

МВД России
Санкт-Петербургский университет

ПСИХОЛОГИЯ МАССОВОГО СОЗНАНИЯ

Учебное пособие

*Под общей редакцией
доктора психологических наук, профессора Ю. А. Шаранова*

Санкт-Петербург
2022

УДК 159.9
ББК 88.4
П86

П86 Психология массового сознания: учебное пособие / под. общ. ред. проф. Ю. А. Шаранова. — Санкт-Петербург: Изд-во СПб ун-та МВД России, 2022. — 100 с.

Авторы:

Шаранов Ю. А. (введение, гл. 1, 2, заключение);
Жидкова О. А. (гл. 3); *Зуева Е. Г.* (гл. 4); *Бородавко Л. Т.* (гл. 5)

ISBN 978-5-91837-587-7

Учебное пособие подготовлено в соответствии с программой курса «Психология массового сознания и массовых коммуникаций».

Способствует формированию компетенций сотрудников органов внутренних дел, необходимых для предотвращения стихийного массового поведения и его последствий. Изучение конкретных феноменов массового сознания позволяет обучающимся овладеть комплексом навыков, знаний и умений, способствующих своевременному применению основных методов и приемов управления массой и массовым поведением.

Предназначено для обеспечения образовательного процесса в Санкт-Петербургском университете МВД России по дисциплине «Психология массового сознания», по специальности 10.05.05 — Безопасность информационных технологий в правоохранительной сфере. Может быть также использовано в качестве справочного пособия руководителями и сотрудниками подразделений морально-психологического обеспечения деятельности органов внутренних дел Российской Федерации.

УДК 159.9
ББК 88.4

Рецензенты:

Марьясис И. Б., кандидат психологических наук, доцент
(Московский университет МВД России им. В. Я Кикотя);

Мартиросова Н. В., кандидат психологических наук
(ОМПО УРЛС УМВД России по Архангельской области)

ISBN 978-5-91837-587-7

© Санкт-Петербургский университет
МВД России, 2022

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
Глава 1. Введение в психологию массового сознания	8
§ 1. Общая характеристика массового сознания как социально-психологического феномена	8
§ 2. Формирование массового сознания.....	12
§ 3. Влияние массы на индивида.....	14
Глава 2. Феноменология массового сознания.....	23
§ 1. Массовое настроение и общественное мнение	23
§ 2. Общая характеристика массы как социально-психологического феномена.....	25
§ 3. Структурные свойства, генезис и динамика массового сознания....	30
§ 4. Толпа как форма выражения массовых психических состояний.....	35
Глава 3. Массовые психические проявления и состояния.....	42
§ 1. Общая характеристика стихийного массового поведения.....	42
§ 2. Толпа как субъект стихийного массового поведения: понятие и классификация	48
§ 3. Массовая паника и массовая агрессия как формы стихийного поведения и массового состояния	56
Глава 4. Психология стихийных форм поведения в политике.....	60
§ 1. Общая характеристика политической пропаганды.....	60
§ 2. Приемы воздействия на массовое политическое сознание.....	66
§ 3. Психология политического лидерства	72
Глава 5. Религия как массовое социально-психологическое явление.....	79
§ 1. Социально-психологические функции религии.....	79
§ 2. Психология религиозных действий	83
§ 3. Психологические концепции религии.....	87
Заключение.....	93
Список рекомендуемых источников	95

ВВЕДЕНИЕ

Настоящее учебное пособие ставит своей целью восполнить дефицит публикаций в области комплекса проблем, связанных с понятием «массовое сознание». Несмотря на многообразие учебных дисциплин и эксклюзивных курсов, которые предлагаются различными программами подготовки кадров для системы органов внутренних дел, предметная область массовой психологии нигде специально не изучается. Это обусловлено тем, что в «серьезной» научной литературе словосочетание «массовое сознание» встречается крайне редко. В основном данный феномен всем хорошо известен благодаря журнальной публицистике, критическим статьям литераторов, искусствоведов, теоретиков культуры. Журналистами активно культивируются понятия «массы», «массовая психика», «массовое сознание», возникшие в недрах социальной психологии. При этом предлагается ее не строгая, бытового уровня трактовка на фоне пассивной позиции, занятой представителями ведущих научных направлений. До сих пор не определен сам предмет изучения массового сознания, отсутствует общепринятая в научном сообществе формулировка ключевого понятия, структура, функции и специфическое содержание феномена «массовое сознание» как особого типа общественного сознания.

Теория вопроса начала разрабатываться еще в 30–60-е годы прошлого века. С того времени в отечественной философии, социологии и психологии серьезных исследований в области психологии масс не проводилось. Трудности, с которыми столкнулись ученые в процессе определения и анализа массового сознания, по различным причинам до сегодняшнего дня так и преодолены. В качестве специального термина понятие «массовое сознание» возвращается в научную литературу только в последнее время. Вместе с тем, сравнительно полному осмыслению подвергаются вопросы политического, религиозного и некоторых других предметных областей массового сознания. Правовое сознание как специфическая часть общественного сознания в контексте массовой психологии практически не исследуется. В научной и учебной литературе преимущественно рассматриваются групповые аспекты правового сознания и региональная специфика функционирования правовой системы государства. Проблематика коллективной психологии уже стала не актуальной. А большинство концепций социальной и юридической психологии правового сознания разрабатывались в условиях, когда психологическая наука отчасти выполняла идеологическую функцию.

В чем состоит специфика теории массового сознания, и как она заявляет о себе в деятельности правоохранительных органов сегодня?

Как правило, правовое сознание имеет дело с организованными групповыми проявлениями психики представителей отдельных профессиональных, возрастных, производственных, образовательных, служебных и иных социальных общностей, включенных в систему правовых отношений. Однако когда идет речь о массе, о психике массы, массовом сознании, то перед ученым и практиком предстает совершенно иное социальное, социально-психологическое, социально-правовое и семантическое пространство стихийных, спонтанных, непредсказуемых проявлений массовой психики.

Когда огромные толпы людей выходят на улицы и под влиянием ситуативных настроений и мнений начинают протестовать, устраивать погромы и поджоги, уничтожать памятники и грабить магазины, совершать насилие против сотрудников полиции и других групп населения, строить баррикады и перекрывать транспортные магистрали, останавливать работу органов управления и власти, то становится вполне очевидно, что подобного рода ситуации являются уникальными. И в этом смысле групповое сознание, с чем повсеместно имеют дело полицейские, не равно сознанию массы. Гетерогенность — смешанность массы, самое широкое представительство в ней различных социальных групп, смешанность чувств, интересов, мнений, настроений, которые спонтанно проявляются в определенном времени и пространстве — только один из атрибутов массового сознания.

С гносеологической точки зрения исследование феномена массовой психики и массового сознания в широком и узком смысле слова предполагает обращение одновременно ко всем отраслям психологической науки. Это представляется сложным в реализации, так как сравнительно небольшое время, отводимое на изучение учебной дисциплины, полностью исключает такую возможность.

Задача, которую видели перед собой авторы учебного пособия, заключалась в том, чтобы представить курсантам и слушателям современную трактовку массового сознания в контексте развития права, психологии юридического труда, правового сознания и правовой культуры деятельности сотрудников органов внутренних дел.

Содержание учебного пособия естественным образом распадается на пять частей, соответствующих основному замыслу.

В первой части «Введение в психологию массового сознания» подвергаются анализу истоки формирования самого понятия и дается

характеристика массового сознания как специфического феномена общественного сознания, делается попытка проследить диалектику массового сознания и общественного сознания, определить место правового сознания и в первом приближении установить необходимые психолого-юридические контексты и содержание предмета массового сознания.

Вторая часть «Феноменология массового сознания» посвящается анализу структурных элементов массового сознания, посредством которых во всей своей сложности и неустойчивости позиционируются основные социальные контексты его проявления.

В третьей части «Массовые психические проявления и состояния» проводится классификация основных форм массовизации психики. Основное внимание уделяется рассмотрению психологических механизмов функционирования толпы.

Четвертая часть «Психология стихийных форм поведения в политике» и пятая часть «Религия как массовое социально-психологическое явление» представляют собой попытку анализа стихийных форм поведения больших масс людей в сфере политики и религии. При этом, несмотря на то, что в настоящее время активно разрабатывается проблематика как политической, так и религиозной психологии, в исследованиях и публикациях отсутствуют материалы, связанные с массовыми формами политического и религиозного сознания. Как правило, аппарат обеих научных дисциплин используется для осмысления рациональных и собственно психологических компонентов политических движений, социально-политических ценностей, лежащих уже в основе достаточно осознанного политико-идеологического выбора, а также особенностей влияния религиозного массового сознания на отношения людей к состоянию дел в стране. Другими словами, так или иначе, подвергаются изучению в основном организованные формы групповой психологии, массовая психика выступает в данном случае только в виде социально-психологического фона. В этой связи авторы вынуждены были представить свою точку зрения и рассматривать политическое и религиозное сознание как специфические формы общественного сознания в контексте ситуаций массовизации психики. Ведь именно массами в решающей степени определяется практическая судьба всевозможных политических движений, партий и политических преобразований в обществе. Любой выбор пути развития становится поистине всенародным, если он опирается, в том числе, и на духовные религиозные ценности, на поддержку церкви.

Естественно, что включенные в учебное пособие материалы не одинаковы по своей научной глубине и стилистике, тем не менее, они представляют собой современный, системный взгляд на совершенно новый предмет социогуманитарного знания, предлагают учащимся продолжить самостоятельно осмысливать феномен массового сознания.

Глава 1

ВВЕДЕНИЕ В ПСИХОЛОГИЮ МАССОВОГО СОЗНАНИЯ

§ 1. Общая характеристика массового сознания как социально-психологического феномена

Массовое сознание является объектом изучения многих наук, в том числе, социальной философии, культурологии, социологии, политологии и, конечно, психологии. Его трактовка достаточно многообразна и до сих пор окончательно в науке не сложилось однозначного представления об этом феномене. Представители одного из самых распространенных в науке «качественного» подхода к пониманию сущности массового сознания относят его к определенной форме до-теоретического миропонимания рядовых граждан развитого индустриального общества, основанного на сходном жизненном опыте людей, включенные в однотипные государственные и социальные институты, организованные и неуправляемые структуры общения и практической деятельности. Отсюда массовому сознанию присущи сравнительная простота, шаблонность, деперсонифицированность и некоторые другие свойства. Означает ли это, что массовое сознание можно характеризовать только как обыденное сознание? То есть сознание массы людей, не имеющее четкой социально-психологической структуры и социальной специфики? Если бы подобного рода представления действительно совпадали бы с некой объективной реальностью, то массовое сознание не занимало бы такого важного места, какое оно занимает в истории социального развития человечества. На самом деле массовое сознание по своей сути имплицитивно, так как если входящие в массу люди и не составляют единую социальную организацию, тем не менее, они демонстрируют тенденцию вести себя относительно однообразным способом. Одним из таких имплицитивных эффектов выступает результат диалектического взаимодействия феноменов «массы» и ее «сознания». Так, возникающие основы массового сознания, как правило, сами формируют свою массу, которая, в свою очередь, в дальнейшем формирует свое сознание. Как верно писал Б. А. Грушин, нет недостатка в эмпирических доказательствах того ежедневно и повсеместно наблюдаемого факта, что массовое сознание обнаруживает безусловную способность к «самопорождению», к спонтанному возникновению и изменению в процессе и результате непосредственно-практического освоения массами их

«ближайшего» общественного бытия¹. Другими словами, масса — это то, что и «не предполагает общего плана»², но в процессе взаимодействия большого числа людей между отдельными индивидами и группами возникают определенные связи, спонтанные, организованные, одновременные и растянутые по времени отношения и взаимные влияния, порождаются знания, мнения, конкретные интересы, цели, чувства и настроения. Даже история этносов, по мнению Л. Н. Гумилева, — это история их взаимодействия и проявления уровня пассионарности (деятельной активности)³.

Логика развития процессов коммуникации и взаимного влияния приводит к образованию массового сознания, которое начинает функционировать постоянно и без очевидной прямой межличностной коммуникации, создавая, воспроизводя и поддерживая культурные образцы и стандарты социальных реакций и поведения больших масс людей. Тем самым массовое сознание, во-первых, с одной стороны, поддерживает социально-психологический гомеостазис, так как в основном отражает психологию «простого» обывателя — «тихого», правопослушного человека, полностью адаптированного к окружающей среде, комфортно расположившегося в кресле перед экраном телевизора зрителя, с другой стороны, наиболее активные члены общества в процессе своей деятельности стремятся преодолеть силы инерции, узкие границы повседневного или обыденного сознания. Во-вторых, массовое сознание не может выступать в виде скопления или суммы индивидуальных, групповых или коллективных форм сознания. Скорее всего, массовое сознание — это растянутый во времени или стремительный процесс одномоментного «снятия» (трансформации, превращения) индивидуальных, групповых и коллективных форм сознания в специфических ситуациях общественного развития. Отсюда массовое сознание не сводится к характеристикам субъектов, которые в него включаются.

Другими словами, массовое сознание — это специфическая форма общественного сознания, атрибутами которого выступают спонтанные

¹ Грушин Б. А. Массовое сознание: опыт определения и проблемы исследования. — М.: Политиздат, 1987. — 368 с. (Над чем работают, о чем спорят философы).

² См. Большой толковый психологический словарь. Т. 1 / пер. с англ. Робер Артур. — М.: АСТ; Вече, 2001. С. 30.

³ См. Гумилев Лев. Полн. собр. соч. Сер.: Вся история в одном томе. — СПб: Изд-во АСТ, 2020.

и институционализованные механизмы аффективных и ментальных проявлений, а также осознаваемые и неосознаваемые, регулируемые и нерегулируемые значения, ценности, смыслы, идеи, культурные образцы, интеллектуальный потенциал и историческая память членов общества. Относительно цельное и развитое массовое сознание помогает самоопределению, продуцирует потребности членов гражданского общества в активном обустройстве жизненного пространства социума, способствует проявлению субъектности народа. Пожалуй, это одна из основных функций массового сознания — создавать условия для превращения массы в коллективного деятеля, субъекта собственной истории.

Как достаточно самостоятельный феномен массовое сознание интегрирует в себе способности коллективного субъекта отражать, переживать, проектировать и творить окружающий мир. Оно возникает только в определенном социально-историческом, географическом и технологическом контексте, оказывает влияние на скорость развития цивилизации, так или иначе структурирует социальное пространство, культуру, образ мира, индивидуальное сознание членов общества и может быть разрушено только в результате массового поведения людей. Вместе с тем не понятна диалектика индивидуального и коллективного в структуре массового сознания: что является проекцией — индивидуальное сознание или коллективное?

История становления первобытного общества в некотором смысле дает ответ на этот вопрос. Именно в первобытном обществе доминирует коллективное начало, Я — не развито! Но может ли быть эффективным массовое сознание, если индивидуальное сознание слабо развито и полностью поглощено коллективным? На этот вопрос до сих пор пытаются найти ответ ученые и политики. Среди них, например Д.В. Ольшанский, категорически утверждает, что «вначале было массовое сознание, и только потом из него стало выделяться сознание индивидуальное. Причем этот процесс продолжается до сих пор»¹. Собственно с этим утверждением мало кто спорит. Очевидно, что коллективное сознание по своему происхождению первично и вначале истории человечества оно способствовало достижению цели выживания. Но было ли при этом коллективное сознание первобытного общества подлинно массовидным? Со всей категоричностью на этот вопрос можно ответить отрицательно. Если массовизация коллективного

¹ Ольшанский Д. В. Психология масс. — СПб: Питер, 2002. С. 9.

сознания и имела место, то она является результатом более позднего исторического периода развития общества. Как правило, вначале она носила локальный характер и была связана с появлением отдельных цивилизаций на земном шаре. По справедливому замечанию специалистов просто некорректно вести речь о «массовом сознании» в обществе, население которого расселено исключительно по небольшим деревням, феодальным, помещичьим усадьбам и средневековым городам. То есть плотность населения была недостаточной для появления массового сознания в том смысле, который мы сегодня вкладываем в это понятие. Скорее всего, в те времена в структуре общественной психологии господствовало обыденное, иррациональное сознание. На это указывают в своих исследованиях А. Я. Гуревич, Й. Хейзинга и многие другие историки и философы. Именно в средневековых городах наблюдались эффекты иррационального проявления обыденного сознания, что носило уже достаточно массовый характер¹. Однако вплоть до конца XVIII века все эти эффекты все-таки носили достаточно частный, локальный характер. Так А. Я. Гуревич пишет: «Конечно, если мы станем искать в высказываниях ведущих теологов и философов Средневековья непосредственное выражение массового сознания и вознамеримся по ним судить о настроениях и воззрениях “среднего человека”, мы впадем в глубочайшее заблуждение»². Рассматривая тогдашнее общество, можно утверждать, что его «теоретические представители» не могли осознать и сформулировать реальное состояние психологии населения. Хотя именно тогда массовое сознание, отличавшееся особым доминированием иррациональных форм, с большой силой уже проявлялось даже в политике³.

Таким образом, массовое сознание в широком смысле — это сознание больших масс людей, многотысячного населения, народа, уровень которого во многом зависит не только от развития производства и науки, но и состояния эпохи в целом. При этом основными источниками и механизмами появления надындивидуальных и надгрупповых форм сознания масс выступали не только совместность территории проживания, общая экономическая деятельность, потребности в совместном выживании или решении созидательных задач, но,

¹ См. Хейзинга Й. Осень Средневековья. Исследование форм жизненного уклада и форм мышления в XIV и XV веках во Франции и Нидерландах. — М.: Наука, 1988. — 563 с.

² Гуревич А.Я. История массового сознания. — М: Наука, 1981. С. 123.

³ См.: Ашин Г. Доктрина массового общества. — М.: Политиздат, 1971. — 191 с.

и в не меньшей степени, базовые потребности индивидов в общении, обмене чувствами, мнениями и отношениями. Диалектика индивидуального и общественного, пересечение и противоречия индивидуальных и общественных потребностей, притязаний, переживаний и чувств задают массовому сознанию относительно высокую подвижность, разорванность во времени и пространстве, эмоциональность, шаблонность и стереотипность.

§ 2. Формирование массового сознания

Особенно динамично процесс формирования массового сознания осуществляется на рубеже XVIII–XIX веков. Именно в этот период наступает эпоха промышленных революций, массовизации подвергаются производительные силы, производственные отношения и вся психика людей (примером может служить Англия). Процессы урбанизации приводят к появлению крупных городов и промышленных центров, рабочие и другие профессии становятся массовыми. Стремительная дифференциация общества на различные профессиональные и национально-этнические группы, классы приводит к распространению новых жизненных укладов, что неизбежно ведет к деиндивидуализации человека, к типизации его психики, сознания и поведения. Одновременно с этим наблюдается и обратная тенденция: когда в больших индустриальных конгломератах усиливается приток новой рабочей силы из аграрных провинций с разных концов той или иной страны, а подчас и сопредельных стран, что приводит к смешению национально-этнических групп, к размыванию психологических границ между различными профессиональными и социальными группами населения.

Подобного рода крупномасштабные социальные трансформации характеризовались не только деструктуризацией привычных психологических типов и появлением новых, еще неструктурированных профессиональных и иных социальных объединений, но и стихийным складыванием размытых, «неклассических» форм общественного сознания. Именно свободная игра различных общественных сил — групп, слоев, классов, наций, политических партий и движений привело к появлению принципиально нового явления, которое можно было назвать «массовым сознанием». Его носителем выступают «массы», а содержание составляют самые разные стороны процессов массовизации общества, начиная с массовых явлений в экономической, политической, культурной жизни, и кончая обыденной, житейской моралью, личными

и общечеловеческими представлениями людей о благополучии и счастье, проблемами и смыслами человеческого существования.

Может ли массовое сознание при таком разнообразии действующих субъектов, значительных масштабов социальных условий, обстоятельств и ситуаций, разбросе содержательных сторон быть схожим, единым или целостным?

Вполне возможно, что массовое сознание вопреки существующим представлениям значительного количества ученых в действительности оказывается более глубинным образованием, динамическим отражением реальности «первичного порядка». Слово «динамическое» при этом призвано фиксировать очевидное свойство массы — быть функционально временным психологическим единством, образующим массу людей. Если это так, то оно обретает необходимые психологические атрибуты, становится видимым, поднимаясь на поверхность социального бытия людей преимущественно в ходе масштабных социальных событий: войн, переворотов, катастроф и потрясений, кризисов и скачков в развитии общества, которые всеобъемлюще захватывают практически всех или большинство членов общества и приводят массовое сознание к некоему «общему знаменателю». При этом для зарождения и функционирования массового сознания совершенно не обязательна совместная деятельность членов общности («массы»), что традиционно принято считать обязательным условием для появления, например, группового сознания.

В обычные же, стабильные периоды развития массовое сознание предстает в виде относительно самостоятельного социально-психологического фона, функционирует преимущественно на мало-заметном, обыденном уровне. Вместе с тем, включенные в его состав отдельные компоненты и стороны различных типов индивидуального и группового сознания могут изменять его внутреннюю динамику, соотношение рационального и иррационального, стихийных и институциональных механизмов манифестации эмоций, чувств, мнений и способов коллективного поведения людей. Особенно это характерно для периодов массовых политических, избирательных кампаний и референдумов, крупных международных мероприятий, например, проведение олимпийских игр или чемпионата мира по футболу. Как правило, в этом случае проявления обыденного массового сознания под воздействием средств массовой коммуникации и пропаганды могут временно приобретать относительно четкую социальную специфику, в значительной мере определяться не случайными, а управляемыми факторами общественного развития.

В условиях общенациональной мобилизации накаляются не только политические и футбольные страсти, но и правовые эмоции. Они тесно переплетаются и выступают, по сути, как политико-правовые (в избирательных кампаниях, проведении уличных акций, митингов избирателей и футбольных болельщиков). Словом, правосознание — это не только сфера рационального, но и эмоционального. Общим моментом для такого типа социальных ситуаций выступает доминирующее содержание сознания значительных масс людей — их мысли, переживания, чувства, связанные с тем, что составляет содержание массового сознания именно в данный момент. В зависимости от того, кто проиграл или выиграл в политической борьбе или какая футбольная команда одержала победу, возникают различные настроения. В сходных ситуациях они захватывают многих людей и формируют массы, воздействуя на поведение больших общностей людей, они становятся могущественной силой.

§ 3. Влияние массы на индивида

Кроме того, активное участие отдельных субъектов в массовых событиях, в свою очередь, развивает не только общественную психологию, но и также индивидуальное сознание, формируя эффект «сопринадлежности». Это вовсе не значит, что общее, присущее большинству настроение масс должно быть лишено элементов индивидуализации, однозначно быть единообразно массовым и всегда положительно влиять на оценки, установки и поведение отдельных индивидуумов. Несмотря на то, что массовидные явления воспринимаются как совместные, они не являются результатом механического сложения усилий отдельных индивидов. Например, поведение толпы состоит из множества сопряженных действий отдельных индивидов, среди которых выделяются те, кто обладает массовым сознанием, массовой психологией, и те, чье сознание достаточно отделено от массы, то есть индивидуализировано. Опираясь на атрибутивную теорию Б. Вайнера и М. Селигман¹ можно предположить, что подобного рода типология индивидуального сознания будет определять и процессы когнитивной

¹ См.: Селигман М. Новая позитивная психология [Текст]. — М., 2006. — 368 с.; Его же. Как научиться оптимизму. — М.: Вече, 1997. — 432 с.; Гордеева Т. О. Мотивации достижения: теории, исследования, проблемы. — М.: Смысл, 2006. — 333 с.; Далгатова М. М. Каузальная атрибуция и деятельность: феноменология, исследования и изменение: монография. — М.: УМК «Психология», 2006. — 334 с.

атрибуции, подчеркивающих роль причинных объяснений и иных атрибутивных представлений и мотивации поведения человека в толпе. По всей видимости, индивиды, склонные объяснять возникающие проблемы своими внутренними причинами (внутренний локус), могут быть не мотивированы, действовать совместно с другими людьми, а потому будут проявлять активность преимущественно под эмоциональным воздействием толпы. То есть, в зависимости от типа сознания и атрибутивного стиля поведение людей в толпе будет различаться.

Процессы индивидуализации, которые сопровождаются слабой корреляцией личностных конструкторов с массовой психологией, стимулирует тенденцию к нарастанию атомизации, одиночества, некоммуникабельности, отчуждения между людьми современного массового общества. Это указывает не столько на сложную, противоречивую картину процесса развития структуры и содержания массового сознания, сколько на драматические отношения индивида с массой.

Вся история развития европейской цивилизации последних десятилетий связана с «возгонкой» роли отдельного субъекта, освобождением от всех мешающих его свободе влияний массы. Возведя в своеобразный культ права отдельного свободного индивида, на «Западе решили, что навсегда избавились от массового человека, что просто “переболели” психологией масс». Однако, несмотря на то, что массовым поведением научились управлять, «этот совершенно нецивилизованный «массовый человек» все еще жив». Он продолжает проявлять себя в митингах и пикетах оппозиции, в шествиях националистических организаций, забастовках шахтеров, в протестах против действий властей, в акциях гражданского неповиновения, а также «в самых массовых спектаклях современности — избирательных кампаниях»¹. Сегодня опять на первое место претендует социальная психология масс и массовых настроений, затем — больших групп, малых групп и только потом — отдельной личности.

По сути, подобного рода тенденция в настоящее время и составляет один из основных внутренних источников противоречий и конфликтов функционирования массового сознания, одновременно актуализируя отдельное направление в научных исследованиях предмета массового сознания среди отечественных и зарубежных ученых.

¹ Ольшанский Д. В. Социальная психология // Современная западная социология: словарь. — М., 1990. С. 319.

Вероятно, что процессы глобализации не столь категорично расставляют акценты, отдавая приоритет социальной психологии масс и предлагая индивиду утешиться последним местом среди сил и элементов, действующих в сложно организованном обществе. Стремительное развитие массового общества, массовой культуры приводит к порождению совершенно нового типа индивидуальности — творческого субъекта. Такая сложная индивидуальность способна противостоять агрессивной глобализации и повсеместному доминированию массы, диктату традиций и стереотипов. Творческий характер самоидентичности такого субъекта представляет собой результат напряженного и противоречивого согласования его человеческих экзистенций в условиях неопределенного множества видов опыта и потоков времени, жестко детерминированных внешними силами. Если личность поддается уподоблению, как одной из форм идентификации, идентифицируясь с чем-либо продолжительным и воспроизводимым, то она тем самым полностью отдает себя во власть способам и средствам актуального бытия. Только творческому индивиду под силу сопротивляться, проводить внутреннюю психологическую работу и осуществлять согласование различных форм опыта и социальных практик, которые при этом могут быть в конфликтных отношениях. По сути, в настоящее время не только в теории, но и на практике наблюдаются некоторые подвижки в сторону новой формы глобалистики, суть которой в не механическом соединении, синтезе коллективного, массового и индивидуального, традиционного и уникального; в результате обретает смысл и реальное очертание новая культура проявления свободы индивида и общественной психологии.

В России, по мнению О. Д. Ситковской, значительная «психологизация» редакции Уголовного кодекса 1996 года на практике привела к последовательной смене ориентации субъектов институтов права на приоритетную защиту личности, ее прав и свобод, к активному использованию психологических знаний в целях индивидуализации ответственности и наказания. В Конституцию введена норма, устанавливающая универсальное право человека и гражданина, являющееся одновременно основополагающим конституционным принципом, основой всех иных прав человека и гражданина.

В условиях пандемии коронавируса и специальной военной операции на Украине наглядно заявило о себе еще одно свойство массовой психологии — зависимость активности людей от индивидуалистического, коллективистского или авторитарного типа исторически

господствующей в стране культуры. Наиболее агрессивно протестовало против ограничений свободы население Европы, практически не видно было подобного рода массовых протестов в России и Китае. В США характер массовых протестов во многом определялся влиянием политической конъюнктуры, противоречиями в сфере расовых отношений и действием элементов криминальной субкультуры общества. При этом масса, коллектив и свободный индивид демонстрировали активную поддержку друг другу, гармонично вписываясь в общее протестное движение членов гражданского общества. Очевидно, что там, где специфические свойства массового субъекта обусловлены историческим опытом становления общественного сознания, уровнем сензитивности членов гражданского общества к идеям ненасилия как к общечеловеческой ценности, уважением к представителям власти и готовностью вступать в диалог, там создаются в основном положительные контексты проявления массового сознания.

Если массовое сознание и массовое поведение являются специфическим продуктом социально-психологической деятельности людей, культуры в целом, то происходящие сегодня процессы трансформации общества под воздействием разнообразных культурных практик должны стать частью процесса изучения предмета массового сознания.

Массовое сознание является специфической составной частью общественного сознания, а потому постоянно испытывает влияние его структурных и содержательных проявлений. С одной стороны, общественное сознание объективируется в продуктах человеческого труда — физического и умственного, в том, что обычно называют материальной и духовной культурой человечества, а с другой стороны, реализуется во множестве едва уловимых, проявляющихся лишь в «текущих» поступках людей и образований, вроде традиций и настроений, нравов и верований, социальных симпатий и предрассудков. В этом смысле общественное сознание как, впрочем, и массовое, в каждый момент существования общества рождается буквально «на глазах», в потоках мыслей и чувств живущих поколений. Одновременно с этим феномены общественного сознания устойчиво зафиксированы в бесконечном ряду разнообразных текстов: книг, документов, произведений искусства. Тем самым массовое сознание и сознание общественное во многом пересекаются друг с другом: и то, и другое сознание по своим источникам обуславливается исторической глубиной (архитепичностью) сознания своих носителей, силой влияния специфики исторических событий, особой подвижностью, так как первое и второе

сознание постоянно меняются в своих границах. Одновременно с этим социальная психология членов общества и психика больших масс людей относительно консервативна в своих настроениях, стереотипах, оценках, мнениях и массовидных реакциях.

Вместе с тем, общественное сознание по уровню развития отличается более высокой плотностью своей структурной определенности, так как в основном отражает объективные потребности классов, профессиональных и иных групп, правовые, доктринные и идеологические постулаты политических партий и движений, тогда как массовое сознание относительно менее структурировано, разорвано, во многом аморфно, а потому сравнительно более иррационально, динамично и менее прогнозируемо.

Подобного рода отношения, по сути дела, двух «миров», каждый со своими атрибутами, динамикой, совпадающими друг с другом и вступающими в противоречия и конфликты состояниями и свойствами, неизбежно порождают точно такие же отдельные формы общественной реальности и отдельные типы общественного сознания. Если последовательно следовать такой логике, то право и правовое сознание как специфическая часть общественного сознания, а также правовая реальность будут выступать результатом проекции одновременно этих двух «миров» — общественного и массового сознания. При этом правовое сознание как внутренняя, субъективная форма правовой реальности будет тяготеть к духовной стороне общественного сознания, тогда право, как «сгусток» правовой формы — к социальной. Тем самым, система права — это юридическое выражение нормативной структуры конкретного общества, в котором отражаются, прежде всего, социальные свойства общественного сознания, обеспечивающего нравственно-психологические условия для удовлетворения разнообразных индивидуальных и общественных потребностей людей.

Какое же здесь место отводится для массового сознания?

Его функция состоит несколько в другом. А именно в том, что в процессе общественного развития именно активность больших масс людей оказывает давление на политическую власть и законодателей с тем, чтобы был «наведен» легитимный порядок, повсеместно обеспечена общественная безопасность и конституционные свободы граждан, а для этого должны быть приняты и реализованы необходимые законы. Показательна в этом смысле реакция массы людей на общественно резонансные преступления, когда люди возмущаются каким-либо особо тяжким преступлением, беззаконием, грубым произволом представителя

власти, негодуют по поводу того, что преступник не пойман и не осужден. Или, напротив, испытывают чувство удовлетворения тем, что зло наказано и справедливость восторжествовала, законность восстановлена. В этом случае массовое сознание продуцируется стремлением масс осмыслить реалии собственной жизни и условий, в которых эта жизнь протекает, охватывая при этом диалектику внешних условий и внутренних закономерностей развития и саморазвития массового сознания. В контексте правового сознания феномен «порождения» массового сознания объясняется диалектикой взаимосвязей внутренней, психологической стороны и внешней, идеологической стороны «работы» правосознания.

Массы, обуреваемые господствующим настроением, общественным мнением, идеей и желанием, выражаемых в массовых, стихийных протестах, радикальных движениях, выступают тем самым социально-психологическим императивом для насущных социальных преобразований. При этом массы в своих стихийных действиях руководствуются преимущественно не знанием природы права и правопониманием, а эмоционально переживаемым образом права и правовых явлений. Например, участники массовых манифестаций, прошедшие в прошлом году в некоторых городах страны под лозунгами борьбы с коррупцией, апеллировали не к законным средствам, а к неким абстрактным или виртуальным моделям и способам «решения проблемы». Доминировали в основном не когнитивные, а скорее всего эмоциональные, менее подходящие к этой ситуации неоптимальные атрибутивные стили регуляции поведения личности¹. Тем самым право, как специфическая форма общественного сознания под влиянием механизмов массовизации психики, как правило, временно утрачивает свои имманентные функции структурализации или институализации поведения людей. Справедливости ради следует подчеркнуть, что такая форма общественного сознания, как религия в условиях массовых выступлений граждан также утрачивает привлекательность своих идей и образцов в качестве средства обоснованности поведения.

По сути дела, именно фактор массовости является причиной разрушения известного принципа, лежащего в основе понимания непрерывности и преемственности любого прогрессивного развития, так как огромные массы людей отбрасывают и не хотят брать во внимание

¹ См.: Русалов В. М. Атрибутивные стили и характер // Психологический журнал. 2008. № 4. С. 44–53.

характер предшествующих ситуаций. Вовлеченные в массовые действия люди вносят свои дополнения в существующие принципы решения проблем и следуют ситуационному принципу «решать здесь и сейчас». Факты и примеры не подвергаются анализу, примеру и призывам массы следуют немедленно. Тем самым в сознании и действиях огромных масс людей начинает господствовать не сущность и содержание явления, а его форма. Процесс отражения внешнего мира сознанием коллективного субъекта сопровождается процессом редукции, упрощением и примитивизацией, когда объекты и предметы отражаются в статике, все изменения и особенности объектов окружающего мира просто игнорируются. Массы людей попадают «в царство мифов», сконструированное коллективным разумом¹. Особенно это наглядно проявляется в условиях такой разновидности массового явления, как толпа. Возникновение подобного рода «психической общности», как правило, заставляет людей вести себя иначе, чем в случае, если бы они действовали изолированно, были свободны от психологического давления толпы².

Для сотрудников полиции, постоянно обеспечивающих безопасность при проведении массовых мероприятий, толпа стала своеобразной «эмпирической моделью», свойства которой можно экстраполировать (прикладывать) к любой форме массовых движений людей. Причем среди самих правоохранителей наблюдается дуализм в толковании и оценке массовидных явлений. Суть дуальной позиции заключается в следующем: часть сотрудников ведущую роль в правопонимании и регулировании данного феномена отводят юридической реальности, другая часть — социально-психологической. В зависимости от сложившихся представлений о массовом сознании, как социально-психологическом феномене или как о правовом явлении, могут складываться направленность взглядов и убеждений сотрудников, выбираться адекватные или неадекватные средства управления толпой. Сама «двойная детерминация» поведения человека в толпе — индивидуальное или групповое, создает амбивалентное состояние когнитивной и эмоциональной сферы личности, затрудняет принятие ею оптимального решения. Если принять в качестве однозначно

¹ См.: Юнгер Ф. Г. Совершенство техники. Машина и собственность / пер. с нем. И. П. Стребловой. — СПб.: Владимир Даль, 2002. — 560 с.

² См.: Ашин Г. К. Основные концепции современной буржуазной социологии о роли народных масс и личности в истории. Теория лидерства, элиты, «массового общества»: автореф. дис. ...д-ра филос. наук. — М., 1970. — 51 с. и др.

правильной точку зрения о том, что массовое сознание — это сознание обыденное, незрелое, недостаточно развитое, то под влиянием толпы даже в основном верное индивидуальное и групповое правосознание (например, студенчества, школьной или рабочей молодежи, военнослужащих, должностных лиц, вузовских работников и т. д.) может подвергаться серьезной деформации.

Несмотря на то, что психологическое содержание правового сознания в форме взглядов, эмоций, волевых актов и всех без исключения психологических состояний людей от начала до конца пронизывает любые массовые явления, тем не менее, правовое сознание по своему масштабу не может сравниться с массовой психикой. Возникает вопрос: как и в какой степени сотрудники полиции, используя установленные законодателем предписания, могут контролировать и влиять на естественные проявления массового поведения людей?

Для того чтобы ответить на этот вопрос необходимо осуществить анализ основных теоретических подходов в науке, вскрыть внутреннюю структуру массовой психики, определить характеристики основных видов сознания, составляющих ее содержание.

Таким образом, можно резюмировать:

1. Массовое сознание — один из видов общественного сознания, наиболее реальная форма его практического существования и воплощения. Это особый, специфический вид общественного сознания, свойственный значительным неструктурированным множествам людей (массам).

2. Массовое сознание отличается общесоциальный характер, общесоциальное признание, санкционированность большими массами людей, несмотря на то, что в его содержании присутствуют в снятом виде множество компонентов психики отдельных групп членов общества.

3. В содержании массового сознания запечатлены знания, представления, нормы, ценности и образцы поведения, разделяемые значительной по своим масштабам совокупностью индивидов — массой.

4. Массовое сознание — надиндивидуальное и надгрупповое по содержанию, но индивидуальное по форме функционирования. При этом массовое сознание хотя и реализуется в массе индивидуальных сознаний, но оно не совпадает, с точки зрения содержания, с каждым из них в отдельности, с индивидуальным сознанием как таковым.

5. С точки зрения социальной психологии в основе массового сознания обычно лежит яркое эмоциональное переживание некой социальной проблемы, вызывающей всеобщую озабоченность. Это может

быть война, революция, катастрофа, масштабный экономический кризис и т. д. Крайняя степень переживания проблемы выступает как системообразующий фактор массового сознания.

6. Огромно влияние массовой психологии, массового сознания на процессы преобразования различных сфер общества. Потенциальная и реальная сила воздействия массы на состояние безопасности и правопорядка требует от правоохранительных органов глубокого изучения и последовательного контроля состояния и тенденций развития массовой психологии, характера и факторов распространения различного типа массовых движений, решительного пресечения попытки представителей криминальной субкультуры, экстремистских и террористических групп «оседлать» массовые протесты в своих интересах.

7. Правовое сознание является одним из видов общественного сознания, а потому его психологические и рациональные компоненты в виде правовых эмоций, чувств, настроений, мнений, оценок, ожиданий и ценностей находят свое отражение в массовой психологии, в различных вариантах стихийного, неструктурированного поведения массы людей. В связи с бесконечным содержанием массового сознания прогнозирование его возможных проявлений составляет самостоятельную научную проблему.

Контрольные вопросы:

1. Какие элементы включает в себя массовое сознание?
2. Какой уровень массового сознания является первичным?
3. Какие основные блоки выделяют внутри рационального уровня массового сознания?
4. Какими основными характеристиками (свойствами) обладает массовое сознание?
5. Каковы главные отличительные признаки индивида в массе?

Глава 2

ФЕНОМЕНОЛОГИЯ МАССОВОГО СОЗНАНИЯ

§ 1. Массовое настроение и общественное мнение

В качестве научного метода феноменология, описывая двойственный характер «жизненного мира» как основания всякого знания и горизонта всех его возможных модификаций, кладет в его основание двойственность самого сознания, которое всегда исходит из чего-то ему чуждого и с необходимостью его полагает¹. С этой позиции феноменологический подход к предмету массового сознания преломляется как проблема выбора социальных ориентиров и социально-психологических оснований рефлексии системы понятий, выделения и описания феноменов, устойчиво конституирующих (имманентно) мир проявления сущностей массовой психологии, как определенных форм бытия диалектически связанных между собой моментов культуры общества.

Как подчеркивал Ю. Лотман, действующие в культуре законы оставляют место для «свободного проявления Духа», многообразия способов поведения, самовыражения, самораскрытия и духовного творчества членов общества. Тем самым, культура, которая не претендует на абсолютность своего авторитета, как правило, оставляет открытым пространство для массового, стихийного выражения эмоций и неконтролируемого поведения людей. Однако задает ли это «культурное пространство» в отношении массового сознания некую системность? Или это пространство выражает собой известную форму социодинамики культуры и не предполагает никакой устойчивой системности массового сознания, оставляя его преимущественно в виде типичного конгломеративного, разорванного на части, с многочисленными пустотами и дырами, но при этом относительно целостного образования? На этот вопрос с определенной долей уверенности можно ответить положительно. Именно социодинамика культурных контекстов общественной психологии вместе с «родовыми свойствами масс» имеют склонность к алогизму, противоречивости, амбивалентности эмоций и задают по сравнению с групповым сознанием беспрецедентную разорванность, фрагментарность и противоречивость массового сознания.

¹ См.: Философия: учебник / под ред. проф. В.Н. Лавриненко. 2-е изд., испр. и доп. — М.: Юристъ. 2004. — 520 с.

Типичные (разномасштабные) примеры массы: участники широких политических, социокультурных и иных движений современности; аудитории различных средств и каналов массовой информации; потребители тех или иных социально «окрашенных» (например, престижных, модных) товаров и услуг; члены разнообразных любительских (по интересам) ассоциаций и клубов; «болельщики» футбольных и иных спортивных команд и т. д. При этом сознание больших по количеству образований представляет собой форму бытия объективированного духовного, которое выполняет по отношению к индивидуальному функцию внеиндивидуального, то есть коллективного (общественного), сознания. Другими словами, когда массовое поведение организуется в какое-нибудь движение, оно перестает быть массовым поведением, но становится по природе своей общественным. В этом случае вся его природа меняется, приобретая некую структуру, некую программу, некие определяющие традиции, предписанные правила, культуру, определенную внутригрупповую установку и определенное «мы-сознание».

В этом смысле массовое сознание выступает частью общественного сознания и оперирует всеми его элементами — языком, символами, представлениями, идеями, убеждениями, ценностями, идеалами, нормами, образующими духовное богатство человеческой культуры. К формам общественного сознания относится моральное, религиозное, политическое, научное, эстетическое сознание.

Феноменологический анализ структуры массового сознания и феномена «масса», с нашей точки зрения, будет представлять собой попытку «уловить тайну» этих и других феноменов в социологическом, социально-философском и социально-психологическом аспектах. При этом речь идет не столько о семантическом изучении, абстрактном анализе феноменов толпы, массового сознания, массового настроения, массового мнения или теории толпы, сколько о массовом сознании в его диалектической связи с индивидуальным сознанием, о механизмах господства массы, превращающих человека из активного субъекта в безличный объект массового общественного процесса.

Феноменологический анализ осуществляется сквозь призму проблематики тотального омассовления социальных процессов, которая в настоящее время активно рассматривается в гуманитарной науке и слабо исследована в социальной и юридической психологии. Многие термины, в том числе, «масса», «массовое сознание», «массовое настроение», «массовое общественное мнение» слишком отягощены определенным и устоявшимся в социологии содержанием, что вызывает

необходимость их дополнительной концептуализации на языке социальной и юридической психологии. При этом в социологическом смысле любая массовая форма активности людей является закономерным итогом развития социальных процессов и возрастания уровня свободы человека. Чем активнее граждане реализуют свои права в массовых формах, тем активнее развивается человеческое общество.

Одновременно с этим существует и другая сторона процессов массовизации различных сторон социальных отношений, когда человек переживает особое психическое состояние собственной несвободы и манипуляции со стороны «внешних сил». Возникает онтологическая дилемма между «нормальным» развитием различных форм социальности, в том числе, благодаря свободе проявления массового сознания людей, и «ненормального», избыточного порабощения человека «массовым обществом». Поиск путей разрешения данной дилеммы выходит за рамки целей учебного пособия и требует специального исследования.

§ 2. Общая характеристика массы как социально-психологического феномена

В социологии, социальной философии и социальной психологии существуют несколько подходов понимания сущности «массы».

Среди наиболее распространенных выделяются следующие:

Г. Лебон, Г. Тард — психологическая концепция массы как толпы: назвали толпой потому, что существование массы выводилось из источника — функционирования определенных механизмов человеческой психики. Виды толпы: окказиональная, конвенциональная, экспрессивная, действующая;

С. Сигеле — «преступная толпа»;

Г. Тарда, Р. Парка, Г. Блумера — масса как публика или «несобранная» публика;

Э. Ледерера, Х. Арендта, У. Корнхауза — масса как гетерогенная аудитория;

Ф. Ницше, Х. Ортега-и-Гассет — масса как уровень некомпетентности;

М. Вебер, К. Маннгейм, Г. Зиммель, Д. Рисмен — масса как «сверхорганизованное» бюрократическое общество и феномен отчуждения;

З. Фрейд о массе: в психоаналитической традиции — это «либидинозная конституция массы»;

Г. Шишков — «масса существовала всегда, но только теперь «омассовлено» общество.

Подробное изложение этих и некоторых других подходов к анализу сущности массы и массового сознания представлено в публикациях¹.

Гюстав Лебон — признанный теоретик массового сознания. Он первым в своей работе «Психология масс» предпринял попытку исследовать массы, их психологию, сознание и особые факторы их поведения. При этом он также первым разделил понятия «масса» и «толпа». Г. Лебон рассматривал массовое сознание как особого рода феномен, который проявляется при определенном взаимодействии индивидов вне зависимости от их социального положения, национальности, профессии. Он подчеркивал, что современная цивилизация ознаменовалась наступлением масс и заражением каждого индивида так называемым «массовым сознанием»².

Известный психолог С. Московичи в ряде произведений, таких как «Машина, творящая богов» и «Век толп», обобщает идеи Г. Лебона и выстраивает свою концепцию. Он считал, что психологически толпа — это не скопление людей в одном месте, а человеческая совокупность, обладающая психической общностью³.

Под психологической массой или «массовой душой» З. Фрейд понимал коллективное бессознательное, исследованию которого он посвятил ряд своих работ. С точки зрения З. Фрейда масса — это не что иное, как «возврат к примитивному человеку»⁴.

Примерно так же критично в отношении массы выражал свою позицию Ортега-и-Гассет. Если толпа у него еще отличается количеством и ее можно наблюдать, то «масса — это множество людей без особых достоинств. Это совсем не то же самое, что рабочие, пролетариат. Масса — это средний, заурядный человек — человек без индивидуальности». Если последовательно следовать данной логике то, получается, что народ — не масса, а масса — не народ. Они — антиподы.

¹ См.: Грушин Б. А. Указ. соч.; Ольшанский Д. В. Психология масс; Психология масс: хрестоматия / под ред. Д. Я. Райгородского. — Самара: БАХРАХ, 2001. — 592 с.; Социальная психология в современном мире: учебное пособие для вузов / Т. Л. Алавидзе и др.; под ред. Г. М. Андреевой, А. И. Донцова. — М.: Аспект-Пресс, 2002. — 335 с.

² Лебон Г. Психология масс: хрестоматия. — М., 2006. С. 13.

³ Московичи С. Наука о массах: хрестоматия. — М., 2006. С. 484–485.

⁴ Фрейд З. Массовая психология и анализ человеческого «Я»: хрестоматия. — М., 2006. С. 145.

Однако все же надо признать, что народ состоит из отдельных людей — личностей. Личность — это человек, который в индивидуальной мере и формах усваивает и преобразует свою социальную сущность. Народ, по Бердяеву, есть иерархический организм, в нем каждый человек разностное существо, неповторимое в своей качественности, он не есть человеческая масса. Меньшинство или даже один человек может лучше, точнее, по мнению философа, выразить волю и дух народный, и на этом основано значение великих людей в истории¹. И в этом смысле народ, состоящий из личностей — творцов материальной и духовной культуры, — противоположен обезличенной массе и ее псевдодемократической, агрессивной массовой культуре. Масса, взращенная на такой почве, представляет угрозу подлинной культуре народа.

Вместе с тем, масса, как и народ, и личность, — не фатальная данность. То есть, нет никакой заранее заданной сущности ни человека, ни народа, ни массы. Личностью становятся, а свойства народа и массы приобретаются в процессе исторического развития и культивирования общественных ценностей.

Исторический опыт свидетельствует о том, что логика развития цивилизации идет от безраздельного социального диктата к возникновению и становлению тенденции к эмансипации индивида от тотального контроля, и, наконец, индивид созревает до их синтеза. Не созревшая индивидуальность механически воспроизводит социальный опыт и неспособна к его преобразованию. Такой индивид — зеркальное отражение социально бедного общества. В развитом обществе последовательно культивируется свободное, автономное сознание индивида, его способность принимать и творчески переживать принадлежность к «мы», способность делать свободный и ответственный выбор и бороться как против обывательского индивидуализма, так и против тоталитаризма массовой культуры.

Человек в качестве феномена массы стал своеобразным маркером общественной жизни только в XX веке. В литературе под «человеком-массой» понимается особый социокультурный тип человека, характеризующийся утратой индивидуальности, он является продуктом индустриальной цивилизации. В результате современным олицетворением «человека-массы» является так называемый «специалист», человек, в совершенстве знающий какую-либо одну науку, свой крохотный уголок

¹ Бердяев Н. А. Философия свободы. Смысл творчества. — М.: Правда, 1989. С. 160.

Вселенной, но абсолютно ограниченный во всем, что выходит за его пределы. В политике, в искусстве, в социальной жизни, в остальных науках он придерживается примитивных взглядов, но излагает и отстаивает их с авторитетом и самоуверенностью знатока, не принимая возражения людей компетентных.

Отсюда «человек-масса» — это не человек, отличающийся, а человек, присоединившийся, сопричастный (что выражается в общности, вкусов, мнений, оценок, настроений индивидов, составляющих массу). Именно поэтому в массу могут входить люди различных профессий, разного материального достатка, разной национальной и расовой принадлежности, ведь моменты солидарности с общностью для «человека-массы» важнее, чем его индивидуальность и существующие между индивидами различия. «Человек-масса» (Ортега-и-Гассет) или «одномерный» человек (Маркузе) как член «рассеянной» массы постоянно воспроизводится индустриальной цивилизацией, эпохой усредненных ценностей, технических стандартов и культурных стереотипов. По мнению испанского философа Ортега-и-Гассета, масса — это множество людей без особых достоинств, ее элемент — средний, заурядный человек.

К подобному типу относится большинство людей современного общества, но эти люди совершенно не обязательно должны вступать в физический контакт, чтобы образовать данную массу. Утрируя, можно сказать, что каждый из них может всю свою жизнь не выходить из дома, никогда не находится в толпе и, тем не менее, быть частью этой общности. Ортега-и-Гассет говорит не просто о массе, а о «человеке-массе», утверждая, что, для того, «чтобы увидеть современную массу, не требуется людских скопищ, достаточно одного-единственного человека»¹. При этом отличительной чертой «человека-массы» является не столько то, что его интересы и потребности совпадают с интересами и потребностями других (такое может произойти и в случае «человека-индивида»), а то, что, чувствуя себя точь-в-точь, как все остальные, он нисколько этим не огорчен, а наоборот — счастлив. К массе принадлежит тот, кто в каждом вопросе довольствуется готовой мыслью, уже сидящей в голове, ему не дано планировать и проектировать. «Человек-масса» считает, что все дозволено и ничего не обязательно. «Для новой массы все возможно и даже гарантировано и все наготове, без каких-либо предварительных условий, как Солнце, которое не надо тащить в зенит

¹ Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс // Вопросы философии. 1989. № 3. С. 44, 79.

на собственных плечах». Именно эта масса и ее представители и находятся в центре нашего внимания.

Очевидно, что чем больше подлинной свободы у индивида самостоятельно выбирать способы самореализации и самовыражения в развитом обществе, тем сложнее посредством механизмов общественного сознания, массовой психологии и массовой культуры лишить индивида его подлинной индивидуальности и подлинности собственного бытия.

Таким образом, масса (от лат. *multitudo* — множество; большое количество, масса; изобилие; избыток) — это понятие, которое относится ко времени Великой Французской революции, в социологии связано с именами Г. Лебона и Г. Тарда. Обозначает большие совокупности, ситуативно возникающих социальных общностей людей, вероятностные по своей природе, гетерогенные по составу и статистические по формам выражения (функционирования), обладающие собственными характеристиками и внутренними закономерностями, радикально отличающиеся от любых типов и любых форм индивидуального и группового бытия человека¹.

В зависимости от таких формальных свойств, как относительная величина, упорядоченность в социальном и временном пространстве, наличие непосредственных связей между индивидами, способа возникновения, понятие «масса» можно классифицировать по следующим видам:

1. Большие и малые.
2. Устойчивые (относительно долго функционирующие) и неустойчивые (временные).
3. Сгруппированные и не сгруппированные.
4. Открытые, доступные и неконтактные.
5. Спонтанные (стихийно возникающие) и специально организуемые (институционально порождаемые) общественные, политические, волонтерские и иные массовые движения.
6. Состоящие преимущественно из представителей одного класса (социального слоя) и нескольких, различных классов (слоев) и др.

С учетом всех этих признаков, тех или иных их значений может быть описана и каждая конкретная масса. Так, например, толпа — малая, неустойчивая, сгруппированная, контактная, стихийно возникающая

¹ См.: Современная западная философия. Энциклопедический словарь / под. ред. О. Хеффе, В. С. Малахова, В. П. Филатова, при участии Т. А. Дмитриева. — М., 2009. С. 154.

масса; аудитория телевидения — большая, устойчивая несгруппированная, неконтактная, отчасти организуемая, отчасти стихийная масса и т. д.

К числу наиболее существенных особенностей всякой массы следует отнести:

1) статистический характер данной общности, находящий выражение в том, что она совпадает с множеством дискретных «единиц», не представляя собой какого-либо самостоятельного, целостного образования, отличного от составляющих его элементов;

2) стохастическую (вероятностную) природу данной общности, заключающуюся в том, что «вхождение» в неё индивидов носит неупорядоченный, случайный характер, осуществляется по формуле «может быть, а может и не быть», в результате чего такая общность всегда отличается «размытыми», открытыми границами, неопределённым количественным и качественным составом;

3) ситуативность существования данной общности, выражающаяся в том, что она образуется и функционирует исключительно на базе и в границах той или иной конкретной деятельности, невозможна вне ее, в результате чего всегда оказывается неустойчивым образованием, меняющимся от случая к случаю, от одной конкретной ситуации к другой;

4) явно выраженную гетерогенность (разнородность, «смешанность») состава данной общности, ее откровенно внегрупповую (или межгрупповую) природу, проявляющуюся в том, что в массе «разрушаются» границы между всеми существующими в обществе социальными, демографическими, политическими, региональными и иными группами.

Перечисленные свойства массы полностью определяют присущий ей тип массового сознания, особенности его содержания и структуры, способы формирования и функционирования.

§ 3. Структурные свойства, генезис и динамика массового сознания

Массовое сознание — это специфический вид общественного сознания, получивший широкое распространение и весьма важное значение в современном «массовом обществе». Массовое сознание выделяется по специфическим свойствам его носителя, субъекта, в качестве которого выступает особая совокупность (множество, общность) индивидов, именуемая массой.

По своему содержанию массовое сознание представляет собой широкую совокупность идей, суждений, представлений, иллюзий, чувств, настроений, в том или ином виде отражающих все без исключения

стороны жизни общества, затрагивающих интересы масс. Те стороны жизни общества, которые остаются за границами понимания или интересов масс не входят в содержание и структуру массового сознания. В содержании массового сознания моменты социального, бессознательного, неуправляемого являются определяющими.

Структура массового сознания — это сложное, неустойчивое, противоречивое единство множества субъективных образований, возникающее на «пересечении» пространства всех известных типов общественного сознания в субъективно-объективном, непрерывном процессе массовизации условий и форм жизнедеятельности людей.

При этом структура массового сознания не является механическим сложением признаков чувственного и рационального, обыденного и теоретического, абстрактного и художественного, созерцательного и связанного с волевыми действиями носителей множества различных типов общественного сознания. Так, внутри любого социального класса или большой социальной группы населения есть собственные массы и меньшинства. Более того, характерной чертой нашего времени как раз и является гнет массы даже в традиционно элитарных кругах.

Скорее всего, относительная структурная целостность массового сознания конституируется одинаковыми условиями производства, потребления и общения, которые, в свою очередь, продуцируют единые устремления, интересы, потребности, навыки, склонности различных общностей людей. Такого рода структура может быть отнесена к нелинейному типу системной организации объектов и получить адекватную интерпретацию своей природы на языке теории нелинейных динамик или неравновесных самоорганизующихся систем.

Именно неравновесность системы массового сознания может быть охарактеризована не столько посредством понятия «структура», сколько посредством синергетического понятия «диссипативной структуры», как принципиально «нефинальной версии конфигурирования неравновесной среды» или постмодернистского понятия «структурация», фиксирующим принципиальную незавершаемость структурной организации системы, её открытость радикальным трансформациям. При этом феномен случайности есть конструктивный фактор развития данного рода системы¹.

¹ Можейко М. А. Сравнительный анализ синергетической и постмодернистской парадигм: монография. — Минск: БГЭУ, 1999. — 393 с.

Содержательно и структурно массовое сознание в качестве формы отражения социального бытия массы закрепляется и получает свое воплощение в производстве и распространении соответствующих видов массовой культуры, прежде всего, связанных с функционированием средств массовой информации и пропаганды. Разнообразные формы и контексты массовой культуры оформляются в виде доминирующих интересов, потребностей, ценностей и устремлений населения, масштабируются и навязываются массам в качестве серии стандартных образов действительности, способов ее познания и моделей поведения.

Тем самым, будучи духовным продуктом субъективно-объективных процессов массовизации человеческих практик, массовое сознание уже само начинает оказывать сильное воздействие на многие стороны жизни общества, выступая в качестве мощного регулятора массовых форм поведения людей.

Уровень развития массового сознания зависит от масштаба охвата людей общими психическими состояниями. В процессе приобретения атрибутов зрелости отдельные компоненты массового сознания могут распространяться, захватывая представителей других групп и слоев общества, увеличивая тем самым количественный состав и масштаб массы, а могут, напротив, и сокращаться, сужая размеры субъекта массового сознания и поведения. Подобного рода количественная, временная и территориальная динамика функционирования и развития массового сознания создает эффект размытости границ его субъектов, что резко осложняет создание общей типологии массового сознания.

В качестве оснований для его дифференциации на какие-то самостоятельно существующие типы в отечественных и зарубежных научных публикациях предлагается множество критериев, реализация которых, как правило, приводит к созданию не универсальных, а частных классификаций¹. Так, Д. В. Ольшанский решение данной задачи связывает с рассмотрением различных макроформ, в которых существует, функционирует и развивается массовое сознание типа массовых настроений и, отчасти, общественного мнения². Такие макроформы служат своеобразными «ядрами» тех или иных «полей» массового сознания значительных групп людей, объединяя в единую систему

¹ См.: Волохова Е. П. Феномен массового сознания // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 12. 2008. Вып. 2. С. 80–90.

² См.: Ольшанский Д. В. Психология масс. С. 22–28.

направленность их чувств и фантазий, потребностей, интересов, образов, знаний, мнений, информации, волевых импульсов, чувств, верований, ожиданий и запросов, в массовом масштабе циркулирующих в обществе.

Почему Д. В. Ольшанский с оговоркой относит общественное мнение к одной из макроформ массового сознания?

Дело в том, что общественное мнение действует практически во всех сферах жизни общества. В том числе, и в служебном коллективе органов внутренних дел. То есть границы общественного мнения определяются узким пространством конкретного социального объекта, задачами регулирования деятельности профессиональной и иной по составу группы в стабильные периоды развития субъекта общественного мнения. В условиях политического и экономического кризиса, в период войны и иных социальных потрясений эти рамки разрушаются. Общественное мнение, точно так же, как и настроение, распространяет свое влияние на все общество посредством «снятия» специфических различий между отдельными индивидуальными и групповыми мнениями, спланивая тем самым массу людей вокруг единых целей, идей и ценностей. Именно в этом смысле общественное мнение рассматривается нами в качестве макроформы массового сознания.

Общественное мнение — состояние массового сознания, заключающее в себе скрытое или явное отношение той или иной общности, или совокупности общностей, к происходящим событиям и бытующим явлениям. В связи с тем, что в структуре массового сознания присутствуют эмоционально-действенный (первичный) и рациональный (вторичный) уровень, характер общественного мнения приобретает эмоциональную окраску, так как у значительного числа индивидов появляется схожее яркое эмоциональное переживание некой социальной проблемы. В свою очередь, предметное содержание социальной проблемы активно дискутируется людьми на различных площадках (на работе, на кухне, в СМИ). Именно в этом общественном дискурсе огромное количество субъективных точек зрения и субъективных видений мира организуется в единое пространство, создается общее представление людей о самих себе, о своем потребном будущем, открывается смысл желаемых изменений реальности и построение того или иного типа социального порядка.

Это умозаключение дает основания утверждать, что подобного рода общественное мнение может культивироваться только в структуре массового сознания массы. У обыкновенной толпы, как правило,

рациональный уровень обычно сведен к минимуму или вообще отсутствует. В толпе преимущественно действуют механизмы внушения и подражания. Если выражение общественного мнения членами массы происходит преимущественно путем выборов, участием в референдумах, опросах, добровольном участии в крупных социальных акциях и движениях, то в периоды кризисов и социальных потрясений «приходит время толпы», масса начинает выражать свое мнение на митингах, манифестациях, в протестах, «оранжевых революциях» и восстаниях. И если поведение толпы можно каким-то образом просчитать почти математически, то поведение и представление массы остается загадкой со многими неизвестными.

Основными функциями общественного мнения выступают следующие: экспрессивная, контрольная, консультативная и директивная. В зависимости от содержания высказываний общественное мнение выражается в оценочных, аналитических, конструктивных или подчас деструктивных суждениях. Особенно активно оно проявляет себя в массовых формах стихийного поведения людей в условиях легитимных (выборы органов власти, референдумы, средства массовой информации, социологические опросы и т. д.) или менее легитимных (митинги, манифестации, акции протеста, восстания и т. д.) формах. В связи с переходом современного общества на информационную стадию развития и усилением влияния технологических достижений в области экспериментальной науки, индустриализации и либеральной демократии общественное мнение в качестве макроформы массового сознания претерпевает определенные изменения. В частности, возникает вопрос об отношении массового сознания и общественного мнения в контексте развития гражданского общества как новой формы расширения социальной основы полного «омассовления» сознания человека.

В структуре массового сознания наиболее динамичным феноменом выступает общественное настроение. В социальной психологии под общественным настроением понимается «преобладающее состояние чувств и умов тех или иных социальных групп в определенный период времени». Оно характеризуется предметной направленностью: политическое, эстетическое, религиозное настроение и т. п.; характером и уровнем эмоционального накала: апатия, депрессия или подъем, энтузиазм. Вместе с общественным мнением общественное настроение выступает в качестве регулятора как поведения индивида, так и общества в целом.

Наряду с настроением, как динамическим компонентом в структуре массового сознания, существуют и относительно более устойчивые, статические образования. В научных публикациях социологов, социальных философов и психологов к ним предлагается относить социальные представления, социальные стереотипы, установки, ценностные ориентации и менталитет, которые в той или иной форме находят свое воплощение в массовых психических состояниях и проявлениях различных социальных общностей¹.

§ 4. Толпа как форма выражения массовых психических состояний

Одной из самых распространенных форм выражения массовых психических состояний является толпа. Именно в толпе наиболее наглядно проявляют себя эмоции и настроения людей, действуют механизмы стереотипизации, установки, внушения и подражания. Если выражение общественного мнения представителями большинства массы происходит преимущественно путем выборов, участием в референдумах, опросах, добровольном участии в крупных социальных акциях и движениях, то в периоды кризисов и социальных потрясений «приходит время толпы», масса начинает выражать свое мнение на митингах, манифестациях, в протестах, «оранжевых революциях» и восстаниях. Вместе с тем, поведение толпы можно каким-то образом просчитать почти математически, а вот как осуществлять прогнозирование и управление поведением массы остается загадкой со многими неизвестными.

Г. Лебон один из первых в социологии дал развернутое описание феномена толпы как носителя массового сознания и способов воздействия на нее. Он подчеркивает: «...в толпе заразительно каждое действие, каждое чувство, и притом в такой сильной степени, что индивид очень легко жертвует своим личным интересом в пользу интересов общего»². То есть в толпе наиболее эффективно быстро проявляется передача определенного эмоционального состояния от одного индивида к другому, протекающий на психофизиологическом уровне контакта, помимо собственно смыслового воздействия. Участников

¹ См.: Овсянникова Е. А., Серебрякова А. А. Социальная психология: учебное пособие для вуза. — М: ФЛИНТА, 2020. — 163 с.

² Лебон Г. Психология народов и масс / пер.: Э. К. Пименова, А. Фридман. — М.: АСТ, 2019. — 384 с.

массового действия может охватить религиозный экстаз, массовое помешательство (психоз), спортивный экстаз или массовая паника. Если между индивидами существует непосредственная обратная связь, то заражение нарастает в силу взаимной индукции, приобретая вид особой циркулярной реакции. Это означает, что заражение складывается из внешнего воздействия (внушения) заражающего и внутренней реакции (подражания) заражающегося. Внушение — это целенаправленное, неаргументированное воздействие посредством речи одного человека на другого или на группу в целом, когда информация принимается не критически, что приводит к возникновению эффекта «словесного заражения». В толпе взаимовнушение увеличивает силы и эффект внушения, особенно когда организаторы прибегают к театрализации и пропаганде на фоне максимальной эмоциональности, демагогии, ярких лозунгов и «магических слов», «упаковке» способов интерпретации социальных явлений в религиозные символы и ритуалы. В результате человек толпы может временно утратить способность адекватно мыслить и сохранять свою индивидуальность.

Когда человек составляет маленькую часть толпы, он может действовать так, как он никогда бы не сделал вообще, закрывая глаза на свои интересы, пожертвовав их интересам коллективным. Такое бывает тогда, когда на человека влияет мощное массовое сознание, которому крайне сложно не податься.

Кроме того, находясь в толпе и чувствуя себя анонимом, человек впитывает силы и чувствует себя свободнее, безответственнее. Имея какую-либо информацию, идею или мнение, у массы людей, входящих в толпу, есть только два варианта: принять данное мнение полностью или полностью отказаться от него.

Участники толпы в большинстве своём не являются зачинщиками, но оказываются в сфере влияния толпы и активно участвуют в её действиях. Особую опасность представляют агрессивные личности, которые примыкают к толпе исключительно из-за появившейся возможности дать разрядку своим невротическим, нередко садистским наклонностям. Если цель мазохиста — избавиться от собственной личности, потерять себя, избавиться на некоторое время от бремени свободы, то садист стремится подчинить, унижить или даже причинить вред кому-то. По мнению Э. Фромма, общей целью мазохизма и садизма выступает некий симбиоз: союз некоторой личности с другой личностью (или иной внешней силой), в котором каждая сторона теряет целостность своего «я», так что обе они становятся в полную

зависимость друг от друга. Садист так же сильно нуждается в своем объекте, как мазохист — в своем¹.

В состав участников толпы попадают и добросовестно заблуждающиеся. Эти субъекты присоединяются к толпе из-за ошибочного восприятия обстановки, они подвижны, например, ложно понятым принципом справедливости.

К толпе примыкают обычные обыватели. Они не проявляют большой активности. Их привлекает эксцесс в качестве волнующего зрелища, которое разнообразит их скучное, унылое существование.

В толпе находят себе место и повышенно внушаемые или гипнабельные люди, которые поддаются общему заражающему настроению. Они без сопротивления отдаются во власть стихийных явлений.

Участниками толпы оказываются и просто любопытные, наблюдающие со стороны. Они не вмешиваются в ход событий, однако их присутствие увеличивает массовость и усиливает влияние стихии толпы на поведение её участников. Поэтому следует блокировать подходы к толпе и тем самым исключить ее пополнение новыми субъектами. Если зачинщиков следует изолировать от толпы, то любопытствующим обывателям необходимо оказывать помощь и поддержку, чтобы они непреднамеренно не пострадали от наиболее агрессивной части толпы.

Потенциальная опасность для общественного порядка содержит в себе толпа, состоящая из лиц подросткового и юношеского возраста, без определенных занятий, истерически ведущих себя женщин, людей, находящихся под воздействием алкоголя, наркотиков, современной рок-музыки, одержимыми фанатическими политическими и религиозными идеями, националистически и криминально заинтересованных лиц. Для работы с такой толпой сотрудниками полиции применяются специальные технологии воздействия и переговоров².

Г. Лебон предложил классифицировать толпу на следующие виды:

Стихийная толпа. Формируется и проявляется, без какого-либо организующего начала со стороны конкретного физического лица.

Ведомая толпа. Формируется и проявляется под воздействием, влиянием с самого начала или впоследствии конкретного физического лица, являющегося в данной толпе ее лидером.

¹ Фромм Э. Бегство от свободы. Человек для себя. — М.: АСТ, 2006. С. 155.

² См.: Энциклопедия юридической психологии. — М.: ЮНИТИ-ДАНА / под общ. ред. проф. А. М. Столяренко. 2003. С. 34–47.

Окказиональная толпа. Образуется на основе любопытства к неожиданно возникшему происшествию (дорожная авария, пожар, драка).

Конвенциональная толпа. Образуется на основе интереса к какому-либо заранее объявленному массовому развлечению, зрелищу или по-иному социально значимому конкретному поводу. Готова лишь временно следовать достаточно диффузным нормам поведения.

Экспрессивная толпа. Формируется, как и конвенциональная толпа. В ней совместно выражается общее отношение к какому-либо событию (радость, энтузиазм, возмущение, протест и т. п.).

Экстатическая толпа. Представляет собой крайнюю форму экспрессивной толпы. Характеризуется состоянием общего экстаза на основе взаимного ритмически нарастающего заражения (массовые религиозные ритуалы, рок-концерты и т. п.).

Действующая толпа. Формируется, как и конвенциональная. Осуществляет действия относительно конкретного объекта.

В литературе приводятся и другие классификации толпы, которые мы более подробно рассмотрим в главе 3 настоящего учебного пособия.

Процесс массовизации или нарастания количества участников толпы определяется формой организованного протеста людей. Если сопротивление власти — это пассивный способ выражения своего несогласия в виде митингов, демонстраций, забастовок, то протест — активная форма защиты людьми своих интересов от посягательств извне. Протесты могут достигать высокого уровня интенсивности вплоть до террористических актов и нелегальной политической борьбы.

Таким образом, экспликация известных в социальной и юридической психологии, социологии и социальной философии теории толпы позволяет в общих чертах представить ее как «бесструктурное скопление людей, лишенных ясно осознаваемой общности целей, но связанных между собой сходством эмоционального состояния и общим объектом внимания»¹. Очевидно, что подобного рода трактовка феномена толпы является многозначной и может включать в себя описание многих явлений и процессов, весьма далеких друг от друга по своей природе. Даже митинг и театральная аудитория при определенных условиях могут превратиться в толпу. Вместе с тем, следует признать, что какая-то общая связь между людьми определенной толпы, как правило, существует. Эту связь можно характеризовать как временную, второстепенную и случайную, но она все же имеет место

¹ Немов Р. С. Психологический словарь. — М., 2007. С. 435.

быть и влияет на организацию и поведение членов толпы. Более того, можно предположить, что толпа есть результат проекции не только общественного и массового сознания, но и всего общества в целом. Именно в обществе все связаны друг с другом любовью или завистью, симпатией или злостью, добровольно или вынуждено, и эти связи в толпе не могут утратить полностью свою социально-психологическую природу. Правда, главный вопрос в теории толпы о характере таких связей все же остается открытым. В частности, могут ли культивируемые сегодня в обществе связи оставлять индивиду шансы сохранять и выражать свою уникальность? Скорее всего, нет. Так как на данный момент общество проживает «эпоху толпы» — приспособленчество, исключающее необходимость мыслить критично, выдвигать собственные идеи и мысли, выражать желание, выходящие за рамки привычного¹. Другими словами, в своих размышлениях мы «открыли» уже давно известные в социальной психологии эффекты. Во-первых, это эффект множества связей, опосредующих поведение человека в обществе. По утверждению Д. Майерса главная цель социальной психологии как раз и заключается в том, чтобы понять суть и смысл этих связей. Во-вторых, то, что «мы, люди, представляем собой, зависит, прежде всего, от ситуаций, в которых мы оказываемся». На этой позиции стоит большинство французских философов и психологов и, прежде всего, известный французский философ и писатель Жан-Поль Сартр². Немецкий философ Л. Витгенштейн в своей теории языковых игр подчеркивает зависимость характеристик обыденного языка от контекста, обеспечивающего его продуктивность.

Если следовать данной логике, то феномен толпы — это результат сложившейся в обществе ситуации, ее психологическая специфика задается характером господствующих связей между включенными в нее субъектами, уровнем их социальной зрелости и психического здоровья. Однако насколько устойчиво данное эмпирическое образование? Если отдельные индивиды, включенные в состав толпы, вдруг утратят интерес к продолжению своей активности и покинут ее, толпа перестанет существовать? По всей видимости, если значительное количество людей, составляющих толпу, уйдет, то и данное образование прекратит свое существование.

¹ См.: Ишмурзина М. Р. Психология толпы. Эволюция идеи от Лебона до Фромма // Вестник КГУ, 2017. № 3. С. 60.

² Майерс Д. Социальная психология. — М.: Норма, 2007. С. 14.

Что должно являться в такой ситуации «склеивающим» фактором?

Как правило, длительное и устойчивое коллективное образование поддерживается преемственностью связей между индивидами, и эта связь должна быть независимой от изменений в составе общности, быть неким символом, олицетворяющим не эмпирическое, натуральное, а надэмпирическое, то есть инвариантное по отношению к изменениям в сфере эмпирического. Однако это будет уже не толпа как стихийное и неуправляемое образование случайно собравшихся вместе людей. Скорее всего, перед нами «некое чистое единство», некая «чистая бестелесность», которую следует соотносить с определенным социальным институтом¹. Если толпа — это разновидность межличностной контактной группы, «живое» соединение людей, то социальный институт — явление надличностное, принципиально отличное по своей природе, так как объединяет людей только духовно. Массовый протест свидетельствует об онтологическом, гипертрофированном разрыве между обществом в лице государственных и иных «безличных» социальных институтов, и людьми, эмпирической массой населения. Прекращение существования толпы по причине уменьшения количества ее членов не означает, что после себя она никаких следов не оставляет. Как правило, институты власти и управления вынуждены реагировать на требования и запросы больших масс людей, восстанавливая тем самым гармоничные отношения между конкретной личностью и обществом.

Таким образом, толпа, как динамическая общность людей, может быть многоликой. Более того, отдельные ее виды обладают способностью восстанавливаться и существовать относительно долго, то есть обретать темпоральный статус, при этом у ее членов могут вырабатываться общие ценностные установки и способы решения проблемы, стимулируя, тем самым, развитие гражданского общества.

Именно в условиях демократии и развитого гражданского общества приходится считаться с постоянным присутствием различных видов толп, что увеличивает сложность социальной жизни, повышает требования к политической культуре отдельного гражданина и профессионализму сотрудников органов правопорядка.

¹ См.: Быченков В. М. Институты: сверхколлективные образования и безличные формы социальной субъективности. — М.: Российская академия социальных наук, 1996. С. 90.

Контрольные вопросы:

1. В чем заключается стохастичная, вероятностная природа массы?
2. Какие качества массы являются важнейшими?
3. В какой сфере массовое настроение проявляется в большей степени и ярче всего?
4. Какие функции выполняет массовое настроение?
5. В чем сущность сигнальной функции массового настроения?
6. Что понимают под общественным мнением?
7. Какие компоненты выделяют в структуре общественного мнения?
8. Какие функции выполняет общественное мнение?
9. В чем сущность директивной функции общественного мнения?
10. Раскройте содержание феномена массового сознания.
11. Какие элементы выделяются в структуре массового сознания?

Глава 3

МАССОВЫЕ ПСИХИЧЕСКИЕ ПРОЯВЛЕНИЯ И СОСТОЯНИЯ

§ 1. Общая характеристика стихийного массового поведения

Массовое поведение проникло во все сферы нашей жизни: это и трудовая деятельность, и поведение в общественных местах, и общение, и удовлетворение тех или иных жизненных потребностей. Значительная часть нашей повседневной жизни заполнена массовым поведением, так как индивидуальное поведение предполагает индивидуальный выбор, не обусловленный внешним давлением, что встречается не часто. Д. Ольшанский обращает наше внимание на противоположность массового и индивидуального поведения. Под индивидуальным поведением понимается поведение осознанное, произвольное, рациональное. Здесь индивид подчиняет поведение собственной воле и сознанию.

Массовое же поведение, являясь неорганизованным и неструктурированным, не до конца осознанным, зачастую иррациональным, все же ограничено прямым или косвенным влиянием других людей или обстоятельств, в силу чего зависит от тех форм, в которых возможно проявить свободу воли или желаний.

Термином «массовое поведение» привычно обозначаются какие-либо негативные явления стихийного характера, представляющие опасность для человека и общества. Вместе с тем массовость поведения не означает его опасность.

Выделяют следующие разновидности массового поведения:

1. Повседневное массовое поведение — поведение, которое для нас является привычным, нормативным, «плановым».

Массовое поведение составляет большую часть нашей повседневной жизни: мы принадлежим к различным группам и функционируем как члены этих групп, выполняя различные социальные роли. Повседневное массовое поведение редко замечается и фиксируется именно как массовое в силу того, что является привычным для большинства людей: посещение магазина, отпуск на море, прогулки в парке, семейные праздники, общение в социальных сетях и т. д. Повседневное массовое поведение представляет собой сумму отдельных поведений индивидов, принимая массовый характер.

2. Стихийное массовое поведение — непривычное, ненормативное.

Именно стихийное массовое поведение представляет наибольший интерес для исследователей, так как проявляется, прежде всего, в необычных ситуациях и характеризуется необычным, нетипичным, но

при этом схожим (хоть и не совсем одинаковым) поведением субъектов. Стихийно массовое поведение чаще всего проявляется как реакция на социально значимый раздражитель. Оно представляет собой однотипные, совпадающие формы поведения большого числа людей и характеризуется:

- совпадением индивидуальных стратегий поведения разобщённых участников;

- анонимностью, «безликостью» участников;

- неорганизованностью поведения и бесструктурностью.

В исследовании массового поведения можно выделить три этапа (С. П. Моисеев):

1. Изучение уличных, революционных толп. Внимание исследователей фокусировалось на объяснении феноменов массового поведения, возникающих в ситуациях физического соприсутствия.

2. Исследование массы. Интерес для авторов представляла масса, как самостоятельный (по отношению к толпе, классу и др.) центральный концепт. Это привело к исследованию коллективного поведения, аудитории масс-медиа и массового общества. Вместе с тем, данный этап характеризуется разделением целостного исследовательского направления на несколько самостоятельных областей: одни авторы стремились вписать массовое поведение в более широкий контекст социологических исследований, в то время как другие обратились к новым вопросам, связанным с различными массовыми явлениями.

3. Появление теории массового поведения. Данный этап характеризуется развитием научных представлений о массовом поведении в связи с переосмыслением классических исследований толпы.

Главной отличительной чертой истории исследования массового поведения является отсутствие прямой преемственности между обозначенными этапами, переходы между которыми правильнее рассматривать как качественные.

В настоящее время массовое поведение зачастую изучается на не совсем массовых, не вполне типичных, но наиболее ярких примерах. Исследователей здесь привлекает не величина охвата, не массовость, а те внутренние психологические изменения, которые способны превратить людей в массу. Массовое поведение является предметом изучения социальной психологии. Причем изучается не повседневное, нормативное, «плановое» массовое поведение, а необычное, непривычное, стихийное массовое поведение. Такое поведение зачастую обусловлено внешним давлением, которое не осознается субъектом, но оказывает на его поведение влияние.

Выделяют следующие виды массовых общностей (субъектов массового поведения):

1. Толпа.

Первоначально понятие «толпа» ассоциировалось с массой. Вместе с тем данные понятия не являются синонимами, хоть и имеют определенную взаимосвязь между собой. Понятие «масса» характеризует любое множество людей, сконцентрированных в определенном месте. Большие скопления людей на рынках, вокзалах, на главных улицах города, в местах расположения достопримечательностей, могут быть описаны как массы, так как не обладают характеристиками толпы. Массовость выступает одной из характеристик толпы. Не любая масса людей — толпа, но любая толпа — это масса. Вместе с тем, при возникновении какого-либо даже незначительного повода масса легко превращается в толпу.

Превращению массы в толпу способствуют следующие условия:

— наличие экстремального события, нарушающего привычные условия и затрагивающее интересы многих людей (начало военных действий, стихийное бедствие, авария, катастрофа, пожар, террористический акт, захват заложников и т. д.). Чем в большей степени проявляется реальная или мнимая угроза, тем больше сплоченность людей в толпе, тем большая враждебность к тем, кто играет роль препятствия для удовлетворения значимых в данный момент потребностей;

— отсутствие четкой информации, позволяющей дать исчерпывающую оценку данному событию;

— отсутствие или недостаточная организация управления людьми в данной ситуации.

Понятие «толпа» было введено в науку французским социологом Г. Лебоном, который в работе «Психология народов и масс» (1895) изложил суть своей концепции. Г. Лебон отмечал, что толпа подчиняется закону «иррационального психического единства» и представляет собой скопление людей, характеризующихся повышенной эмоциональностью и восприимчивостью.

2. Собранная публика.

Собранная публика представляет собой временное скопление некоторого количества людей, имеющих общий предмет интереса и/или испытывающих сходное ожидание определенных переживаний.

Психологическим механизмом обособления собранной публики выступает:

— физическое присутствие в одном месте (преимущественно в помещении);

— влияние на всех одних и тех же стимулов, детерминирующих общую заинтересованность и поляризацию установок вокруг одного и того же предмета или события;

— сходные или общие реакции, переживания или устойчивые ориентации;

— готовность к реагированию определённым сходным образом.

По мнению Я. Щепаньского, собранная публика может выступать в нескольких видах:

1. «Сборище» — публика, собравшаяся случайно.

2. Публика, собравшаяся преднамеренно:

а) в поиске развлечений;

б) в поиске информации (в том числе на митингах и политических собраниях).

В собранной публике могут возникать явления, характерные для толпы:

— ощущение единства, солидарности;

— общее эмоциональное напряжение;

— угасание рефлексивности.

При перечисленных условиях собрание становится «организованной толпой», или, как писал Г. Лебон (1908) толпой одухотворенной, составляющей единое существо и подчиняющееся закону духовного единства толпы. Происходит исчезновение сознательной личности. Отечественные ученые (Я. Щепаньский, Д. Ольшанский) отмечали, что некоторые виды публики (сборища, собрания, митинги) могут легко превратиться в экспрессивную или агрессивную толпу.

3. Несобранная публика.

Несобранная публика — это условное название большого количества людей, мышление и интересы которых ориентированы идентичными стимулами в одном направлении, и которые, в силу вышеизложенного, ведут себя сходным образом. Сходство может проявляться как в незначительных вопросах (бытовых, семейных, трудовых), так по отношению к социально важным проблемам (идеология, политика, ценности). Фактически несобранная публика представляет собой «поляризованную массу» со сформированной готовностью к некритичному восприятию определенной информации. Наиболее типичным примером схожести восприятия и реагирования несобранной публики массовое электоральное поведение, возникающее в результате проведения избирательных кампаний.

Я. Щепаньский относил к несобранной публике читателей одних и тех же периодических изданий (газет, журналов), слушателей одних и тех же радиопередач, зрителей одних и тех же телевизионных программ. Технический прогресс породил новые общности. Сегодня значительная часть несобранной публики объединена средствами Интернета: различные группы сети «ВКонтакте», аудитория «Тик ток» («Likee»), «Cheez», «Instagram» и т. п.).

В несобранной публике, эмоциональное заражение хоть и идет, но в силу специфичности и опосредованности воздействия не проявляется в таком же объеме, как и других субъектах массового поведения. Не полностью исчезает рефлексивность, не в полном объеме развивается процесс деиндивидуализации.

Поведение несобранной публики определяется массовыми настроениями, которые возникают на основе веры в завышенные обещания. Данный факт отмечал в своих работах Г. Лебон, обращая наше внимание на то, что «избиратель требует невозможного, и поневоле приходится обещать».

В своих работах Г. Лебон утверждал, что не существует принципиальной разницы в психологических механизмах стихийного массового поведения у разных видов субъекта такого поведения.

Важнейшим механизмом стихийного массового поведения является циркулярная реакция.

Циркулярная реакция — взаимное заражение, то есть передача эмоционального состояния на психофизиологическом уровне контакта между организмами.

Циркулярная реакция в своем развитии проходит несколько этапов:

1. Первый этап циркулярной реакции — формирование эмоциональной общности. Циркулируя, ведущая эмоция (страх, гнев, печаль, радость) объединяет людей в единый организм, причем чувства всех отдельных единиц, образующих единый субъект массового поведения, принимает одно и то же направление. Эмоция, подхватываясь другими людьми, циркулирует определенное время, способствуя формированию эмоциональной общности, особой «массы». В качестве примера формирования эмоциональной общности можно привести реакцию определённой социальной общности на песню О. Газманова «Господа офицеры». Данная песня уже много лет воспринимается военнослужащими, как символ нелегкой военной службы. Песня имеет собственную традицию: на концерте при первых её нотах военнослужащие обычно встают со своих мест. Ритм, музыка и слова, оказывая

влияние на присутствующих, обеспечивают сходное эмоциональное состояние и особое патриотическое настроение.

2. Второй этап циркулярной реакции — *эмоциональное кружение*. В стихийно складывающейся общности «ведущая» эмоция как бы ходит по кругу, непрерывно поддерживая и усиливая себя. Это происходит в том случае, когда эмоция или ее повод достаточно актуальны и значимы для людей. При включении в общность новых людей эмоция будет каждый раз как бы воспроизводиться заново. Наиболее ярким примером эмоционального кружения может послужить скандирование различных речовок на футбольном матче. Подхватывая речовку, болельщики обеспечивают ее распространение по всей фанзоне; она захватывает все большее количество болельщиков, усиливая и непрерывно поддерживая нужное эмоциональное состояние.

Эмоциональное кружение на различных массовых мероприятиях (концерт, спектакль, митинг) выполняет роль объединяющего и мобилизующего фактора, но, выйдя из-под контроля, оборачивается своей противоположностью — становится фактором деградации и разрушения совместной деятельности. «Циркулярная реакция» ведет к ситуационному стиранию индивидуальных различий: эмоциональное состояние и поведение отдельного индивида определяются поведением и эмоциями окружающих.

3. Третий этап циркулярной реакции — готовность к реагированию определённым образом. Резкое снижение критичности по мере усиления эмоционального кружения означает, что общность становится всё более чувствительной к импульсам, источник которых находится внутри ее, и практически невосприимчива к внешним импульсам. Будучи не критично «закрытой» к информации извне, в этот момент члены общности как бы «открываются» для эмпатического, не критического восприятия и сопереживания внутренней информации. Так данная общность становится «закрытой» и вполне самодостаточной в эмоциональном плане. Эмоциональное напряжение возбужденных людей побуждает их к движению и общению друг с другом. В процессе же «эмоционального кружения» и продолжающейся «циркулярной реакции» напряжение нарастает. В итоге возникает не просто предрасположенность, а глубокая эмоциональная потребность в совместных немедленных действиях.

В случае если процесс циркуляции прервется, то эмоция постепенно сойдет на нет.

Таким образом, циркулярная реакция:

- снижает критичность людей;
- увеличивает внушаемость к воздействиям, исходящим из толпы;
- снижает способность воспринимать сообщения из внешнего источника;
- стимулирует распространение ведущих эмоций и чувств;
- ведет к стиранию индивидуальных различий.

3. Фрейд отмечал, что, собираясь большой массой, люди утрачивают все моральные достижения, оставляя на их месте лишь самые примитивные, самые древние, самые грубые психологические установки. Римляне говорили: «Все сенаторы мужи достойные, а римский сенат — злобный зверь». Г. Лебон указывал на то, что парламенты часто превращаются в толпу, и мы до сих пор наблюдаем подобное по телевизору. Русская поговорка: «Мужик умён, да мир дурак» передает ту же мысль о потере личностью в массе здравого смысла.

Таким образом, массовое стихийное поведение, по своему характеру, ориентируется на внешнюю среду, которая задает стимулы субъекту поведения. Чем сильнее эти внешние раздражители, тем сильнее и ответная реакция, которая может перерасти в самые крайние формы своего проявления.

§ 2. Толпа как субъект стихийного массового поведения: понятие и классификация

Толпа является весьма специфичной социальной группой. В отличие от группы у толпы нет изначально какого-либо вида деятельности, но есть схожие интересы и общий объект внимания. Например, и группу любопытствующих недалеко от места происшествия, и людей в час пик у входа в метро объединяет общий объект внимания. Толпа — всегда физически цельное, видимое и действующее множество людей.

Чтобы понять, что представляет собой толпа как социально-психологическое явление, необходимо сначала определить, какие особенности отличают толпу от других массовых скоплений людей.

Психологические особенности толпы:

1. Эмоциональная возбудимость.
2. Отсутствие структурной организации.
3. Пространственная близость (контактность).
4. Общий объект внимания.
5. Отсутствие общей осознанной цели.
6. Высокая степень внушаемости участников.
7. Сходство эмоционального состояния участников.

8. Кратковременность существования.

Я. Щепаньский определял толпу как временное скопление большого числа людей на территории, допускающей непосредственный контакт, спонтанно реагирующих на одни и те же стимулы сходным или идентичным образом.

Б.Ф. Поршнев под толпой понимал случайное множество людей, охваченных одинаковой негативной, разрушительной эмоцией по отношению к каким-либо лицам, установлениям, событиям. Между участниками толпы может не быть никаких внутренних связей: она объединяется на основе внешнего стимула, единогласно действуя против чего-то или кого-то.

Согласно мнению Ю. А. Шерковина, толпа — это, прежде всего, контактная внешне не организованная общность, отличающаяся высокой степенью конформизма составляющих ее индивидов, действующих крайне эмоционально и единодушно.

Таким образом, толпа — это бесструктурное скопление людей, лишенных ясно осознаваемой общности целей, но взаимно связанных сходством эмоционального состояния и общим объектом внимания.

Толпа выступает самым сложным и самым важным субъектом стихийного массового поведения при мероприятиях по охране общественного порядка, так как предполагает взаимодействие сотрудника органов внутренних дел с людьми, действующими единодушно, эмоционально и иррационально. Учет факторов, от которых зависит поведение человека в толпе, помогает понять, каким образом при взаимодействии с толпой можно максимально обеспечить личную безопасность и безопасность других людей.

Характеристика психологического состояния лица, находящегося в толпе:

1. Подавленное чувство ответственности за собственные поступки. Находясь в толпе, человек подпадает под ее влияние и постепенно утрачивает самоконтроль, так как считает свои действия одобренными подавляющим числом окружающих. Наличие рядом большого количества людей, которые, благодаря особому эмоциональному подъему, не задумываясь, совершают различные преступления, дает ощущение правоты и свободы, и любые незаконные действия совершаются легко и с «чистой совестью». Находясь в толпе, человек утрачивает индивидуальные особенности, характерные его личности.

2. Повышенная возбудимость и восприимчивость к поведению других. В толпе у человека снижается, а в некоторых случаях и полностью

утрачивается, способность мыслить рационально. В тоже время эмоциональное начало выходит из-под контроля, и человек заражается эмоциями, характерными для данного вида толпы. Эмоциональное состояние отдельных лиц, а также невербальное выражение ведущих эмоций посредством мимики и жестов, подсознательно воздействует на стоящих рядом лиц, и способствуют возникновению у них аналогичного состояния. Поэтому люди в толпе отличаются повышенной возбудимостью и склонностью к аффектам. Для человека в толпе характерно туннельное восприятие окружающей действительности, благодаря чему он не понимает отчетливо смысл происходящего, а воспоминания о событии носят фрагментарный и отрывочный характер.

3. Наличие чувства силы. Человек, вовлеченный в толпу, ощущает себя единым с ней организмом и приобретает, благодаря ее численности, сознание непреодолимой силы. Все это психологически располагает находящихся в толпе людей совершать иррациональные, рискованные и безответственные поступки, на которые они не решились бы в обычных условиях.

Поведение людей, попавших в толпу, характеризуется следующими особенностями:

- вербальная коммуникация снижается до выкрикивания отдельных фраз, слов, междометий;
- движения становятся порывистыми, бесцельными;
- в целом характерно подражание поведению и поступкам более активных участников толпы;
- настроение часто меняется (от ярости до плаксивости и т. п.);
- возникает потребность сбиваться в более плотную группу.

Толпа, представляя собой единый организм, характеризуется следующими особенностями мышления:

- толпа мыслит образами;
- толпа не рассуждает и не обдумывает;
- толпа никогда не стремится к правде;
- в толпе нет предумышленности (действует под влиянием минуты);
- толпа авторитетна и нетерпима в своих суждениях;
- толпа стремится к простым решениям.

Приведенные характеристики определяют характер и поведение всей толпы в целом. Варианты поведенческих реакций зависят от состава толпы и повода, по которому она собралась. Так, в толпе, возникшей на религиозной основе, более выражена подчиненность лидеру. Однако

выявленные характеристики поведения присутствуют в любой толпе, независимо от причин ее возникновения, социально-демографического состава и культурной принадлежности.

Проблема типологии толпы всегда представляла собой значительный интерес. Психологическая наука и практика давно научились выделять отдельные виды толпы и даже воздействовать на них. Однако проблема заключается в возможности (и реальности) быстрой трансформации толпы из одного вида в другие. Большое количество наблюдений и психологических исследований массового стихийного поведения позволили вывести условную классификацию разновидностей толпы по поведению составляющих ее индивидов.

Выделяют два основных типа толпы: пассивную (выжидательную) и активную (действующую).

Пассивная толпа представляет собой стихийное скопление людей без ярко выраженного эмоционального компонента. В пассивной толпе люди в основном спокойно ожидают чего-то (например, толпа зевак, собравшихся по поводу какого-либо происшествия, ждет разрешения ситуации; люди, собравшиеся на стадионе, ожидают начало матча и т. д.). Толпа пассивного характера быстро собирается и также быстро расходится.

Различают следующие виды пассивной толпы:

1. Окказиональная (случайная) толпа.
2. Конвенциональная (условная) толпа.
3. Экспрессивная толпа.

Окказиональная толпа является самым простым и наиболее часто встречающимся видом толпы. Большинство людей не только лично наблюдали данный вид толпы, но и хоть один раз в жизни становились ее участником. Поводом для сбора толпы «зевак» может стать любое уличное происшествие. Главное, чтобы оно было неожиданным, привлекающим к себе внимание. Людей в случайной толпе объединяет желание получить информацию о событии, свидетелем которого они стали (пожар, несчастный случай, поведение человека, резко выходящее за границы общепринятого и т. п.).

Случайную толпу следует отличать от флешмоба. Флешмоб (от англ. *flash* — миг, мгновение, *mob* — толпа) — это тщательно продуманная, организованная массовая акция, имеющая определенные правила поведения для ее участников. Акции флешмоба, пробуждая любопытство случайных прохожих, превращают последних в окказиональную толпу. Мобберы (участники флешмоба) людей в такой толпе называют кузьмичами.

Конвенциональная толпа собирается по поводу заранее объявленного события: боксерский или футбольный матч, митинг, концерт рок-группы и т. д. Участники конвенциональной толпы готовы соблюдать определенные правила (условности, конвенции), но лишь до определенного момента. Любое событие, вызвавшее у конвенциональной толпы всплеск эмоций, моментально превращает ее или в экспрессивную, или в агрессивную толпу (в зависимости от значимости стимула, от реакции на событие окружающих людей, от эмоционального настроения и готовности толпы к действиям и т. п.).

Следует отличать конвенциональную толпу от публики, собравшейся в консерватории, в театре или в цирке, так как у них преобладает настрой на получение положительных эмоций от мероприятия. И даже в случае, если они не смогут удовлетворить свои культурные потребности, то самой негативной реакцией будет «освистывание» актеров или отрицательные отзывы в сети «Интернет». У них отсутствует установка на нарушение поведенческих норм, вследствие чего физическая агрессия маловероятна. Вместе с тем, публика — это масса людей, и шокирующий стимул может превратить публику в толпу. Например, если в здании возникнет пожар или начнется стрельба, то вместо публики организаторам мероприятия придется иметь дело с панической толпой.

Особенностью конвенциональной толпы является ее готовность преобразиться и принять другую форму. Фанаты, идущие на футбольный матч, заранее запасаются файерами, дымовыми шашками и другими пиротехническими изделиями. Известны случаи, когда болельщики во время игры стреляли из ракетниц, кидали на футбольное поле монеты, иногда остро заточенные, бутылки. Организаторы футбольных матчей (рок-концертов и т. п.) обязаны учитывать, что имеют дело с толпой, которая хоть и формируется как конвенциональная, но непременно примет другие формы. Они должны уметь прогнозировать возможность неблагоприятного развития событий и владеть адекватными приемами воздействия, чтобы ситуация не вышла из-под контроля.

Экспрессивная толпа представляет собой скопление людей, ритмически выражающих какую-либо эмоцию: радость, воодушевление, возмущение и т. д. Спектр эмоциональных доминант здесь очень широк, а главная отличительная черта — ритмичность выражения. Речь идет о людях, скандирующих лозунги на митинге или манифестации, громко поддерживающих любимую команду или клеймящих

судью на стадионе, танцующих на карнавале и т. д. Болельщики футбольных команд имеют свой набор ритуальных действий, которые выполняются ритмично — скандирование речовок-кричалок, хлопанье в ладоши, раскачивание и т. д.

В ряде случаев процесс ритмического выражения эмоций может принять особенно интенсивную форму, и тогда возникает особый феномен массового экстаза.

Экстатическая толпа — крайняя форма экспрессивной толпы, находящейся в состоянии экстаза. В экстазе люди самозабвенно истязают себя цепями, доводят себя до невменяемости под нарастающий ритм неистового моления в секте трясуннов или в танце на бразильском карнавале, рвут на себе одежду в ритме рока.

Наиболее опасным видом стихийного массового поведения считают действующую (активную) толпу. Различают следующие виды активной толпы:

1. Стяжательская толпа.
2. Паническая толпа.
3. Агрессивная толпа.
4. Повстанческая толпа.

Стяжательская толпа — совокупность людей, стремящихся обладать какой-либо ценностью и вступивших, в связи с этим, в неорганизованный конфликт. Жажда обладания ценностью становится тем сильнее, чем меньше возможности стать ее обладателем. Иногда к сильному желанию удовлетворить возникшую потребность примешивается страх, страх остаться ни с чем. Ценностью для стяжательской толпы чаще всего являются предметы материального мира. Во время распродаж организаторы мероприятий могут столкнуться со стяжательской толпой, участники которой движимы желанием завладеть чем-либо как можно быстрее. Стяжательская толпа может возникнуть и при посещении какой-либо выставки, когда время проведения выставки ограничено, а желающих ее посетить очень много. В условиях социального кризиса стяжательская толпа может провоцироваться властями, игнорирующими жизненные интересы граждан или покушающимися на них. Речь идет о дефиците продовольствия и безопасности, а также жилья, объектов природного и социального назначения.

Паническая толпа — это совокупность людей, объединенных стремлением избежать реальной или воображаемой опасности. Эмоциональной доминантой здесь выступает чувство страха (ужаса). Паника очень активно распространяется, словно цепная реакция. Человек,

который испытывает панику, пытается спастись, но такие действия, как правило, не подвергаются осмыслению и приводят к противоположному эффекту. Паника характеризуется ситуативной неспособностью оценить ситуацию, что зачастую приводит к серьезным последствиям. Паническое поведение не только не является спасительным, но и очень часто становится более опасным фактором, чем то событие, которое непосредственно его спровоцировало. Распространению паники способствуют различные слухи, то есть неподтвержденная, но достаточно значимая информация, приводящая к эскалации необоснованных страхов и паническим действиям.

Агрессивная толпа — скопление людей, стремящихся к разрушению или уничтожению любых препятствий, возникающих на их пути. Агрессивная толпа эмоционально нестабильна и объединена слепой ненавистью к конкретному объекту — человеку, власти, социальному институту или технике. Как правило, в такой толпе уже имеется ядро или зачинщик, задача которых «зарядить» толпу и использовать её разрушительную энергию в поставленных целях¹.

Особой разновидностью агрессивной толпы является **повстанческая толпа**, которая по ряду признаков сходна с агрессивной (преобладает чувство злости), но отличается от нее социально справедливым характером возмущения. Источником общего справедливого возмущения, как правило, являются действия собственных властей, и провокации со стороны заинтересованных лиц. Массовое, открытое и активное сопротивление органам власти проявляется в форме вооруженной и невооруженной борьбы, приводящей к созданию условий для военного переворота и формирования альтернативных органов власти и управления. Такого рода действия толпы можно назвать бунтом, так как массовое несогласие и неприемлемость народом существующего режима правления выражаются в форме физического насилия и уничтожения государственной и частной собственности.

Классификация видов толпы весьма условна, так как важным свойством толпы является ее превращаемость. Если толпа образовалась, она способна сравнительно легко превращаться из одного вида в другой. Самый элементарный пример спонтанных превращений можно увидеть на футбольном матче. С началом игры конвенциональная толпа превращается в экспрессивную, и важнейшая задача

¹ См.: Поис А. Толпа и коллектив. URL: <https://www.pois.ru> (дата обращения: 15.02.22).

организаторов — принять все необходимые меры, чтобы в ходе матча или по его окончании предотвратить ее превращение в агрессивную (когда фанаты разных футбольных команд проявляют физическую агрессию друг к другу), или в стяжательскую (когда тысячи возбужденных болельщиков одновременно устремляются к единственному выходу), или в паническую (спровоцированную дракой, пожаром, стрельбой и т. д.).

Как помочь себе и тем, кто рядом, если Вы оказались в толпе:

1. Передвигайтесь по движению ходу толпы.
2. Будьте дальше от витрин, не хватайтесь за деревья, столбы — старайтесь избегать тех мест, где толпа может вас зажать.
3. Ни в коем случае не спускайтесь в метро или подземный переход, так как в силу ограниченного пространства там возникает большая вероятность причинения травм.
4. Старайтесь выбраться из центра толпы к периферии. В ядре аккумулируется эффект циркулярной реакции, и оказавшийся там, сильнее испытывает его влияние. Главное правило: «Проникая в толпу, думай, как будешь из нее выбираться!»
5. Застегните наглухо всю одежду, снимите шарф, постарайтесь исключить все, что может зацепиться.
6. Освободите руки от всех предметов, согните их в локтях.
7. В ряду сцепитесь друг с другом локтями, при этом, ритмично выкрикивайте хором несколько слов, например: «Не толкай!».
8. Не нагибайтесь за упавшими вещами, что бы вы ни потеряли. Нет ни единой вещи, которая была бы дороже вашей жизни.
9. Старайтесь удержаться на ногах. Если вы упали, то необходимо свернуться быстро клубком, закрыть голову руками, поджать ноги и попытаться рывком встать с земли по ходу движения толпы.
10. Не приближайтесь к агрессивно настроенным лицам и группам лиц.

Наблюдения за поведением толпы показывают, что вне зависимости от религиозных убеждений, этнической принадлежности, уровня культурного развития, люди в толпе во всех странах мира ведут себя однотипно. Эмоциональное возбуждение, присущее толпе, стирает расовые, этнические и культурные различия. Человек как бы выпадает из культуры, приходит в первобытное состояние, где им заведуют инстинкты.

§ 3. Массовая паника и массовая агрессия как формы стихийного поведения и массового состояния

Анализ массового стихийного поведения осуществляется в двух основных направлениях:

1. Детальное исследование конкретных практических субъектов стихийного массового поведения: толпы, «собранной публики» и «несобранной» публики.

2. Анализ основных, наиболее демонстративных и опасных форм проявления стихийного поведения: стихийной массовой паники, стихийной массовой агрессии. При всей своей внешней противоположности, данные формы стихийного социально-политического поведения имеют и много общего с точки зрения своих поведенческих механизмов.

Слово «паника» происходит от имени древнегреческого бога Пана, который считался покровителем пастушества и скотоводства, плодородия и дикой природы. В изображении Пана присутствуют «демонические» черты: в мифах описывается, что он родился с бородатым лицом, козлиными ногами и с рогами. Считалось, что его неожиданное появление способно вызвать у любого живого существа внезапный и сильный ужас, впоследствии названный паникой. Пастухи зачастую становились свидетелями того, что в стада животных вселялся такой ужас, что они без видимых на то причин убегали в лес, бросались в пропасть или в огонь.

Под паникой понимается внезапно возникшая в результате реальной (действительной) или мнимой (воображаемой) опасности реакция массового страха. Человек ощущает панику как состояние сильного смятения, растерянности и страха.

Панику можно рассмотреть и как форму поведения спасающейся толпы, характеризующуюся крайним эмоциональным напряжением и импульсивными действиями. Паническая толпа возникает на основе шокирующего стимула, вследствие либо дефицита информации о какой-либо пугающей ситуации, либо ее избытка.

Основные условия возникновения паники можно разделить на ситуационные (обострение текущей ситуации), физиологические (вследствие истощения организма), психологические (внезапные события, содержащие мнимую или реальную угрозу для жизни) и идеологические (отсутствие понятной высоко значимой цели, эффективных лидеров).

Стадии развития паники:

1) эмоциональное потрясение после воздействия угрожающего стимула;

- 2) замешательство, переходящее в страх;
- 3) трансформация страха в ужас;
- 4) паническое поведение.

Средства борьбы с индивидуальной паникой:

1. Задержать дыхание на 10 сек.
2. Замедлить дыхание.
3. Сосредоточенно считать или мысленно выполнять простые математические действия.
4. Сделать себе больно (например, ущипнуть себя).
5. Представить что-нибудь приятное (это отвлечет внимание от шокирующего стимула).
6. Подавить желание бежать туда, куда бежит вся толпа.

Так как паническая толпа является аритмичной, то одним из наиболее эффективных методов воздействия на нее является коллективное пение хорошо всем известной ритмической песни. Для противодействия панике рекомендуется использовать размеренные мелодии, например, марш или гимн.

Стихийная агрессия — это массовые враждебные действия, направленные на причинение физического или психологического вреда или ущерба. Стихийная агрессия может быть направлена на уничтожение массой других людей или общностей. Стихийную агрессию легко отличить от организованной агрессии по присущему ей высокому эмоциональному накалу.

Агрессивная толпа в процессе формирования проходит ряд этапов:

1. Возникновение повода — событие или факт, привлечший внимание людей, и, зачастую, неправильно ими истолкованный.
2. Появление первых тревожных слухов — формирование точки зрения людей на событие. Слухи — это передача эмоционально значимых для аудитории сведений.

Слухи представляют собой особый феномен толпы. Они необходимы для краткосрочного всплеска эмоций, а также поддержания особого эмоционального настроения в толпе. С их помощью можно воздействовать на толпу, так как они либо возбуждают, либо успокаивают эмоции. Чем больше заинтересованность людей в определенной информации, тем больше вероятность возникновения слухов, а также скорость распространения и влияния на поведение толпы.

3. Брожение умов — рост численности группы и превращение ее в толпу (слухи упрощаются, распространяются и претерпевают сильную трансформацию).

В процессе передачи слухи трансформируются под запросы толпы: становятся короче, конкретнее, эмоциональнее, утрачивают точность, дополняются новыми «фактами». На неискушенный взгляд, слухи подчас кажутся явлением беспричинным либо обусловливаемым исключительно чьими-то провокационными намерениями. Действительно, иногда слухи намеренно запускаются специально нанятыми провокаторами. Но не любой слух «приживается» в конкретной аудитории и в определенной ситуации. Необходима подходящая почва, чтобы слух прижился. Изучая, почему один слух быстро охватывает толпу, побуждая ее к действиям, другой, распространяясь, не оказывает серьезного влияния на поведение толпы, третий умирает, едва успев родиться, психологи выделили два фундаментальных и ряд дополнительных факторов:

- дефицит или неопределенность информации, которой аудитория готова верить;
- заинтересованность людей в предмете слуха;
- дополнительные факторы (возможность для информатора повысить свой личностный статус в толпе, для толпы — оптимизация эмоционального баланса, понижение или повышение эмоционального напряжения до оптимального уровня).

4. Превращение толпы в угрожающе действующую — циркулярная реакция, кружение (люди приходят в движение), формирование образа врага и готовность к активным действиям.

5. Превращение толпы в агрессивно действующую — развертывание антиобщественного поведения людей, то есть собственно массовые беспорядки.

Агрессивная толпа — самый опасный вид действующей толпы. Она разнородна по составу, по целям и преобладающим эмоциям составляющих ее индивидов.

Структура агрессивной толпы:

1. Ядро толпы — лица, определяющие цели (не исключено наличие лидеров (зачинщиков), направляющих толпу против определенного объекта).

2. Активные участники толпы — лица, принимающие цели.

3. Стяжательная часть толпы — лица, которые воспользовались сложившейся ситуацией для личного обогащения (разбои, грабежи).

4. Любопытствующая часть толпы — лица, слабо понимающие цели и суть происходящего, но в силу любопытства и под влиянием эмоционального возбуждения примкнувшие к толпе. Они являются самой разряженной частью толпы.

Эффективные средства управления агрессивной толпой:

1. Переориентирование внимания индивидов, составляющих толпу.
2. Объявление по громкоговорителю о том, что скрытыми камерами осуществляется видеосъемка участников толпы.
3. Обращение к участникам толпы с названием конкретных фамилий, имен, отчеств, наиболее распространенных в данной местности.
4. Применение мер по захвату и изоляции лидеров толпы.
5. Распространение в толпе слухов, которые могут вызвать страх: «Они идут! У них оружие!».
6. Сильное шоковое воздействие (использование водометов).
7. Использование быстрой ритмичной музыки.

Таким образом, причинами возникновения стихийных массовых проявлений, несущих угрозу пробуждения массовой агрессии или паники, может послужить и незначительный повод, поэтому следует внимательно относиться к событиям, которые могут спровоцировать их возникновение. Массовые скопления людей всегда потенциально опасны и содержат риск для жизни людей. При определенном стечении обстоятельств даже организованная публика может превратиться в стихийное движение, сметающее все на своем пути. В связи с этим, актуальность изучения стихийных массовых явлений приобретает большую значимость для сотрудников органов внутренних дел, которые вынужденно сталкиваются с агрессивными или паническими массовыми проявлениями.

Контрольные вопросы:

1. Что понимается под паникой?
2. Каковы основные условия возникновения паники?
3. Какие стадии проходит паника в своем развитии?
4. Что в социальной психологии понимают под массовым поведением?
5. В каких основных направлениях осуществляется анализ массового стихийного поведения?
6. Какие механизмы способствуют возникновению и развитию стихийных форм массового поведения?
7. Что понимается под процессом циркулярной реакции?
8. Что произойдет, если процесс циркуляции прервется?
9. К чему приводит «циркулярная реакция»?
10. Что понимается под толпой?
11. Какие психологические факторы существования толпы выделяют практически все исследователи?
12. Какие разновидности толпы выделяют?

Глава 4

ПСИХОЛОГИЯ СТИХИЙНЫХ ФОРМ ПОВЕДЕНИЯ В ПОЛИТИКЕ

§ 1. Общая характеристика политической пропаганды

Каждый день в нашем мире происходят различные политические события: вооруженные конфликты, мирные переговоры, выборы, революции. Некоторые события для нас являются более важными: в основном те, что касаются нашей страны. Например, почему Ксения Собчак выдвигает свою кандидатуру на пост Президента Российской Федерации. Другие не менее важные события вызывают у нас меньшую озабоченность. Например, почему Роберта Мугабе отстранили от власти в Зимбабве. Все мы являемся свидетелями одних и тех же событий, однако воспринимаем их по-разному.

Одним из основных средств политической манипуляции является пропаганда. В самом общем понимании пропаганду можно определить как распространение различных сведений (взглядов, фактов, аргументов, слухов и др.) в целях формирования нужного общественного мнения.

К основным элементам процесса политической пропаганды можно отнести следующие: субъект и объект пропаганды, содержание пропаганды, формы пропаганды, технологию пропаганды, средства пропаганды.

В качестве субъекта пропаганды может выступать социальная группа, интересы которой выражает пропаганда. Социальные интересы субъекта пропаганды, их соотношение с интересами общества в целом и отдельных групп определяют содержание пропаганды и оказывают существенное влияние на выбор форм, методов и средств пропаганды.

Пропаганда принимает различные формы в зависимости от преследуемой цели и наступивших последствий. В зависимости от цели различают пропаганду созидания, пропаганду стойкости и героизма, пропаганду просвещения, пропаганду разрушения, пропаганду разделения, пропаганду устрашения и пропаганду отчаяния.

Пропаганда созидания вдохновляет массы на строительство общества нового типа и побуждает принять в этом участие. Ярким примером воздействия пропаганды созидания может послужить исторический факт освоения целины в СССР. Повсеместная агитационная работа партийных, государственных, общественных организаций, пропаганда в средствах массовой информации, способствовали формированию

в массовом сознании положительного образа «целины как ударной комсомольской стройки». Люди массово и по собственному желанию уезжали осваивать целину, невзирая на возникающие бытовые сложности. Данный период характеризуется общим массовым настроением, отражающим революционный романтизм и трудовой энтузиазм большинства целинников.

Пропаганда стойкости и героизма призывает массы мужественно переносить издержки строительства общества нового типа или военного времени на конкретных примерах проявления героизма и самопожертвования отдельных личностей. Во время Великой Отечественной войны 1941–1945 годов массовый характер приобрело движение «Работать не только за себя, но и за товарища, ушедшего на фронт». На многих производствах появились двухсотники, выполнявшие за смену по две нормы. Ярким примером для подражания стал фрезеровщик Уралвагонзавода Д. Ф. Босый, который с помощью изобретенного им приспособления, позволявшего одновременно обрабатывать на одном станке несколько деталей, в феврале 1942 года выполнил норму на 1480 %.

Пропаганда просвещения выполняет информационную функцию, освещая различные политические события (действия правительства, политического лидера или политической партии), военные и военно-политические происшествия, экономические события или научно-технические открытия. Пропаганда просвещения может «навязывать» определённый, например, американский образ жизни как единственно правильный, преподнося рекламируемую систему ценностей как исключительно разумную.

Пропаганда разрушения сосредоточена на искоренении идеологии «враждебного» государства. В качестве примера можно привести внутреннюю «политику исторической памяти», проводимую в настоящее время представителями власти Украины. Речь идет об изменении системы ценностей населения путем убеждения масс, что система ценностей СССР была глубоко порочна, а героями являются совсем не те, кого люди привыкли чествовать. Зная, что процесс управления массами будет существенно облегчен, если скорректировать систему ценностей населения, они поддерживают радикальные националистические движения. В Украине с 2014 года чествуют известных украинских нацистов и фашистов Степана Бандеру и Романа Шухевича.

Пропаганда разделения направлена на разжигание национальных, религиозных или социальных противоречий. В основе данной формы

пропаганды лежит правило «разделяй и властвуй». Речь идет о принципе государственной власти, согласно которому, лучший метод управления государством — это разжигание и использование вражды между его частями. В пропаганде разделения используется скрытая тактика создания, усиления и использования противоречий, различий или разногласий между двумя или более сторонами в целях контроля над ними. Типичными техническими элементами данной формы пропаганды являются: использование или усиление противоречий между определёнными группами (партиями, движениями и т. д.), помощь и поддержка лояльных к власти «игроков», создание атмосферы недоверия и вражды.

Пропаганда устрашения преследует цель запугивания руководства и населения враждебной страны (или коалиции стран) экономической и военной мощью своего государства (или содружества государств). Примером может послужить исторический факт глобальной геополитической, экономической и идеологической конфронтации между СССР и США, получившей название холодная война. Противостояние сопровождалось гонкой обычных и ядерных вооружений, то и дело угрожавшей привести к третьей мировой войне.

Пропаганда отчаяния акцентирует внимание на тяжёлом экономическом и социальном положении во враждебной стране. Данная форма пропаганды активно используется в военное время, позволяя деморализовать военные силы противника, на основе внушения солдатам и офицерам, что их положение безнадежно (по причине окружения, нехватки оружия и продовольствия и т. п.), а дальнейшее сопротивление бесполезно. Во время Великой Отечественной войны только на Восточном фронте действовало 19 рот пропаганды и 6 взводов военных корреспондентов СС. В их состав входили военные журналисты, переводчики, персонал по обслуживанию пропагандистских радио-автомобилей, сотрудники полевых типографий, специалисты по изданию и распространению антисоветской литературы, плакатов, листовок. Призывая красноармейцев сдаваться в плен, немецкие пропагандисты обещали солдатам то, в чём они больше всего нуждались: тепло, горячую пищу и главное — сохранить жизнь. Пропагандистские материалы выпускали во всех форматах: от крошечных листовок на папиросной бумаге до солидных брошюр. Настоящим «подарком» для немецкой пропаганды стало пленение в июле 1941 года Якова Джугашвили. В срочном порядке изготовили листовку «А вы знаете, кто это?», где были помещены фотографии сына Сталина в окружении немецких

офицеров. На обратной стороне следовал текст: «Это Яков Джугашвили, старший сын Сталина... Он сдался в плен, потому что всякое сопротивление Германской армии отныне бесполезно! Следуйте примеру сына Сталина — он жив, здоров и чувствует себя прекрасно. Зачем вам приносить бесполезные жертвы, идти на верную смерть, когда даже сын вашего верховного заправила уже сдался в плен. Переходите и вы!».

Различные формы пропагандистского воздействия могут использоваться против населения собственной страны. Так было, например, во время «перестройки» в СССР, когда как зарубежные, так и отечественные средства массовой информации активно и настоятельно внушали населению, что система ценностей нашего общества несостоятельна и ошибочна, поэтому нуждается в корректировке.

В зависимости от последствий (эмоций, возникающих у массы в результате ее воздействия) выделяет две ее основные формы: позитивная (конструктивная) и негативная (деструктивная) пропаганда.

Позитивная пропаганда осуществляется в интересах тех, кому адресована и способствует социальной гармонии и согласию, а также воспитанию в соответствии с общепринятыми ценностями. По мнению А. Цуладзе, в позитивной пропаганде нет места различного рода манипуляциям, хотя нам знакомы факты сознательного искажения исторических событий, обусловленные вполне определенными политическими целями. Речь идет о выборочном сокрытии фактов, подтасовке источников или «правильной» трактовке тех или иных событий. Например, одно и то же действие, в зависимости от взгляда исследователя, может быть описано как «тактическое отступление» и как «позорное бегство», как «сепаратисты» и «ополченцы». Позитивная пропаганда выполняет воспитательную, информационную и разъяснительную функции в обществе.

Основной целью негативной пропаганды является обострение существующих противоречий в обществе, что детерминирует разобщение людей, социальную вражду, эскалацию социальных конфликтов. Здесь преимущественно используется технология создания «образа врага», позволяющая пропагандисту навязать массе выгодные ему убеждения и стереотипы по принципу «цель оправдывает средства». Негативная пропаганда основана на манипуляции и лжи: она позволяет создать иллюзорную реальность с перевернутой системой ценностей, убеждений и взглядов.

По типологии источника информации выделяют белую, серую и чёрную пропаганду. Белая пропаганда ссылается на официальные источники (например, на информацию правительственных органов). Она является открытой, использует проверенные данные и не маскирует свои цели.

Полной противоположностью белой пропаганды является черная пропаганда, которая всегда скрывает свои источники информации и сконцентрирована на введение массового сознания в заблуждение. Черная пропаганда — это или анонимный материал, приписываемый несуществующему источнику, или сфабрикованная информация, приписываемая источнику реальному. Примером может послужить текст прокламации, распространенной немцами в 1915 году во время первой мировой войны на фронте: «Солдаты! В самые трудные минуты своей жизни обращается к вам, солдатам, ваш царь. Возникла сия несчастная война против воли моей: она вызвана интригами великого князя Николая Николаевича и его сторонников, желающего устранить меня, дабы ему самому занять престол. ... Солдаты! Отказывайтесь повиноваться вашим вероломным генералам, обращайтесь оружие на всех, кто угрожает, жизни и свободе вашего царя, безопасности и прочности дорогой Родины. Несчастный ваш царь Николай». Понятно, что влияние немецкой пропагандистской работы оставляло серьезный отпечаток на настроении русских солдат, деморализуя их боевой дух, и склоняя их к бунтам и неповиновению.

Широко и успешно применяется некий микс белой и черной пропаганды, когда используются как проверенные, так и непроверенные сведения, в зависимости от целей подтасовываются факты и мнения, навязываются необходимые выводы и оценки. Речь идет о так называемой «серой» пропаганде, которая не всегда указывает свои источники информации. Примером может послужить признание одного из сотрудников НАТО, опубликованное в газете *Pittsburg Post Gazette*: «Когда мы знаем, что это сделали сербы, мы говорим, что это сделали сербы. Когда мы не знаем, кто это сделал, мы говорим, что это сделали сербы. А когда мы знаем, что это сделали не сербы, мы говорим, что не знаем, кто это сделал».

Серая пропаганда может представлять собой непрерывную мелкую ложь со ссылкой на неопределенные источники информации (как правило, это «источник, знакомый с ситуацией» или «из кругов, близких к...»). Она эффективна и безопасна в силу незначительности ложных сведений и в силу их очень большого количества. Как правило, это

сообщение достигает поставленной цели: даже при официальном опровержении информации оно привлекает общественное внимание и может дестабилизировать ситуацию. В 2018 году в сети «Интернет» стала активно распространяться информация об увеличении нижнего предела выслуги для сотрудников МВД до 25 лет. Эта информация активно обсуждалась на форумах сотрудников и на рабочих местах. Слухи довольно быстро распространились и привели к появлению беспокойств. Это стало поводом для официального опровержения информации, которое сделал статс-секретарь МВД России И. Зубов. Для достоверности был опубликован документ с сообщением о том, что никакие законопроекты по данному вопросу даже не рассматриваются.

Важно понимать, что пропаганда стремится вызвать скорее коллективное, чем индивидуальное действие. Правила, обеспечивающие успешность пропаганды:

1. Значимость проблемы (объекта). Чтобы привить желаемую точку зрения или установку, необходимо привлечь к проблеме внимание людей.

2. Проблема (объект), на который необходимо обратить внимание, должен быть преподнесен в благоприятном и привлекательном свете, как, например, в рекламе.

3. Образы, используемые для влияния на людей, должны быть простыми и четкими.

4. Необходимо многократное повторение лозунгов, призывов или представляемых образов.

5. Не рекомендуется вступать в полемику. Наиболее эффективно твердить одно и то же вновь и вновь.

Такая простая техника считается особенно эффективной применительно к массе людей, так как в любом психологическом воздействии на большую аудиторию уже изначально заложен успех. Масса, внимание которой обычно легко отвлекается, а интерес быстро угасает, испытывает своеобразную потребность в упорядочивании извне. Как отмечал Зигмунд Фрейд: «Масса легковерна и чрезвычайно легко поддается влиянию, она не критична ... Она думает образами.... Чувства массы всегда весьма просты и весьма гиперболичны.... Она хочет, чтобы ею владели и ее подавляли, хочет бояться своего господина». Х. Ортега-и-Гассет придерживался еще более жесткой позиции: «Народ никогда не имел никаких идей; он не обладает теоретическим пониманием бытия вещей... Поэтому мнения надо втискивать в людей под давлением извне, как смазочное масло в машину».

Таким образом, пропаганда представляет собой попытку создать некое убеждение и добиться действия в соответствии с этим убеждением. С этой точки зрения любой политический лидер является пропагандистом, так как его главной целью выступает насаждение определенного политического убеждения, главным образом посредством воздействия на эмоциональные установки и чувства людей. Результатом успешной пропаганды можно считать формирование такой установки или ценности, которая воспринимается людьми как нечто естественное, правильное и настоящее и, таким образом, как нечто такое, что выражается без раздумий и добровольно. Эффективным способом противодействия пропаганде является контрпропаганда. Контрпропаганда инициирует дискуссионный процесс, в котором предпочтение отдается фактам и рациональному обсуждению.

§ 2. Приемы воздействия на массовое политическое сознание

Массовое политическое сознание представляет собой особую разновидность массового сознания, которая имеет в качестве своего основного содержания политические проблемы, на решение которых направляется политическое поведение данной массы. По мнению Д. В. Ольшанского, массовое политическое сознание возникает и распространяется лишь тогда, когда совершаются крупные, причем именно социально-политические по содержанию события, разрушающие привычную структуру общества и его групповую стратификацию¹.

Структура массового политического сознания (по Д. В. Ольшанскому)²:

1. Первичный уровень (эмоционально-действенный). В основе массового политического сознания лежит яркое эмоциональное переживание некой социально-политической проблемы, вызывающей всеобщую озабоченность (гражданская война, санкции, экономический кризис) и требующей немедленных действий.

2. Вторичный уровень (рациональный), включающий в себя три блока:

1) блок политических ожиданий людей и оценок ими своих возможностей влиять на политическую систему;

¹ Ольшанский Д. В. Основы политической психологии. — Екатеринбург: Деловая книга, 2001. С. 314.

² Там же. С. 315–316.

2) блок быстро меняющихся мнений и политических настроений людей;

3) блок социально-политических ценностей, лежащих в основе достаточно осознанного политико-идеологического выбора (например, ценности справедливости, демократии, равенства, стабильности и т. д.).

Действенным проявлением массового политического сознания является стихийное массовое политическое поведение, например стихийная массовая агрессия в период военных действий или революций, или, напротив, стихийная массовая паника, связанная с поражениями в войнах и восстаниях.

Успешность воздействия на массовое политическое сознание зависит во многом от интуиции и изобретательности воздействующего лица. Необходимо учитывать, что прием, приводящий к успеху воздействия в одном случае, может не представлять совершенно никакой ценности в другом. Нередко политическое пропагандистское воздействие осуществляется при помощи различных приемов манипулирования сознанием, применение которых ведет к скрытому возбуждению у людей намерений, не совпадающих с их актуальными желаниями. Приведем лишь некоторые из них ¹:

1. «Приклеивание ярлыков».
2. «Сияющие обобщения».
3. «Трансфер».
4. «Ссылка на авторитеты».
5. «Игра в простонародность».
6. «Подтасовка карт».
7. «Общий вагон».

Эти семь приемов широко использовались в нацистской Германии и доказали свою эффективность. Сегодня они являются классическими для массовой политической пропаганды. Рассмотрим их более подробно.

1. «Приклеивание ярлыков». Данный прием используется, чтобы опорочить политического деятеля (движение, партию), подорвать доверие аудитории к высказываемым им идеям и предложениям. Суть данного приема состоит в подборе для конкретной политической фигуры (движения, партии или лояльных к ним лиц) нелюбимых

¹ Грачев, Г. В. Манипулирование личностью: Организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия: монография / Г. В. Грачев, И.К. Мельник — М.: Книга по Требованию, 2013. — 236 с.

эпитетов (ярлыков), носящих оскорбительный характер. Делается это с целью вызвать эмоционально негативное отношение населения, так как подобранный «ярлык» ассоциируются у них с социально неодобряемыми поступками. Например, для описания несогласных с политикой, в советское время использовали ярлыки «контрреволюционеры», «троцкисты», «фашисты». Протестное движение в России (2011–2013) получило названия «болотная оппозиция», «болотная революция». Сегодня в российских СМИ для описания ряда протестных движений используются термины «пятая колонна», «национал-предатели», «агенты Госдепа», «навальнисты», а сторонники действующей украинской власти маркируются ярлыками «бандеровцы», «хунта», «укры», «укропы».

2. «Сияющие обобщения». Второй прием полностью противоположен первому: здесь термины несут позитивные коннотации. Психологический эффект данного приема основан на эксплуатации положительных чувств и эмоций людей к определенным понятиям и словам, например, таким, как: «свобода», «равенство», «братство», «патриотизм», «демократия», «мир», «духовность», «счастье», «любовь» и т. п. Суть данного приема состоит в замене названия, обозначения определенного социального явления, идеи, организации, социальной группы или конкретного человека более общим родовым именем, которое имеет положительную эмоциональную окраску и вызывает доброжелательное отношение окружающих. В результате на аудиторию оказывается позитивное психоэмоциональное воздействие, позволяющее скорректировать общественное мнение, взгляды, оценки.

Одно и то же событие может одновременно описываться с помощью двух противоположных приемов пропаганды. В качестве примера приведем следующие высказывания об одном и том же военном событии на территории Украины: «Я не имею информации о том, что антитеррористическая операция сейчас должна быть остановлена. Я поддерживаю ее продолжение, я требую смены ее формации — она должна быть более короткой по срокам» (П. Порошенко, 2014); «Я убеждён, что широкое и честное международное участие в разрешении украинского кризиса могло остановить эту трагедию и избавить национальную армию Украины от позора карательной операции, но этот шанс уже упущен, а украинскому государству уже не смыть страшного пятна на его истории» (С. Нарышкин, 2014).

3. «Трансфер». Данный прием основан на искусном, ненавязчивом и незаметном для большинства людей распространении авторитета и престижа того, что ими ценится и уважается на то, что ей преподносит

источник коммуникации. Чаще всего этот прием предполагает использование четко выраженного отношения аудитории к историческим событиям. Для населения России таким событием является Великая Отечественная война. В январе 2021 года в Государственную Думу РФ был внесен законопроект «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части совершенствования мер, направленных на увековечение памяти погибших при защите Отечества и защиту исторической памяти», который имеет важное значение для всего населения России. Согласно законопроекту, предлагается нанесение на памятники Великой Отечественной войны информационной надписи и обозначения, содержащее информацию о памятнике и позволяющее ознакомиться при помощи графического идентификатора — QR-кода с исторической справкой о событиях и лицах, в честь которых был установлен объект. Использование «трансфера» в данном случае позволяет повысить уровень доверия аудитории к легитимной власти через формирование ассоциативных связей с событием, имеющим ценность и значимость у населения.

4. «Ссылки на авторитеты». Прием часто используется не только политиками, но и обывателями для подтверждения основательности высказанного мнения или провокации отказа собеседника (аудитории) от прежних взглядов. Содержательно прием заключается в приведении мнения (решений, действий и т. п.) авторитетной личности для укрепления собственной позиции или же наоборот, высказываний (планов, поступков и т. п.) людей с «плохой» репутацией для дискредитации противоположных воззрений. Например, для повышения уровня доверия населения к вакцинам от COVID-19 некоторые мировые лидеры сделали вакцинацию во время прямых трансляций, чтобы убедить население в безопасности разработанных вакцин. Это послужило веским доводом в пользу вакцинации и выступило серьезным подспорьем для дальнейшей пропаганды всеобщей вакцинации.

5. «Игра в простонародность» («свои ребята», «рубаха-парень»). Данный прием зачастую используется в политической деятельности партий, групп и движений, противостоящих официальному правительственному курсу (деятельности легитимной политической системы) и ведущих с правящей партией (партиями) борьбу за государственную власть. Цель применения данного приема — установление доверительных отношений с аудиторией как с близкими по духу людьми на основании того, что идеи (планы, ожидания, мнения, надежды, подозрения, догадки) коммуникатора хороши потому, что

они «принадлежат народу». Таким образом, оппозиционное политическое течение решает для себя ряд задач:

— политические лидеры оппозиционной партии становятся узнаваемы;

— повышается лояльность населения к их политической деятельности;

— увеличивается поддержка населения, и появляются шансы выиграть выборы в муниципальные, региональные или федеральные органы власти.

6. «Подтасовка карт». Содержание данного приема заключается в отборе и пристрастном (тенденциозном) преподнесении только положительных или только отрицательных доводов при замалчивании противоположных. Приведение только положительных доводов активно используется во время предвыборных кампаний пиар-агентами, которые всегда говорят о лучших сторонах своего кандидата и стараются не комментировать компрометирующие их клиента слухи. Преподнесение только отрицательных доводов характерно для военных конфликтов, когда воюющая сторона использует слухи и иногда факты для ухудшения собирательного образа противника.

7. «Общий вагон» («общая платформа», «фургон с оркестром»). Использование данного приема требует определенной подготовки: коммуникатору необходимо подобрать особые суждения (высказывания, фразы, мнения), которые в совокупности будут создавать впечатление, будто большинство членов социальной общности, с которой себя идентифицирует человек или мнение которой для него значимо, разделяют предлагаемую точку зрения. В результате у каждого возникает ощущение согласованности и целостности, что способствует принятию конкретных ценностей, идей, программ.

Широко используются и другие приемы воздействия на массовую аудиторию. На наш взгляд, классический список приемов воздействия на массовое политическое сознание стоит расширить, добавив такие приемы, как «осмеяние» и «повторение лозунгов и шаблонных фраз».

«Осмеяние». Данный прием позволяет использовать иронию, насмешку, высмеивание или сарказм для придания объекту осмеяния недостойного, несерьезного, малопривлекательного образа. В качестве объекта осмеяния могут выступать политические деятели (партии), а также политические идеи, решения, лозунги, программы. Эффектом воздействия данного приема является возникновение шуточного

(несерьезного) отношения к самому объекту, даже если осмеянию были подвергнуты его идеи и решения. В результате все последующие высказывания политического лидера (членов партии) уже не воспринимаются населением серьезно. В качестве примера можно привести сюжет одного из выпусков программы «Вечерний Угрант». Данная программа интересна для анализа по нескольким причинам: во-первых, популярность программы; во-вторых, выпуски демонстрируются на Первом канале; в-третьих, большинство тем интерпретируется и комментируется с установкой на комический эффект. В программе от 29 ноября 2013 года демонстрировался сюжет о мэре г. Липецка. Перед показом видеосюжета был дан комментарий: «Друзья, в Липецке есть мэр. Его зовут Михаил Владимирович Гулевский. И вот это видео подтверждает, что жители Липецка не ошиблись, когда выбрали именно этого мэра». Далее было продемонстрировано несколько видеофрагментов с обещаниями мэра открыть новую трассу и видеосюжет с саморазоблачением: «А кто обещал? Я? ... Ну че вы пристали с этой дорогой? ... Как сделаем, мы вас пригласим». После показа сюжета последовал комментарий: «Михаил Владимирович на самом деле честен... Он не называл год... Он просто готовил сюрприз жителям к четырехсотлетию Липецка... (по материалам научной статьи¹)». Чтобы осознать всю комичность комментария следует знать, что Липецку на момент выпуска программы было 310 лет.

6. Повторение лозунгов и шаблонных фраз. Данный прием будет успешным при условии грамотно сформулированного лозунга, многократное повторение которого может повлиять на воображение, чувства и поступки людей. В качестве примера можно привести предвыборный лозунг Б.Н. Ельцина: «Голосуй или проиграешь!», который стал одним из легендарных культовых лозунгов, относящихся к канонам политической риторики. Интересный лозунг использовала в 1996 году Партия любителей пива: «Не самая плохая партия. Отличная партия! Партия, отличная от всех». Создатель и лидер партии К. Калачев впоследствии стал одним из известных российских политтехнологов. Оригинальностью отличался лозунг общественного

¹ Енина Л. В. Политические фигуры на поле комического в массмедиа: смешные и серьезные / Л. В. Енина, Л. В. Зубова // Политическая лингвистика. 2015. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskie-figury-na-pole-komicheskogo-v-massmedia-smeshnye-i-serieznye> (дата обращения: 21.10.2021).

политического движения «Вперед Россия»: «Мы не левые и не правые, мы нормальные, как и вы».

Нами были рассмотрены лишь самые распространенные и известные приемы политической манипуляции. Сегодня активно применяются и другие приемы, среди которых можно отметить следующие:

— «эмоциональная подстройка» — подача необходимой информации на фоне изменения массового настроения (при помощи различных средств: соответствующего внешнего окружения, определенного времени суток, освещения, театрализованных формы и т. д.);

— «продвижение через медиатор» — информация распространяется через авторитетных для данной аудитории лиц (видных деятелей культуры, звезд шоу-бизнеса и т. п.);

— «мнимый выбор» — аудитории сообщается несколько точек зрения по какому-либо вопросу, но при этом одна из них представлена в лучшем, более выгодном свете;

— метод отрицательных групп отнесения — аудитории преподносится, что некоторая совокупность взглядов является единственно правильной, поэтому те, кто разделяют эти взгляды, в определенном плане лучше тех, кто имеет противоположное мнение.

Таким образом, трансформация (при помощи определенных приемов воздействия) информации или процессов ее функционирования используется некоторыми социальными субъектами (политическими лидерами, движениями, партиями, СМИ, политтехнологами) для оказания воздействия на психику людей в целях изменения их поведения. Другими словами, организованное изменение информационной среды выступает как своеобразное информационное оружие, которое, в частности, достаточно активно используется в политической борьбе¹.

§ 3. Психология политического лидерства

Феномен политического лидерства — многогранное, не имеющее единого однозначного определения явление. До сих пор феномен политического лидерства продолжают исследовать современные ученые из различных областей знаний: политологии, политической психологии, социологии, психологии.

К ранним типологиям относятся типология Е. Богардуса, Ф. Бартлетта, Ф. Редла, учёных Дж. Гетцель и Е. Губа, психология

¹ Грачев Г. В. Манипулирование личностью: Организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия: монография. С. 17.

влияния В. Белла, Р. Хилла и С. Милза, типология М. Конвей. В психологии Макса Вебера предприняты попытки обобщения знаний о лидерстве.

Ранние типологии лидерства, возникшие в первой половине XX века, заложили основу для современных типологий лидерства.

Разнообразием отличается политико-психологические типологии лидерства. В психопатологической типологии Г. Лассуэлла выделяется три типа лидеров: агитатор, администратор, теоретик. Основанием для квалификации выступают функции лидера.

1. «Агитатор». Основная функция — распространение своих взглядов и общения с гражданами. Отличается низким уровнем дисциплины управленческих качеств, высоким уровнем функциональности, вербальной агрессии, стремится быть в центре внимания. С лёгкостью унижает и оскорбляет ради возможности быть замеченным. Такому лидеру не нужна команда, ему нужен весь мир. Г. Лассуэлл характеризует агитаторов как примитивных нарциссов, со склонностью к различным отклонениям сексуального поведения с жесткой фиксации на собственном «Я». Базисом для агитатора является подавленные детские негативные переживания, которые вырываются во взрослом возрасте в целях удовлетворения глубоких эмоциональных потребностей.

2. «Администратор». Лидеры такого типа стремятся манипулировать группой лиц, им не нужен весь мир. Более эмоционально сбалансированные, чем агитаторы. Г. Лассуэлл выделял два подтипа администраторов, отсюда и два различных типа внешнего проявления. Первый подтип отличается энергичностью, ему не чуждо воображение. Этот подтип можно было бы спутать с агитатором по формам проявления, но администратор данного типа ограничивает свои амбиции членами своей команды. Второй тип отличается щепетильностью и любовью к деталям. Часто это может вызвать отторжение у членов команды, но, с другой стороны, способствует сохранению самой команды. Скрытых глубоких эмоциональных потребностей, связанных с «репрессированными» эмоциями, лидеры этого типа не имеют.

3. «Теоретик». Их легко отличить от остальных типов по повышенной интеллектуализации. Их привлекают идеи ради идеи, и чем более абстрактными они являются, тем интереснее становятся. Прошлое теоретика, как правило, омрачено пережитками фрустрации, которые трансформировались в неразрешенные эмоциональные проблемы в настоящем.

Также Г. Лассуэлл считал, что на политическое развитие оказывает влияние характер политика. Он выделял принудительный и драматизирующий тип характера, а также подтип беспристрастный.

Типология политических лидеров Д. Рисмана строится на идее о том, что характер лидеров определяется обществом. Согласно данной типологии, существует три типа общества, которым соответствуют три типа политического лидерства.

1. «Безразличные». Характерен для традиционного общества. Так называемые «политические девственники», которые не задействованы в политике, не проявляют к ней интерес. Они не стремятся к власти, не имеют никакого внятного к ней отношения.

2. «Морализатор». Отличается сильными аффектами, которым уделяется большое внимание и не предпринимаются попытки рационализировать деятельность. Существует два типа «морализатора»: энтузиаст и негодующий. Соответственно оба субъективно переживают эмоциональный накал, но энтузиаст в сверхположительных эмоциях теряет возможность увидеть мир объективно, а негодующий в свертрицательных страдает от того же самого.

3. «Внутренний наблюдатель». Опытный манипулятор, реалист, умеющий контролировать свои эмоции. Мало заинтересован в достижении политических целей, его более интересует манипуляция самими политическими фигурами.

Недостижимым идеалом для Д. Рисмана является «автономный характер», свободный от влияния общества выбор политических предпочтений.

Широкое распространение получила типология Г. Лебона, который выделил четыре основных типа «вожаков».

1. «Убежденные проповедники» («апостолы»). Главное стремление такой личности — это перестроить общество. Основной лозунг: «Мы новый мир построим». Гимном «убежденных проповедников» можно считать текст «Интернационала», написанный в дни разгрома Парижской коммуны французским поэтом и анархистом Эжену Потье (1871). Гимн широко распространился и был переведён на множество языков. В 1910 году на конгрессе Социалистического Интернационала в Копенгагене он был принят как гимн международного социалистического движения. Основная идея озвучена уже в первом куплете: «...Сбивая прошлого оковы, рабы восстанут, а затем, мир будет изменён в основе...». Государственный гимн РСФСР был написан на основе перевода французского текста и содержал те же идеи:

«...Весь мир насилья мы разрушим, до основанья, а затем мы наш, мы новый мир построим...». В структуре поведения этого типа личности особенно выделяется жажда разрушения.

2. «Фанатики одной идеи». Г. Лебон описывал таких лидеров как очень умных и выдающихся людей, но увлеченных своей политической или религиозной страстью. Когда дело касается обсуждения некоторых вопросов, такие люди теряют способность рассуждать и «обнаруживают изумительное непонимание и нетерпимость». Он считал их случайными фанатиками, которые становятся опасными лишь тогда, когда их раздражают.

3. «Дегенераты». Третий тип лидеров массы наиболее распространен во время протестных и революционных движений. Наследственные пороки, (физические или умственные), низкое социальное или материальное положение вынуждает их становиться «естественными врагами общества, к которому они не могут приспособиться вследствие своей неизлечимой неспособности и наследственной болезненности». У данного типа практически отсутствует фанатизм или увлечение одной идеей, тут все решает личная заинтересованность.

4. «Тиран» («Диктатор»). Данный тип лидеров массы обычно приходит на смену предыдущим «вожакам» и овладевает массой после того, как фанатики ее сформировали и основательно «разогрели». Он способен заставить массу полюбить себя и возбудить боязнь к себе. Может сочетать в себе некоторые черты предшествующих «проповедников».

Политическое лидерство является связующим звеном, которое объединяет политические науки и психологию. Фактически, лидерство есть не что иное, как живое воплощение власти, делающее доступным изучение большинства основ политического поведения. Феномен лидерства рассматривается в системе взаимосвязей: лидер — последователи, которые представляют собой единую систему.

Политическое поведение лидера и последователей должно находиться в некотором балансе, когда одна из сторон находится в состоянии активности, осознанно оказывая воздействие на вторую сторону, находящуюся (осознанно или неосознанно) в состоянии восприимчивости.

Традиционно, под стилем лидерства понимается:

- система применяемых методов;
- формы взаимодействия с командой;
- стабильно повторяющееся поведение лидера.

Лидерство формируется под воздействием ряда факторов, наиболее значимыми из которых являются:

- личностная характеристика лидера;
- квалификация команды;
- характер решаемых задач.

В современном научном знании различают несколько типологий лидерства, в зависимости от критерия, положенного в основу анализа.

Формальное и неформальное лидерство. В основе формального лидерства лежит наделение властными полномочиями сверху, согласно системе социальных отношений, в основе которых лежит статус. В основе же неформального лидерства лежит личный авторитет лидера. Базой для формирования личного авторитета является система межличностных отношений, складывающихся в группе на основе эмоциональных предпочтений: симпатий и антипатий. Неформальный лидер — это всегда выдвиженец изнутри, он представляет интересы команды.

Согласно стилю лидерства и руководства политической группы выделяют авторитарный, демократический и либеральный стили лидерства. Курт Левин, еще в начале XX века сформулировал основные характеристики данных стилей.

Особенностью авторитарного стиля является сосредоточение власти в одних руках:

1. Только лидер принимает решение, каким образом необходимо распределять задачи внутри команды.
2. Лидер определяет цели команды вовне.
3. В коллективе не допускается критика действий руководителя.
4. Не поощряется самостоятельное принятие решений и инициатива членов команды.
5. Члены команды испытывают информационный голод, так как получают информацию, непосредственно касающуюся исполнения только своих задач здесь и сейчас.

Демократический (коллегиальный) стиль лидерства строится на децентрализации управленческой власти:

1. Членам коллектива позволено принимать участие в выработке решений.
2. Подчинённые в достаточной степени информированы о целях коллектива о перспективах развития команды.
3. Приветствуются инициативы подчиненных и делегирование полномочий.

В основе либерального, или как еще его называют попустительского стиля, лежит принцип минимального вмешательства руководителя в деятельность команды:

1. Лидер не стремится оказывать влияние на деятельность команды.
2. Лидер прибегает к методам управления лишь вынужденно.
3. Члены команды, в силу особенностей руководства, недостаточно дисциплинированы.

Модель ситуационного лидерства Ф. Фидлера

В середине 60-х годов Фред Фидлер предложил модель ситуационного лидерства. В основе модели лежит идея о том, что эффективность того или иного стиля лидерства зависит от ситуации, в которой он проявляется. При этом Ф. Фидлер считал, что лидер не способен осознанно выбирать тот или иной стиль лидерства. Поэтому в различных ситуациях для достижения наибольшей эффективности лидеры должны меняться.

Типы руководителей по Ф. Фидлеру:

1. Руководитель, который ориентирован на взаимоотношения.
2. Руководитель, который ориентирован на задачу.

Ситуационные факторы:

1. Взаимоотношения руководителя с подчиненными.
2. Структура задачи.
3. Должностные полномочия.

Фред Фидлер разработал тест и ввел понятие «шкала наименее предпочитаемого сотрудника», с помощью которой он определял стиль лидерства.

Идея ситуационного подхода стала в дальнейшем весьма популярной и получила развитие в работах П. Херсея, К. Бланшарда, в ситуационной теории «путь — цель» Митчела и Хауса.

Рассматривая типологию лидерства и стили лидерства в политическом аспекте, важно учитывать, что политическое лидерство является не только типом взаимоотношений, но и процессом, цель которого — достижение и удержание политического первенства.

Таким образом, в истории развития научного знания наблюдается множество типологий лидерства. Важно осознать, что особенности поведения массы зависят от индивидуальности лидеров, их типов и от их психологических качеств. Это, безусловно, люди особого склада, обладающие большой властью и затрачивающие, как правило, меньше усилий для того, чтобы осуществить воздействие на массу.

Контрольные вопросы:

1. Что понимается под пропагандой?
2. В чем состоит основная цель пропаганды?
3. Что понимается под позитивной пропагандой?
4. В чем состоит разница между белой, серой и черной пропагандой?
5. Почему использование эмоциональных установок и предрассудков, которыми люди уже обладают, является наиболее эффективным?
6. Какие приемы манипулятивного воздействия наиболее распространены?
7. В чем заключается сущность манипулятивного приема «осмеяние»?
8. От каких факторов зависит развитие массового политического сознания?
9. Чем различаются авторитарный, демократический и либеральный стили лидерства?
10. В чем сущность психопатологической типологии Г. Лассуэлла?
11. Какие элементы включает в себя модель ситуационного лидерства Ф. Фидлера?

Глава 5

РЕЛИГИЯ КАК МАССОВОЕ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ЯВЛЕНИЕ

§ 1. Социально-психологические функции религии

Религия представляет собой одну из форм общественного сознания, отражающую мысли, чувства и действия, обусловленные верой в высшие силы и допускающую возможность непосредственного общения с ними. М. Вебер, считал, что религия проявляется в религиозном поведении людей, обусловленном соответствующим типом мотивации, тесно связанной с так называемыми конечными проблемами существования. С помощью определенной системы верований и практических действий человек решает для себя неизбежные проблемы человеческой жизни (например, социальное неравенство, утрата близкого человека, неизлечимое заболевание). Сходные взгляды на сущность религии демонстрировали различные исследователи (К. Данлоп, У. Л. Колб, Э. Трельч и др.). Часть исследователей (Т. Парсонс, Р. Беллах, К. Гирц и др.) рассматривали религию как высший и наиболее общий уровень развития культуры.

Психология религии, являясь разделом социальной психологии, изучает обыденное религиозное сознание широких масс верующих. Первобытные религиозные верования отражали страх людей перед таинственными силами природы и поиск средств воздействия на них. На определенных этапах истории религия выступает в качестве своего рода «обезболивающего средства» от многих социальных проблем. С одной стороны, религия является порождением психологии масс, с другой стороны, религия выступает как инструмент воздействия на массовое сознание. Иными словами, люди сами создали мощнейший суггестивный механизм и попали под его влияние. Появление религии и религиозного сознания было неизбежным, так как религия выполняет ряд значимых социально-психологических функций.

Социально-психологическими функциями религии выступают:

1. Интегрирующая функция. Данная функция, являясь основной, отражает объединяющую роль религии. Любое религиозное течение способствует единению людей вокруг общих принципов и тем самым определяет развитие общества в намеченном направлении. Интегрирующая роль религии обуславливает стабильность социальных институтов и устойчивость социальных ролей. Предоставляемая религией система представлений, ценностей, установок способна стать

основой социальной идентичности индивида, что дает ощущение надежности, стабильности мира, чувства социальной востребованности и поддержки. Вместе с тем идентификация с религиозной общностью имеет вполне прогнозируемый дополнительный эффект: интеграция внутри одной религиозной группы усиливает границы между разными конфессиональными общностями. Речь идет о том, что уровень религиозности статистически значимо связан с уровнем интолерантности, то есть нетерпимости по отношению к индивидам и группам, исповедующим иные представления и ценности¹. Вместе с тем, по мнению Г. Оллпорта, «роль религии парадоксальна. Она создаст предрассудки и уничтожает предрассудки». Исследования установили, отношение к религии определяет подверженность предрассудкам: те, для кого религия олицетворяет открытый поиск и свободу, мало подвержены предрассудкам, в отличие от тех, для кого религия связана с готовыми ответами и жестким ограничением личной свободы.

2. Коммуникативная функция. Религия обеспечивает общение верующего с Богом и единоверцами. Американский социолог Р. Белла писал, что у католиков те же потребности, что и у протестантов: «необходимы доступные для личного общения священники» и «более теплые, более личные отношения в приходе»². В некоторых странах единство вероисповедания служит формальной и неформальной основой, которая позволяет единоверцам установить между собой крепкие связи (хозяйственно-бытовые, торговые, семейные). Как отмечал английский религиозный философ К. Г. Доусон, «главные барьеры между народами — не расовые, языковые или географические, но различие духа: эллины и варвары, иудеи и не иудеи... христиане и язычники»³. Коммуникативная функция религии обеспечивает общение как в религиозной, так и в нерелигиозной деятельности и отношениях, включая процессы обмена информацией, взаимодействия и восприятия человека человеком.

¹ Этническая толерантность в поликультурных регионах России: монография / Н. М. Лебедева [и др.]; Ин-т этнологии и антропологии им. Н. Н. Миклухо-Маклая Рос. акад. наук. Науч. изд. — М.: Изд-во Рос. ун-та дружбы народов, 2002. — 293 с.

² Белла Р.Н. Социология религии // Американская социология: Перспективы. Проблемы. Методы. — М., 1972. С. 266–278.

³ Доусон К. Г. Религия и культура / пер. с англ., вступ. ст., коммент. К.Я. Кожурин. — СПб: Алетейя, 2000. — 281 с.

3. **Мировоззренческая функция.** Сущность мировоззренческой функции религии определяется наличием в ней определенного типа взглядов на человека, общество, природу. Религия объясняет не только отдельные явления и процессы, но и отражает миропонимание в целом. Интересен тот факт, что религиозное мировоззрение задает «предельные» критерии, некие «абсолюты», с точки зрения которых осмысливаются различные явления и процессы, придается смысл наличному бытию.

4. **Регулятивная функция.** В религиозных учениях сконцентрирован нравственный опыт человечества, что определяет возможности религии выступать в качестве регулятора поведения. Любая религия базируется на системе предписаний, регламентирующих повседневную жизнь, и санкциях, следующих за нарушение указанных предписаний. На протяжении веков институт религии выполнял воспитательные задачи: мистические санкции, такие как угроза попадания в ад, составляли фундамент общественной морали, поддерживающий общепринятые нормы поведения. Крылатое выражение «Если Бога нет, всё дозволено», приписываемое Ф. М. Достоевскому, наиболее кратко и точно раскрывает регулирующую роль религии. В качестве примера приведем основные пищевые запреты в исламе: запрещено есть животных, не имеющих шерсти, и рыб, не имеющих чешуи; запрещено употреблять средства, изменяющие сознание (в некоторых учениях этот запрет относится к кофе и чаю). Что касается православия, то оно практически полностью отказалось от пищевых запретов, сохранив лишь некоторые из них: нельзя есть идоложертвенное и употреблять в пищу кровь. Итак, можно сказать, что религия диктует всем своим последователям определенные ценности и формирует устойчивую картину мира; ею регламентируются отношения представителей внутри той или иной конфессии, повышая уровень доверия между ними.

5. **Компенсаторная функция.** Основное значение данной функции определяется утешительной (психотерапевтической) ролью, реализуемой любой религией. Суть её заключается в возможности религии восполнять ограниченность, зависимость, бессилие людей в отношении изменения объективных условий существования. Благодаря религии частично компенсируются тяжёлые переживания личных неудач и обид, нивелируется ощущение собственного бессилия, упорядочивается, стабилизируется и гармонизируется внутренний мир человека. Важное значение имеет психологический эффект компенсации: человек как бы «обновляется», получая утешение и духовное очищение.

Структурными компонентами религии являются религиозные представления, чувства, действия (культ) и религиозные организации.

Одним из первых исследователей религиозных организаций справедливо считают М. Вебера (1864–1920), который в 1906 году в работе «Церковь и секты» описал три признака религиозных организаций (отношение к «миру», форма членства, организационная структура), и сформулировал типологию церковь-секта-культ. В 1912 году Э. Трельч опубликовал сочинение «Социальные учения христианских церквей и групп», где дал определение понятиям церковь, секта и культ. Фактически М. Вебер и Э. Трельч создали классическую модель типологии религиозных организаций, в основе которой лежит мнение, что церкви вырастают из сект. Р. Нибур дополнил классическую типологию новым понятием — «деноминация», определив ее как промежуточную ступень между сектой и церковью. Различия между религиозными организациями приведены в таблице 1.

Таблица 1

Характеристика церкви как социальной организации

Переменные	Церковь	Деноминация	Секта
Источник членства	Большинство членов общества	Дети членов общины и привлечение новых людей	Братство верующих и обращение новых людей
Отношение к миру, государству	Тесная связь с государством	Нормальное отношение с государством, но не входит в его структуру	Негативное отношение к государству и его институтам
Тип руководства	Административно-бюрократическое (профессиональные священники)	Административно-бюрократическое (профессиональные священники)	Харизматическое (лидер)
Тип вероучения	Формальная теология	Терпимое отношение к другим точкам зрения	Упор на чистоту веры
Вовлеченность членов	Минимальная преданность и вовлеченность	Незначительная вовлеченность	Глубокая преданность
Тип религиозного действия	Ритуалы	Ритуалы	Ритуалы с глубокой эмоциональностью

Религиозная организация может претендовать на статус церкви, если она не противопоставляет себя миру, если она приемлет его культуру и соглашается с его порядком. При возникновении расхождений между культурными и церковными ценностями, церковная теология должна найти способ приспособить свои ценности к обществу, чтобы сделать их приемлемыми для общественного сознания. Секта же, пропагандируя избранность своих участников, не стремится к универсальности, а тяготеет к неприятию, осуждению мира, мирских порядков.

Для церкви участие в религиозных действиях является не обязательным, а лишь желательным поведением. Требования к членам церкви отличаются умеренностью: не принимая никакого участия в религиозных обрядах, человек может оставаться ее членом всю жизнь (через крещение в младенчестве). Членство в секте, напротив, требует полной осознанности: отказ от прежней «греховной» жизни и жесткое соблюдение всех требований.

§ 2. Психология религиозных действий

Психологический уровень изучения религии образуют отдельные психологические проявления религиозности в виде как самой веры, так и производных от нее суеверий, религиозного культа, экстаза, фанатизма и т. п. С психологической точки зрения, главным в религии является феномен веры, который является своеобразной «молекулярной единицей», присущей всем религиям — от самой примитивной до самой сложной. Как справедливо отмечал К.К. Платонов, именно понимание сущности психологии веры позволяет правильно «определить и другие явления религиозной психологии: психологию молитвы, заклинания, заговоров, исповеди и всякого рода суеверий и предрассудков»¹.

В основу понимания веры практически все теологи обычно кладут слова, приписываемые апостолу Павлу: «Вера же есть осуществление ожидаемого и уверенность в невидимом»². Вера позволяет человеку проникнуть в суть истины, недоступной опыту и превышающей человеческий разум, что отличает веру от знания.

Религиозное чувство (чувство веры) не является у человека врожденным, оно воспитывается обществом. В качестве примера

¹ Платонов К. К. Психология религии: Факты и мысли. — М.: Политиздат, 1967. — 239 с.

² Ольшанский Д. В. Психология масс. С. 247.

можно привести жестокий эксперимент Акбара, который является историческим фактом и приведен в разных исследовательских работах. Акбар, царствовавший в Индии в 1556–1605 годах, поспорил со своими придворными богословами, утверждавшими, что каждый ребенок, даже если не учить, будет говорить на языке своих предков. По его приказу несколько новорожденных детей различных национальностей поместили в полную изоляцию от других людей на семь лет. Обслуживали детей глухие слуги без сохранной речи. Результат эксперимента был вполне прогнозируем: дети рычали, кричали, даже мяукали, но разговаривать не могли. Религиозные чувства им тоже были несвойственны, дети остались «дикими».

Формула веры, предложенная раннехристианским богословом Тертуллианом: «Верую, потому что абсурдно», сохраняет свою актуальность и в настоящее время. Эта формула защитила веру от доводов разума. По мнению Д. В. Ольшанского, вера — это «психологическая готовность к заражению, внушению и подражанию», так как основана на иррациональных эмоциях и соответствующем поведении. Вера легко образует массу верующих, так как поддается действию «циркулярной реакции» и «эмоционального кружения»¹.

В массе вера может легко достигнуть уровня неудержимого аффекта, принимая форму религиозного экстаза — сильного эмоционального возбуждения, сопровождающегося утратой контроля над своими действиями, а иногда зрительными и слуховыми галлюцинациями. В экстазе люди самозабвенно истязают себя цепями (праздник «шахсей-вахсей»), доводят себя до невменяемости под нарастающий ритм неистового моления в секте трясун.

Формами проявления религиозного экстаза являются камлания шаманов, изгнание бесов, феномен кликушества. Кликушество представляет отдельный интерес, поскольку история знает случаи, когда кликуши индуцировали массовый психоз бесноватости больших групп окружающих. Кликушество проявляется как истерический припадок, сопровождающийся неистовыми криками. В основе патогенеза кликушества лежит склонность человека к внушениям, а также нестабильность эмоционального состояния, детерминированная чрезмерной чувствительностью и ранимостью.

Состояние экстаза было характерной чертой большинства древних традиционных культов, но в современном мире большинство

¹ Ольшанский Д. В. Психология масс. С. 248.

традиционных религиозных течений не практикуют религиозный экстаз. Достижение экстаза, как свидетельства избранности и глубокой веры, характерно для евангелических проповедников, а также большинства нетрадиционных сект.

Любая религия включает в себя религиозный культ — набор символических действий, основанных на вере и позволяющих выразить свою принадлежность к религиозной общности. Особая система действий, происходящих, как правило, в культовом сооружении (церковь, храм, монастырь, часовня, синагога, мечеть), дает возможность продемонстрировать Богу доказательства веры. Непременным атрибутом религиозного действия, усиливающего психологическое воздействие, является музыка, песнопения, длительное ритмичное повторение однообразных слов и движений. Участие в религиозном культе снимает эмоциональное напряжение, обуславливая возникновение спокойных положительных эмоций.

Среди религиозных действий, основанных на психологическом феномене веры, обычно выделяются три: молитва, жертвоприношение, исповедь. Молитва предполагает наличие веры в существование невидимого мира и представляет собой словесное или мысленное обращение с благодарением или прославлением, покаянием или просьбой к его представителям.

Жертвоприношение относится к одному из древнейших религиозных культов. В современном виде жертвоприношение трансформировалось в пожертвование, которое может выражаться как в прямой денежной помощи (на нужды храма), так и в приобретении у представителей религиозной общности определённых товаров (например, свечей).

Психология исповеди неразрывно связана с психологией молитвы и жертвоприношения. Каясь в грехах, верующий не просто «просит прощения» — он верит, что если раскаяться искренно, то прощение будет получено и произойдет катарсис.

Психологически близкими к религиозному культу являются суеверия, предрассудки и предчувствия — «религиозные» действия, опирающиеся на так называемую ложную веру. К. К. Платонов относил суеверия к рудиментарным осколкам прошлых религий¹. К распространенным суевериям относится представление о связи, существующей между каким-либо предметом, выступающим в роли амулета, и удачей в делах. В качестве примера можно привести повсеместно встречающуюся

¹ Платонов К. К. Указ. соч.

красную нить на руке. Миллионы людей носят красную нить, не вкладывая в это сакральный смысл. Носят на всякий случай, надеясь, что оберег защитит их от негатива и принесет удачу. Вместе с тем, данный амулет является иудейским каббалистическим оберегом и для приверженцев каббалы является сигналом о наличии у его обладателя тайных знаний, о которых в других вероучениях не знают. Интересен тот факт, что люди, носящие красную нить, отмечали, что амулет принес им счастье, умиротворение, помог найти своё место в жизни. Еще одним распространенным в последнее время оберегом является ловец снов — индейский амулет, защищающий спящего от злых духов и болезней. Так же, как и красная нить, данный амулет приобретается на всякий случай, а вдруг поможет. Хотя для огромного числа индейцев ловец снов является примером и реальным символом их самоидентификации, передачи культурных ценностей и верований. Ритуал дарения ловцов снов проводится на особых церемониях и межплеменных собраниях индейцев и отражает сильную веру в могущество ловца снов и передачу культурных ценностей дарящего.

Распространенной разновидностью суеверий является предположения о наличии связи между плохой приметой и последующими неудачами (несчастьями) человека. Например, в России и странах Европы встреча с черной кошкой считается предвестником несчастья. В США и Латинской Америке большие неприятности обещают тому, кто пройдет под лестницей или стремянкой. Интересны суеверия, связанные с числом «13», которое в некоторых странах мира считается несчастливим. Многие архитекторы Европы отказывались проектировать здания из 13 этажей. В «Формуле 1» несколько десятилетий не было гоночного болида с номером 13. Во Франции и в Германии нет домов с номером 13. В Англии корабли не выходят в море, если это тринадцатое число. Числа 13 не боятся в Китае, Индии, Индонезии, Италии, Японии, Корее и Саудовской Аравии.

Суеверия возникают и подкрепляются в результате элементарной логической ошибки: «после этого — значит вследствие этого». Помогает здесь и особая избирательность нашей памяти: одна сбывшаяся примета или некое предсказание запоминается лучше, чем десяток несбывшихся. Схожий алгоритм подтверждения, основанный на работе нашей памяти, можно наблюдать и в ситуации переживания предчувствия. Предчувствие основано на сочетании предположения с чувством тревожного ожидания. Обычно это происходит в условиях реальной или потенциальной опасности и значительного нервного

напряжения. Будучи неподтвержденным, предчувствие легко забывается. Однако подтвержденное предчувствие произвольно запоминается, создавая суеверное убеждение: «предчувствие меня никогда не обманывает».

Вера в предсказание (гадание, загадывание) развивается по сходному механизму. С незапамятных времен и до наших дней люди пытаются проникнуть в тайны бытия, заглянуть в будущее. Это привело к возникновению огромного количества всевозможных гаданий, некоторые из которых сопровождались жертвоприношением и проходили в обстановке особой торжественности. В Древнем Риме и Древней Греции гадания были частью государственной жизни: от полученного предсказания зависел ход событий. История знает много способов «заглянуть в будущее»: гадание по фото, гадание на кофейной гуще, гадание по звездам, гадание на картах и т. д. Детская игра в гадание на ромашке («любит-не любит...») — это тоже разновидность предрассудков и суеверий. По данным ВОЗ только в России насчитывается порядка 800 тысяч магов и колдунов (01.11.2010, РИА Новости). Гадания в современном мире пользуются огромным спросом: к гадалкам, экстрасенсам и магам обращаются за помощью 67 % россиянок и 4 % россиян (данные Института социологии РАН на январь 2013 г.).

Б. Спиноза считал суеверия хотя и ложными, но все-таки естественными для широких масс. В основе суеверий, по его мнению, лежит страх: «...Страх есть причина, благодаря которой суеверие возникает, сохраняется и поддерживается».

Таким образом, суеверие представляет собой веру или практику, основанную на убеждении, что некоторые явления и события представляют собой проявление сверхъестественных сил и служат предзнаменованием будущего. Устойчивость суеверий связана с тем, что в случае их подтверждения они прочно фиксируются, а факты явной ошибочности вытесняются.

§ 3. Психологические концепции религии

Сложность изучаемого феномена религии определяется многообразием вариантов определения методологического аппарата психологии религии. Религия как психологическое явление рассматривается как составная часть внутренней жизни религиозной личности. Как отдельная отрасль знаний психология религии имеет свой объект, предмет и методологический аппарат исследования.

Методы исследования психологии религии аналогичны общепсихологическим методам исследования с учетом специфики предмета исследования психологии религии.

Они включают:

- наблюдение;
- интроспекцию (самонаблюдение);
- эксперимент (лабораторный, естественный);
- психологический анализ документов;
- контент-анализ (интерпретацию религиозных текстов, культового поведения, религиозной символики и т. д.);
- тестирование;
- социально-психологический анализ религиозных сообществ и др.

Понимание религиозных явлений рассматривается различными учеными в зависимости от психологической концепции религии. В целях объяснения и понимания религиозных явлений и понятия «религиозной личности» с позиций психологических оснований привлекаются различные психологические теории: психоанализ, бихевиоризм; гуманистическая психология; гештальтпсихология и др. Рассмотрим основные из них.

Психологическая концепция религии У. Джеймса

Американский философ и психолог У. Джеймс связывал свои психологические исследования с понятием бессознательного. Его представления о природе религии развивались в русле распространенного тогда воззрения, что субъективная (внутренняя) сторона религии, в основе которой лежит религиозный опыт, генетически и функционально первична по отношению к внешней стороне — догматическому вероучению, устоявшемуся культу.

В отношении проявлений эмоций и чувств У. Джеймс придерживался мнения, что не существует специфически религиозных чувств. Есть общие чувства для всех людей, которые также проявляются в религии. Он считал, что специфика религиозного опыта заключается не в том, что затронуты какие-то особые «религиозные» механизмы человеческой психики, а в том, что происходит оптимизация психических явлений внутренней жизни человека. Например, религиозная любовь — это лишь свойственное всем людям чувство, обращенное на религиозный объект.

Одной из важнейших характеристик религии У. Джеймс считал способность вдохновлять человека по естественной склонности

совершать поступки, которые при других обстоятельствах требуют волевого усилия.

Центральное место отводилось мистическому опыту, который представляют четыре главных признака:

1) неизреченность (невозможность передать обычными словами содержание мистического опыта);

2) интуитивность (субъективное восприятие мистического опыта как некоего высшего знания);

3) кратковременность;

4) бездеятельность воли (состояние полной пассивности).

Основные черты религиозной жизни (по У. Джеймсу):

— видимый мир является только частью духовного, в котором он черпает свой главный смысл, целью жизни является гармония с внешним миром;

— молитва — реально протекающий процесс, в котором проявляется духовная энергия, порождает известные психические и материальные последствия в феноменальном мире;

— религия порождает уверенность в спасении, душевное равновесие, способствует укреплению чувств патриотизма и героизма.

Психологическая концепция религии З. Фрейда

Зигмунд Фрейд известен как родоначальник направления, получившего название «психоанализ». Вопросы религии рассматривались в его трудах: «Тотем и табу» (1913), «Будущее одной иллюзии» (1927), «Недовольство культурой» (1930), «Это человек Моисей» / «Моисей и монотеизм» (1938–1939).

В основе психоаналитической концепции религии Фрейда лежат два тезиса:

1) религия — коллективный невроз;

2) религия — коллективно вырабатываемое средство защиты от невроза.

Согласно представлениям Фрейда, верующий тот же невротик. И в доказательство данному тезису приводятся доводы о том, что религиозность имеет те же источники, что и невроз: образы, идеи, символы. Вся религиозная жизнь строится на невротических комплексах, лежащих в основе эротических влечений, травмирующем опыте, накопленном человеком.

Обстоятельство, отличающее религию от невроза, заключается в ее коллективном характере, в этом отношении религия является

мощным средством интеграции людей. Приходя в церковь, человек избавляется от личных комплексов путем принятий комплексов общественных, то есть религии.

Фрейд полагал, что религиозная иллюзия выполняет защитную функцию, и далее она исчезнет, как только человек научится преодолевать свои психологические проблемы, прибегая к исключительно рациональным средствам.

Психологическая концепция религии К. Г. Юнга

Других взглядов о религии в русле психодинамической концепции придерживался К.Г. Юнг, рассматривая ее с точки зрения философии и теории культуры. В отличие от концепции З. Фрейда религия не ставится в прямую зависимость от невротических состояний. Понимание религии автором лежит в основе его концепции коллективного бессознательного. Он выделял спонтанную активность вторичный коллективного бессознательного, его независимость от сознательных намерений субъекта. Понятие **символа** рассматривалось как нечто естественное и спонтанное, естественные символы более индивидуальны, чем мифы. В соответствии с функцией бессознательного дополнять и корректировать сознательные установки. Символ органически связан с судьбой, жизненной ситуацией, психологическим типом и несет на себе отпечаток индивидуальной психической жизни субъекта. Культурные символы возникают в результате рациональной переработки естественных индивидуальных и коллективных образов, которая осуществляется на протяжении поколений. В понимании Юнга религия есть отношение к высшим и сильнейшим по воздействию ценностям, будь они позитивными или негативными. Богом называется превосходящий по силе психологический фактор.

В рамках концепции гуманистического психоанализа Э. Фромма религия является культурно закрепленным способом разрешений экзистенциальных дихотомий. Так, религии делятся на авторитарные и гуманистические.

1. Авторитарные религии ведут человека по пути бегства от чувства одиночества, следствием является самоотчуждение и безусловное принятие власти Бога.

2. Гуманистические религии заключаются, по сути, в любви и самопознании. Центром данных религий является человек и его силы.

К гуманистическим религиям Э. Фромм относит ранний буддизм, даосизм, учения Иисуса, Сократа, Спинозы, некоторые направления в еврейской и христианской религиях.

В качестве примеров авторитарных религий могут выступать не только теистические, но и светские системы, основанные на послушании и подчинении.

Таким образом, Э. Фромм расширяет традиционное понимание религии.

Бихевиористские концепции религии

Предметом психологии в рамках бихевиористского направления является поведение, поэтому рассмотрение религиозных концепций в рамках данного направления основано на изучении религиозного поведения. Представитель бихевиоризма Давид Траут — автор книги «Религиозное поведение» начал исследование поведенческой составляющей религиозности человека с экспериментального изучения критериев веры, надежды, любви апостола Павла. Проводились исследования их психофизиологической составляющей. Надежда есть ощущение особой динамической организации нейронов, желез и мышц. Любовь — «восторженное состояние веры», переживание — усиление реакции из-за секреции желез, нейромышечной активности и действия определенного стимула. Таким образом, религиозное поведение является процессом «реинтеграции» или повторным восстановлением целого путем соединения его отдельных частей. Траут считал, что религиозное поведение может быть обнаружено почти везде и почти у всех организмов.

Гарвардский ученый В. Р. Веллс опубликовал серию статей в книге «Биологические исследования веры». Согласно его теории, вера — органическая реакция, система рефлекторных актов (действий), интегрированных таким образом, что некие утверждения или предположения могут быть восприняты позитивно.

Известный представитель бихевиоризма Б. Ф. Скиннер рассмотрел некоторые вопросы религии в книге «Наука и человеческое поведение». Религиозное поведение оказывается одним из видов оперантного поведения, в котором определяющую роль играют события, следующие за реакцией. Бег — «архетипический паттерн объяснительной фикции, плод разума, творящего призраков, плод метафизики». По Скиннеру, религиозные институты всегда выступали в качестве контролирующих поведение человека методом кнута. Интеллект сводится на нет, либо находит выход в гипнотической медитации. Базовые потребности сублимируются, создаются ложные потребности, чтобы отвести энергию.

Гуманистические концепции религии

А. Маслоу предлагал новую модель анализа религиозности человека. Отвергая организованную религию, он сосредоточивал внимание на специфических переживаниях верующего с личностными оттенками. Индивидуальная религия, по его мнению, может быть представлена совокупностью ценностных этнических установок, норм, предписаний, опосредованных этнокультурными особенностями личности. Сущность религии, относящаяся ко всем верованиям, заключается в том, что основным моментом религиозности является «личное озарение, откровение или экстаз некоего остро чувствующего пророка». Эти высшие переживания долго были областью религиозных традиций. Однако опыт таких переживаний является одной из характеристик самоактуализированных личностей.

Контрольные вопросы:

1. Какие функции выполняет религия?
2. Какая функция религии является основной в социально-психологическом контексте?
3. Что понимается под верой?
4. Являются ли понятия «вера» и «религия» тождественными?
5. Что является обязательным компонентом структуры религиозного сознания?
6. Поддается ли чувство веры действию «циркулярной реакции» и «эмоционального кружения»?
7. Совокупность каких действий представляет собой религиозный культ?
8. Какие религиозные действия основаны на психологическом феномене веры?
9. Какой из религиозных культов относят к древнейшему?
10. Что понимается под суеверием?
11. С чем связана устойчивость суеверий?
12. В чем различие веры и суеверий?
13. В чем Э. Фромм видел отличия гуманистических и авторитарных религий?
14. Как в бихевиоризме понимаются механизмы религиозного поведения и функции религии как социального института?

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Массовое сознание является сложным многоплановым феноменом, привлекающим внимание не только специалистов определенных сфер (политики, религии, социологии, психологии и др.), но и в целом всех людей. Мы завершили изучение курса учебной дисциплины «Психология массового сознания и массовых коммуникаций». Основной задачей авторов является важность и необходимость освоения психологических знаний в области психологии массового сознания для сотрудника органов внутренних дел.

В качестве принципиальных положений в контексте рассматриваемой проблемы можно выделить следующие:

1. Массовое сознание отличается общесоциальный характер, общесоциальное признание, санкционированность большими массами людей, несмотря на то, что в его содержании присутствуют в снятом виде множество компонентов психики отдельных групп членов общества.

2. В содержании массового сознания запечатлены знания, представления, нормы, ценности и образцы поведения, разделяемые значительной по своим масштабам совокупностью индивидов, — массой.

3. Политическое и религиозное сознание рассматривается как специфические формы общественного сознания в контексте ситуации массовизации психики.

4. Развитие процессов коммуникации и взаимного влияния логически приводит к образованию массового сознания, которое начинает функционировать постоянно и без очевидной прямой межличностной коммуникации, создавая, воспроизводя и поддерживая культурные образцы и стандарты социальных реакций и поведения больших масс людей.

5. Учитывая огромное влияние массовой психологии, массового сознания на процессы преобразования различных сфер общества, а также состояние безопасности и правопорядка, сотрудникам правоохранительных органов необходимо глубоко изучать состояние и тенденции развития массовой психологии.

Учебное пособие состоит из пяти глав, в которых подробно рассмотрены следующие вопросы: исторически обусловленное появление феномена массового сознания и подробный анализ указанного феномена с точки зрения психологии; массовые психические явления и состояния; психология стихийных форм поведения в политике; религия как массовое социально-психологическое явление.

Учитывая глубину проблематики психологии массового сознания, возникают сложности в его всестороннем анализе, однако авторы предприняли попытку представить современную трактовку массового сознания обучающимся в контексте развития права, психологии юридического труда, правового сознания и правовой культуры деятельности сотрудников органов внутренних дел.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

Нормативные правовые акты:

1. Федеральный закон от 07.02. 2011 г. № 3-ФЗ «О полиции» // СЗ РФ. 14.02.2011. № 7. Ст. 900.

2. Федеральный закон от 30.11 2011 г. № 342-ФЗ «О службе в органах внутренних дел Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» // СЗ РФ. 05.12.20011. № 49 (Ч.1). Ст. 7020.

Основная литература:

1. Двинянинова Е. Н. Психология массовых коммуникаций: учебное пособие. — Йошкар-Ола: ПГТУ, 2018. — 156 с.

2. Мандель Б. Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика: учебное пособие для обучающихся в магистратуре. 2-е изд., стереотип. — Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019. — 438 с.

3. Моложавенко В. Л. Психология индивидуального и массового сознания: учебник / В. Л. Моложавенко, Л. Л. Мехришвили, Е. В. Моложавенко. — Тюмень: ТИУ, 2021. — 162 с.

Дополнительная литература:

1. Грачев Г. В. Манипулирование личностью: Организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия: монография / Г. В. Грачев, И.К. Мельник. — М.: Книга по Требованию, 2013. — 236 с.

2. Мандель Б. Р. Психология рекламы: иллюстрированное учебное пособие для студентов высших учебных заведений (бакалавриат, магистратура). — 2-е изд., стереотип. — Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019. — 381 с.

3. Настявин И. М. Феномен политического сознания: монография. — Казань: Казанский научно-исследовательский технологический ун-т (КНИТУ), 2018. — 1076 с.

4. Неврюев А. Н. Политическая психология: учебник / А. Н. Неврюев, Е. Э. Тян, М. А. Гагарина; отв. ред. М. А. Гагарина; Финансовый университет при Правительстве РФ. — Москва: Прометей, 2018. — 189 с.

5. Ольшанский Д. В. Психология масс. — Санкт-Петербург: Питер, 2001. — 363 с.

6. Ольшанский Д. В. Основы политической психологии. — Екатеринбург: Деловая книга, 2001. — 496 с.

7. Оришев А. Б. «Черные коммуникации»: как управляют массовым сознанием: монография. — Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2018. — 311 с.

8. Сироткин Д. М. Массовое сознание как предмет социально-психологического исследования: монография. — Москва: Лаборатория книги, 2011. — 138 с.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Официальный сайт Президента России: <http://www.kremlin.ru>

2. Официальный сайт Правительства России: <http://www.government.ru>

3. Официальный сайт Министерства внутренних дел Российской Федерации: <http://www.mvd.ru>

4. Официальный сайт Уполномоченного по правам человека в Российской Федерации: <http://ombudsmanrf.org>

5. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» <https://biblioclub.ru/>

6. Научная электронная библиотека: <http://elibrary.ru>

Для заметок

Для заметок

Для заметок

Учебное издание

Шаранов Юрий Александрович,
*доктор психологических наук, профессор,
заслуженный работник высшей школы Российской Федерации;*
Жидкова Ольга Александровна;
Зуева Евгения Геннадьевна,
кандидат психологических наук;
Бородавко Леонид Трофимович,
доктор педагогических наук, доцент

ПСИХОЛОГИЯ МАССОВОГО СОЗНАНИЯ

Учебное пособие

Редактор *Шереметьева Т. Л.*
Компьютерная вёрстка *Фролова А. В.*
Дизайн обложки *Шеряй А. Н.*

ISBN 978-5-91837-587-7



Подписано в печать 06.10.2022. Формат 60×84^{1/16}
Печать цифровая. Объем 6,25 п. л. Тираж 50 экз. Заказ № 76/22

Отпечатано в Санкт-Петербургском университете МВД России
198206, Санкт-Петербург, ул. Лётчика Пилутова, д. 1