информацией»¹⁶⁰ и в самом общем виде представляет собой «отнесение каждого нового воспринимаемого объекта к некоторому классу себе подобных и уже известных ранее объектов, т.е. к категории»¹⁶¹.

¹⁶⁰ Андреева Г.М. Психология социального познания. - М., 2000. - С.99

¹⁶¹ Там же. - С. 99

Социальная категоризация – это процесс группировки социальных объектов и явлений по их значению в системе действий, намерений и убеждений индивида.¹⁶²

Отнесение социальных объектов к категориям имеет своей главной функцией служить человеку руководством к действию: категоризация сокращает путь определения стратегии поведения, сводит этот процесс к наиболее краткому варианту, создавая быструю связь между восприятием — мышлением — действием. Категоризация связывает то, как люди воспринимают мир и то, как думают о нем.

Категоризация возможна постольку, поскольку люди живут в относительно стабильном мире, где предметы обладают более или менее неизменными характеристиками, благодаря чему человек и может идентифицировать их. Категоризация выступает как инструмент, посредством которого человек систематизирует свое окружение, на основании чего только и можно в этом окружении действовать. Особенность этой «работы» в том, что определенные аспекты информации *отбираются*, а другие *модифицируются* с тем, чтобы достичь «лучшего соответствия» внутри категории. Например, легче всего категоризировать вновь встреченного человека, просто поместив его в категорию «человек». Это нужно, чтобы как-то начать взаимодействие с ним. Потом, позже, можно продолжить категоризацию, относя встреченного человека к группам по полу, возрасту и т.д.

Примеры политической категоризации: «правый», «центрист», «левый» либо «либерал», «консерватор», «социалист» и т.д. Представителей той или иной категории в чистом виде не существует, однако людям проще использовать категоризацию, разделяя политиков на те или иные типы.

Важным аспектом категоризации социального окружения является *самокатегоризация*. Данный механизм лежит в основе партийной системы, электорального поведения, национального

¹⁶² Шихирев П.Н. Современная социальная психология, М., 1999. - С. 260

самосознания, и др. явлений, имеющих в основе межгрупповое взаимодействие.

По мнению известного английского исследователя-когнитивиста А. Тэджфела социальная реальность представляет собой существование и взаимодействие разнообразных социальных групп. Для отдельной личности эта реальность также воспринимается как мир взаимодействующих социальных групп. Любое социальное поведение людей, в конечном счете, всегда опосредовано их включенностью в группы, а неизбежным результатом социальной категоризации является видение окружающего мира сквозь призму разделения «мы - они». Это деление оказывается в основе восприятия и оценки любых социальных явлений и процессов, особенно ярко проявляясь в образах жизненно значимых объектов, в первую очередь социальных групп и их представителей, от которых зависит реализация потребностей и интересов воспринимающего субъекта.

Результатом категоризации и самокатегоризации становится **социальная идентичность** – причисление личностью себя к определенным группам на основании признаков, выделенных в ходе категоризации. Причем число групп, к которым причисляет (идентифицирует) себя человек, не ограничено: горожанин, менеджер, любитель пива, семьянин, автомобилист, либерал и т.д. Политическая идентичность является частью идентичности социальной.

Схематично, процессы формирования идентичности развертываются в следующей последовательности: социальная категоризация – социальная идентификация – социальное сравнение – межгрупповая дифференциация (психологическое групповое отличие). Социальное сравнение в данном случае – это процесс, который постоянно сопутствует процессам категоризации и идентификации и неотделим от них. Он представляет собой сопоставление себя и членов своей группы по различным параметрам: социальный статус, цвет кожи, достаток или способность добиваться своих целей. Социальное сравнение всегда имеет ярко выраженный оценочный характер. Выражением этого оценочного процесса

является межгрупповая дифференциация (психологическое групповое отличие). Она выражается в том, что индивид, стремясь удовлетворить свою потребность в самоуважении, склонен находить и поддерживать позитивные отличия своей группы от аутгрупп.

Разделение мира на тех, кто принадлежит к «моей» группе, и на тех, кто принадлежит к «чужой» – один из самых распространенных способов категоризации людей.

Одно из наиболее ярких и важных проявлений социальной категоризации – **социальные стереотипы**.

Стереотипы изучаются политической психологией в качестве ведущих механизмов политического поведения и рассматриваются как организованная предрасположенность личности к определенному восприятию ситуации, ее оценке и последующим действиям.

Большинство исследователей определяют социальный стереотип как *стандартизированный, устойчивый, эмоционально-насыщенный, ценностно-определенный образ, представление о социальном объекте*.

Стереотип представляет собой своего рода шаблон, определяющий предрасположенность субъекта к восприятию социальных объектов, а вслед за этим и к выражению отношения к ним. Опираясь на сложившиеся стереотипы, люди и группы увереннее и быстрее ориентируются в повседневной жизни среди огромного объема информации.

Стереотипы становятся своеобразными «флажками», которыми обозначено поле доступного для понимания и оценки. Не способствуя точности и аналитичности познания, они ускоряют возможности поведенческой реакции на основе, прежде всего, эмоционального принятия или непринятия информации.

Базовое понимание стереотипа для политической психологии впервые было введено У. Липпманом в 1922 г. для обозначения распространенных в общественном мнении предвзятых представлений о членах разнообразных национально-этнических, социально-политических и профессиональных групп.

Отечественные исследователи определяют стереотипы как яркое проявление социальных установок, их концентрированное проявление¹⁶³. Западные – фактически смешивают два этих понятия.

В стереотипах, как и в социальных установках (аттитюдах) выделяют три компонента: *когнитивный* (совокупность знаний и представлений по поводу объекта стереотипизации), *аффективный* (эмоциональная оценка объекта, определяющая чувство симпатии или антипатии к нему), *поведенческий* (модели реагирования и последовательного поведения по отношению к объекту). Доминирующими в структуре стереотипа являются эмоциональные и оценочные составляющие, диктующие определенное отношение к социально-политическим явлениям.

В *структуре* стереотипа выделяют «*центр*» и «*периферию*». В «центре» располагаются один-два наиболее заметных, ярких, эмоционально воспринимаемых признака (черты внешности или одежды — для этнических стереотипов, символы: флаг, герб, лозунг — для социально-политических). С этими признаками стереотипизирующее сознание напрямую связывает те или иные черты характера и поведения (стереотип человека), свойства явления, истоки и последствия события или процесса, которые становятся «периферией» стереотипа.

Одна из ключевых проблем – это *проблема истинности стереотипа и его роли в определении политического поведения*.

Большинство политических психологов, сталкиваясь с практическими проявлениями ригидности мышления людей, акцентируют внимание на негативных последствиях стереотипизации. Например, по мнению Д. Ольшанского, «упрощая процесс социально-политического познания, стереотипы ведут к по-

¹⁶³ Например, П. Н. Шихирев полагает, что «психологическую основу стереотипа составляет социальная установка, обладающая интенсивностью аффективного элемента в степени, достаточной для четкой поляризации восприятия объекта, повышенной устойчивостью, обусловленной общепринятым в данной социальной общности... Социальная установка представляет собой диалектическое единство динамического состояния организма и коммуникативного знака – важнейшего условия ее распространения и передачи. Стереотип, в свою очередь, есть концентрированное выражение этого единства». (Шихирев П.Н. Исследования стереотипа в американской социальной науке// Вопросы философии.-1971.- №5. - С. 174). С точки зрения К.К. Платонова стереотип – это «вид социальной установки, ценностной (значимой для данной личности), четко и устойчиво выраженной (фиксированной), субъективно существующей как устойчивый образ» (Платонов К.К. Краткий словарь системы психологических понятий. - М., 1981)

строению достаточно примитивного и плоскостного политического сознания — как правило, на основе многочисленных предубеждений, что подчас редуцирует социально-политическое поведение до набора простейших, часто неадекватных эмоциональных реакций. Безотчетные стандарты поведения играют негативную роль в ситуациях, где нужны полная и объективная информация, аналитическая ее оценка, принятие самостоятельного решения, осуществление сложного социально-политического выбора. За счет этого в массовом сознании обычно и складываются стереотипы, способствующие возникновению и закреплению предубеждений, неприязни к нововведениям, к самостоятельному мышлению и т. п.»¹⁶⁴.

Социальные психологи считают стереотип неизбежным результатом социального познания, которое, с одной стороны, осуществляется в условиях информационного дефицита внутри социальных групп, с другой — происходит под воздействием тенденции к «экономии мышления». Тем не менее, подчеркивается, содержательные стороны стереотипов являются, пусть трансформированным, но отражением объективной реальности, поскольку представляют собой аккумулярованные сгустки разрозненного индивидуального и группового опыта, отражающие относительно общие, повторяющиеся в нем свойства и особенности социально-политических явлений. Как показали результаты многочисленных экспериментов (Biernat, 1993; Brigham, 1971; McCauley, 1995; Oakes, Haslam & Turner, 1994; Ottati & Lee, 1995; Ryan, 1996, Swim, 1994)¹⁶⁵ значительное число социальных стереотипов содержат в себе существенное зерно истины.

В зависимости от роли, которую сыграл объект стереотипа в исторической жизни субъекта (а это всегда социальная общность), стереотип закрепляет как негативные, так и позитивные черты взаимодействия.

¹⁶⁴ Ольшанский Д. Основы политической психологии. — Екатеринбург, 2001 — С. 76

¹⁶⁵ Чалдини Р., Кенрик Д., Нейберг С. Социальная психология. (Пойми других, чтобы понять себя!) — СПб., 2002. - С. 120

В силу природы своего формирования стереотипы являются мощным средством манипулирования сознанием отдельных индивидов, формирования общественного мнения групп и масс в политике. Всякая социально-политическая система создает набор определенных стереотипов, следование которым необходимо для успешного функционирования данной системы.

В современных обществах ключевым источником формирования стереотипа является целенаправленная деятельность СМИ и политической пропаганды. Причем сами законы массовой коммуникации требуют передачи политических идей в обобщенных, стереотипизированных сообщениях. Массовое сознание способно воспринимать информацию только в форме определенных стереотипов. Процесс тиражирования социально-политической информации, имеющий целью вызвать в сознании и политическом поведении людей сколько-нибудь однородную, стереотипную реакцию, возможен только посредством использования информационных стереотипов, вызывающих, в свою очередь, соответствующие психологические и поведенческие стереотипы у реципиентов.

С этой точки зрения, стереотип выступает как постоянно декларирующиеся и навязывающиеся людям стандартные единообразные способы осмысления социально-политических явлений и проблем, эталонные образцы политического поведения, постоянно повторяемые и используемые политической элитой, поддерживаемые и распространяемые средствами массовой коммуникации. В содержательном отношении, совокупность подобных стереотипов составляет идеологию или идейно-политическую основу данного общества, существующую на трех основных уровнях:

стереотипы индивидуального политического сознания и поведения, подкрепляемые стереотипами соответствующих позитивных и негативных санкций (например, вкладываемые в содержание понятия «законопослушный» гражданин);

стереотипы группового политического сознания и поведения (например, традиции того или иного этноса, слагаемые «профессиональной чести», уставы политических партий и движений и т. п.);

стереотипы политического сознания и поведения члена общества (социально-политической системы в целом).

Каузальная атрибуция

Категоризация – не единственный механизм, посредством которого человек систематизирует свое окружение с тем, чтобы определить стратегию поведения в этом окружении. В условиях дефицита информации о причинах действий конкретных лиц или социальных групп люди пытаются объяснить себе их скрытые мотивы, заменив недостаток информации приписыванием. Этот социально-психический процесс объяснения поведения другого получил наименование *каузальной атрибуции* (букв.: «приписывание причины»).

Исследования каузальной атрибуции направлены на изучение попыток «рядового человека», «человека с улицы» понять причину и следствие тех событий, свидетелем или участником которых он является. Сформировалась и особая отрасль социальной психологии, которая анализирует именно эти процессы (*Г. Келли, Э. Джонс, К. Дэвис, Д. Кенноуз, Р. Нисбет, Л. Стрикленд*).

Атрибутивный процесс начинается с желания понять причины и следствия поступков других людей, т.е. в конечном счете, понять смысл человеческих отношений. Причем у человека всегда присутствует как потребность понять эти отношения, так и потребность предсказать дальнейший ход этих отношений. Причина, которую индивид приписывает явлению (или человеку), имеет важные последствия для него самого, поскольку значение события и реакция человека на него детерминированы в большей степени приписанной причиной. Поэтому сам поиск причин, их адекватный выбор в различных ситуациях есть важнейшее условие ориентации человека в окружающем его социальном мире. В каких-то чертах

категоризация сходна с атрибутивным процессом: и там и здесь человек постигает смысл окружающего его мира.

В результате экспериментов было доказано, что существует несколько типов приписывания. Г. Келли выделил три таких типа: *личностную атрибуцию* (причина приписывается лично совершающему поступок), *объектную атрибуцию* (причина приписывается тому объекту, на который направлено действие), *обстоятельственную атрибуцию* (причина совершающегося приписывается обстоятельствам). В зависимости от того, участвует сам человек в оцениваемых событиях или нет, он будет использовать разные типы атрибуции. Наблюдатель чаще использует личностную атрибуцию, а участник склонен в большей мере объяснить совершающееся обстоятельствами. Эта особенность отчетливо проявляется при приписывании причин успеха и неудачи: участник действия «винит» в неудаче преимущественно обстоятельства, в то время как наблюдатель «винит» за неудачу прежде всего самого исполнителя (хорошо известна склонность людей, включая политиков, не сумевших реализовать намеченные цели, ссылаться на возникшие перед ними объективные препятствия).

Также существуют различия атрибуции, определяемые качеством и объемом доступной информации. Г. Келли установил различие между приписыванием, происходящим при наличии относительно достаточной, разносторонней и неполной, отрывочной информации¹⁶⁶.

В первом случае, получившем название «*ковариантная атрибуция*», операция приписывания приобретает логический характер. Когда воспринимающий имеет возможность пользоваться данными многих, а не одного наблюдения, он «подбирает» причину к тем факторам, с которыми, как ему кажется, будет соотноситься (ковариировать) результат. Такой принцип является весьма сходным с принципами статистического анализа, который используют

¹⁶⁶ Современная зарубежная социальная психология. Тексты. Под ред. Г.М.Андреевой, Н.Н.Богомоловой, Л.А.Петровской. М.: Изд-во МГУ, 1984, С. 127-137.

статистики при проведении «анализа вариаций». По-видимому, этим и объясняется аббревиатура, посредством которой Келли обозначает этот принцип — ANOVA — analysis of variations.

Однако, как понимал и сам Келли, предложенная им модель ANOVA представляет идеальный образец схемы, по которой должен рассуждать человек. В действительности, в реальных ситуациях у субъекта часто нет достаточной информации или времени (а чаще того и другого) на «приложение» схемы и чаще всего он умозаключает о причинах на основании одного-единственного следствия, хотя и включает при этом свой прошлый опыт. Такой принцип приписывания получил название *«конфигуративная атрибуция»*.

Его суть в том, что человек, для ясного объяснения явления, определения какой-то однозначной его причины, отбрасывает все, что противоречит этому выбору и приумножает объяснительную силу выбранного им фактора.

Иными словами, на практике люди осуществляют атрибуцию быстро, используя совсем мало информации (часто одно-единственное наблюдение) и демонстрируя достаточную категоричность суждения.

Действие механизмов атрибуции имеет в политике самое широкое распространение. На уровне обывателя – это объяснение причин масштабных экономических и социальных проблем состоянием здоровья политического лидера или поиск виновных среди представителей тех или иных этнических или социальных групп. Теории заговора и закулисных мировых правительств – одно из ярких проявлений атрибуций в восприятии политической сферы жизни.

На уровне политиков и функционеров атрибуции проявляются в преувеличении враждебных намерений других политических субъектов, партий и государств, переоценка собственной осведомленности и адекватности относительно тех, кто не находится «внутри» ситуации (различия в атрибуциях «стороннего» наблюдателя и непосредственного участника) и т.д.

Нужно отметить, что распространенность атрибуций в политическом познании определяется не только свойствами психики, но и объективной ситуацией дефицита достоверной информации. Различные источники, прежде всего СМИ, предоставляют большой объем не поддающихся проверке сведений и объяснений происходящего. Однако при общем обилии информации существует острый недостаток информации о причинно-следственных связях политических событий, явлений, действий. Поэтому наблюдатели вынуждены интерпретировать получаемую информацию, используя атрибутивные схемы, закрепленные в собственном опыте.

Теория социальных представлений

Политическая, экономическая, культурная жизнь общества многолика и пестра, и несомненно, что образ ее может быть достаточно полным лишь при учете всей мозаики составляющих его явлений. Каким образом организуется познание людьми этих многообразных явлений? Очевидно, что для описания и понимания всей системы социально-политических знаний, формирующихся у людей, концепций категоризации, стереотипизации, атрибуции не достаточно.

Необходимость установить более тесную связь между когнитивными процессами индивида и социальными макропроцессами пробудил исследователей к поиску новых понятий и теорий, способных дать более широкое описание и объяснение феноменов социального знания.

Наиболее значимым результатом этого поиска стала **концепция социальных представлений**, которая была разработана в рамках французской социально-психологической школы *С. Московичи* и его последователями: *Ж.-П. Кодол*, *Д. Жоделе* и др. Авторы постоянно делают акцент на то, что вся совокупность знаний («представлений») человека о мире дана в *системе*, и это приводит к тому, по словам *Д. Жоделе*, что «социальные представления являются тем объектом,

исследования которого возвращают социальную психологию в исторический, социальный и культурный масштаб».

Среди большого числа дефиниций наиболее общим определением «социального представления» является следующее: «категория социального представления обозначает специфическую форму познания, а именно знания здравого смысла, содержание, функции и воспроизводство которых социально обусловлены»¹⁶⁷. Сам Серж Московичи понимает под социальным представлением сеть понятий, утверждений и объяснений, рождающихся в повседневной жизни в ходе межличностной коммуникации¹⁶⁸.

Социальные представления рождаются в обыденном, повседневном мышлении с целью осмыслить, понять окружающий человека социальный мир. Понятно, что именно через и посредством социального представления обыденный человек и осуществляет познание социального мира.

Соединяя в себе атрибуты образа и понятия, в сформированном виде представление трактуется как обобщающий символ, знак определенных общественных явлений, как система интерпретации и типологии личностей и событий. «Образ и смысл неразделимо связаны в представлении: любому значению соответствует образ, любому образу – значение».¹⁶⁹

Социальные представления не являются продуктом индивидуального сознания, а есть результат деятельности социальной группы по обработке и интерпретации социальной информации.

Социальное представление выполняет три основные функции:

1) оно является *инструментом познания* социального мира — его роль здесь аналогична роли обычных категорий, посредством которых индивид описывает, классифицирует, объясняет события;

¹⁶⁷ Донцов А.И., Емельянова Т.П. Концепция «социальных представлений» в современной французской психологии. - М., 1987. – С. 35

¹⁶⁸ Андреева Г.М. Психология социального познания. – М., 2000. – С. 53

¹⁶⁹ Донцов А.И., Емельянова Т.П. Концепция «социальных представлений» в современной французской психологии. - М., 1987. – С. 39

2) оно есть способ *опосредования поведения* — способствует направлению коммуникации в группе, обозначению ценностей, регулирующих поведение;

3) оно является средством *адаптации* совершающихся событий к уже имеющимся, т.е. способствует сохранению сложившейся картины мира.

При восприятии сложных социальных объектов, к которым относятся социальные институты, «обыденное» сознание использует особые механизмы формирования представлений о социальном окружении. Наиболее отчетливо действие этих механизмов проявляется при восприятии и понимании тех явлений, с которыми рядовой гражданин не сталкивается ежедневно, а информации об их социальном назначении и механизмах существования и деятельности явно недостаточно. Политические процессы и политические институты несомненно относятся к этой категории явлений.

Социальное представление являет собой структуру, включающую три компонента: информация, поле представления, установка.

Информация – это сумма знаний о представляемом объекте, полученных из различных источников. Обрывки сведений о различных, в большинстве своем сложных, системных явлениях общественной жизни просачиваются в массовое сознание, простая сумма сведений о них мелькает в повседневных разговорах, дискуссиях, выпусках новостей. Мало кто из людей, не будучи специалистами, хорошо разбирается в вопросах современной экономики, права, науки, культуры. Однако с участием многих различных источников представления о сложных вещах и процессах «сложным путем проникают в «щель» обыденного сознания и как бы трансформируются в нем в достаточно понятное и не столь странное».¹⁷⁰

Ключевым каналом, по которому в группу приходит информация, сегодня являются СМИ. Они становятся своеобразным коммуникативным фильтром: отбирают сообщения и расставляют в

¹⁷⁰ Андреева Г.М. Психология социального познания. - М., 2000 - С. 209

них акценты, формируют «повестку дня» и значимые темы для обсуждения.

Поле представления – это общая смысловая рамка, в которую помещается новая информация, а также набор возможных толкований того или иного понятия, определяемого представлением. Поле представления формируется группой, которая фиксирует определенные, значимые для нее аспекты воспринимаемого явления. Группа также влияет на частоту использования социального представления, варьируя число связей данного представления с другими значимыми категориями группового тезауруса и, таким образом, определяя место этого представления в групповой коммуникации.

Установка – это отношение к объекту представления. Она формируется на основе информации, «параметров» группового поля и собственного опыта, включая в себя и эмоциональную оценку, знак отношения и стратегии возможного поведения по отношению к объекту.

Механизм возникновения социального представления включает в себя три этапа: *анкеровка* («зацепление»); *объективизация*; *натурализация*.

Суть первого этапа – *анкеровки* – состоит в том, что групповое сознание концентрирует, фиксирует внимание на новом, как правило, незнакомом объекте с целью “вписать его в уже существующую рамку понятий”.

Тогда на этапе *объективизации* появляется возможность превратить обозначение неизвестного предмета в более конкретный и доступный для понимания образ. Этот процесс, как правило, осуществляется в форме *персонализации*, то есть попытки привязать понятие к какой-нибудь более-менее знакомой конкретной личности. Это обусловлено тем, что образ индивида – реальный или собирательный, является наиболее удобным и доступным для понимания и оценки. «Внутри- и внешнеполитическая жизнь общества в восприятии населения страны отражается в фигуре политического лидера, является источником информации,

воспринимаемой массами».¹⁷¹ В случае восприятия политических процессов подобной персоной, как правило, становится публичный деятель, глава государства, региона. Московичи приводит пример, когда понятие психоанализ связывается в сознании с именем З.Фрейда. В целом персонализация выступает одним из ключевых механизмов познания всей политической системы, непосредственным образом влияя на политическое и электоральное поведение.

Другой формой объективации может стать так называемая *фигурация*, при этом содержание нового понятия, привязывается не просто к имени, персональному образу, а к некоторой формуле, связанной с этим именем.

Яркие примеры социальных представлений – образы наших политических руководителей, увязанные со словесными формулами: Сталин – Культ личности, Хрущев – Оттепель, Брежнев – Застой, Горбачев – Перестройка. Имя высшего руководителя здесь отождествляется не только со всей системой власти, но и с вектором наиболее заметных экономических, социальных и политических процессов, происходивших в стране.

Заключительный этап *натурализации* предполагает принятие полученного знания как некой объективной реальности. При этом адекватность полученного образа второстепенна по сравнению с необходимостью удовлетворить потребность в приведении новой информации в соответствие с существующей картиной мира. Формируя социальное представление, социальное сообщество ориентируется на образный арсенал социальной памяти. Так возникают клише, которые комбинируют разрозненные и упрощают сложные образы. В конечном счете, исчезает различие между образом и миром: «образ, ассоциируемый со словом или идеей, ввергнутый в пучину социального бытия и пущенный по воле волн, начинает рассматриваться как реальность – понимается, как реальность конвенциональная, но все-таки реальность»¹⁷².

¹⁷¹ Имидж лидера. Психологическое пособие для политиков. Под ред. Е.В.Егоровой-Гантман. М. 1994.

¹⁷² Social cognition: perspectives on everyday understanding. - L.etc., 1981. - Цит. по Якимова Е.В. Социальное конструирование реальности: социал.-психол. подходы: науч.-аналит. обзор. - М.: ИНИОН, 1999. – С. 84

Выступая средством *адаптации*, социальные представления демонстрируют гибкость и вариабельность: меняющийся политический и исторический контекст меняют содержание и эмоциональный заряд представления. Распад Советского Союза и утрата одной из наиболее значимых самоидентификаций — «советский человек» — привела к воскрешению этнических и религиозных идентификаций, реализующихся в системе определенных социальных представлений. Эти представления не были востребованы на протяжении длительного отрезка истории, но оказались живучими и возродились в новой культурно-исторической ситуации. Метаморфоза случилась и с образом российского предпринимателя: за двадцать лет этот образ успел претерпеть, по крайней мере, три радикальных метаморфозы: от «спекулянтов» и «цеховиков» 80-х, через образ «нового русского» в малиновом пиджаке 90-х к образу современного высокообразованного молодежного бизнесмена 2000-х. Соответственно, изменилось и отношение к предпринимателю со стороны общественного мнения: от неприятия, презрения к нейтральному отношению и уважению.

Примеры иллюстрируют тот факт, что система социальных представлений существует в каждом данном обществе и в определенный период его существования.

Говоря о системе представлений, существующих в определенный момент времени уместно обратиться к понятию *менталитет*.

Понятие менталитета (ментальности) пришло из исторической психологии. Оно было введено в научный оборот французскими исследователями К. Леви-Брюль, А. Февр, М. Блох и означает, в их определении «наличие у людей того или иного общества, принадлежащих к одной культуре, определенного общего «умственного инструментария», «психологической оснастки», которая дает им возможность по-своему воспринимать и осознавать свое природное и социальное окружение и самих себя».¹⁷³ В самом общем виде менталитет можно определить как «характерную для конкретной культуры (или субкультуры) специфику психической

¹⁷³ Гуревич А.Я. Историческая наука и историческая антропология. // Вопросы философии, 1988. № 1. С. 56.

жизни включенных в нее людей, детерминированную экономическими и политическими аспектами ее исторического развития».¹⁷⁴

Менталитет включает в себя некоторую систему *знаний* об обществе, его отдельных элементах, характере общественных отношений, норм, ценностей. Причем это не абстрактно-общие знания, а знания, пропущенные через интересы и субъективный опыт людей, выраженные в системе значимых *смыслов*. В менталитет включена система *языка*, посредством которого эти смыслы выражаются. Менталитет предполагает также принятую систему *мотивов*, выделяя в ней доминирующие из соответствующих *норм поведения*.

Политический менталитет оснащает принадлежащих к нему людей политическими взглядами, настроениями и чувствованиями, позволяя им идентифицировать себя с определенными политическими ценностями.

Исследователи политического менталитета выделяют в нем два важных компонента: *содержательная сторона* (взгляды, ценности, чувства и т.п., которые складываются в определенные системы и ценностей закрепляются, маркируются идеологическими «ярлыками» – стереотипами);¹⁷⁵ *стиль мышления* (когнитивный стиль), характер политических рассуждений, способ восприятия системы (так, одним людям свойственно восприятие политики в черно-белых тонах, а другим — большая понятийная сложность, доступно понимание большего разнообразия оттенков политических позиций). Исследователями была выявлена связь когнитивного стиля с конкретными политическими ориентациями.

Итак, подведем итог. В условиях дефицита верифицируемой информации о фактах общественно-политической жизни и в силу надындивидуальности (социоэталности) политики для повседневного опыта отдельного индивида, люди создают образ

¹⁷⁴ Дубов И. Г. Феномен менталитета: психологический анализ/Вопросы психологии. 1993. № 1

¹⁷⁵ Шестопап Е.Б. Политическая психология: Учебник для вузов. - М, 2002.

политической реальности на основе социальных представлений, являющихся результатом группового познания реальности – межличностной и групповой коммуникации «наивных исследователей». Причем эти представления являются не только и не столько результатом отражения реальности, ее «отпечатком», но, в первую очередь, результатом активного взаимодействия людей с целью создания упорядоченной и предсказуемой картины социального мира с определением своего места в ней.

«Сконструированный» образ мира предстает перед человеком как определенная социальная реальность, которая определяет действия индивидов и групп. Рамку, в которой складывается общий для больших групп образ мира, можно определить как «менталитет».

Недостаток информации о причинах действий персон и групп, люди пытаются объяснить приписыванием (атрибутированием) причин поведения. Объясняя социально-политическую реальность, люди склонны исходить из одной возможной причины, не рассматривая все альтернативы, демонстрируя при этом достаточную категоричность суждений (эта особенность социального познания определяет целый ряд ошибок восприятия, о которых будет сказано ниже).

8.4. Память в структуре политического познания

Память как психологический феномен имеет в политике весьма существенное значение. Для политических психологов понимание механизмов памяти важно в нескольких аспектах.

Во-первых, особенности памяти являются неотъемлемой частью личности политического лидера, которому приходится работать с огромными объемами информации. Специфика памяти отдельных лидеров влияет на принятие политических решений, становится причиной ошибок и искажений в восприятии и оценке информации, определяет познавательный (когнитивный стиль) и стиль деятельности политика в целом. Для политика важно не о простое запоминание, а о способности отбирать и хранить определенные блоки информации, имеющей непосредственное отношение к

деятельности. В частности для политика особое значение имеет память на людей, на лица, на проявления их лояльности, враждебности, особенности межличностных отношений между различными персонами и т.д.

Во-вторых, политическую психологию интересует память «простого человека»: как процессы и механизмы запоминания и хранения влияют на его восприятие политики, политиков, электоральное поведение. В условиях информационного перенасыщения очень важно не то, как ведут себя субъекты политического процесса, а то, что замечается и остается в памяти граждан от этой деятельности. Результаты выборов во многом зависят не от количества информации появившейся в информационном пространстве, а от того, какую информацию запомнят избиратели. Поэтому имиджмейкеры и политические технологи обращаются в своих прикладных целях к теоретическим разработкам исследователей памяти.

В-третьих, для политической психологии значимо изучение феномена исторической памяти народов, отдельных этнических, социальных групп и общностей. Обращение к исторической памяти происходит избирательно в непосредственной связи с настоящим, когда под воздействием текущих событий актуализируются глубинные структуры массового сознания, включая архетипы коллективного бессознательного. Эти образы непосредственно влияют на восприятие современной политики и политических лидеров. Поэтому понимание механизмов исторической памяти важно как в теоретическом, так и в прикладном плане.

Память как психический процесс характеризуется несколькими мнемическими операциями: *запоминания, сохранения, узнавания, воспроизведения и забывания*. Основными характеристиками памяти являются: *объем, быстрота воспроизведения, точность воспроизведения и длительность сохранения*. В зависимости от продолжительности хранения информации традиционно выделяют память *мгновенную, кратковременную, оперативную, долговременную*. В зависимости от характера запоминаемой

информации выделяют следующие виды памяти: *словесно-логическая память; образная память, двигательная память, эмоциональная память.*

Как система процессов организации информации в целях запоминания, сохранения и воспроизведения память может рассматриваться и как подструктура интеллекта — системного взаимодействия познавательных способностей и имеющихся у личности знаний, реализующего функции переработки информации.¹⁷⁶

Помимо общепсихологических механизмов памяти, в работе с социальной информацией участвует и ряд специфических, отвечающих за обработку и хранение последней. Как известно, информация сохраняется тем лучше, чем лучше она структурирована. Исследованы и описаны несколько основных способов структурирования социальной информации в целях ее наилучшего сохранения. Среди них отметим *прототипы, схемы, скрипты.*

Прототип. Как способ хранения социальной информации прототип имеет определенное отношение к более известному в психологии феномену — социальному стереотипу. Когда мы получаем информацию о новом объекте, мы сопоставляем ее в том числе и с существующими стереотипами — сравниваем, соотносим со сложившимся упрощенным образом аналогичных объектов. В ходе исследований было выяснено, что мы осуществляем это сопоставление не со всеми чертами, присущими данной группе явлений (например, социальной группе), а лишь с чертами *типичного представителя* этой группы. Прототип фиксирует совокупность характеристик, свойственных не большинству членов группы, а лишь определенному члену группы, которого мы полагаем типичным. В когнитивистской традиции его часто определяется как «лучший пример данной категории». Так, новая поступающая информация о политическом лидере сравнивается не только с хорошо известными примерами, но и с абстрактными образами и идеальным набором черт. Развивая концепцию прототипов в политической психологии Н.

¹⁷⁶ Мананникова Е. Н. Основы психологии: Учебное пособие. М. 2006. С.135-142.

Кэнтон и У. Мишель¹⁷⁷, предположили, что существует ряд правил категоризации, к которым относят: число атрибутов политика, соответствующих категории, их яркость и выраженность в общей конфигурации свойств лидера и число его атрибутов, несовместимых с данной категорией.

В результате исследования проведенного Д. Киндером и его коллегами, оказалось, что наиболее важными качествами, составляющими концепцию американцев об образцовом президенте, являются *компетентность и доверие*. Компетентность, определяется через такие черты, как: знание, остроумие, мужественность, воодушевление, гибкость мышления, способность обеспечить сильное лидерство, способность к назначению эффективных советников. Доверие, определяемое через: отсутствие стремления к власти, честность, гибкость мышления, стабильность, отсутствие предрассудков, взвешенность в решениях¹⁷⁸.

В исследованиях существующего образа идеального политика (президента в частности) в России были получены следующие результаты. Среди визуальных характеристик идеального лидера должны присутствовать: аккуратность, ухоженность, стиль, элегантность. Важным аспектом образа идеального политика является манера речи: он должен говорить правильно, стилистически верно и в то же время «просто», «понятно», «конкретно». Лидер должен быть сильным, здоровым, проявлять уверенность и мужественность, заниматься спортом. Среди психологических качеств наиболее значимы: интеллект, способность убедить и навязать мнение, рассудительность, интуиция, любовь и уважение к людям (как к своим близким, так и к избирателям). Важной чертой лидера является «чувство времени», т.е. умение поступать так, как нужно в данный момент. В отношениях с гражданами политик должен быть «открытым», «честным», «простым», «искренним». Во взаимоотношениях с различными группами влияния – быть «изворотливым», «хитрым», «непотопляемым». Главное, он должен

¹⁷⁷ Имидж лидера. Психологическое пособие для политиков. Под ред. Е.В.Егоровой-Гантман. М. 1994.

¹⁷⁸ Имидж лидера. Психологическое пособие для политиков. Под ред. Е.В.Егоровой-Гантман. М. 1994.

держат свое слово и выполнять обещания. Важным для политика является наличие конкретных результатов деятельности: «Москву сделал»¹⁷⁹.

В целом роль прототипов может быть как положительной, так и отрицательной. Прототип играет *положительную* роль в хранении информации, так как позволяет быстрее категоризировать объекты высокой степени прототипичности (быстрее выносить о них суждения, сокращая этот процесс). Кроме того, как подтверждено в многочисленных экспериментах, при помощи прототипа информация лучше запоминается.

Но прототип может играть и *отрицательную* роль, когда его использование приводит к существенному искажению образа воспринимаемого. Так, если прототип получил негативную оценку, все другие представители данной группы получают также негативную оценку — сработает принцип индивидуации информации. За прототип может быть принят вовсе не прототипичный представитель данного класса предметов (членов группы) и тогда приписывание качеств нетипичного представителя другим аналогичным объектам вообще приведет к полному искажению информации. Искажение может возникнуть и на основе того, что в прототипе была схвачена лишь «вершина айсберга», без всестороннего анализа предмета восприятия («встречают по одежке»).

Схемы. Под схемами понимают структурированное знание о какой-либо социальной категории. Прежде всего к схемам относят так называемые «рамки соотнесения» (frame of reference). «Рамка соотнесения» — это своеобразный, присущий каждому индивиду угол зрения на какой-либо объект, система координат, в которых этот объект должен быть рассмотрен. Использование «рамок соотнесения» позволяет человеку ему более адекватно категоризировать вновь встреченный объект, помещать его в некоторую «сетку» представлений. Наличие схемы обеспечивает познающего гипотезами

¹⁷⁹ Пищева Т. Н. Трансформация образа идеального президента в постсоветской России (анализ восприятия российских политиков) // Политико-психологические проблемы исследования массового сознания / Р.В. Базиков, В.С. Карпова, С.В. Нестерова и др.; Под ред. Е.Б. Шестопаля; Ин-т "Открытое о-во". - М.: Аспект Пресс, 2002. - С. 133-164

относительно того, что произойдет в определенной социальной ситуации, что следует ожидать от человека в определенной социальной роли или от представителя группы. Схемы могут быть построены по поводу этнической, профессиональной принадлежности, какой-либо социальной роли или статуса личности. Как отмечали П. Бергер и Т. Лукман, человек использует схемы типизации, «на языке которых возможно понимание других и общение с ними лицом-к-лицу... Я воспринимаю другого как «мужчину», «европейца», «покупателя», «живой тип» и т.д.».¹⁸⁰ Социальная реальность повседневной жизни в целом представляет собой континуум типизаций, а социальная структура – это вся сумма типизаций и созданных с их помощью повторяющихся образцов взаимодействия. «На одном полюсе континуума находятся те другие, с которыми я часто и интенсивно взаимодействую ...лицом–к–лицу. Это так сказать, «мой друг». На другом полюсе – крайне анонимные абстракции, которые по самой своей природе никогда не смогут стать доступными взаимодействию лицом-к-лицу».¹⁸¹

Схемы имеют *иерархическую природу*. Иерархия подразумевается в виде пирамиды, в которой описываются как минимум три уровня. Применительно к политику рассмотрим когнитивную схему профессионал («крепкий хозяйственник»). 1 уровень схемы – «образцы поведения». Здесь перечисляются все элементы данной схемы, все варианты какого-либо поведения. В нашем случае: вникает в суть вопросов, обладает широким кругозором, обладает глубокими знаниями в экономике и финансах, говорит по существу, задает конкретные вопросы, дает четкие указания, проводит много встреч с людьми. 2 уровень схемы – «черты». Это свойства, к которым можно отнести описанные элементы, черты и свойства личности, для которых те или иные образцы-варианты поведения характерны (компетентность, деловитость, работоспособность). 3 уровень – «ярлык». Это наиболее

¹⁸⁰ Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. - М., 1995. - С. 55

¹⁸¹ Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. - М., 1995.- С. 59

абстрактная информация о данном объекте, выражается в наименовании той категории, к которой данная схема относится (собственно, категория «профессионал»).

Значение схем в процессе социального познания трудно переоценить: будучи своеобразными «рамками», накладываемыми на окружающий мир, схемы помогают ориентации в нем; информация по схеме схватывается быстрее и запоминается лучше.

Скрипты. Скрипт можно определить как «выведенное из социального контекста и пригодное к использованию представление явления в таком же социальном контексте».¹⁸² Иными словами, под скриптом понимается когнитивная схема, которая содержит описание цепи последовательных действий, уместных в данной ситуации и организованных вокруг какой-либо цели. Скрипты фиксируют модели опыта и выступают своеобразными гидами для поведения человека в разнообразных ситуациях. Если ситуация знакома, наличие скрипта помогает автоматически совершать последовательность действий. Если ситуация незнакома — отсутствие скрипта затрудняет адекватное поведение. «Нарушение скрипта» есть нарушение ожидания. Поэтому-то скрипт и важен для хранения информации: если все идет «по скрипту», информация сохраняется хорошо, поскольку наблюдаемое привычно. Но верно и обратное: если скрипт «нарушен», такое нарушение еще лучше запоминается. Если все совершается в установленной и социально одобряемой последовательности, никому из наблюдателей и участников не приходит в голову анализ каждого из предпринятых «шагов», по которым разворачивается скрипт. Однако стоит нарушить последовательность, и такое действие моментально станет объектом не только пристального внимания, но и немедленных оценок или ответных действий.

Часто приводится описание скрипта «посещение ресторана», где сценарий разыгрывается так: вы входите в ресторан, раздеваетесь, заходите в зал, присматриваете столик, садитесь, подзываете

¹⁸² Андреева Г.М. Психология социального познания. – М., 2000. – С. 107

официанта, изучаете меню, заказываете блюда, потребляете их, расплачиваетесь, отправляетесь за пальто, покидаете ресторан.

Классические проявления скриптов – это ритуалы и повторяющиеся сценарии (как в повседневной, так и в политической жизни).

В политике скрипты проявляют себя в массовых мероприятиях, съездах партии (открытие, вступительное слово, выступления, принятие решений, закрытие), назначении на различные посты и других рутинных процедурах. Жизнь советского человека отличалась большим количеством подобных ритуалов, имевших идеологическое наполнение – демонстрации, вступление в пионеры, комсомол, партийные собрания. Ритуализация не только амортизировала обстановку в обществе, но создавала массовую иллюзию нахождения в едином с властью пространстве: если скрипты «разделяемы» всеми, то они способствуют взаимопониманию при взаимодействии людей. Напротив, если скрипты различны у взаимодействующих людей, то это может привести к конфликту.

Случайное или спланированное нарушение скрипта, «разрыв шаблона», в политике может иметь как позитивные, так и негативные последствия. Например, современникам запомнились «нарушения протокола» и незапланированные выходы М. Горбачева «к народу» поддерживавшие образ демократичного лидера новой волны. Широко известное выступление Н.Хрущева на заседании ассамблеи ООН, когда советский лидер стучал ботинком по трибуне и обещал показать врагам СССР «Кузькину мать» запомнилось надолго, но вызвало весьма и весьма неоднозначные оценки. Непротокольные высказывания В. Путина, ставшие крылатыми выражениями, также нарушают скрипты стандартного поведения политика, но добавляют в его образ новые грани.

Важным элементом политического познания является **историческая память** больших социальных групп (народов, этносов, классов). Она выступает изменяющимся, но постоянно присутствующим контекстом, который существенно влияет на

восприятие людьми современной власти. Чтобы понять роль исторической памяти в определении текущей политической ситуации, исследователи пытаются решить следующие задачи:

во-первых, проанализировать образы власти и политиков в прошлом, во-вторых – выявить механизмы влияния образов прошлого на оценки современных политических лидеров и структур.

Интересные результаты исследования исторической памяти россиян были получены в ходе анализа материалов глубинных интервью, проведенных в 1995 и 1997 г.г. под руководством Е. Шестопаля на кафедре политической психологии МГУ.¹⁸³ На формирование образа власти в СССР существенно влияло обстоятельство, что представители правящей элиты в дихотомии межгруппового восприятия «мы - они» находились для массового сознания на полюсе «мы». Где «мы» - это «советские люди», «они» - «заграница», «диссиденты», «враги народа». Образ власти наделялся аскетизмом, самопожертвованием. Большое значение имела способность власти и политиков защищать интересы народа от внешней угрозы. Эти характеристики приписывались власти как первостепенные. «В обмен» от правителей не ожидалось высокого уровня организаторских способностей, аналитического склада ума, развитых деловых качеств.

Сегодня восприятие отношений смещено в область антагонизма «правитель – подданный», тогда как в массовом сознании сильно желание объединить «власть» и «подданных» в единой категории «мы», что выражается в распространенных ожиданиях действий власти в «интересах народа». Респонденты наиболее остро переживают именно этот разрыв и «вынесение категории «подданных» из социального пространства власти».

¹⁸³ Тяжелникова В.С. Отношение к власти в контексте исторической памяти // Политико-психологические проблемы исследования массового сознания / Р.В. Базиков, В.С. Карпова, С.В. Нестерова и др.; Под ред. Е.Б. Шестопаля; Ин-т "Открытое общество". - М.: Аспект Пресс, 2002. – С. 109-131

8.5. Личностно-стилевые факторы политического познания как индивидуальный «психологический инструментарий»

Воспринимая и разделяя фундаментальные категории социально-сконструированного образа мира, люди демонстрируют разные уровни адаптированности к существующей социально-политической системе. Эти различия определяются **социально-психологической компетентностью**.

Под социально-психологической компетентностью понимают *совокупность специальных знаний и умений личности, обеспечивающую эффективность ее взаимодействия с окружающими людьми и в системе социальных отношений*. Антиподом социально-психологической компетентности является некомпетентность, неграмотность, невежество, оторванные от жизни фантазии. Социально-психологическая компетентность личности представляет собой специальные знания об обществе, о политике, экономике, культуре, принятых нормах взаимодействия между людьми, их группами. Т.о. социально-психологическая компетентность – это уровень умений личности, позволяющих действовать конструктивно в изменяющихся социальных условиях.

Компетентность формируется в ходе освоения систем общения и включения в совместную деятельность. Она проявляется на разных уровнях:

- макроуровень (политика, социальные институты и общности);
- микроуровень (межличностное общение, социально-бытовые взаимодействия).

В структуре социально-психологической компетентности выделяют компетентность коммуникативную, когнитивную (перцептивную) и знания в области социальных взаимодействий, поведения.

- Коммуникативная компетентность включает эмпатию (способность к сопереживанию, умение поставить себя на место другого) и знания о способах ориентации в различных ситуациях, свободном владении вербальными и невербальными средствами общения.
- Когнитивная компетентность означает степень соответствия сформировавшейся картины мира, представлений и знаний научным парадигмам, общепринятым в социально-политическом сообществе (сообществах).
- Компетентность в области взаимодействия сводится к знаниям о природе социальных влияний.

Политическим аспектом социально-психологической компетентности являются знания о политических институтах, их функциях, особенностях взаимодействия, механизмах политического участия и влияния, включая выборы, политические партии, движения, а также представления о возможностях защиты своих политических интересов и модели политического поведения, позволяющие добиваться целей с максимальной эффективностью (достигнутый результат в отношении к затраченным времени и ресурсам).

По сфере применения выделяют два вида социально-психологической компетентности (СПК):

- 1) Бытовая СПК – результат социализации, т.е. адаптации к конкретным условиям повседневной жизни. В основе этой компетентности лежат бытовые картины мира, знания, умения и навыки, позволяющие быть конструктивным и достигать своих целей в ситуациях повседневного взаимодействия.
- 2) Профессиональная СПК – совокупность профессиональных знаний и умений, а также освоенных способов общения и взаимодействия для выполнения профессиональной деятельности. Применительно к

представителям власти, политической элиты, термин «социально-психологическая компетентность» был введен в научный оборот российскими социальными психологами. Он определяет ее как систему знаний, позволяющих политику учитывать последствия принимаемых решений, воздействовать на ход событий с учетом как соблюдения прав и свобод граждан, так и для обеспечения национальных интересов.

Социально-психологическая компетентность в области политики определяется следующими факторами:

1. индивидуальными особенностями (включая темперамент, тип восприятия и мышления (когнитивный стиль), эмоциональный профиль);
2. психологическими состояниями и типичными настроениями;
3. социально-психологическим статусом и особенностями политической социализации;
4. ценностями, нормами, культурной спецификой окружения;
5. специальной социально-психологической подготовкой.

Интересная типология форм политических представлений и обуславливающих их социально-психологических типов познающего субъекта предложена Г.Г. Дилигенским¹⁸⁴. Типология наглядно иллюстрирует возможные уровни социально-психологической компетентности в политической сфере. Критериями типологизации в ней служат когнитивные механизмы формирования представлений о политике и социально-психологические особенности людей, его поддерживающего.

Автор выделил следующие познавательные типы:

- *мифологический,*
- *стихийно-рациональный,*
- *рефлексивный,*

¹⁸⁴ Дилигенский Г.Г. Социально-политическая психология, М.: Наука, 1994. - С. 47-53

- *инертно-фаталистический.*

Мифологический тип. В основе представления лежит обобщенный идеологический миф, к которому приспособляются данные реального опыта. Формирование мифологических представлений идет на фоне дефицита информации, который может быть обусловлен объективными (узость и тенденциозность источников информации, низкий уровень культуры и образования) и/или субъективными (слабость интеллекта) факторами. В таких условиях стереотипы, этнические и социально-групповые предрассудки становятся самым доступным механизмом для понимания политической реальности.

Социально-психологическую базу для распространения и поддержания мифологических представлений чаще всего образуют индивиды и группы, испытывающие не только информационные дефициты разного вида, но и достаточно острое ощущение социальной или личной обделённости. Переживания низкого социального или материального статуса сосредоточивают сознание на поиске персонифицированных сил, виновных в несправедливости. Так появляется образ врага, который является ключевым моментом как для ультраконсервативных, националистических так и для революционных идеологий. Первопричиной же всего позитивного оказывается наделенный мифическими чертами персонаж: богоданный монарх, харизматичный вождь или герой.

Стихийно-рациональный тип. У носителей представлений этого типа может быть большой или меньший интерес к политической жизни, но обычно не очень интенсивный, и направлен он на те сферы, которые воспринимаются как наиболее близкие к их непосредственным жизненным заботам. Информация об этих сферах черпается из различных источников, в том числе содержащих неоднородные, даже противоположные объяснения и оценки, причем предпочтение отдается данным собственного опыта, которые являются несущей основой представлений. Поэтому представления,

присущие стихийно-рациональному типу, чаще всего противоречивы, подчас алогичны. Однако отсутствие единой системы представлений, соответствующей логике какой-либо идеологии или теории, не означает, что представления вообще не связаны друг с другом. Просто эта связь основана на каком-то ином принципе. Таким принципом может быть функциональность представлений, соответствие их ситуации: человек в каждом случае может использовать те из них, которые позволяют ему ориентироваться в соответствии со своими интересами именно в данной ситуации.

Например, люди понимают, что система частной собственности и капиталистической прибыли оптимальна для экономики и роста их благосостояния, но чтобы получить справедливую долю растущего пирога, наемные работники должны быть готовы отстаивать свои интересы в борьбе с хозяевами. Такая система представлений соответствует весьма распространенному на современном Западе типу реальных трудовых отношений, который иногда называют «конфликтным сотрудничеством».

По мнению ряда исследователей, стихийно-рациональный тип – наиболее распространенный сегодня в развитых странах тип формирования политических представлений.

Рефлексивный тип. Характерен для людей, испытывающих сильный интерес к общественно-политической жизни и отличающихся высокой интеллектуальной активностью. Они стремятся сконструировать логически стройную и сложную картину социальной действительности и ее отдельных сфер. По данным эмпирических исследований, высокий уровень согласованности знаний типичен, с одной стороны, для политической и идеологической элиты, с другой – примерно для одной трети рядовых граждан, в основном наиболее образованных. Также исследования выявили связь между целостностью системы представлений и тенденций к их «идеологизации», Их отличает «монополюсность» представлений, как бы подчиненности какой-то одной «главной» идее. Не случайно так много идеологически «одномерных» людей

встречается среди представителей интеллигенции, особенно профессиональных идеологов – преподавателей гуманитарных дисциплин, научных работников, публицистов.

Инертно-фаталистический тип. Определяющим для него является восприятие политической действительности как сферы действия сил и процессов, не поддающихся ни пониманию, ни контролю индивида и его социальной группы. При общем низком уровне интереса к политическим событиям и слабой информированности, представители этого типа могут интересоваться теми из них, которые непосредственно затрагивают их личные судьбы. Однако поскольку происходящее кажется им хаосом событий, не подчиненных какому-либо организующему принципу, они не испытывают желания понять причины и связи явлений. Формирующиеся при этом политические представления случайны и изменчивы, зависят от тех сведений и интерпретаций, которые в последний момент поступили из доступных источников информации или стереотипов, распространенных в социальной среде этих людей. Инертно-фаталистический – это наиболее низкий уровень познавательной активности в политической сфере.

Большинство людей используют различные способы выработки своих представлений, причем эти способы и типы представлений могут особенно резко различаться в зависимости от конкретного объекта или сферы действительности.

Когнитивный стиль

Понимание политической реальности во многом определяется характером рассуждений, способом восприятия и мышления, который присущ индивидам и группам. Эти особенности описываются термином «*когнитивный стиль*». Когнитивный стиль — это «индивидуально-своеобразные способы переработки информации о своем окружении в виде индивидуальных различий в восприятии,

анализе, структурировании, категоризации, оценивании происходящего»¹⁸⁵.

Необходимо подчеркнуть, что в силу того, что приобретение индивидом знаний о социально-политической действительности неизбежно опирается на общепсихические познавательные процессы в целом, стилевые особенности мышления определяют политическое познание как «простых» граждан, так и профессиональных политиков. И, как было отмечено выше, когнитивный стиль является одним из главных компонентов политического менталитета.

В современной зарубежной и отечественной литературе можно встретить описание около двух десятков различных когнитивных стилей. Среди них: *Полезависимость / полнезависимость; Узкий / широкий диапазон эквивалентности; Узость / широта категории; Ригидный / гибкий познавательный контроль; Толерантность / нетолерантность к нереалистическому опыту; Фокусирующий / сканирующий контроль; Сглаживание / заострение; Импульсивность / рефлексивность; Конкретная / абстрактная концептуализация; Когнитивная простота/сложность; Доверие / недоверие к партнеру, инструментальный акцент (ориентация на «дело»)* и др.

Рассмотрим наиболее значимые из них:

Полезависимость/полнезависимость

Первоначально различие по данному признаку было выявлено в ходе экспериментов по восприятию сложных изображений. Как выяснилось, одни испытуемые при этом полагаются на внешнее видимое поле и с трудом преодолевают его влияние. Им требуется много времени, чтобы «увидеть» нужную деталь в сложном изображении (это явление получило название полезависимости). Другие испытуемые, напротив, склонны контролировать влияние зрительных впечатлений за счет опоры на некоторые внутренние критерии и легко преодолевают влияние видимого поля, быстро

¹⁸⁵ Холодная М. А. Когнитивные стили. О природе индивидуального ума. — СПб.: Питер, 2004. - С. 38

находят деталь в сложном изображении (это явление получило название полнезависимости).

В дальнейшем характеристикой ПЗ/ПНЗ стали описывать широкий круг стилевых особенностей мышления людей, включая решение ими социальных задач.

Люди с полнезависимым стилем легко преодолевают сложный контекст: быстро вычлняют деталь из сложного целого, с легкостью преобразуют заданную ситуацию, без особых затруднений выделяют основное противоречие в проблеме и т.п.

Люди с ползависимым стилем с трудом преодолевают сложный контекст: им нужно время, чтобы увидеть деталь в сложном целом, их отличает склонность принимать ситуацию в ее готовом, заданном виде, они не всегда могут обнаружить релевантное противоречие в задаче и т.п. Как показали многочисленные эксперименты (Witkin, Goodenough, 1977)¹⁸⁶, ползависимые люди более чувствительны к социальным воздействиям, внимательны к социальным источникам информации, чаще ждут от окружающих поддержки и помощи. Для них характерна склонность к коллективным формам деятельности. Эти люди склонны изменять свои взгляды в направлении позиции авторитетов.

Импульсивность/рефлексивность

Данный когнитивный стиль характеризует индивидуальные различия в склонности принимать решения быстро либо медленно. Наиболее ярко это стилевое свойство проявляется в ситуации неопределенности, когда требуется осуществить правильный выбор из некоторого множества альтернатив.

Импульсивные индивиды склонны быстро реагировать в ситуации множественного выбора, при этом гипотезы выдвигаются без анализа всех возможных альтернатив. Для рефлексивных характерен замедленный темп реагирования в подобной ситуации, гипотезы проверяются и многократно уточняются, решение

¹⁸⁶ Холодная М. А. Когнитивные стили. О природе индивидуального ума. — СПб.: Питер, 2004. - С. 55

принимается на основе тщательного предварительного анализа признаков альтернативных объектов.

Узкий/широкий диапазон эквивалентности

Данный когнитивный стиль характеризует индивидуальные различия в особенностях ориентации на черты сходства или черты различия объектов. Суть стиля в том, много или мало категорий представлено в индивидуальном понятийном опыте.

В работах отечественных авторов этот когнитивный стиль характеризует склонность к «аналитике» или «синтетике» в способе мышления. «Аналитичность» предполагает склонность ориентироваться на выявление различий в ряду объектов. «Синтетичность» – склонность ориентироваться на выявление сходства в ряду объектов (Колга, 1976; Шкуратова, 1994). При этом «аналитики» опираются в основном на явно выраженные, например, физические свойства объектов, тогда как «синтетики» — на их скрытые, дополнительные значения. По данным экспериментов, 63% «аналитиков» выделяют группы по материалу («все предметы бумажные»), тогда как среди «синтетиков» такой тип категоризации отсутствует.

Конкретная/абстрактная концептуализация

В основе конкретности/абстрактности лежат такие психологические процессы, как дифференциация и интеграция понятий. При этом полюс «конкретной концептуализации» характеризуется незначительной дифференциацией и недостаточной интеграцией понятий. Напротив, полюс «абстрактной концептуализации» предполагает как высокую дифференциацию, так и высокую интеграцию понятий.

Для «конкретных» индивидуумов типичны следующие психологические качества: склонность к черно-белому мышлению, зависимость от статуса и авторитета, нетерпимость к неопределенности, стереотипность решений, ситуативный характер

поведения, меньшая способность мыслить в терминах гипотетических ситуаций и т. д.

Для «абстрактных» индивидуумов характерна свобода от непосредственных свойств ситуации, ориентация на внутренний опыт в объяснении физического и социального мира, склонность к риску, независимость, гибкость, креативность и т.д. Конкретный способ концептуализации обуславливает «закрытость» ума в виде склонности к свехупрощению и свехконцентрации на одном подходе при интерпретации ситуации. Абстрактный способ концептуализации характеризует открытость ума, проявляющуюся в учете непредвиденных обстоятельств, порождении множества альтернативных интерпретационных схем, толерантности к необычным и новым аспектам происходящего (Harvey, Hunt, Schroder, 1961)¹⁸⁷.

Когнитивная простота/сложность

Исследования данного когнитивного стиля получили, пожалуй, наибольшую известность, в том числе в рамках политической психологии. В основе данной типологии лежит теория личностных конструктов, предложенная Дж. Келли (Kelly, 1955).

Конструкт в понимании Келли это биполярная субъективная шкала, реализующая одновременно две функции: обобщения (установления сходства) и противопоставления (установления различия) в условиях оценки тех или других социальных объектов (включая и самого себя). Примером могут служить конструкты «добродушный — злобный», «умный — глупый», «опасный — безопасный» и т.д. Человек понимает, интерпретирует, оценивает и прогнозирует действительность на основе определенным образом организованного субъективного опыта, представленного в виде системы конструктов. Люди различаются между собой по таким признакам, как количество конструктов, входящих в систему, их характер, тип связи между ними. Совокупность этих признаков

¹⁸⁷ Холодная М. А. Когнитивные стили. О природе индивидуального ума. — СПб.: Питер, 2004. — С. 83-87

составляет определенную степень *когнитивной сложности* человека.

Высокая степень когнитивной сложности означает, что данный человек создает многомерную модель реальности, выделяя в ней множество взаимосвязанных сторон. Низкая когнитивная сложность свидетельствует о том, что понимание и интерпретация происходящего в сознании данного человека осуществляется в упрощенной форме на основе ограниченного набора сведений. Таким людям свойственно одномерное восприятие политики: или в черном, или в белом свете без полутонов и оттенков, люди делятся на «своих» и «чужих»: кто не с нами, тот против нас. Когнитивно-сложная личность воспринимает мир во всем его многообразии, включая разнообразие оттенков политических позиций.

Когнитивная сложность оказывает существенное влияние на социально-психологическую компетентность. У когнитивно-сложных личностей она выше, поскольку они воспринимают больше нюансов, выделяют больше возможностей. Как видим, проявления когнитивной простоты/сложности сходны с конкретной/абстрактной концептуализацией.

В ходе ряда исследований была установлена и связь когнитивной сложности с конкретными политическими ориентациями. Так, было доказано, что низкая когнитивная сложность чаще встречается у право-консервативных, чем у либеральных политиков и их сторонников. Вообще радикалы и справа и слева более склонны делить людей на «наших» и «не наших»¹⁸⁸.

В исследованиях когнитивной сложности политических лидеров выделяют *два взаимосвязанных аспекта: концептуальную сложность и интегративную сложность*¹⁸⁹.

Концептуальная сложность представляет собой степень дифференциации, которую политический лидер демонстрирует при описании или обсуждении других людей, политики, идей или вещей.

¹⁸⁸ Цит. по: Шестопап Е.Б. Политическая психология, М. Аспект-Пресс. 2007. – С. 189

¹⁸⁹ Political Psychology and Foreign Policy / E. Singer, V. Hudson. Boulder, San Francisco, Oxford: Westview Press, 1992. 265 p. - С.90

Чем более концептуально прост политический лидер, тем сильнее у него тенденция классифицировать объекты и идеи с помощью двумерных измерений, хорошо-плохо, чёрное-белое, или-или; тем сильнее его нежелание видеть двойственность в окружении и реагировать скорее однообразно на объекты и идеи.

Интегративная сложность означает способность соотносить различные элементы и измерения проблемы или ситуации путем созданий комбинаций, синтеза, интеграции. Различные уровни дифференциации и интеграции в информационном процессе имеют результатом различные оценки ситуации и стратегии решения, принимаемые на их основе. Так, была выявлена корреляция между уровнем интегративной сложности, с одной стороны, и взглядами, позициями и конкретной ролевой ситуацией политиков, с другой. Как установил П. Тетлок, интегративная сложность политика связана не столько с идеологическим содержанием его политических позиций, выражающимся в партийных слоганах (этикетках), сколько с интерпретацией этого содержания – жестко догматической, замкнутой и конфронтационной либо динамичной, гибкой, открытой к восприятию новых идей и компромиссу с другими течениями¹⁹⁰.

Данные исследований показывают, что уменьшение интегративной сложности свидетельствует о предпочтениях разрешения политических конфликтов с использованием силы. При этом усиливается «чёрно-белый» стиль мышления, политики проявляют подозрительность к реализации согласованных вариантов выхода из кризиса, прибегают к тактике давления; крайности в оценочных суждениях делают конструктивный диалог маловероятным. При этом пока остается открытым вопрос, является ли снижение уровня интегративной сложности причиной эскалации конфликта или ее следствием¹⁹¹.

Когнитивный стиль проявляет себя как на личностном, так и на групповом уровне политического познания. Российские психологи

¹⁹⁰ Tetlock P. E. Cognitive style and political ideology // Journal of Social Psychology. 1983. Vol. 45.- С. 118-126

¹⁹¹ И.Ю. Киселев, А.Г. Смирнова, Ю. В. Симонова. О проблеме рационального принятия решений в международной политике. Ярославль, 1999 <http://univ.uniya.ac.ru/~kisselev/r-choice.htm>

В.Ф. Петренко и О.В. Митина провели исследование документов различных российских партий в постперестроечный период. В результате были составлены когнитивные карты, отражающие групповые политические представления правых и левых, радикалов и консерваторов не по самоназванию, а по действительному способу их политического мышления¹⁹².

Тогда главным фактором политического размежевания политических партий и общественных движений являлись две идеи — роспуск СССР и сохранение единства и территориальной целостности СССР. Вторым фактором выступала идея отказа от коммунистических идей и как противоположность — идея революционного обновления социализма. Третий фактор — это распространение культуры и информации как доступной каждому гражданину и как противоположность — националистические идеи о том, что права нации выше прав личности. Четвертый фактор связан с потребностью в идеологическом плюрализме и демократии и как противоположность — жесткий контроль над информацией.

8.6. Ошибки восприятия политической реальности

Как уже отмечалось, формирование политических знаний определяется теми же общепсихологическими и социально-психическими механизмами, что лежат в основе познания в целом. «В явной осознанной форме или неявной, интуитивной все лица, принимающие решения, следуют естественному психологическому алгоритму и последовательности действий. <...> Программа получения человеком информации, ее обработки, принятия решения и его реализации так же естественна, неизменна, как, например, прием пищи. В процессе принятия политических решений тоже можно искусственно нарушить естественные психологические правила преобразования информации, но это

¹⁹² Семантическое пространство политических партий // Психологический журнал, №6, 1991. с. 55-77; Петренко В.Ф., Митина О.В. Психосемантический анализ динамики общественного сознания М., 1997

приводит к «заболеваниям» политических систем или, что случается, к их гибели»¹⁹³.

Это означает, что независимо от уровня, который занимает индивид в политической иерархии, его компетентности и осведомленности восприятие будет определяться одними общепсихическими процессами и явлениями.

Безусловно, компетентность и осведомленность позволяют человеку видеть социальный мир в большем многообразии и выделять в нем большее число связей и взаимозависимостей. Однако в условиях дефицита времени, информации, и под воздействием эмоционального напряжения, политические лидеры зачастую демонстрируют такую же тенденциозность в оценках и действиях, что и рядовые граждане.

Изучение психологических механизмов, определяющих отклонения от моделей рационального выбора, или, другими словами, «ошибок восприятия», является одной из задач политической психологии.

Вот что в этой связи отметил в интервью профессор Колумбийского Университета Роберт Джервис, один из самых влиятельных политологов США, специалист по изучению международных отношений, процессов принятия решений и политической конфликтологии:

«... чем больше я углублялся в психологию и историю дипломатии, тем больше осознавал, насколько разногласия и ошибки в восприятии влияют на международную политику. Государства, как и люди, действительно живут в разных мирах, совершенно по-разному воспринимая ситуацию. Они часто взаимодействуют друг с другом, недооценивая взгляды и мировоззрение стран, с которыми имеют дело. Естественно, что эти недопонимания не всегда провоцируют или поддерживают конфликты. Бывает так, что страны какое-то время имеют хорошие отношения лишь потому, что не совсем понимают друг друга. Взаимодействие государств происходит

¹⁹³ Юрьев А. Введение в политическую психологию. СПб, 1992, - С. 96

в весьма туманном пространстве, а политики и дипломаты этого часто не осознают»¹⁹⁴.

В 1976 году Роберт Джервис в работе «Восприятие и неверное восприятие (misperception) в международной политике» показал, что помимо эмоциональных факторов на принимаемое тем или иным лидером решение оказывают влияние когнитивные факторы. С этой точки зрения, информация, получаемая политиками, усваивается и упорядочивается ими «с поправкой» на их собственные взгляды на внешний мир. Отсюда – тенденция недооценивать любую информацию, которая противоречит их системе ценностей и образу противника, или же, напротив, отдавать преувеличенную роль незначительным событиям.

Среди таких «когнитивных факторов» можно выделить: *ошибки атрибуции, эвристики, иллюзорные корреляции, метафоричное мышление и суждение по аналогии и др.*

Фундаментальная ошибка атрибуции

В самом общем виде фундаментальную ошибку можно определить как «склонность людей игнорировать ситуационные причины действий и их результатов в пользу диспозиционных»¹⁹⁵. Иными словами, фундаментальная ошибка атрибуции заключается в тенденции недооценивать воздействие самой ситуации и переоценивать влияние личностных особенностей человека и его установок при объяснении чьего-либо поведения.

Фундаментальная ошибка является очень распространенным явлением, и она настолько устойчива, что даже когда люди знают, что именно является причиной того или иного поведения человека, они все равно недооценивают влияние внешних факторов воздействия, считая других полностью ответственными за свои поступки. При этом свое собственное поведение люди чаще объясняют, ссылаясь на внешние обстоятельства. Иллюстрацией фундаментальности этой

¹⁹⁴ Внешняя политика недопонимания. Интервью с Р. Джервисом, - Washington ProFile – International News & Information Agency, - 01.12.2005 <http://www.washprofile.org/ru/node/4168>

¹⁹⁵ Росс Л. Нисбет Ч. Человек и ситуация. Перспективы социальной психологии, М. 1999. - С. 149

особенности восприятия служит такой факт: в отношении себя люди обычно используют глаголы, которые описывают наши действия и реакции («Меня раздражает, когда»). В отношении других – чаще описывают, что это за человек («Он отвратительный тип») (Fiedler & others, 1991; McGuire & McGuire, 1986; White & Younger, 1988)¹⁹⁶.

Росс и Нисбет показали следующие проявления фундаментальной ошибки атрибуции¹⁹⁷:

1. «Эффект ложного консенсуса». Воспринимающий принимает свою точку зрения как «нормальную» и потому полагает, что другим должна быть свойственна та же точка зрения. Если она иная, значит, дело в «личности» воспринимаемого. Проявляется не только в переоценке типичности своего поведения, но и в переоценке «нормы» своих чувств и убеждений. Считается, что «ложное согласие» является главной причиной, по которой люди считают собственные убеждения единственно верными.

2. «Недооценка ролевой позиции». Проявляется как склонность переоценивать значение личностных качеств и мотивов субъекта, не приняв в расчет ролевую позицию действующего лица. Человек на высокой ролевой позиции по отношению к наблюдателю воспринимается как более осведомленный, компетентный, мудрый. Его успешность приписывается позитивным личностным качествам. В обыденной жизни именно этот механизм включается при приписывании причин в ситуации «начальник—подчиненный». В политической – в ситуации «лидер – последователи», «центральный аппарат – региональное отделение партии» и проч.

3. «Легкость построения ложных корреляций». Состоит в том, что наблюдатель произвольно соединяет какие-либо две личностные черты как обязательно сопутствующие друг другу. Особенно это относится к неразрывному объединению внешней черты человека и какого-либо его психологического свойства (например: «все полные люди — добрые», «все мужчины невысокого роста — властолюбивы» и пр.). «Ложные корреляции» облегчают процесс атрибуции, позволяя

¹⁹⁶ Майерс. Д. Социальная психология. – СПб.: , - С Питер, 2000. – С.265

¹⁹⁷ Росс Нисбет Человек и ситуация. Перспективы социальной психологии, М. 1999. - С. 236

почти автоматически приписывать причину поведения наблюдаемой личности, совершая произвольную «связку» черт и причин (см. ниже).

4. *«Игнорирование информационной ценности неслучившегося».* Основанием для оценки поступков людей может явиться не только то, что «случилось», но и то, что «не случилось», т.е. и то, что человек «не сделал». Однако такая информация о «неслучившемся» нередко опускается. Поверхностно воспринимается именно «случившееся», а субъект «случившегося» — личность. К ней, прежде всего, и апеллирует наивный наблюдатель.

Помимо сказанного, фундаментальная ошибка атрибуции определяет тенденцию воспринимать аутгруппы (в т.ч. иностранные государства и правительства, партии, движения) в качестве единого целого, а не сложного переплетения интересов и мотивов различных персон, групп влияния. И приписывать им внутренние, глубинные, а не ситуационные причины поведения.

Эвристики

Эвристика – это «сокращение или правило произвола, применяемое нами для того, чтобы высказать суждение, для которого имеем недостаточную или неопределенную информацию»¹⁹⁸. Т.е., эвристика представляет собой упрощенное правило для быстрого принятия решения, без всестороннего анализа и обработки всей доступной информации. Эвристика не претендует на получение знания, опирающегося на нормы логики, но зато обеспечивает некоторый компромисс между рациональным и когнитивно-экономным выводом.

Эвристика репрезентативности (представленности). Согласно А. Тверски и Д. Каннеману, предложившим термин, данная эвристика представляет собой тенденцию использовать внешнее подобие или сходство одного объекта с другим для того, чтобы сделать вывод о том, что первый объект и ведет себя подобно второму. Иными словами, заключение выносится на основе простого правила: чем больше оцениваемый объект или субъект похож на

¹⁹⁸ Андреева Г.М. Психология социального познания. – М. 2004. – С. 88

«типичных» представителей своей группы, тем больше вероятность, что он принадлежит этой группе. Э. Аронсон приводит многочисленные житейские ситуации, в которых эвристика представленности «работает» достаточно безотказно. Ребенок в магазине тянется за сладостью с более красивой картинкой на упаковке, потому что *обычно* такие сладости бывают более вкусными; традиционно считается, что красавцы и красавицы более успешны, хорошо одетые люди заслуживают большего уважения и т.д.¹⁹⁹

Данная эвристика широко используется в имиджмейкинге политиков, когда в зависимости от задач кампании, делается акцент на «нужных» качествах политика: «из рабочих», «экономист», «бизнесмен», «семьянин» и проч.

Эвристика наличности, или доступности. Это тенденция оценивать явления на основе готовых суждений, которые имеются в памяти и легче всего приходят на ум при формулировании оценки. Иными словами, чем человеку проще вспомнить какие-то примеры поведения людей, категории, или события, тем более важными они кажутся. Доступность «знания» обусловлена тем, что оно кажется само собой разумеющимся, поскольку очевидно имеется «в наличии».

Канеман и Тверски проиллюстрировали влияние доступности информации на суждения следующим экспериментом. В 1974 году, когда новости начинались с сообщений о гражданской войне в Камбодже, они задавали испытуемым вопрос: в какой стране живет больше людей: в Камбодже или в Танзании? Население Танзании в три раза превышает население Камбоджи, но респонденты, недавно видевшие телесюжет про Камбоджу, отвечали, что там живет больше народу²⁰⁰.

Симулятивная эвристика. Это тенденция заключается в том, что легкость, с которой какое-либо событие возникает в памяти или в воображении, приводит к переоценке «ментальной симуляции» значения события в сторону его усиления: так, яркие события или

¹⁹⁹ Аронсон Э. Общественное животное. Введение в социальную психологию. М., 1998. - С. 154

²⁰⁰ Фенько А. Человек безумный. Коммерсантъ-ВЛАСТЬ, 21.10.2002

кризисы обостряют чувство риска при оценивании любого фактора, который им сопутствовал и проявляется вновь. Любые негативные экономические новости в нашей стране ведут к скупке соли, спичек и круп определенными группами населения.

Иллюзорная корреляция. Это склонность видеть взаимосвязи там, где их на самом деле нет. Ярким примером иллюзорной корреляции являются этнические и социальные предрассудки. Например, в США сложился стереотип россиян как «unsmiling nation» (неулыбчивая нация). Поскольку русские не любят улыбаться, они воспринимаются как мрачные, агрессивные от природы люди, с которыми надо держаться настороже. То же в восприятии американцев россиянами: культурная установка американца всегда показывать «я в порядке» воспринимается как двуличность и лживость натуры.

В современных обществах большую роль в распространении иллюзорных корреляций играют СМИ. Регулярная демонстрация кадров с иммигрантами в качестве задержанных по подозрению в преступлении, формирует в массовом сознании довольно прочную связку «преступники — иммигранты». Так возникают «иллюзорные корреляции», которые связывают какое-либо негативно воспринимаемое качество с принадлежностью к социальной, политической или этнической группе.

Особые явления в ряду когнитивных ошибок – *метафорическое мышление и суждения по аналогии*. В силу природы своего формирования, они присущи восприятию именно социально-политической сферы и демонстрируются профессиональными политиками и представителями экспертного сообщества. *Суждение по аналогии* – это объяснение и приписывание значений новым ситуациям через обращение к историческим прецедентам. При этом внимание сосредотачивается на самых очевидных аспектах исторических событий. Так, многие крупные конфликты в странах третьего мира оценивались и продолжают оцениваться через призму войны США во Вьетнаме, и при наличии определенного внешнего сходства совершенно не фиксировалось внимание на существенных различиях ситуации: Афганистан – Вьетнам для СССР; Ливан –

Вьетнам для Израиля; Эритрея – Вьетнам для Эфиопии; Босния – Вьетнам для ЕС и т.п. А различные ситуации напряженности, возникающие между Россией, США и Западной Европы сразу же интерпретируются по аналогии с событиями и идеями эпохи «холодной войны». Э. Аронсон приводит следующий пример²⁰¹: Перед самым началом войны в Персидском заливе в 1991 г. в Конгрессе Соединенных Штатов прошла серия дебатов по поводу возможных положительных и отрицательных последствий такого шага. Конгрессмены, поддерживавшие идею войны с Саддамом Хусейном, представляли иракского диктатора как «нового Гитлера», всячески подчеркивая параллели: между проводимой Хусейном политикой уничтожения курдов с помощью газов и политикой уничтожения евреев в газовых камерах, проводимой Гитлером; между вторжением иракских войск в Кувейт и вторжением Германии в Польшу; а также между тем, как вооружались Гитлер и Саддам Хусейн. Конгрессмены, выступавшие против войны, проводили параллели между Ираком и Вьетнамом, считая, что оба конфликта представляли собой гражданские войны - в одном случае между Северным Вьетнамом и Южным, а в другом - между различными арабскими группировками. Они высказывали естественное беспокойство по поводу возможностей американской военной машины сражаться в «чужестранных» болотах и пустынях и характеризовали попытки начать военные действия как войну в поддержку «большого бизнеса» и «большой нефти». Последствия принятия той или иной позиции были таковы: «если Саддам Хусейн действительно «новый Гитлер», тогда политика экономических санкций (некоторые рассматривали ее как форму умиротворения) могла вызвать лишь еще большие угрозы миру и в конце концов повлечь за собой начало еще более ужасной войны. Если же рассматривать Ирак как еще один Вьетнам, тогда интервенция привела бы к затяжной войне, вновь расколола бы нацию и загнала бы обе стороны в трясины, где не будет ни победителей, ни побежденных».

²⁰¹ Аронсон Э. Общественное животное. Введение в социальную психологию. М., 1998. - С. 157

Как отмечают исследователи, при суждении по аналогии в сознании политиков зачастую стираются различия между конкретной ситуацией в настоящем и политически предпочитаемым прецедентом в прошлом²⁰².

Метафорическое мышление в политике приводит к тому, что введенные в обиход метафоры начинают сами определять восприятие ситуации, формируя рамки и вводя в нее собственную смысловую нагрузку. В трудах Р.Джервиса, Дж.Бреслауэра, Р.Дентона и Г.Вудворда²⁰³, анализируется влияние метафор, широко распространенных среди американских элит в период холодной войны, на принятие политических решений. Среди них: «*лестница эскалации*», «*скользящий путь*», «*миротворец*» (стратегическая ракета «МХ»).

Метафора «*лестница эскалации*» предполагала, что вооруженные конфликты, связанные как с применением обычных вооружений, так и даже ядерного оружия, могут быть поставлены под контроль. Метафора «*скользящий путь*» определяла неизбежность скатывания конфликтующих сторон к военному противостоянию путем утраты того же самого контроля над развитием ситуации, а метафора «*миротворец*» была ядром концепции сдерживания возможной военной агрессии путем устрашения. В практике международных отношений метафора «*лестница эскалации*» поддерживала военную доктрину, связанную с наращиванием ответных мер в области военного строительства, включая и ядерный потенциал. В противоположном ключе «работала» метафора «*скользящий путь*», которая поддерживала концепцию гарантированного взаимного уничтожения в случае развязывания крупномасштабного конфликта и требовала от ядерных сверхдержав избегать кризисных ситуаций,

²⁰² Киселев И. Психологические аспекты адаптации России и россиян к новым реальностям меняющегося мира Москва, МСУ, 2000. <http://www.prof.msu.ru/publ/balk/019.htm>

²⁰³ Jervis R. Rational Deterrence // World Politics, № 41. P. 183-207; Learning in U.S. and Soviet Foreign Policy/ G.W. Breslauer, Ph. E. Tetlock . San Francisco: Westview Press, 1991. 881 p.; Denton R., Woodward G. Political Communication in America. N.Y.: Praeger, 1985. 364 p. Цит. по: И.Ю. Киселев, А.Г. Смирнова, Ю. В. Симонова. О проблеме рационального принятия решений в международной политике. Ярославль, 1999 <http://univ.uniyar.ac.ru/~kisselev/r-choice.htm>

которые в перспективе становятся трудноуправляемыми. Метафора «миротворец» олицетворяла концепцию ядерного устрашения.

Большое влияние на государственных лидеров разных стран оказала метафора "домино", которая подразумевала, что неудача с занятием твердой позиции в одной сфере неизбежно подрывает позиции и во всех других. Так, в начале XIX века Ф. Меттерних полагал, что революция "заразительна" и требует изоляции, карантинных мероприятий для предотвращения распространения; в 60-70-х годах XX века Л.И. Брежнев, опасаясь эффекта "домино", склонялся к аналогичной точке зрения по поводу либеральных социальных экспериментов, подобных реформам А. Дубчека в Чехословакии; примерно в то же самое время администрации президентов Р. Никсона и Л. Джонсона использовали метафору "домино" для оправдания американского вмешательства во Вьетнаме.

Основным фактором, детерминирующим ошибки восприятия, является стремление к экономии когнитивных ресурсов, или «*когнитивная лень*».

Психика человека экономична и стремится избежать когнитивных затрат в сходных условиях ориентировочной деятельности. Особенно в условиях информационных перегрузок, которыми отличается жизнь человека в современном мире. Употребление атрибуции, эвристик и других познавательных схем в значительной степени «упрощает жизнь» познающему человеку, позволяет ему применить «сокращенную» стратегию, но вместе с тем и ограничивает тот объем информации, который, был бы в принципе доступен для всестороннего анализа. При использовании любой из таких экономичных стратегий значительная часть информации просто теряется. В многочисленных экспериментах установлены наиболее типичные условия применения упрощающих схем²⁰⁴: 1) дефицит времени для обдумывания ситуации; 2) перегруженность информацией, затрудняющая возможность ее обработки; 3) относительно невысокая значимость воспринимаемого объекта,

²⁰⁴ Аронсон Э. Общественное животное. Введение в социальную психологию. М., 1998. – С. 156

делающая достаточно безразличным точное знание о нем; 4) просто недостаточность информации для осмысленного вывода; 5) произвольность быстрого решения.

За когнитивной ленью стоит такое фундаментальное свойство психики, как *инерция* (от лат. *Inertia* - неподвижность, бездеятельность). Инерция – это стремление любой системы (и психики в том числе) во-первых, сохранять состояние покоя или прямолинейного равномерного движения до тех пор, пока какая-либо внешняя причина (явление, процесс, ситуация) не выведет его из этого состояния. Во-вторых, это способность приобретать под действием какой-либо конечной внешней причины определенное конечное ускорение и продолжать реагировать на эту причину даже в том случае, когда ее реальное влияние исчезло.

Кроме того, на восприятие социально-политической информации большое влияние оказывают уже сложившиеся ценности, взгляды, установки политического субъекта. Под их воздействием важная информация может игнорироваться, а малозначимая расцениваться как важная. В этой связи следует отметить так называемые *перцептивные защиты*. Так, описанный Г.Олпортом *принцип последней попытки* поясняет стремление человека в сложных для него обстоятельствах «цепляться» до последнего за какую-то привычную истину, отгораживая ее от идущих извне воздействий ("угроз").

Еще более своеобразной формой перцептивной защиты является открытый М. Лернером феномен «веры в справедливый мир» (Lerner, 1980)²⁰⁵: человек верит в то, что лично с ним без его вины не может случиться что-либо "плохое", поскольку мир справедлив, и в нем каждый получает то, что заслужил. Идея справедливости прилагается и к себе, и к другому. При этом «невинность» жертвы разрушает веру в справедливый мир и отсюда часто — антипатия к жертве («значит, по заслугам»). На основе такого рассуждения возможны самые разнообразные метаморфозы принятия или отвержения той или иной информации, а следовательно, и поведения.

²⁰⁵ Lerner M. The Belief in a Just World: a Fundamental Delusion. N. Y., 1980

Это доказано М. Селигменом, описавшим феномен "выученной беспомощности"²⁰⁶. Разрушение образа справедливости приводит к тому, что человек разуверяется в возможности контролировать свои действия, добиваться результата, зависящего от него. Возникает апатия, поведение приобретает черты "жертвы", что является следствием разрушения веры в справедливый мир. Психологический механизм перцептивной защиты выступает в данном случае как важнейшая потребность сохранения соответствия сложившегося образа мира реальному миру. Здесь также действует принцип «сохранения психической энергии»: изменение существующих установок и взглядов идет по пути наименьшего сопротивления. Предпочтение использовать готовые схемы и упрощенные модели осмысления можно рассматривать в качестве «психологической расплаты» за потребность иметь устойчивую, предсказуемую и непротиворечивую картину мира, включая ее социально-политические составляющие.

²⁰⁶ Хекхаузен Х. Мотивация и деятельность. М., 1986.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абашкина Е.Б. Психологические механизмы восприятия политического лидера: Автореф. дис. канд. полит.наук М., 1993. 33 с.
2. Абульханова-Славская К.А. Развитие личности в процессе жизнедеятельности // Психология формирования и развития личности. - М.: Наука, 1981. -С. 19-44.
3. Авдонин А.С. Трансформации текущего избирательного цикла // Политические исследования. 2000. № 2. - С. 93-96.
4. Авраамова Е. В. Влияние социально-экономических факторов на формирование политического сознания// Российское общество становления демократических ценностей. М., 1999. С.9-42.
5. Аграшенков А.В. Исторический опыт воздействия на политическое сознание в переломные моменты общественного развития. СПб, 1994.-61 с.
6. Акофф Р., Эмери Ф. О целеустремленных системах. - М.: Сов. радио, 1974.-272 с.
7. Аллахвердов В.М. Сознание как парадокс. - СПб.: ДНК, 2000. - 528 с.
8. Алтунян А. Г.. Анализ политических текстов: курс лекций: [учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлениям и специальностям "Политология", "Журналистика", "Связи с общественностью", "Юриспруденция""] Москва: Логос: [Университетская книга], 2006. - 383 с.
9. Амелин В.Н., Левчик Д.А., Устищенко СВ. Воюют надписи: имидж кандидата и способы его актуализации/ Ин-т социальных и политических технологий. М., 1995. 44 с.
10. Американское общественное мнение и политика/ Авт. кол.: Ю.А. Замошкин, Э.А. Иванян и др., М: Наука, 1978. 295 с.
11. Ананьев Б.Г. О проблемах современного человекознания. - 2-е изд. - СПб.: Питер, 2001. - 272 с.

12. Ананьев Б.Г. Человек как предмет познания. - Л.: ЛГУ. - 1968. - 338 с
13. Андреев А. Л. Политическая психология / А. Андреев. - М. : Весь мир, 2002. – 237 с.
14. Андреева Г.М. Социальная психология. М., Аспект пресс, 1996.
15. Андреева Г.М. Социальная психология. Учебник для высших учебных заведений. М.: Аспект Пресс, 1996. 376 с.
16. Анисимов С.А. Политическое лидерство в России: два месяца после выборов президента М., 1996. 22 с.
17. Анисимов С.А. Городская власть и горожане: прямая и обратная связь. Дайджест информация по итогам 5 массовых опросов населения г. Екатеринбурга, 1997-1998. Екатеринбургская городская дума. Институт экономики УрО РАН. Екатеринбург: Изд-во СВ-96. 122 с.
18. Артемов Г.П., Авдиенко Д.А., Попова О.В., Чазов А.В. Электорат политических объединений России: опыт проведения ЕХ1Т-Р01Х в Санкт-Петербурге // Политические исследования. 2000. № 2. - С. 54-67.
19. Артемова А.Г. Интерес к политике и электоральное поведение // Политический менеджмент: электоральный процесс и технологии. / Под ред. Л.В. Сморгунова. - СПб: СПбГУ, 1999. - С. 90-96.
20. Артемова А.Г. Факторы электорального поведения. Дис. ... канд. полит. наук: / СПбГУ. - СПб, 2001. - 133 с.
21. Аттали Ж. На пороге нового тысячелетия. - М.: Международные отношения, 1993. -136 с.
22. Афанасьев М.Н. Поведение избирателей и электоральная политика в России // Политические исследования. 1995. № 3. - С. 105-116.
23. Ахременко А.С. Сравнительный подход // Политические исследования. 2000. № 2. - С. 98-99.
24. Багиров Э.Г. Место телевидения в системе средств массовой информации и пропаганды: Учеб. пособие/М.: МГУ им. М.В. Ломоносова, 1976. 119 с.

25. Бассин Ф.В. Проблемы бессознательного. - М., 1968.
26. Басина Е.З. «Научно-техническая» интеллигенция и реформа. //Мировая экономика и международные отношения. 1995. № 3. - С. 22-31.
27. Безгодова О.В. «Паблик Рилейшнз» в системе политического управления в современной России: Тенденции развития: Автореф. дис. канд. полит, наук М., 1999. 22 с.
28. Бейли Г. Потерянный язык символов. М.: Ассоц. «Золотой век», 1996.-120
29. Беленовский В.Н., Беленовский А.В. Представительство и выбор в России. М.: «Издательство ПРИОР», 1999. 279 с.
30. Белицкая Г. Э., Николаева О. П. Многопартийные выборы в России: опыт психологического анализа. Психологический журнал. 1994, Том 15, № 6
31. Белоусова И.Э. Этнопсихологические факторы эффективности политического имиджа. Автореферат. канд. психол. наук. -М., 2000.
32. Бендлер Р. Используйте свой мозг для изменения. – СПб., 1994.
33. Берг А.И., Черняк Ю.И. Информация и управление. М.: Экономика, 1966.64 с.
34. Бессознательное // Психологический словарь / Под ред. В.П.Зинченко, Б.Г.Мещерякова. - 2-е изд. -М.: Педагогика-Пресс, 1997. - С. 34-35.
35. Бехтерев В.М. Внушение и его роль в общественной жизни. СПб.: Изд-во. К.Л. Риккера, 1908. 175 с.
36. Бехтерев В.М. Общие основы рефлексологии человека. -2-е изд. - П., 1923.
37. Бехтерев В.М. Объективная психология, 1-3. - СПб., 1907-1910.
38. Бжезинский З. Великая шахматная доска. - М.: Международные отношения, 2000. - 256 с.
39. Бирюкова Г.М. Специфика диалогических отношений в образовательном процессе // Диалог в образовании. Сб. мат. конференции. Серия "8утро5шт", вып. 22. - СПб.: С.-Петербург. философское общество, 2002.

40. Блондель Ж. Влияние личностных черт на политическое лидерство : философия профессии / Ж. Блондель // Городское управление. - 2007. - № 4. - С. 2-11.
41. Богомолова О.В. Слово о политическом пиаре. Кемерово: ИнСЭПЗ, 2000. 7с.
42. Боднер А. Политическая культура общества и ее обусловленность // Политология вчера и сегодня. М., 1990. - С. 216-229.
43. Бойков В.Э. Установки сознания и политические предпочтения избирателей.//Социология власти. Информационно-аналитический бюллетень №4. М., 1999. С.50-83.
44. Большаков В.Ю. Методы управления обществом в условиях глобализации // Россия. Планетарные процессы. / Под ред. В.Ю.Большакова. - СПб.: СПбГУ, 2002(а). - С. 303-351.
45. Большаков В.Ю. Процесс глобализации // Россия. Планетарные процессы /Подред.В.Ю.Большакова.-СПб: СПбГУ, 2002(б).-С. 23-60.
46. Большаков В.Ю. Эволюционная теория поведения. - СПб.: СПбГУ, 2001. - 496 с.
47. Братко А.А. Информация и психика. Новосибирск: Наука, Сиб. отд., 1977,198 с.
48. Браун Л. «Имидж: путь к успеху», М., 1996.
49. Брим Р., Косова Л. Феномен В.Путина: морфология и семантика массовой популярности // Экономические и социальные перемены. 2000. № 3. - С. 18-22.
50. Будилова Е., Гордон Л., Терехин А. Электората ведущих партий и движений на выборах 1995 г. // Экономические и социальные перемены: Мониторинг общественного мнения. 1996. № 2. - С. 18-24.
51. Бурдые П. Социология политики. М.: 8осю 1оџоз, 1993. 336 с.
52. Буреш Я., Бурешова О., Дж. П. Хьюстон. Методики и основные эксперименты по изучению мозга и поведения / Под ред. А.С.Батуева. - М., Высшая школа, 1991. - 399 с.
53. Бюллетень Центральной избирательной комиссии. № 12. М., 1993.

54. Вайнштейн Г. Сегодняшние мысли о предстоящем политическом выборе России. //Мировая экономика и международные отношения. 1998.-№6. -С.37-47.
55. Вайнштейн Г.И. Формирование гражданского общества: ожидания и социально-психологическая реальность // Гражданское общество в России: структуры и сознание. - М.: Наука, 1998. - 256 с. - С. 204-220.
56. Васюкова И.А. Словарь иностранных слов. - М., АСТ-ПРЕСС, 1998. с.-240.
57. Ветров А.И. Политическая агитация в системе формирования и изучения общественного мнения: Автореф. дис. канд. филол. наук М., 1980.24 с.
58. Вилюнас В.К. Психологические механизмы мотивации человека. - М.: МГУ, 1990.-285 с.
59. Владыкина И.К. Феномен доверия и политическая реклама // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. - 2000. - № 1. - С.141-153.
60. Вятр Е. Социология политических отношений: Пер с пол./ Под ред. Ф.М. Бурлацкого. М.: Прогресс, 1979. 463 с.
61. Гавра Д.П. Общественное мнение, власть и реформы // Психология власти: Мат. Международной конференции «Психология власти» / Под ред. А.И.Юрьева. - СПб.: СПбГУ, 2005. - 248 с. - С. 106-120.
62. Ганзен В.А. Системные описания в психологии. - Л.: ЛГУ, 1984. - 176
63. Гармонова А.В. Имидж политических партий и объединений в электоральном процессе: Автореф. дис. канд. полит, наук. Воронеж; 1998.25 с.
64. Геген Н. Психология манипуляции и подчинения / Н. Геген. – СПб.: Питер, 2005. – 203 с.
65. Генерозова Е.М. Особенности современной политической рекламы: Автореф. дис. канд. полит, наук Уфа, 2000. 21с.
66. Герасимов В.М. Формирование и функционирование общественного мнения в политической сфере. М., 1994. 160 с.

67. Герцик Л.Г. Политик и общество глазами психоаналитика. // Российский монитор. 1992. Вып. 1. - С. 87-90.
68. Гельман В.Я., Елизаров В.П. «Учредительные выборы» в контексте российской трансформации // Первый электоральный цикл в России (1993-1996). - М., 2000. - С. 13-43.
69. Грачев Г.В. Информационные технологии политической борьбы в российских условиях // Политические исследования. 2000. № 3. - С. 151-156.
70. Годфруа Ж. Что такое психология. - Т. 1. - М., 1992. - 496 с.
71. Гозман Л.Я. Психология в политике: от объяснения к воздействию // Введение в практическую социальную психологию: Учебное пособие для высших учебных заведений / Под. ред. Ю.М. Жукова, Л.А. Петровской, О.В. Соловьевой. – М.: Смысл, 1996. – С. 129-150.
72. Гозман Л.Я., Шестопап Е.Б. Политическая психология. Ростов-на-Дону, 1996.
73. Гольцендорф Ф. Роль общественного мнения в государственной жизни/ Пер. с нем. Ред. Н.Ф. Анненского. СПб.: Изд-во Ф. Павленкова, 1981.-139
74. Головин С. Ю. сост. Словарь практического психолога. – Минск: 1998. с. - 188.
75. Голосов Г.В. Партийные системы России и стран Восточной Европы: генезис, структура, динамика. -М., 1999.
76. Горбатов СВ., Лысков Б.Д. Концепция собственного будущего как фактор регуляции социального поведения // Вестник СПбГУ. Серия 6. 1992. Вып. 1 (6). - С. 70-77.
77. Горшков М.К. Общественное мнение: история и современность. М.: Политиздат, 1998. 382 с.
78. Горшков М.К. Российское общество в условиях трансформации (социологический анализ) /Российский независимый институт социальных и национальных проблем. М., РОССПЭН, 2000. 376 с.
79. Григорьев М. Современная избирательная кампания. http://mcpt.narod.ru/pr_kamp.html

80. Гринберг Т.Э. Портрет лидера. М., 1998.
81. Гринберг Т. Э. Политические технологии: ПР и реклама : учебное пособие для вузов. - М.: Аспект Пресс, 2005. – 316с.
82. Гришин Е. В. Идеальный образ политического лидера в сознании избирателей как фактор, определяющий имидж. Социальная психология: практика, теория, эксперимент, практика. Ярославль: МАПН, 2000. Т.1. с. 157-162.
83. Гришин Е. В. К вопросу о качественных исследованиях: слухи. Информационный бюллетень «Контакт». М. 2001. №9 с. 56-61.
84. Гришин Е. В. О роли политической символики в избирательных кампаниях. Сборник «Психология XXI столетия», Ярославль, 2006. Т.1, с. 263-285.
85. Гришин Е. В. Маренков А. В. Иллюзорные представления и политические мифы: их сущность и возможность использования в массовых коммуникациях. Сборник «Психология XXI столетия», Ярославль, 2006. Т.2, с. 13-26.
86. Гришин Е. В. Социально-психологические факторы электорального поведения: потребности. Журнал «Региональный вестник молодых учёных» М., 2006. №2(10) с. 106-109.
87. Гришин Е. В. Социально – психологические факторы электорального поведения: мотивация и мотивы. Сборник «Акмеология в предпринимательстве» Вып.1. Ярославль, 2007, с. 93-100.
88. Гришина Н.В. Психология социальных ситуаций // Психология социальных ситуаций / Сост. и общая ред. Н.В.Гришиной. - СПб.: Питер, 2001.-С. 5-25.
89. Грушин Б.А. Массовое сознание: опыт определения и проблема исследования. М.: Политиздат, 1987. 367 с.
90. Грушин Б.А. Эффективность массовой информации и пропаганды: понятие и проблемы измерения. М.: Знание, 1979. 64 с.
91. Гульбинский Н.А., Сорокина Е.С. Краткий курс для эффективных политиков. М.:1999. 184 с.

92. Гунаре М. Л. Политический маркетинг в избирательной кампании : Автореф. дис. на соиск. учен. степ. к.полит.н. Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова М., 2001
93. Гуревич П. С. Политическая психология: учебное пособие для студентов высших учебных заведений / П. С. Гуревич. - Москва : ЮНИТИ, 2008. - 542 с.
94. Гурова,Т. Инструкция по эксплуатации избирателя/ Т.Гурова//Эксперт.-№7,24 февраля 2003. -с.15-20.
95. Дейнека О.С. Экономико-психологическое поле осознания глобализационных процессов в российской действительности // Россия. Планетарные процессы /Под ред. В.Ю.Большакова. - СПб: СПбГУ, 2002. -С. 265-302.
96. Делягин М.Г. Идеология возрождения. - М.: Форум, 2000. - 192 с.
97. Делягин М.Г. Пути России в однополярном мире // Мегатренды мирового развития. / Под ред. М.В.Ильина, В.Л.Иноземцева. М.: Экономика, 2001. -295 с.-С. 94-103.
98. Демидов А.И., Федосеев А.А. Основы политологии. М., 1995.
99. Деркач А.А. Методолого-прикладные основы акмеологических исследований. М., 1999 392 с.
100. Деркач А.А., Панасюк С.А. Убеждающее воздействие: стратегия и тактика. М.: АОН, 1991.
101. Деркач А.А. Сухов А.Н. Социальная психология. Учебное пособие. М., 2000.
102. Деркач А.А., Селезнева Е.В. Идеологическое воздействие: социально-психологические и педагогические аспекты. М.: Мысль, 1985. 310с.
103. Дилигентский Г.Г. Социально-политическая психология. М., Наука, 1994. с.-25.
104. Дилегенский Г.Г. Социально-политическая психология. М.: Новая школа, 1996. 352 с.
105. Дилигенский Г.Г. Глобализация: перспективы демократии. // Полития. 1999 (а). №3.-С. 88-93.

106. Дилигенский Г.Г. Дифференциация или фрагментация? // Мировая экономика и международные отношения. - М., 1999 (6). № 10. - С. 45.
107. Дилигенский Г.Г. О политическом рынке и рациональном выборе в российских условиях. // Политические исследования. 2000. № 2. - С. 105-107.
108. Дилигенский Г.Г. Российские архетипы и современность // Полития. 1998. №2.
109. Дилигенский Г.Г. Социально-политическая психология. - М.: Наука, 1994. - 304 с.
110. Дилигенский Г.Г. К новой модели человека.//Мировая экономика и международные отношения. 1989. №9,10.
111. Додонов Б.И. Структура и динамика мотивов деятельности // Вопросы психологии. 1984. №4. - С. 126-130.
112. Дорожкина Т. Н. «Речевой имидж политика», Социс., № 8. 1997. С. 57 – 69.
113. Доценко Е.Л. Психология манипуляции. – М.: МГУ, 1996. – 58 с.
114. Доценко Е.Л. Манипуляция: психологическое определение понятия // Психологический журнал. – 1993. – Т. 14. – № 4. – С. 18.
115. Доцеко Е.Л. Психология манипуляции. М.: МГУ, 1996. 58 с.
116. Доценко Е.Л. Манипуляция: психологическое определение понятия//Психологический журнал. 1993. Т. 14 № 4 С. 18.
117. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы, защита. М.: ТОО «ЧеРо», 1997. 343 с.
118. Дубицкая В.П. Телевидение: мифотехнологии в электронных средствах массовой информации. М.: Изд-во Ин-та социологии, 1998. 142 с.
119. Дугин Е.Я. Информационно-публицистические передачи телевидения и пути повышения их эффективности. М.: Изд-во МГУ, 1986207 с.
120. Дурдин Д.М. «Образ» политического лидера и возможности его изменения // Политические исследования. 2000. №2. - С. 133-151.

121. Дурнов А. «Типичный регион»: динамика электорального поведения/клясть 1999. №1, С.43-77.
122. Егорова-Гантман Е. В., Минтусов И. Политическое консультирование. Центр политического консультирования «Николо М», 1999.
123. Егорова-Гантман Е.В., Косалалова Ю. и др. Политиками не рождаются: как стать и остаться эффективным политическим лидером. М, 1993.
124. Егорова-Гантман Е. В. Политическая реклама / Е. Егорова-Гантман, К. Плешаков, В. Б. Байбакова. - [2-е изд.]. - М.: Никколо-Медиа, 2002. - 236 с.
125. Жмыриков А.Н. Как победить на выборах: психотехника эффективного проведения избирательной кампании. Обнинск: Титул, 1995. 128 с.
126. Жмыриков А.Н. Психология политического лидерства в современной России. Н.Новгород: Нижегород. Гум. Центр, 1996 190 с.
127. Зазыкин В.Г., Колосова СВ., Фуре Р.Ф. Психологические факторы повышения активности избирателей с помощью телевизионных передач рекламного характера. М., 1996.
128. Зазыкин В.Г. Богданов Е.Н. Психологические основы «Паблик рилейшнз»: учебное пособие. Калуга: КГПУ им. Циолковского, 2001.-192 с.
129. Замская М. Д. Образ политического лидера как элемент самосознания субъектов политической коммуникации / М. Д. Замская, Л. В. Матвеева // Вестник Московского университета Сер. 14, Психология. - 2006. - № 1. - С. 19-30.
130. Зейгарник Б.В. Теория личности К.Левина. - М.: МГУ, 1981. - 118с.
131. Зильберт Б.А. Социопсихоллингвистическое исследование текстов радио, телевидения, газеты / Под ред. В.Г. Костомарова. Саратов:Изд-во Саратов. ун-та, 1986. 210 с.
132. Зимбардо Ф., Ляйппе М. Социальное влияние. - СПб, Питер, 2001. - 448 с.

133. Зимичев А.М. Психология политической борьбы. 2-е изд., перер. И доп. СПб.: Санта, 1993. 160 с.
134. Зюганов Г. Глобализация: тупик или выход? // Правда. 2001. - 23-29 марта
135. Зюков В.Н. Электоральное поведение в условиях стабильных демократических политических режимов. Диссер. канд. полит, наук. М, 1995.
136. Зяблюк Н.Г. Индустрия управляемой информации: «Паблик рилешнз» система пропаганды бизнеса США. М.: Изд-во Моск.унта, 1997. 140 с.
137. Иванников В.А. К сущности волевого поведения // Психологический журнал. 1985 (а). Т.6. № 3. - С. 47-55.
138. Иванников В.А. Формирование побуждения к действию // Вопросы психологии. 1985 (б). № 3. - С. 113-123.
139. Иванников В.А. Психологические механизмы волевой регуляции. - М.: МГУ, 1991.-142 с.
140. Иванов В.А. Политическая психология. М.: Филос. общ-во СССР, 1990.-218 с.
141. Иванов Н. Глобализация и проблемы оптимальной стратегии развития. // Мировая экономика и международные отношения. 2000. №2.-С.15-19.
142. Ильин Е.П. Мотивация и мотивы. - СПб.: Питер, 2000. - 512 с.
143. Ильин Е.П. Мотив как сложное интегральное психологическое образование // Психология: итоги и перспективы. Тез. н.-пр. конф. 28-31 окт. 1996 г. / Отв. ред. А.А.Крылов. - СПб, 1996. - С.23-24.
144. Ильин М.В., Мелешкина Е.Ю. Выборы 1999-2000 гг. в России: трансформация электорального пространства и властных отношений // Полггична думка. 2000. № 2.
145. Ильин О.А. Электоральное поведение как научная проблема современной российской политологии (90-е годы)/Политическая наука: Проблемно-тематический сборник. Вып.3-99. Политическая наука. Современная Россия: тенденции развития. М., 1999. С.101-172 .

146. Ильясов Ф.Н. Политический маркетинг, или как «продать» вождя. // Политические исследования. №5. 1997. - С. 88-100.
147. Ильясов Ф.Н. «Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах». М.: Изд-во ИМА-пресс, 2000, 200 с.
148. Имидж лидера. Психологическое пособие для политиков. - М., 1994. 264с.
149. Информационная технология и информационная политика: Науч,информац. исслед. РАН. ИНИОН/Редкол.: В.А.Виноградов и др. М., 1994.208 с.
150. Ишияма Дж. Партии-преемницы коммунистических и организационное развитие партий в посткоммунистической политике // Полис, №4, 1999. - С. 148-166.
151. Кабаченко Т.С. Методы психологического воздействия: Учеб. пособие. М: Педагог, общ-во России, 2000. 544 с.
152. Каверин СБ. Психология и политика. Учеб. пособие для спецкурса по политологии. Тамбов: Изд-во международной информ. Нобелевского центра, 1992. 140 с.
153. Кара-Мурза С.Г. Манипуляции сознанием. М.: ЭКСМО-Пресс, 2001.-833с.
154. Кастельс М. Информационная эпоха: Экономика, общество и культура. - М.:ВШЭ, 2000.-607 с.
155. Ковалев В.И. Мотивы поведения и деятельности. М.: Наука, 1988.
156. Коган В.З. Информационное воздействие. Томск: Изд-во Том.унта, 1980194 с.
157. Коган В.З. Человек в потоке информации. Новосибирск: Наука. Сиб. Отд-ние, 1981.177с.
158. Козлов В.В. Дао трансформации. – М.: МАПН, 1998. – 189 с.
159. Козлов В.В. Интегративная психология: Пути духовного поиска, или освящение повседневности. – М.: Психотерапия, 2007 – 528 стр.
160. Козлов В.В. Психотехнологии измененных состояний сознания. Личностный рост. Методы и техники. – М.: Изд-во Института психотерапии, 2001. – 384.

161. Козлов В.В. Работа с кризисной личностью. Методическое пособие. - М.: Изд-во Института психотерапии, 2003. – 302 с.
162. Кокорев И., Любашевский Ю., Петров И. Средства массовой информации и пропаганды и население среднего города. М., 1972.
163. Колесников В.Н. Выборы как политический институт // Политический менеджмент: электоральный процесс и технологии. / Под ред. Л.В.Сморгунова. - СПб: СПбГУ, 1999.- С.26-35.
164. Комаровский В.С. Выборные кампании в системе институтов демократии современного российского общества // Политолог: взгляды на современность. №6. 1995. С3-14
165. Концепция инновационной политики Российской Федерации на 1998- 2000 годы. Постановление Правительства Российской Федерации № 832 от 24 июля 1998 г. // Российская газета. - 1998. 19 августа.
166. Коржова Е.Ю. К проблеме психологии жизненных ситуаций. // Психология: итоги и перспективы. Тез. н.-пр. конф. 28-31 окт. 1996 г. / Отв. ред. А.А.Крылов. - СПб, 1996. - С. 25-26.
167. Королев В.Ф. Проблемы повышения эффективности политической информации средствами телевидения. Автореф. дис. канд. ист. наук. -М., 1984.21с.
168. Косолапов Н. Глобализация: сущностные и международно-политические аспекты. // Мировая экономика и международные отношения. 2001. №3. - С. 69-73.
169. Костенко Н.В. Ценности и символы в массовой коммуникации. Киев: Наукова думка, 1993. 128 с.
170. Кошелюк М.Е. Выборы: Магия игры. Технологии победы. М.: «Макцентр», 2000. 192 с.
171. Кошмаров А. Ю. К проблеме восприятия телевизионного образа политического лидера : Теоретические и экспериментальные исследования / А. Ю. Кошмаров, Л. В. Матвеева // Вестник Московского университета. Серия 14, Психология. - 2003. - № 4. - С. 15-29. - Библиогр.: с. 29.

172. Крамник В.В. Россия - поиск идентичностей // Россия. Планетарные процессы /Под ред. В.Ю.Большакова. - СПб: СПбГУ, 2002. - С. 194-234.
173. Крамник В.В. Технология власти: политико-психологические механизмы: Автореф. дис. докт. полит, наук. СПб., 1995. 32 с.
174. Крамник В.В. Механизм политического контроля над массовым сознанием в условиях государственно-монополистического капитализма: Автореф. дис. канд. филос. наук Л., 1987. 24 с.
175. Крамник В.В. Социально-психологический механизм политической власти.-Л., 1991.158 с.
176. Кременцов Н.Л. Человек и животное. К истории поведенческих сопоставлений // Поведение животных и человека: сходство и различия / Ред. Е.Н.Панов, Л.Ю.Зыкина. - АН СССР, Пущино, 1989 г. - С. 6-28.
177. Кудинов О.П. Основы организации и проведения избирательных кампаний в регионах России. - Калининград: Янтарный сказ, 2000.
178. Кузнецов В.А., Мелешкина Е.Ю. Электорат провинции России//Полис. Политические исследования 1999, №3 СЛ05-114.
179. Куприянова Ю.Г. Влияние предвыборной рекламы на электоральное поведение граждан. Дис. ... канд. полит, наук: / СПбГУ. - СПб, 1999. - 174
180. Курбатова М. Феномен «Единства»: анатомия электорального успеха // Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. 2000. №1.-С. 30.
181. Кутырев Н.П. Технология победы на выборах. М.: Изд-во ПРИОР, 1999.-96 с.
182. Лабковская Е.Б. Психологические детерминанты поведения избирателей. Дис. ... канд. пс. наук: / СПбГУ. - СПб, 1996. - 169 с.
183. Лабковская Е.Б. Исследование поведения избирателей в американской политической психологии. СПб.,1997. 42 с.
184. Лапкин В.В. Пейзаж перед битвой. Российский электорат за два года до президентских выборов // Полис. 1998. № 3. - С. 61-73.

185. Лапкин В.В, Пантин В.И. Ценности постсоветского человека. // Человек в переходном обществе. / Отв. ред. - Г.Г.Дилигенский. - М., 1998. - С. 3- 33.
186. Лебедева Т.Ю. Паблик рилейшнз. Корпоративная и политическая режиссура. М.: Изд-во МГУ, 1999 350 с.
187. Лебон Г. Психология народов и масс. СПб.: КСП+, 1998.
188. Левада Ю.А. Пирамида общественного мнения в электоральном «зеркале» // Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. 1996. №1. - С. 15-20.
189. Левин К. Теория поля в социальных науках. - СПб.: Речь, 2000. - 368 с.
190. Левчик Д.А., Левчик Э.Г. «Человек у власти»: представления оппозиционного электората.//Социологические исследования - 1999. №6.-С.35-41.
191. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. - М.: Политиздат, 1975.
192. Леонтьев А.Н. Потребности, мотивы и эмоции. - М.: МГУ, 1971. - 40
193. Леонтьев А.Н. Проблемы развития психики. - М.: МГУ, 1972. - 576 с.
194. Леонтьев Д.А. Системно-смысловая природа и функции мотива // Вестник МГУ. Серия 14. Психология. 1993. № 2. - С. 73-82.
195. Леонтьев Д.А. Смысл и побудительная сила мотива // Мотивационная регуляция деятельности и поведения личности. / Отв. ред. Л.И.Анцыферова. - М., 1988. - С. 47-51.
196. Лисин А.И. Методологические проблемы воздействия средств массовой информации и пропаганды на личность: Автореф. дис. канд. фил. наук. М., 1976. 27 с.
197. Лисовский С.Ф., Евстафьев В.А. Избирательные технологии. История, теория, практика. М.: РАУ Унив. 2000. 319 с.
198. Лисовский, С.Ф. Политическая реклама/ С.Ф. Лисовский. М., 2000.-305с.

199. Листикова С.А. Электоральное поведение: тендерный фактор/Политический менеджмент: электоральный процесс и технологии. СПб, 1999. С.96-101.
200. Ломов Б.Ф. Методологические и теоретические проблемы психологии. - М.: Наука, 1984. -444 с.
201. Любашевский Ю.Я. Как самому проиграть выборы в Государственную Думу. Вредные советы кандидатам - 2003. // Политический маркетинг. 2002.№11.-С.36-37.
202. Ляпина, Т. Политическая реклама/ Т. Ляпина. Киев:ВИРА-Р,2000. -452с.
203. Магомед-Эминов М.Ш. Мотивация достижения: структура и механизмы: Автореф. дис. канд. -М., 1987.
204. Майерс Д. Социальная психология. - СПб.: Питер, 1997. - 688 с.
205. Макиавелли Никколо. Избр.соч., М., 1982. 324 с.
206. Максимов А. Чистые и грязные технологии выборов. М., 1999. 198 с.
207. Максимов А.А., Румянцев О.Г. Как победить на выборах. М., 1995.
208. Малишевский Н. Н. Технология и организация выборов.— Мн.: Харвест;2003.— 256 с.
209. Малкин Е., Сучков Е. Основы избирательных технологий. 2-е изд. М.: «Русская панорама», 2000 384 с.
210. Малькова Т.М. Фролова М.А. Массы, элита, лидер. М., 1992
211. Малютин М. Электоральные предпочтения россиян: «парадокс стабильности» // Общественные науки и современность. М., 1998. № 1. — С. 41-50.
212. Мангейм К. Человек и общество в век преобразований. - М.: АН СССР, ИНИОН, 1991.-219 с.
213. Маркин В.М. "Я" как личностная характеристика государственного служащего. - Имидж: госслужбы. - М.: АТС, 1996. с. – 122.
214. Мампань П. Делать мнение: новая политическая игра. М: 1997, 317 с.

215. Матвейчев О.А. Что такое политический консалтинг? Проблемы манипуляции. М.: Институт учебника «Пайдейя», 1999. 296 с.
216. Мелешкина Е.Ю. Особенности электорального поведения на федеральных, региональных и местных выборах в самарской области//Полис. Политические исследования 1998. -№5. С. 164-166.
217. Мелешкина Е.Ю., Анохина Н.В. Итоги голосования и электоральное поведение / Второй электоральный цикл в России (1999-2000 гг.) - М.: Весь мир, 2002. - С. 158-185.
218. Мелешкина Е.Ю. Факторы структурирования // Политические исследования. 2000,№2. - С.89-92.
219. Мельник Г.С. Mass-Media: психологические процессы и эффекты. СПб, 1996.
220. Мельник Г.С. СМИ и власть: трансформация взаимоотношений на фоне реформы МСУ // Психология власти: Мат. Международной конференции «Психология власти» / Под ред. А.И.Юрьева. - СПб.: СПбГУ, 2005. – 248 с.-С. 158-164.
221. Мельничук А,С, Яблокова Е.А. Введение в политическую психологию. М.: РАГС, 2001.
222. Мерлин В.С. Психология индивидуальности. -М.-Воронеж, 1996.- 448 с.
223. Минченко Е.Н. Как стать и остаться губернатором. Пермь, Урал Л.Т.Д.,2001 478с.
224. Мирошниченко А.А. Public relation в общественно-политической сфере. Провинциальная практика. М.: «Экспертное бюро», 1999, 144 с.
225. Мисюров Д.А. Политика и символы. М.: РИП-холдинг, 1999. 124с.
226. Мокрый В.С. Динамика социально-политической ориентации электората в условиях финансово-экономического кризиса.//Социологические исследования 1999. -№8. С.20-25.
227. Морозова, И. Слагая слоганы/ М.:«РИП-холдинг» ,2001 . - 315с.

228. Мотивация // Краткий психологический словарь / Под общ. ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского. - М.: Политиздат, 1985. - С. 190-191.
229. Мошкин С. В. Политическая реклама. Екатеринбург, 1994.
230. Мясищев В.Н. Психология отношений. - М. - Воронеж, 1995. - 368 с.
231. Наследов А.Д. 8Р88: Компьютерный анализ данных в психологии и социальных науках. - СПб.: Питер, 2005. - 416 с.
232. Неклесса А.И. Постсовременный мир в новой системе координат. // Глобальное сообщество: новая система координат. / Под ред. А.И.Неклесса. - СПб, 2000(а). - 312 с.
233. Неклесса А.И. Эпилог истории. // Глобальное сообщество: новая система координат. / Под ред. А.И.Неклесса. - СПб, 2000(б). - 312 с.
234. Никольская И.Ю. Структура имиджа предприятия и факторы его формирования. Автореферат кандидатской диссертации. М., 1998.
235. Новиков В.В. Социальная психология. Феномен и наука. – М., 1998. – 487 с.
236. Ноэль-Нойман Э. Массовые опросы: Введение в методику демократии. Пер. с нем. /Под общ. ред. Н.С. Мансурова. М.: Прогресс, 1978.380 с.
237. Общая и прикладная политология. Учебное пособие/Под общ. ред. В.И. Жукова, Б.И. Краснова. М.: МГСУ Изд-во «Союз», 1997. 922 с.
238. Общественное мнение и власть: Механизм взаимодействия / А.А. Ручка, В.А. Матусевич и др., отв. ред. А.А. Ручка. Киев: Наукова думка, 1993, 135 с.
239. Общество и политика: Современные исследования, поиск концепции / Под ред. В.Ю Большакова, СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2000.512 с.
240. Общество и политика: Социол.-психол. результаты, метод, исслед. проекта «Политическое лидерство»/ Под ред. Н.П. Пищулина. М.: РАУ, 1991.

241. Олесич Н.Я. Господин студент Императорского Санкт-Петербургского университета. - СПб.: СПбГУ, 1999. - 208 с.
242. Олешко В.Ф. Моделирование массово-коммуникационной деятельности. Автореф. дис. докт. филос. наук. Екатеринбург, 1998.46с.
243. Олейник Ю.В. Межличностное отношение в коллективе // Человек и труд. 1993. № 7.
244. Ольшанский Д. В. Основы политической психологии: учебное пособие для вузов - Екатеринбург : Деловая кн., 2001. - 494с.
245. Ольшанский Д.В. Психология масс. Санкт - Петербург, 2001.
246. Ольшанский Д.В. Психология современной российской политики. Хрестоматия по политической психологии. - М., 2001. - С. 286.
247. Ольшанский Д.В. Массовые настроения в политике / Центр стратегического анализа и прогноза. М.: Прин-Ди, 1995. 240 с.
248. Омае К. Упадок национального государства: становление региональных экономик. - Нью-Йорк, 1999.
249. Орлова Е.А. Формирование позитивного имиджа государственного деятеля (социально-психологический аспект) М., 1997.
250. Основы психологии и педагогики пропагандистской работы: Учебное пособие/Р.Х. Шакуров и др. Киев, 1988. 234 с.
251. Павлов И.П. Полное собрание сочинений. - М. - Л., 1951.
252. Панарин А.С. Глобальное политическое прогнозирование. - М.: Алгоритм, 2000. - 349 с.
253. Панасюк А.Ю. Вам нужен имиджмейкер? М., 1998.
254. Панасюк А.Ю. Формирование имиджа. М.,2007.
255. Пантин В.И. Теоретическое описание: проблемы и подходы. // Доклад на круглом столе «Структура и динамика российского электорального пространства» // Политические исследования. 2000. №2. - С. 83-84.
256. Пантин В.И., Лапкин В.В. Эволюционное усложнение политических систем: проблемы методологии и исследования // Политические исследования. 2002. № 2. - С. 6-19.

257. Пастухов В.Б. Перспективы посткоммунистического консерватизма и президентские выборы (Конспект ситуации) // Политические исследования. 1996. № 2. - С. 75-83.
258. Патяева Е.Ю. К характеристике мотивационной регуляции волевого и импульсного действия // Эмоционально-волевая регуляция поведения и деятельности: Тез. Всесоюзной конф. молодых ученых / Под ред. В.В.Давыдова и др. - Симферополь, 1983. - С. 10-11.
259. Пашенцев Е.Н. Паблик рилейшнз: от бизнеса до политики. 2-е изд. М.: Финпресс, 2000. 229 с.
260. Пеньков В.Ф., Коврикова О.И. О ценностных ориентациях электората / Под ред. проф. З.М. Зотовой. Тамбов, 1998. 81 с.
261. Перельгина Е.Б. Механизмы функционирования имиджа как феномена интересубъектного взаимодействия. М., 2003.
262. Петровский А.В. Личность. Деятельность. Коллектив. - М.: Политиздат, 1982.-255 с.
263. Петровский А.В. Проблема активности сознания в истории советской психологии // Проблемы сознания. Мат. Всесоюзн. симпозиума / Под ред. В.М.Банщикова. - М.: Изд-во АН СССР, 1966. - С. 170-175.
264. Петропавловский Н. Н., Ситников А. П., Артемьев М. А., Гафт В. И. Самый короткий путь к власти. –Таганрог: Сфинкс, 1995. с. 256.
265. Пефтиев В., Черновская В. Развивающийся мир: глобализация или регионализация? // Мировая экономика и международные отношения. 2000. №7.-С. 39-47.
266. Пилоян Р.А. Мотивация спортивной деятельности. - М., 1984.
267. Пирогов А. И. Политическая психология: учебное пособие для вузов / А. И. Пирогов; Московский открытый социальный университет. - М. : Академ.Проект, 2005. – 362 с.
268. Пищулин Н.П. Политическое лидерство и электоральный процесс//Полис. Политические исследования 1998. -№5. С. 145152.

269. Поведение // Психологический словарь / Под ред. В.П.Зинченко, Б.Г.Мещерякова. - 2-е изд. - М.: Педагогика-Пресс, 1997. - С. 264.
270. Политическая психология/Под ред. Деркача А.А., Жукова. М., 2000. 724 с.
271. Политическая реклама. М.: Центр полит, консультирования «Николло М», 1999. 240 с.
272. Политический менеджмент: электоральный процесс и технологии. СПб.: Изд-во СПб ун-та, 1999. 195 с.
273. Политическое консультирование. М.: Центр полит, консультирования «Николло М», 1999. 320 с.
274. Политологические исследования. Фонд общественного мнения//Информационный бюллетень. Октябрь.1995.
275. Политология / Под ред. М.Н.Марченко. М., 1993.
276. Попов Л.Л. Губернаторские выборы в Санкт-Петербурге. // Альманах Лаборатории социально-политических технологий «АМП СПб». / Под ред А. В. Шустова. - СПб: «ЛИК», 2001. - С.18-44.
277. Попова О.В. Манипулятивные основы избирательной технологии/УПолитический менеджмент: электоральный процесс и технологии. СПб, 1999. С.102-123.
278. Попова О.В. Манипулятивные основы избирательных технологий // Политический менеджмент: электоральный процесс и технологии. / Под ред. Л.В.Сморгунова. - СПб: СПбГУ, 1999. - С. 102-123.
279. Почепцов Г.Г. Психологические войны. М.: «Ваклер», 2000. - 528с.
280. Почепцов Г.Г. Информационно-политические технологии. - М.: Центр, 2003.-384 с.
281. Почепцов Г.Г. Как становятся президентами: избирательные технологии XX века. - Киев: Знания, 1999. - 380 с.
282. Почепцов Г.Г. Имидж и выборы. Имидж политика, партии, президента. - Киев: АДЕФ, 1997. - с.- 5.

283. Почепцов Г.Г. Имиджелогия. - М.: Рефл-бук, Киев: Ваклер, 2000. с. – 34.
284. Представительная демократия и электоральная культура / Под ред. Веденеева Ю.А., Смирнова В.В. - М., 1997. - С.161-164.
285. Проблемы сознания / Материалы Всесоюзного симпозиума в Москве 1-3 июня 1966 года. // Вестник РАН. 1966. № 10. - С. 106-108
286. Прокопенко Д. Ю. Особенности политической пропаганды в современных российских средствах массовой информации: сущность и механизмы влияния : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. полит. наук [Гос. ун-т упр.]Москва, 2005
287. Пронина Е.И. Тестовые факторы эффективности журналистского воздействия. М.: Изд-во МГУ, 1981. 158 с.
288. Психология политической пропаганды /Пер. с пол. В.Н. Поруса; Предисл. и общ. Ред. Ю.А. Шерковина М.: Прогресс, 1981. 278 с.
289. Психологический словарь. / Под ред. В.П.Зинченко, Б.Г.Мещерякова. -М., 1997.-440 с.
290. Психология социальных ситуаций. / Под ред. Н.В.Гришиной. - СПб.:Питер, 2001.-416 с.
291. Пугачёв В. П., Соловьёв А. И. Введение в политологию. АСПЕКТ ПРЕСС. М.: 2000г.
292. Пшизова С.Н. Демократия и политический рынок в сравнительной перспективе (I) // Политические исследования. 2000. №2. - С. 30-44.
293. Райгородский Д.Я. Психология и психоанализ власти. Хрестоматия. Самара: Издательский дом «Бахрус», 1999. 608 с.
294. Решетников М.М. Глобализация - самый общий взгляд // Решетников М.М. Психодинамика и психотерапия депрессий. - СПб, Восточно- европейский институт Психоанализа, 2003. - С. 107-127.
295. Решетников М.М. Современная демократия: тенденции, противоречия, исторические иллюзии // Психология власти: Мат. Международной конференции «Психология власти» / Под ред. А.И.Юрьева. - СПб.: СПбГУ, 2005. - 248 с. - С. 68-75.

296. Россия. Планетарные процессы // Под ред. В.Ю.Большакова. - СПб.: СПбГУ, 2002.-752с.
297. Ротман Д. Электоральное поведение: сущность и технология.// Социологические исследования -1998. №9. -С.63-68.
298. Рощин С.К. Западная психология как инструмент идеологии и политики. М., 1980.
299. Рубакин Н.А. Тайна успешной пропаганды. М., 1972
300. Рубинштейн С.Л. Бытие и сознание. О месте психического во всеобщей взаимосвязи явлений. - М., 1957.
301. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии. - СПб: Питер Ком, 1998. - 688 с.
302. Рубинштейн С.Л. Учение И.П.Павлова и проблемы психологии. // Учение И.П.Павлова и философские вопросы психологии. Сб. ст. - М.: Изд-во АН СССР, 1952. - 476 с. - С. 194-228.
303. Рукавишников В.О., Халман Л., Эстер П. Политические культуры и социальные изменения. Международные сравнения. -М., 1998. - С.
304. Савинова О.Н. Власть и общественность: социальные аспекты взаимодействия. Н.Новгород: Нижполиграф, 1977
305. Сатаров Г.А. Политическая жизнь через призму установок населения: структурные рейтинги. // Российский монитор. 1992. № 1. - С. 149-178.
306. Сборник статей «СМИ и политика в России. Социологический анализ роли СМИ в избирательных кампаниях. М.:2000.148
307. Свешникова Н.О. Психолого-политическая парадигма развития современной России // Психология и политика (Тез. н.-пр. конференции «Ананьевские чтения - 2002» 22-24 октября 2002 года / Под общ. ред. А.И.Юрьева, Л.А.Цветковой. - СПб.: СПбГУ, 2002. с.-472 с.385-386.
308. Сегела Ж. Национальные особенности охоты за голосами. М.: «Вагриус», 1999. 262 с.
309. Седов Л.А. Перемены в стране и в отношении к переменамЮОкономические и социальные перемены. 1995. №1. С. 23— 26.

310. Сергеева Е.Л. Российский электорат: проблема выбора и участия. М.: Юрид. Лит-ра, 1996. 237 с.
311. Сеченов И.М. Избранные труды. - М., 1935.
312. Сидоренко Е.В. Методы математической обработки в психологии. - СПб.: Речь, 2001.-350 с.
313. Синцеров Л. Длинные волны глобальной интеграции. // Мировая экономика и международные отношения. 2000. №5. - С. 56-64.
314. Силин А.А. О разумном и рациональном. - «Вестник РАН», 1966, №10.
315. Ситников А. П., Огарь И. В., Бахвалова Н. С. Политический консалтинг. Издательский дом ГУ ВШЭ. М. – 2004. – 624с.
316. Сморгунюв Л.В. Современная сравнительная политология. - М.: РОССПЭН, 2002. - 472 с.
317. Современная политическая мифология: содержание и механизмы функционирования. М., 1996. 94 с.
318. Соловьев А.И. Политология: политическая теория, политические технологии. - М.: Аспект Пресс, 2000. - 559 с.
319. Соловьев А.И. Политическая реклама в коммуникативной стратегии государства // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 12. Политические науки. - 1999. - № 3. - С.62-78.
320. Сорос Дж. Тезисы о глобализации//Вестник Европы. XXI век. 2001. Т.2.
321. Социальная психология. / Под редакцией Кузьмина Е.С., Семёнова В.Е. - Л.: ЛГУ, 1979.-288 с.
322. Столин В.В. Перспективы развития теории деятельности и проблема мотивации // Развитие эргономики в системе дизайна: Тез. докл. Всесоюзной конф. - Боржоми, 1979. - С. 322-328.
323. Софронов Ф. Механика общественных идеалов: социальнокритический этюд. М, 1902. 116 с.
324. Страхов А.П. Особенности политического поведения российских избирателей: политико-культурный аспект//Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. 1998. №5. С.17-35.

325. Суходольский Г.В. Основы психологической теории деятельности. - Л.: ЛГУ, 1988.-168 с.
326. Таранов П.С. Приемы влияния на людей. М.: ФАИР, 1997. 607 с.
327. Тард Г. Общественное мнение и толпа. СПб.: «КСП+», 1998. -310
328. Тоффлер А. Футурошок. - СПб.: Лань, 1997. - 464 с.
329. Тугарева Е.В. Соотношение психологических процессов принятия и отвержения альтернатив в ходе социального выбора: Автореф. дис. канд. психол. наук. М., 1995. 23 с.
330. Тугаринов В.П. Избранные философские труды. - Л.: ЛГУ, 1988. - 343 с.
331. Туманов С. Молодежь и политика/ЛЗласть. 1998. №6. С.49-61.
332. Уваров В.В., Пятибратов И.Н. Стратегический менеджмент и глобализация мировой экономики. М., 2001. - 283 с.
333. Узнадзе Д.Н. Психологические исследования. - М.: Наука, 1966. - 451
334. Уледов А.К. Общественная психология и идеология. М., 1985.268
335. Уледов А.К. Общественное мнение советского общества. М.: Соцэкгиз, 1963.391 с.
336. Уледов А.К. Структура общественного сознания: Теорет.социол. исслед. М.: Мысль, 1968 324 с.
337. Файер С.А. Приемы стратегии и тактики предвыборной борьбы: РК. секреты общественных отношений. СПб.: «Стольный град», 1998.-136
338. Файзуллаев А.А. Мотивационная саморегуляция личности. — Ташкент: Фан, 1987.-136 с.
339. Факторы и мотивы электорального поведения. Информационный бюллетень. РАГС при Президенте РФ. Центр социального обеспечения подготовки государственных служащих. М.: РАГС, 1996. 82 с.
340. Федоркина А.П. Диалектика общественного, коллективного и индивидуального сознания при социализме. Монография. М.: Высш. школа, 1989.-104 с.

341. Федоркина А.П. Основы социальной психологии/Под общ. ред. докт. филос. наук, проф. Попова В.Д. М.: Изд-во РАГСД996. 192 с.
342. Федосеев А.А. Власть как философско-политологическая категория // Психология власти: Мат. Международной конференции «Психология власти» / Под ред. А.И.Юрьева. - СПб.: СПбГУ, 2005. -248 с. -С.31-36.
343. Федоров И.А. Имидж как социально управленческое программирование. Автореферат кандидатской диссертации. М., 1996.
344. Федотова В.Г. Модернизация и глобализация // Мегатренды мирового развития. / Под ред. М.В.Ильина, В.Л.Иноземцева. - М.: Экономика, 2001.-295 с.-С. 83-93.
345. Франкл В.Г. Человек в поисках смысла. - М., 1990. - 368 с.
346. Фрейд З. «Психология бессознательного», М., 1989.
347. Фрейд З. Психология масс и анализ человеческого «Я» // Психология масс/Под ред. Д.Я.Райгородского. - Самара:«Бахрах», 1998. - С.131-194.
348. Фрейд З. Я и Оно. // Психология личности. Хрестоматия / Под ред. Д.Я.Райгородского. Т.1. - Самара: «Бахрах», 2000. - С. 94-114.
349. Фрейд З. Я и Оно: Сочинения. – М.: ЗАО Изд-во ЭКСМО-Пресс; Харьков: Изд-во «Фолио», 1998 -1040с.
350. Фрейд З., Буллит У. Томас Вудро Вильсон. Двадцать восьмой Президент США. Психологическое исследование. М.: Прогресс, 1992. – 288с.
351. Фромм Э. Анатомия человеческой деструктивности. М., Республика, 1994.
352. Фромм Э. Душа человека. М., 1992.
353. Фукуяма Ф. Конец истории? // США: экономика, политика, идеология. 1990. №5.-С. 40.
354. Фурсов А.И. Полупериферия современной мир-системы – источник разочарований и надежд // Глобальные и региональные

- проблемы в работах Иммануила Валлерстайна. - М., 1998. - С. 69-95.
355. Фуре Р.Ф. Имидж политического лидера: Психологическая структура и пути оптимизации. Дисс. канд. психол. наук. - М., 1996.
356. Хараш А.У. Социально-психологические механизмы коммуникативного воздействия: Автореф. дис. канд. психол. наук. М., 1983.-33 с.
357. Хекхаузен Х. Мотивация и деятельность. - 2-е изд. - СПб.: Питер; М.: Смысл, 2003.-860 с.
358. Холодковский К.Г. О корнях идейно-политической дифференциации российского общества // Человек в переходном обществе. / Под ред. Г.Г.Дилигенского. -М., 1998. - С. 55-87.
359. Холодковский К.Г. Парламентские выборы 1999 года и партийное структурирование российского общества //ПОЛИС. 2000. № 2. -С. 45-53.
360. Хьелл Л, Зиглер Д. Теории личности (Основные положения, исследования и применение). - СПб: Питер Ком, 1999. - 608 с.
361. Цветков А. Управление социально-психологическими процессами. М.: «Палея», 1995. 131 с.
362. Цуладзе А.М. Политические манипуляции или покорение толпы. М.: Книжный дом «Университет», 1999. 144 с.
363. Цуладзе А.М. Политическое манипулирование. М.: РИПХолдинг, 2000
364. Цуладзе А.М. Большая манипулятивная игра. М.: Алгоритм, 2000.336 с.
365. Цуладзе А. Формирование имиджа политика в России. М., 1999.
366. Чазов А.В. Политические предпочтения уегзиз политические технологии // Политический менеджмент: электоральный процесс и технологии. /Под ред. Л.В.Сморгунова. - СПб: СПбГУ, 1999.-С. 71-90.
367. Центр политической конъюнктуры «Механизмы власти.10 лет политической аналитики». М.:Алгоритм,2002. -280с.

368. Центр политической конъюнктуры «Механизмы власти. 10 лет политической аналитики»-М.:Алгоритм,2002.- 201с.
369. Чазова Н.В. Политическая идентификация: инсталляция в имиджевую матрицу кандидата//Политический менеджмент: электоральный процесс и технологии/Под ред. Л.В.Сморгунова.- СПб: СПбГУ, 1999.-С. 62-71.
370. Чалдини Р. Психология влияния /Пер. с англ. Е. Волков. СПб.: Питер, 1999.270 с.
371. Чиж В.Ф. Психология злодея, властелина, фанатика. М.: Республика, 2001.
372. Чудновский В.Э. Смысл жизни: проблема относительной эмансипированности от «внешнего» и «внутреннего» // Психологический журнал. 1995. Т. 16. - С. 15-26.
373. Шабров О.Ф. Политическое управление: проблема стабильности и развития. М.: Интеллект, 1997. 200 с.
374. Шалагинова Л. В. Психология лидерства: [учебное пособие] / Л. В. Шалагинова. - Санкт-Петербург : Речь, 2007. - 458 с.
375. Шаран П. Сравнительная политология. М., 1992. 95 с.
376. Шведова Н.А. Гендерный фактор в избирательной кампании//США, Канада, экономика, политика, культура. 1999. №12. С.48-63.
377. Шевченко Ю.Д. Между экспрессией и рациональностью: об изучении электорального поведения в России // Полис. 1998. № 1. - С. 130-136.
378. Шевченко Ю.Д. Поведение избирателей в России: основные подходы // Выборы в посткоммунистических обществах. Пробл. тем. сб. / Под ред. Мелешкиной Е.Ю. -М., 2000 (а). - С. 122.
379. Шевченко Ю.Д. Политические институты и избиратели // Политическая социология и современная российская политика. - СПб, 2000(6). - С. 182.
380. Шевченко Ю.Д. Динамика электорального поведения в новых демократия (сравнительное исследование): Дис. канд. полит, наук. М, 2000.

381. Шевченко Ю.Д. Конфликт между ветвями власти и электоральное поведение в России//Мировая экономика и международные отношения. 1999. №1. С.82-89.
382. Шейнов В. П. Психология лидерства и власти / В. П. Шейнов. - Москва : Ось-89, 2008. – 604 с.
383. Шепель В.М. Имиджелогия: Секреты личного обаяния. М.,1997.
384. Шереги Ф.Э. Общество 2000. Успехи, провалы, итоги, комментарии. // Пиар в России. 2000. № 4. С. 56-59
385. Шерковин Ю.А. Психологические проблемы массовых информационных процессов. - М.: Мысль, 1973. - 215 с.
386. Шестопал Е. Б. Политическая психология: учебник для вузов / Е. Б. Шестопал. - М. : Инфра-М, 2002. – 446 с.
387. Шестопал Е.Б. Личность и политика. М., 1988. -С. 58 69
388. Шестопал Е.Б. Психологический профиль российской политики 1990-х. Теоретические и прикладные проблемы политической психологии. М.: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН),2000.431с.
389. Шестопал Е.Б., Рабочий класс в странах Западной Европы. М.: Наука, 1982. С.64-65.
390. Шестопал Е.Б. Восприятие образов власти: Политико-психологический анализ // Политические исследования. 1995. № 4. - С. 86-97.
391. Шестопал Е.Б. Оценка гражданами личности лидера // Полис. 1997. № 6. С. 52-72.
392. Шешукова Г. Авторитет власти в российской провинции.// Открытая политика. 1998. №1. С.90-93.
393. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием/Пер. с англ. М.: Прогресс, 1980. 326 с.
394. Шкаратан О.И. Мануэль Кастельс - мыслитель и исследователь. // Кастельс М. Информационная эпоха. - М., 2000. - 607 с.
395. Щербинина Н. Г. Теории политического лидерства : учебное пособие / Н. Г. Щербинина. - М. : Весь мир, 2004. – 181 с.
396. Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. 1993. №3.-С. 5.

397. Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. 1996. №2.-С. 58.
398. Экономические и социальные перемены. Мониторинг общественного мнения//Информационные бюллетени ВЦИОМ. 1993. №15-6; 1994. №1-6; 1995. №1-5.
399. Электоральные установки россиян накануне выборов (Отчет по итогам общественного мнения), Центр Социологических исследований. М., 1995.
400. Эксперты о факторах демократической консолидации России. Выступление на заседании круглого стола. // Политические исследования. 1996. №4.-С. 73-80.
401. Юнг К. Г. Архитип и символ. М.,1991.
402. Юнг К.Г. Сознание и бессознательное. - СПб.: Университетская книга, 1997.-367 с.
403. Юнг К.Г. Структура психики и процесс индивидуации. - М.: Наука, 1996. - 267 с.
404. Юрьев А.И. Введение в политическую психологию. - СПб, 1992. - 232 с.
405. Юрьев А.И. Глобализация как новая форма политической власти. // Тезисы доклада на заседании круглого стола «Глобализация: варианты для России» в Информационном агентстве «Росбалт». СПб, 28 сентября 2001 года.-16 с.
406. Юрьев А.И. Глобализация как новая форма политической власти, изменяющая человека и миропорядок // Россия. Планетарные процессы. / Под ред. В.Ю. Большакова. - СПб.: СПбГУ, 2002(а). - С. 235-264.
407. Юрьев А.И. Может ли общество одновременно думать и чувствовать? // Общество и политика / Под ред. В.Ю.Большакова. - СПб.: СПбГУ, 2000. С. 420-440.
408. Юрьев А.И. Политическое общество - среда жизни политического человека // Общество и власть в период глобализации. Учебное пособие под ред. Юрьева А.И. - СПб: «Прогноз», 2002(6). - С. 28-56.

409. Юрьев А.И. Партнер в диалоге - человек политический // Общество и власть в период глобализации. Учебное пособие под ред. Юрьева А.И. - СПб: «Прогноз», 2002(в). - С. 9-27.
410. Юрьев А.И. Системное описание политической психологии: Дис. ... докт. пс. наук: / СПбГУ. - СПб, 1996. - 168 с.
411. Юрьев А.И. Введение в политическую психологию. СПб., 1992.
412. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. Самара: Изд-во «Самарский университет», 1995. 329 с.
413. Яницкий О.Н. Социальные движения: 100 интервью с лидерами. М.: 1991.-С. 49-50.
414. Ярошевский А. В. Ред. Психология. Словарь. М.,1990.
415. Ярошевский М.Г., Кеннон У., И.Павлов и проблема эмоционального поведения / Вопросы психологии № 6. 1995 (а). - С. 55-65.
416. Ярошевский М.Г. Наука о поведении: русский путь. / Вопросы психологии. 1995 (б). № 4. - С. 5-18.

Иностранные источники.

1. Adorno T.W and oth. The Authoritarian personality. N.Y., 1950.
2. Almond G.A. Comparative Political Systems // Joynal of Politics 1956. № 18. August.
3. Almond G.A. Comparative Political Systems // Political Behaviour: A Reader in theory research (Clensoe III). 1956.
4. Berelson B., Lasarsfeld P.P., McPhill W.N. Voting. A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign. Chicago, 1954. - 395p.
5. Boorstin D.J. The Image: A Guide to Pseudo-Events in America. N.Y. Vintage Books, 1992.
6. Bourdieu P. La distinction. Critique sociale du jugement. P., 1979. - 326 p.

7. Buchanan, Brace. A tale of two campaigns or why '92's voters forced a presidential campaign better than '88's and how it could happen again. // *Political Psychology*. 1995 Jun; Vol. 16(2): 297-319.
8. Campbell A., Converse P.E., Miller W.E. and Stokes D.E. *The American Voter*. - New York, 1960. - 360 p.
9. Campbell, A., Gurin, G., and Miller, W.E. *The Voter Decides*. Evanston.1957.-390p.
10. Colton T. *Transitional citizens: Voters and what influence them in New Russia*. - Cambridge, L., 2000.
11. Downs A. *An Economic Theory of Democracy*. - N.Y., 1957.
12. Deutsch E., D'ndon D., Weill P. *Les familles politiques aujourd' hui en France*. P., 1966. 304 p.
13. Duch R.M. The electoral connection and democratic consolidation // *Electoral studies*. 1998. Vol. 17. -P. 149 - 174.
14. Easton D., Dennis J. *Children in the Political System // Origins of Political Legitimace*. N.Y., 1969.
15. Fidrmuc J. Economic of voting in post-communist countries // *Electoral studies*. 2000. Vol. 19. - P. 215.
16. Fiorina M. *Retrospective Voting in American National Elections*. – New Haven, 1981.
17. Franklin M.N. *The Decline of Class Voting in Britain*. - Oxford, 1985.
18. Goodin R.E. *Manipulatory politics*. New Haven, L.: Yale U.Pr.1980.V.X.-P.8.
19. Hess R.D., Tomey J V. *The Development of Political Attitudes m Children*. Chicago, 1967. C. 28
20. Kitschelt H. *Left-Libertarian Parties: Explaining Innovations in Competitive Party Systems // World Politics*, 1988, Vol. 40, Issue 2.
21. Kitschelt H. *The formation of party systems in East Central Europe // Politics and Society*, 1992, Vol. 20.
22. Kissinger H. *How to Achieve the New World Order*. - Time. 14.03.1994.

23. Knytson J.N. (ed.) Handbook of political psychology. - San Francisco, 1973.
24. Kornhauser A., Lazarsfeld P.F. The Analysis of Consumer Action. // Lazarsfeld P.F. (ed.) The Language of Social Research. - Glencoe, Illinois, 1957.
25. Korosenyi A. Cleavages and the party system in Hungary // Elections to the Hungarian National Assembly 1994: Analyses, documents and data / Ed. By Toka G., Enyedi Z.B, 1999. -P. 52-81.
26. Lasarsfeld P.P., Berelson B., Gaudet G. The People's Choice N.Y.,1944.
27. Lasarsfeld P.P., Berelson B., Gaudet G. The People's Choice N.Y.,1944.
28. Lancelot A. Les attitudes pohtiques.P., 1969. P. 82 – 298
29. Lazarsfeld, P.; Berekon, B.; Gaudet, G. People's Choice. N.Y., 1944/
30. Lasswell G. Psychopathology and Politics. - Chicago, 1932.
31. Lewis-Beck M.S., Paldam M. Economic Voting: an introduction // Electoral studies. 2000. Vol. 19. -P. 113-121.
32. Lijphart A., Religion vs. Linguistic vs. Class Voting: The "Crucial Experiment" of Comparing Belgium, Canada, South Africa, and Switzerland. / "American Political Science Review". 1979. Vol. 73.
33. Lipset S.M., Rokkan S. Cleavage Structures, Party Systems and Voter Alignments. // Lipset S.M., Rokkan S. (eds). Party Systems and Voter Alignments.-N.Y., 1967.
34. Merriam Ch.E., Gosnell H.F. Non-Voting: Causes and Methods of Control. Chicago, 1924.
35. Mateju P., Rehakova B. Tuning left or class realignment?: Analysis of the changing relationship between class and party in the Czech Republic, 1992- 1996 // East-European polit. and societies. 1997. Vol. 11. - P. 510.
36. Miller W.L., White S., Heywood P. Political Values Underlying Partisan Cleavages in former Communist Countries // Electoral Studies. 1998. Vol.17. - P. 197-216.
37. Molloy J. "Dress for Success», N.Y., 1972.

38. Nousiainen K. Interfaces of Law. // Law and Power. Critical and Socio-Legal Essays. - Liverpool, 1997.
39. Ohmae K. The Next Global Stage: Challenges and opportunities in our borderless world. -New Jersey, Pearson Education, 2005.
40. Oppenhuis E. Voting behavior in Europe: A comparative analysis of electoral participation and party choice. - Amsterdam, 1995.
41. Olsen O.M, Posture & Body, Movement Perception. Procudings of Sixteenth International Congress in Psychology, Amsterdam, 1961.
42. Powell Jr.G.B. Contemporary Democracies: Participation, Stability and Violence. - Cambridge, mass. 1982.
43. Reif K. and Schmitt H. Nine Second-Order National Elections: A Conceptual Framework for the Analysis of European Election Results // European Journal of Political Research. 1980. Vol. 8.
44. Renshon S.A. Psychological needs and political behavior: a theory of personality and political efficacy. - N.Y., 1974.
45. Rice S.A. Quantitative Methods in Politics. N.Y., 1928.
46. Rivera S.W. Historical cleavages or transitional mode? // Party politics. 1996. Vol. 2.-P. 177-208.
47. Robertson R. Globalisation. - London: Sage, 1992.
48. Rokeach M. The nature of human values. - New York: Free Press, 1973.
49. Rose R., Mishler W. Negative and Positive Party Identification in Post- Communist Countries // Electoral Studies. 1998. Vol. 17. - P. 217-234.
50. Rose R., Tikhomirov E., Mishler W. Understanding multi-party choice: The 1995 Duma election // Europe-Asia Studies. 1997. Vol. 49. - P. 799-824.
51. Sales S.M. Threat as a factor in authoritarianism// Journal of Personality and Social Psychology. 1973. N 28. P. 44-57
52. Sampson E. The image factor. London, 1994.
53. Sears D. O. Op. cit. 244 p.
54. Sobel R. From occupational involvement to political participation an exploratory analysis // Political behaviour 1993. Vol. 15 N 4. P. 339

55. Shanks M., Miller W. Policy Direction and Performance Evaluation: Contemporary Explanations of the Reagan Elections. - New Orleans, 1985.
56. Tsebelis G. Nested Games: Rational Choice in Comparative Politics. - Berkeley, 1990.

Интернет – источники:

1. http://bd.fom.ru/report/cat/policy/elections/parlamentary_elections/of19952705
2. http://bd.fom.ru/report/cat/policy/elections/parlamentary_elections/of19953906.
3. http://bd.fom.ru/report/cat/policy/elections/cause_votive/of905201.
4. http://bd.fom.ru/report/cat/policy/elections/cause_votive/of905204.
5. http://bd.fom.ru/report/cat/policy/elections/cause_votive/of19961903.
6. http://bd.fom.ru/report/cat/societas/civil_society/elections/cause_votive/of199633012.
7. http://bd.fom.ru/report/cat/societas/civil_society/elections/cause_votive/of19963501.
8. http://bd.fom.ru/report/cat/policy/elections/cause_votive/of001301.
9. http://bd.fom.ru/report/cat/societas/civil_society/elections/cause_votive/d031524.