ПСИХОЛОГИЯ ПОЛИТИКИ

**Курс лекций**

# Тема 1

## ПСИХОЛОГИЯ ПОЛИТИКИКАК НАУКА

**Вопросы:**

1. Предмет и задачи психология политики.
2. Методы и принципы психология политики.
3. Объекты, категория и понятия психология политики.
4. Три блока психики в политике.
5. Политические установки и стереотипы.
6. Политическое поведение в психологии политики.

## Интеллектуальная разминка

*Виды политики:* внутренняя, внешняя, международная.

*Направления политики:* экономическое, социальное, демографи- ческое, молодежное, техническое, аграрное, культурно-образовательное, военное.

*Функции политики:*

1. Выражение и защита политических интересов
2. Рационализация противоречий в обществе
3. Управление политическими и общественными процессами
4. Интеграция различных слоев общества
5. Политическая социализация населения.

## Понятие о деятельности

Деятельность есть целенаправленное воздействие субъекта на объект. Вне этих отношений субъекта и объекта деятельность не суще- ствует. Деятельность связана с активностью субъекта, направленной на объект. Субъектом деятельности во всех случаях является один человек или группа людей. Объектом же деятельности может быть и человек, и животное, и неодушевленный предмет.

Рассматривая категорию деятельности, необходимо определить связанные, но не совпадающие с ней понятия – «действие», «поступок».

*Действие* – это относительно законченный элемент деятельности, направленный на выполнение одной ограниченной текущей задачи. Из действий складывается деятельность. Любое действие, в свою очередь, раскладывается на ограниченные элементы, связанные между собой в пространстве и времени. Таким образом, ***деятельность – это совокуп- ность процессов познания и исполнения, направленных на достиже- ние ближайшей осознанной цели.***

В зависимости от цели, различают следующие виды действий:

*Двигательные действия,* совершаемые с целью удержать или пе- реместить какой-либо внешний объект или свое тело в пространстве.

*Гностические действия*, совершаемые с целью получения знаний о факте действительности и удержания этого знания в сознании; гности- ческие действия подразделяются на перцептивные (восприятие), мнемо- нические (запоминание), логические. С помощью перцептивных дейст- вий воспринимаются факты действительности; мнемонические и логи- ческие действия, иногда объединенные под названием *интеллектуаль- ных,* составляют сущность *мыслительной деятельности*.

*Социально-коммуникативные действия*, направленные на установ- ление, поддержание или прекращение взаимоотношений между людьми или взаимодействия между ними. В пределах социально-коммуникатив- ных действий различают собственно *коммуникативные* действия, совер- шаемые с целью получения или передачи сообщений, установления и поддержания контактов и т.д.; *организующие* действия, направленные на побуждение других к действиям или к оценке этих действий; *обслужи- вающие* действия, направленные на удовлетворение потребностей других людей. Некоторая часть социально-коммуникативных действий, выра- жающих субъективное состояние человека или его отношение к другим людям, к принятым ими нормам или к их целям и ценностям, *составляют поступки, совокупность которых образует поведение.*

*Поведение* есть превращение внутреннего состояния человека в действие по отношению к социально значимым объектам. Оно пред- ставляет собой внешне наблюдаемую систему действий (поступков) лю- дей, в которых реализуются внутренние побуждения человека. Катего- рия поведения по своему объему есть категория деятельности. Деятель- ность может носить как реально-преобразовательный, так и идеально- преобразовательный характер, а потому быть недоступна внешнему на-

Выделяются два вида поведения: вербальное и реальное. *Вер- бальное поведение* есть система высказываний, мнений, суждений, дока- зательств и т.п., которые могут быть зафиксированы как явные признаки внутренних психических состояний.

*Реальное поведение* представляет собой систему практических действий (поступков). Практическая деятельность может быть трудовой, предметно-чувственной, духовно-познавательной, оценочной, норма- тивной1.

# Предмет и задачи психология политики

Предметом психология политики является политика, как особая деятельность человека, которая имеет свою структуру, субъект и побудительные мотивы. С точки зрения психологов, политика анализи- руется в общей концепции с социально-предметной деятельностью, раз- работанной академиком А.Н. Леонтьевым. (Деятельность → действие → операции → мотивы → цель → условия)2.

Если рассматривать внутреннюю структуру, то политика, как лю- бая сложная человеческая деятельность, раскладывается на конкретные действия, а действия на отдельные операции. Любой деятельности соот- ветствует мотив; действиям – отдельные конкретные цели и ситуации; операциям – задачи, данные в конкретной ситуации.

Всей политической деятельности соответствует мотив управле- ния человеческим поведением. Политическим действиям соответствуют определенные цели согласования или отстаивания политических инте- ресов отдельных групп или отдельных индивидов. Частным политиче- ским операциям соответствуют отдельные акции разного типа.

Центральным элементом предмета психология политики яв- ляется субъект политической деятельности. Субъектом политики могут выступать отдельные политики, большие и малые группы.

Политика как деятельность в целом, а также ее отдельные состав- ляющие могут носить организованный и неорганизованный характер.

Предметом анализа психология политики являются внутрен- ние психологические механизмы политического поведения людей – субъектов политики.

блюдению. Если деятельность – это самая общая категория, характери-

зующая активную сущность человека, то категория поведения относится лишь к той сфере жизнедеятельности человека, которая находит свое выражение в непосредственно наблюдаемых и фиксируемых социально- коммуникативных действиях.

1 Социальная психология / Под ред. Г.П. Предвечного, Ю.А. Шерковина. –

М., 1975. – С. 66 и далее.

2 См.: *Леонтьев А.Н.* Деятельность, сознание, личность. – М., 1997. –

С. 101 и далее.

***Задачи психология политики.*** *Первой задачей* предмета по- литическая психология является понимание и разъяснение психологиче- ских компонентов политики, осмысление роли «человеческого фактора» в политических процессах. Эта задача связана с аналитической функци- ей психология политики.

*Вторая задача* предполагает предвидение дальнейшей роли «че- ловеческого фактора» и роли всех психологических аспектов политики. Этой задаче соответствует прогностическая функция науки – необходи- мо не только понять сущность явления, но и уметь прогнозировать его развитие.

*Третья задача* – модификация политических явлений, изменений. Этой задаче соответствует функция контрольно-политического влияния на политическую деятельность. Следует не только понять, спрогнозиро- вать, но еще и направить развитие в нужную для политики сторону.

# Методы и принципы психология политики

Как утверждает Е.Б. Шестопал, в исследовании психологических аспектов политики соблюдается явный плюрализм методов1. В конкрет- ных исследованиях представлены психологические тесты, социологиче- ские опросы, экспертные оценки и др.

Объекты конкретного исследования обслуживаются адекватными методами. Так, феномен массового политического поведения исследует- ся такими методами, как анализ статистических данных, проведение массовых опросов, фокусированных интервью и методом фокус-групп2.

Наиболее распространенными являются следующие методы: *на- блюдение, анализ конкретных ситуаций,* психологическое *тестирова- ние, моделирование,* поведенческое *прогнозирование.* В особых случаях, например, в исследовании форм массового поведения, используются та- кие методы, как метод *неоконченных предложений,* а при исследовании восприятия политических лидеров – *метод ассоциации.* Достаточно ши- роко применяется и *психобиографические* методы, которые позволяют выяснить влияние личностных характеристик политиков на конкретные события.

Политическое мышление и политическое сознание в политиче- ской психологии исследуются такими методами когнитивистского на-

1 *Шестопал Е.Б.* Политическая психология. – М., 2002.

2 См.: *Мельникова О.Т.* Фокус-группы как качественный метод в при- кладных социально-психологических исследованиях // Введение в практическую и социальную психологию / Под ред. Ю. Жукова и др. – М., 1996.

правления, как *метод контент-анализа* (анализ текстов политиков). При исследовании личности в политическом процессе используются *методы дистантного анализа.* Если объект недоступен для наблюде- ния, то изучают тексты его выступлений, видеозаписи, мемуары и дру- гих источники. Чтобы оценить отдельные качества личности использу- ется *метод экспертных оценок.*

Психологя политикииспользует также *метод эксперимента* в лабораторных или естественных условиях. Например, этим методом можно экспериментально проверить теоретические положения о зако- номерностях поведения человека в политике.

Помимо указанных в психология политики широко исполь- зуется и метод *коррекционного воздействия* на политическое поведение и сознание личности.

В целом, особенностью психология политики является ком- плексный подход к выбору методов исследования из разных научных сфер, который образует общенаучный системный метод исследования социально-политических феноменов.

Современная политическая психология, как автономное направ- ление исследования конкретных политических явлений исходит из сле- дующих принципов:

* *Принцип взвешенности и научного объективизма,* который требует чтобы в центре исследования была «зона взаимодействия поли- тических и психологических явлений», чтобы избежать узко- политических или упрощенно-психологических объяснений объекта ис- следования.
* *Принцип гласности и публичности* утверждает, что объекта- ми политико-психологических исследований должны быть значимые для всей общественности проблемы, и которые привлекают ее внима- ние. Гласность и публичность результатов исследования позволит избе- жать их применения в негативных целях;
* *Принцип учета социально-политического контекста* призыва- ет уделять максимальное внимание политическому и социальному кон- тексту исследуемых явлений, потому что недооценка контекста может привести к опасным для общественного развития рекомендациям. В то же время следует избегать и переоценки контекста, что также опасно, как и недооценка1. Чтобы избежать этого противоречия, по мнению Д. Оль- шанского, следует опираться на методический плюрализм, который расширяет объяснительные возможности науки.

1 *Ольшанский Д.В.* Политическая психология. – СПб., 2002.

* *Принцип внимания к итоговому результату* требует, чтобы исследовали не только влияние психологических факторов на политику, но и сам процесс формирования политических явлений и тенденций их развития;
* *Принцип нейтрализма* учитывает, что современная политиче- ская психология политически и идеологически нейтральная наука. Она терпимо и взвешенно оценивает политику, людей в политике, политиче- ские институты и организации. Попытка превратить политическую пси- хологию в средство политического и идеологического обслуживания уничтожит ее как науку.

# Объекты, категория и понятия психология политики

Психологя политикивыделяет четыре основных объекта по- литики в исследовании их психологических аспектов, четыре основных круга и пятую «межгрупповую» группу проблем.

Основные политические объекты психология политики – это психология внутренней политики; психология внешней и международ- ной политики; военно-политическая психология; психология политиче- ского терроризма.

*Психологя политикивнутренней политики исследует:*

* психологию личности «политического человека»;
* проблемы социализации и социальных установок как психо- логических характеристик, которые раскрывают личность в политике;
* психологические проблемы лидерства;
* проявления политического недовольства;
* природу социально-политических конфликтов;
* психологию власти.

Психология личности политического человека рассматривается в двух аспектах.

В первом случае объектом исследования является личность лиде- ра и его психологические особенности. В этом контексте исследуются механизмы, мотивации политического поведения лидера, способы при- нятия политических решений, особенности политического мышления, политико-психологические механизмы влияния на социальные группы и слои населения.

Во втором аспекте рассматривается личность рядового участника политического процесса или представителя какой-либо социальной группы. Проблемами исследования являются:

* степень вовлеченности «среднего человека» в политику (апа-

тичность, конформизм, активность);

* изучение конкретных типов политической вовлеченности (ли- дер, присоединившийся, принимающий решения, исполни- тель);
* «качество» участия в политической деятельности (гибкость,

ригидность, креативность);

* ролевые ориентации личности, механизмы привязанности к политической системе (сентиментальный, инструменталь- ный, виды лояльности);
* социальные установки и стереотипы.

Социальная установка и стереотипы изучаются политической пси- хологией как ведущие механизмы политического поведения. Они рассмат- риваются как организованная предрасположенность личности к определен- ному восприятию ситуации, ее оценке и последующим действиям.

Установки включают в себя когнитивную (познавательную) и эмо- циональную составляющие. Психологя политикив последнее время стремится не только описать установки, но и предсказать направленность их изменения, выработать методы воздействия на эти установки.

В политике большую роль играют психология личности: эмоции, межличностные отношения, потребности, мотивы, интересы, характер, темперамент, интеллект, привычки, способы мышления, коммуникатив- ность. Они не только имеют значение, но и оказывают прямое воздейст- вие на политический процесс, а многие политические события объясняют проявления личностных качеств участников политических процессов.

*Психологя политикивнешней и международной политики.* Проблемами исследования психологии внешней и международной по- литики являются:

* личности лидеров государств, психология политической элиты;
* мировое общественное мнение, массовое настроение и их влия- ние на реальную политику;
* особенности пропаганды в международных отношениях;
* психологические механизмы ведения переговоров и урегулиро- вания конфликтов;
* этнокультурные и кросс-культурные особенности участников политических процессов;
* стереотипы и феномены восприятия сторонами друг друга.

Внешнеполитические процессы имеют ряд особенностей, кото- рым часто присущ психологический характер:

* + внешнеполитические решения требуют особой секретности от участников её принятия;
  + политические партнеры на переговорах не дают друг другу правдивой информации, и часто прибегают к дезинформации;
  + подготовленные в узком кругу внешнеполитические доку- менты носят личностный и авторитарный характер, поскольку в основ- ном они определяются руководителем внешнеполитического ведомства;
  + межгосударственные отношения – это в первую очередь межличностные отношения лидеров государств. Успех внешней поли- тики во многом зависит от взаимных симпатий или антипатий лидеров, от психологической совместимости характеров и проявлений эмоций, и от многих других качеств лидеров. Для руководителей государств чело- веческий контекст взаимоотношений не менее важен, чем политиче- ский.

В целом динамика популярности политиков, их победы и пора- жения во многом зависят от личностной психологии и от того, насколь- ко они отвечают идеалам и представлениям народа, от его восприятия своих лидеров.

Многих политиков нередко подводят те проявления личности, ко- торые массовое восприятие отвергает – высокомерие, снобизм, под- черкнутые аристократизм, отчужденность. Массы воспринимают образ лидера целостным – его деятельность, его внутренние достоинства, его внешность и внешние проявления. Последние носят особо впечатляю- щий характер, и часто выступают как установка восприятия – положи- тельного или отрицательного. Особую роль в личностной характеристи- ке политика играют умение управлять своими эмоциями, чувствами, на- строением; адекватно воспринимать и оценивать ситуацию, место и время; умение подавлять порывы, сдерживать негативные эмоции и проявлять волю. В целом эти качества являются психологическими со- ставляющими личной этики политика.

*Военно-психологя политики*в рамках психология политики ставит акценты на проблемы борьбы с реальными или потенциальными противниками – армиями, например; исследует психологию лидеров армии, вождей движения, вожаков мятежников и т.п. Военно-политическая психо- логия также ведет практические разработки психологических механизмов предательства, специальных операций. Сюда же относится подготовка под- рывных психологических мероприятий, совершенствование тактики и тех- ники допросов и «психологической войны».

*Психологя политикитерроризма* так же является объектом исследования психология политики, как особо актуальная проблема реальной политики. Она исследует причины терроризма, его виды и формы; личности террористов; включая виктимологию терроризма.

В целом объекты психология политики представлены в «ми- шени», которую разработал Д. Ольшанский, которая представляет четы- ре основных круга, и пятый – «межгрупповая» группа проблем1:



* 1. Психология политической личности
  2. Психология малой группы в политике
  3. Психология больших групп в политике
     1. Этнополитическая психология
  4. Психология масс в политике
     1. Психология коммуникаций

Таким образом, психологя политикивыстраивает объект своего внимания на четырех уровнях:

1. Анализ психологии личности в политике.
2. Анализ психологии малых групп, где рассматриваются психо- логические механизмы действий элитных групп, фракций, клик, групп давления. К этому уровню относятся отношения лидера с окружением; психология взаимоотношений внутри малых групп, ее связи с внешним миром; психология принятия решений в группе.
3. Анализ психологии больших групп (классы, страты, группы и слои населения, племена, нации, народности); политико-психологи- ческие механизмы крупномасштабного давления больших групп на при- нятие политических решений (забастовки, пикеты, межэтнические кон- фликты).
4. Анализ психологии масс и массовых политических настрое- ний: проблемы массовых политических организаций и движений, мас- совые коммуникативные процессы; к этому уровню относятся поведе- ние толпы, паника, агрессия и другие формы стихийного поведения.

1 *Ольшанский Д.В.* Политическая психология. – СПб., 2002. – С. 48.

**Категория и понятия психология политики.** Основной категорией психология политики является деятельностный подход к пониманию политики, или политика как деятельность.

Эта категория раскрывается в комплексе связанных между со- бой понятий:

1. *Политическое сознание* – одно из центральных понятий поли- тической психологии и определяется как восприятие субъектом той части действительности, которая связана с политикой. В эту действи- тельность включен и сам субъект – его действия, эмоциональное со- стояние, связанные с политикой. Сознание и деятельность – это две стороны одного целого.
2. *Политическое самосознание* – это процесс и результат выра- ботки относительно устойчивой и осознанной системы представлений субъекта о самом себе в социально-политическом плане. На основе этих представлений субъект строит свои отношения с другими субъек- тами и объектами политики как внутри социально-политической сис- темы, так и за ее пределами. Таким образом, политическое самосозна- ние – это осознание себя в политике как самостоятельного деятеля, це- лостная оценка своей роли, целей, интересов, идеалов, и мотивов по- ведения.
3. *Коллективное бессознательное (иррациональное)* – это сово- купность психических процессов, операций, состояний, которые не представлены (или недостаточно представлены) в сознании субъекта политического поведения. В некоторых ситуациях эта совокупность оказывает активное и сильное влияние на поведение людей, которое можно определить как коллективное бессознательное. Коллективное бессознательное вызывает особую форму поведения, которое полити- ческая психология определяет как массовое стихийное поведение.
4. *Политическая культура* – это понятие рассматривается как основа всей политической деятельности. Политическая культура опре- деляет характер, особенности, уровень развития в политической дея- тельности. Содержание политической культуры – это исторический опыт, память социальных общностей и отдельных индивидов в сфере политики, это их ориентации, навыки, которые влияют на политиче- ское поведение. В целом этот опыт содержит в обобщенном и преобра- зованном виде впечатления и предпочтения во внутренней и внешней политике.

Известны три основных типа политических культур – патриар- хальная, подданническая, активистская, (гражданская – смешанная).

# 4. Три блока психики в политике

В общем виде психика как внутренняя сторона политической дея- тельности может быть представлена тремя основными блоками:

1. *Политическое восприятие.* Известно, что восприятие зависит от установок и стереотипов сознания, а политическое восприятие – от политического сознания, самосознания и политической культуры. Влия- ние стереотипов и установок очень часто проявляется на неосознанном уровне. Человеческое восприятие избирательно и селективно, следова- тельно и политическое восприятие также селективно. Такая избиратель- ность формируется в процессе политической социализации. С детства человек врастает в политический мир, впитывает, копит информацию, впечатления.
2. *Политическое мышление* – это форма сознательного отраже- ния человеком процессов и явлений, окружающих политическую ре- альность, которая происходит в форме суждений, выводов, решений, анализа и умозаключений. Главной функцией политического мышле- ния является отражение политической реальности. Политическое мышление включает в себя когнитивные и эмоционально оценочные механизмы. Особенностью политического мышления является его крайняя нелогичность, а в других случаях алогичность (разные аргу- менты в газетных статьях, разное понятие терминов в политике). По- мимо этого политическое мышление оперирует перцептивными кате- гориями – образами, мифами и верованиями. Они влияют на полити- ческое сознание, политическую культуру, а в общем – на содержание политического мышления.
3. *Политические эмоции* – это форма чувственного, часто не- осознанного, но продуктивного отражения человеком процессов, яв- лений политической реальности в виде аффективных процессов и ре- акций.

По утверждению польского психолога Яна Рейковского, понима- ние отношения между политическими событиями и факторами их вы- звавшими, настолько сложны, что превышают возможности дилетанта. Эта сложность толкает индивида на эмоциональное отношение к поли- тическим событиям и на их эмоциональную, а значит и на упрощенную оценку.

Существуют особые свойства трех блоков психики в политике – это инерционность психических процессов, которые оказывают влияние на инерцию мышления, восприятия и эмоции.

*Инерция.* Во-первых, это особое свойство психики сохранять со- стояние покоя или равномерного линейного движения до тех пор, пока

внешняя причина не выведет его из этого состояния. Во-вторых, это способность приобретать под действием внешней причины ускорение и продолжать реагировать на эту причину, если даже она и потеряла свое реальное влияние.

Инерция восприятия и мышления проявляется в жесткости, ри- гидности, стереотипности как внутренней, так и внешней политики. Это проявляется в нежелании и невозможности изменить взгляд на события или их направленность, отказаться от принятого ранее решения. Инерт- ность мышления – это обычно свойство авторитарной личности или ли- дера тоталитарного режима.

Инерция мышления вызывает феномен «эскалации упрямства». Суть феномена в том, что создаются ситуации, в которых принимаются ошибочное решения и которые несут материальные, нравственные и по- литические потери. Несмотря на ошибочность курса, его продолжают осуществлять, и это приводит к эскалации ситуации и прямому увели- чению ущерба. (Война США во Вьетнаме, война СССР в Афганистане, например.)

По утверждению Д. Ольшанского, данный феномен субъективно детерминирован, его ведущими ускорителями являются два обстоятель- ства:

1. Попытка компенсировать потери как результат первоначально- го ошибочного политического решения; стремление отыграться и взять реванш за материальные и территориальные потери в результате невер- ного решения.
2. Стремление политического руководства уйти от признания своих ошибок. Страх признания ошибок является мощным стимулом упрямства.

Инерция обусловлена также массовым восприятием ошибочных решений. Чем мощнее была организована обработка масс, тем сильнее желание реализовать решение, какие бы потери общество не несло. Это объясняется стремлением повлиять на массовое сознание и настроение, доказать правильность избранного, даже если ее изначально не было.

Инерция усугубляется также угрозой ответственности конкрет- ных лиц за неверное решение и политический курс. Чем вероятнее воз- можность ответственности и наказания, тем настойчивее руководители продолжают вести свою линию в надежде на вмешательство случая.

Инерция связана также с искажением информации, предназна- ченной для массового восприятия. Стремясь любой ценой оправдать ошибочный курс, информацию для масс подвергают селекции, распро- страняя ту, которая адекватна принятому решению. Селективная ин-

формация призвана создать у масс впечатление положительной динами- ки развития общества.

Инерция поддерживается и отягощается временем. Чем длитель- нее ошибочный курс, тем труднее его радикально изменить, поскольку уже созданы объективные, организационные, субъективные и психоло- гические условия, такие, как политические организации, сформирован- ное политическое сознание, направленность деятельности на реализа- цию курса.

Инерция психики в политике может проявляться на трех уровнях: *на индивидуальном уровне* (особо опасно при неограниченной личной власти лидера группы); *на групповом уровне* («группа мышления» влия- ет на принятие политических решений, при этом следует учитывать возможность группового конформизма при сильном лидере группы); *на обобщенном уровне* – проявляется в инерции психики социальных клас- сов, слоев, этнических групп, а иногда и общества в целом.

# 5. Политические установки и стереотипы

Политические установки и связанные с ними стереотипы прояв- ляются в функционировании трех блоков психики в политике. Они включены в политическое сознание, самосознание, коллективное бес- сознательное и в содержание политической культуры.

*Установка* – это предготовность субъекта реагировать конкрет- ным образом на какое-либо явление, основанная на предшествующем опыте и политической культуре. Установка – это предрасположенность субъекта к устойчивой деятельности или устойчивому отношению к объекту. В психология политики понятие «установка» используется для объяснения отношения личности к политическим явлениям. Эти от- ношения проявляются в устойчивом и согласованном поведении в поли- тике (внутренняя согласованность).

Установки выполняют ряд функций:

* + выступают как механизм стабилизации деятельности, и по- зволяют сохранить ее направленность в меняющейся ситуации;
  + освобождают человека от необходимости принимать реше- ния и контролировать свою деятельность в стандартных ситуациях;
  + могут выступать как фактор инертности, затруднять адапта- цию к новым условиям.

В психология политики наиболее важными являются смы- словые установки, которые выражают отношение индивида к явлениям,

имеющим для него личное значение. Они производны от социально- политических установок.

Структура установок состоит из трех компонентов:

1. информационный – взгляды человека на мир, представления, стремления;
2. эмоционально-оценочный – симпатии, антипатии;
3. поведенческий – готовность действовать.

Смысловые установки также выполняют определенные функции:

* инструментальная функция – с помощью установок индивид приобщается к системе политических норм и ценностей;
* функция психологической защиты личности – помогают сохра- нить статус-кво в напряженной ситуации.

Стереотип (греч. «твердый отпечаток») в политической психоло- гии – это стандартизированный, схематизированный, эмоционально ок- рашенный образ какого-либо социально-политического явления, кото- рый обладает значительной устойчивостью. В широком смысле стерео- тип – это традиционный канон восприятия, оценки и поведения, это способ действия в заданной последовательности, единообразие инерции мышления, косность и ригидность.

Стереотип – средство оценки социально-политических явлений и он может играть двойственную роль – позитивную и негативную.

*Позитивная роль стереотипов:*

* стереотипы «экономичны» для сознания и поведения, они со- кращают процессы познания происходящего в мире и процессы приня- тия решений;
* стереотипы ускоряют поведенческую реакцию на основе эмо- ционального принятия или неприятия информации;
* в повседневной жизни человек не может постоянно подвергать сомнению правила, традиции, нормы социально-политического поведе- ния, он не всегда располагает информацией обо всех событиях, о кото- рых надо иметь личное мнение, поэтому в обыденной жизни часто по- ступают в соответствии со сложившимся стереотипом, так им проще ру- ководствоваться в ситуациях, которые не требуют особой мыслительной работы и ответственного индивидуального решения. Психика человека экономична. В этом отношении стереотипы и установки являются как бы стабилизаторами мыслительной деятельности и представляют собой

«фиксированные моменты». То есть они упрощают процесс социально- политического познания действительности.

*Негативная роль стереотипов:*

* упрощая процесс социально-политического познания, стереоти- пы ведут к построению примитивного и плоскостного политического сознания. Оно формируется на предубеждениях, что приводит социаль- но-политическое поведение к набору неадекватных эмоциональных ре- акций;
* безотчетные стандарты поведения играют негативную роль в си- туациях, когда нужна полная или объективная информация, анализ и оценка, необходимо самостоятельное решение и социально-политический выбор личности. По этой причине в массовом сознании часто складыва- ются стереотипы, которые способствуют возникновению и закреплению предубеждений и неприязни к политическим инновациям.

Стереотипы имеют свои источники формирования. Первый ис- точник – ограниченный, индивидуальный или групповой опыт, непол- ные сведения, субъективная избирательность и влияние социально- политических слухов. Некоторые аспекты стереотипов случайны и вто- ростепенны – они концентрируют разрозненный, индивидуальный и групповой опыт, отражают относительно общие и повторяющиеся свой- ства и особенности социально-политических явлений. Опыт этот недос- таточно информативен, и при этом отсутствует его анализ – когнитив- ный компонент.

Второй источник – это средства массовой информации и пропа- ганда. Законы массовой коммуникации требуют усредненного стерео- типного общения с потребителями.

Стереотипы социально-политического характера формируются по законам масс-медиа. Но при этом следует учитывать, что каждый ис- точник информации имеет свои психологические особенности воздейст- вия на потребителей информации. Например, три основных информаци- онных источника, формирующих установки и стереотипы, – радио, те- левидение и печать.

*Радио* сообщает, *что случилось, какое произошло событие.* По- требитель не видит коммуникатора, его невербальных оценок информа- ции. Происходит чисто слуховое восприятие, источник никак не влияет на оценку информации слушателями, то есть не формирует *отношения* к информации.

*Телевидение* показывает, *как это случилось*. На первый план вы- ступает зрительное восприятие, сопровождающее картинку, текст от- ступает на второй план. Лично увиденное дополняет услышанную ин- формацию и эмоционально окрашивает ее, тем самым формирует к ин- формации отношение – личный взгляд, свою оценку на событие. Уви-

денное в отличие от услышанного, воздействует на чувства, создает особое эмоциональное впечатление и особое отношение к событию.

*Печатное издание* отвечает, объясняет *почему это случилось*. В отличие от двух первых источников, оно особо активизирует политиче- ское мышление, поскольку предлагает варианты, версии, различные аргу- менты и выводы. У потребителя информации появляется возможность сопоставить, сделать собственные выводы, найти собственную версию события. Здесь необходимы аналитические усилия, политические знания, опора на свои политические сознание и убеждения, требуется особая ин- теллектуальная деятельность потребителя информации.

В целом эти источники информации влияют на три блока психи- ки в политике:

* политическое восприятие (информации);
* политические эмоции (чувственная реакция на событие);
* политическое мышление (знания, рассуждения, анализ, выводы). Дополняя друг друга, эти источники дают возможность потреби-

телю информации создать целостную картину политического события, и дать личную оценку ему при условии наличия интереса и способностей самостоятельного анализа.

В целом законы масс-медиа одним из которых является использо- вание информационных стереотипов, создают соответствующие психо- логические и поведенческие стереотипы.

Стереотип имеет свою структуру, включая «центр» и «перифе- рию». В «центре» стереотипа располагаются несколько заметных, эмо- ционально ярких и визуально воспринимаемых стереотипов. Например, это могут быть этнополитические стереотипы – такие, как черты внеш- ности людей, цвет кожи, цвет волос, форма глаз, размер носа, особенно- сти одежды, по которым легко узнается нация и ее культура. Если это социально-политические стереотипы, то ими могут быть флаг, герб, ло- зунг, девиз, по которым также легко узнается объект. Например, девиз

«один за всех, и все за одного» – моментально ассоциируется с мушке- терами, эпохой, героями романа.

С «центром» стереотипа связана «периферия» – за внешними узна- ваемыми признаками сразу в нашем воображении проступают типичные черты характера, этнопсихология, стиль поведения, образ жизни и т.д.1

Стереотипы имеют свои *механизмы действия.* «Узнав» по внеш- ним приметам в реальной жизни явление или человека, люди автомати- чески домысливают, добавляют свое восприятие, так как характеристи- ки «периферии» подсказаны устоявшимися стереотипами.

1 См. подробно: *Вундт В.* Психология народов. – М., 1998.

Стереотипы – это сильное средство управления сознанием масс, групп, индивидов. По своему содержанию они методично декларируют и навязывают стандартные, единообразные способы осмысления и под- хода к социально-политическим явлениям. Стереотипы закрепляют нормы, ценности и эталонные образцы политического поведения. Они постоянно повторяются политической элитой, тиражируются СМИ, а карательные органы вносят свой вклад в удержание масс. В целом сово- купность таких стереотипов составляет идейно-политическую основу общества. Всякая политическая система создает набор стереотипов, по- тому что они создают условия успешного функционирования политиче- ской системы.

Стереотипы поддерживаются на трех уровнях:

1. стереотипы индивидуального сознания и поведения поддержи- ваются через позитивные или негативные санкции;
2. стереотипы группового политического сознания и поведения поддерживаются традициями этноса, через уставы всевозможных пар- тий и движений через инструкции и групповые нормы;
3. стереотипы политического сознания и поведения члена обще- ства в целом.

По утверждению политических психологов, в постсоветской ис- тории переход от тоталитаризма к демократии невозможен без разруше- ния таких стереотипов, как «общенародные» и «партийные интересы», укоренившиеся в сознании масс. Необходимо разрушение такого сте- реотипа, как «общий» интерес, который подчиняет себе каждого чело- века, а вместо него укоренить в сознании и поведении человека индиви- дуальные интересы и личные взгляды на политику. В результате возни- кает модель общества, состоящего из индивидов с максимально высо- ким уровнем политического сознания и поведения. Именно такие инди- виды способны на самостоятельный и осознанный политический выбор.

# 6. Политическое поведение в психология политики

Политическое поведение является одним их основных понятий психология политики.

*Политическое поведение* – это процесс взаимодействия политиче- ских субъектов с политикой. Это совокупность действий, поступков, ак- ций субъектов политики в отношении политических институтов в рам- ках политического процесса. Политическое поведение *–* это высшая

стадия человеческого поведения, потому что оно осуществляется в высшей сфере организации человеческой деятельности в политике.

Понятие «политическое поведение» применимо к отдельным ин- дивидам, группам, организациям. Политическое поведение обусловлено его психологическими составляющими. Психологи различают три фор- мы проявления человеческой активности, которые применимы и в объ- яснении политического поведения1.

*Инстинкты* представляют собой врожденные модели, детерми- нированные биологически и задающие направление энергии поведения. Набор инстинктов достаточно широк – от дыхания до самосохранения2. В политике проявляются все человеческие инстинкты – агрессивность, жадность, солидарность, самосохранение и др. Так, инстинкты самосо- хранения могут спровоцировать политика на иррациональные поступки, вплоть до применения силы для сохранения власти. Жестокость, наси- лие, агрессия как инстинктивные формы поведения также проявляются в политике. К инстинктивным формам поведения относятся и апатия, и регрессия, подчинение и избегание – как реакция на события, в которых действуют субъекты политики.

Солидарность – тоже одна из инстинктивных форм поведения в политике. Идентифицируя себя с определенной политической группой, нацией, люди поддерживают их в достижении цели. Инстинкт самосо- хранения иногда приводит к солидарности даже оппозиционные группы. *Навыки.* В отличие от врожденных инстинктов, человеческое по- ведение в большей части является результатом научения. Политические навыки – это определенные умения для выполнения своих ролей и функций участниками политического процесса, привычки, образован- ные в определенной политической культуре, стереотипы – как следствие повторения каких-либо политических действий, упрощающие принятие

решений.

Политические *умения* или по-другому *компетентность* – это знание индивидом своей политической роли, и знание способов дости- жения цели.

Все политические системы заинтересованы в том, чтобы населе- ние обладало набором политических навыков. Для этого создаются ин- ституты, формирующие политические навыки через просвещение и ор- ганизации тренировок в исполнении политических ролей (молодежные организации, обучение на курсах, тренинги и т.д.).

1 См.: *Рубинштейн С.Л.* Основы общей психологии. – М., 1996. – С. 98

и далее.

2 См.: *Шестопал Е.Б.* Политическая психология. – М., 2002. – С. 32.

*Разумные действия* – третья форма поведения. Одним из крите- риев разумности может быть ее эффективность (цель – результат), дру- гой критерий – степень осознанности политических действий. Третьим критерием может быть соответствие политических действий политиче- ским ценностям проводимой политики. Но, как утверждает Е.Б. Шесто- пал, главным критерием разумных действий в политике является выра- женное *целеполагание.*

Чтобы политика приобрела целенаправленный характер, объеди- нила всех участников процесса, следует применять комплекс средств, включающий программы, доктрины, концепции, которые решают идео- логические задачи. Идеология в политическом поведении играет роль концентрации и систематизации целей ценностей в политике.

В целом, в реальной политической жизни все три формы прояв- ляются в политическом поведении, поскольку разделить где проявляют- ся сознательные, а где бессознательные элементы в поведении не всегда возможно.

Политическое поведение осуществляется на разных уровнях.

*На высшем уровне* – это деятельность по координации чужих по- требностей и интересов локально или в рамках целого общества (дея- тельность профессиональных политиков).

*На среднем уровне* – это деятельность по формированию и выра- жению своих политических интересов и их политической демонстрации (деятельность активистов партий, движений, организаций).

*На низшем уровне* – это деятельность по усвоению норм и ценно- стей политической системы, усвоение политической культуры (деятель- ность рядовых граждан).

На политическое поведение оказывает влияние ряд факторов по- литико-психологического характера.

* Так, политическое поведение зависит от ее общего мотива (мо-

тив – как фактор).

* Поставленные цели побуждают и регулируют политическую деятельность (цель – как фактор).
* Ситуации, которые побуждают принять самостоятельное реше- ние (ситуация – как фактор).
* Мировоззрение – как фактор побуждения политического пове- дения. От характера мировоззрения, его особенностей зависит направ- ленность, политический смыл и ценность политического поведения.

*Регуляция политического поведения.* Политическое поведение ре- гулируется, прежде всего, речевыми сигналами. Человек в процессе об- щения усваивает речевые сигналы и они создают предпосылки для пе-

ревода внешних компонентов поведения во внутренние. Происходит ин- териоризация внешнего во внутреннее. Речь как побуждает, так и регу- лирует политическое поведение во внешнем и внутреннем плане. Благо- даря интериоризации, у индивида формируется способность строить в своем сознании образы будущего, проверять самооценку, реализовать самоконтроль. Исходя из них, индивид уделяет политическому поведе- нию большее или меньшее внимание.

В повседневной социально-политической жизни политическое поведение субъектов зависит от внешней среды, от характера его взаи- моотношений с социально-политическими группами, членом которых он является. Сама группа выступает в качестве особого субъекта поли- тического поведения, имеет свои цели и мотивы. В групповом и массо- вом политическом поведении наблюдаются такие явления, как подража- ние, эмоциональное заражение, сопереживание, подчинение своего по- ведения групповым нормам и ролевым установкам. В данном случае подражание выступает как регулятор поведения.

*Аксеологические регуляторы политического поведения.* Ценност- ные регуляторы политического поведения проявляются в том случае, если действие принимает характер поступков. Политические поступки – это личностно значимые и осмысленные политические акты, которые контро- лируются, либо отвергаются системой принятых норм. Поступок – выс- ший уровень политического поведения, социально оцениваемый акт по- ведения, побуждаемый осознанными мотивами. В поступке человек че- рез сознательное действие утверждает себя как личность по отношению к самому себе, группе или обществу в целом. Психологя политикиопределяет поступок как основную единицу социально-политического поведения. Личность, например политика, определяют его поступки, во- ля, способность противостоять, отстаивать. Поступок может быть осу- ществлен через действие и бездействие, даже движение, жесты, взгляды, тон, речь могут быть расценены как поступок. При оценке поступков следует учитывать нормы, принятые в данном обществе. То, что оцени- вается позитивно в одной группе, может осуждаться другой группой или средой.

Политическое поведение может быть адекватным и неадекватным (патологическим). Можно назвать две причины неадекватного (патоло- гического) политического поведения:

 неадекватность поведения вопреки объективным требованиям к ситуации (например, существует внешняя угроза стране, а оппозиция вместо внутренней консолидации поддерживает внешние силы);

 поведение вопреки своим внутренним установкам (конфор-

мизм). В этих случаях у индивидуума происходит рассогласование меж-

ду мотивом и поступком, нарушается целостность политического пове- дения и действие завершается по-иному, чем оно задумывалось.

# Иллюстрация к лекции

## Персональный взгляд на тему

*Одайник В*. Политическое как психологическое: когда карта ста- новится территорией // Психология политики. – М., 1996. – С. 366–372.

Сегодня уже для многих становится очевидной взаимозависи- мость и взаимосвязь политических и психологических аспектов в сфере человеческой деятельности. Все большее число людей, так или иначе связанных с решением политических задач в обществе, начинает пони- мать важность учета психологического фактора, равно как и значимость участия в политической сфере специалистов-психологов самого разного профиля. Растет осознанное представление об общественных проявле- ниях расизма, национализма, религиозного нетерпения, мужского или женского шовинизма, о поиске социальных «козлов отпущения» разных мастей: от «жидо-масонов» и «агентов ЦРУ» до «лиц кавказской нацио- нальности», как психологической проблеме. Понимание психопроек- тивной сущности этих общественных явлений служит более углублен- ному развитию социальной психиатрии и психотерапии. Поэтому, куль- турная специфика того или иного общества, группы, профессиональной организации и др. начинает осознаваться как психологическая пробле- ма. Для россиян это особенно актуально сейчас в условиях утраты мно- гих общественных и личностных ценностей, взращивавшихся десятиле- тиями в атмосфере тоталитаризма.

Оказавшись, подобно Приаму на развалинах идеологической Трои, бывший «строитель коммунизма» вынужден искать новые и пре- жде всего свои собственные личностные ориентиры, которые с разной степенью драматичности формируются и в области политического соз- нания. Вспышка политической и экономической активности в постпере- строечный период сама по себе приобрела скорее психологический, не- жели политический характер.

Другое дело, что этот психологический характер носил и продол- жает носить черты спонтанной аморфности, концептуальной неартику- лированности. И одновременно с этим мы часто оказываемся свидетеля- ми полного пренебрежения психологическим фактором со стороны обще- ственных деятелей самого разного направления, с одной стороны, и про-

валом политических психологов в их попытке внедриться в политическую теорию и внести в нее новое понимание – с другой.

Почему это продолжает происходить? Почему психологов не слу- шают и относятся к ним порой как к городским сумасшедшим? Отчасти это происходит потому, что государство, привычно узурпирующее власт- ные политические функции, ведет себя «против человека», образуя ус- тойчивую оппозицию «личность – государство». А личность, со своей стороны, жертвенно-пассивна, следуя формуле, что «рабы свободных песен не поют», не зная или забывая о том, что политическое как психо- логическое живет в самом человеке, оно равноценно индивидуальному человеку, поскольку пребывает внутри него самого. Отчасти в этом ви- новат и академический пан-психизм, оторванный от жизненных реалий, взращенный в кабинетной тиши. И естественно, что люди, вовлеченные в политическую игру, в достаточно сложный процесс принятия полити- ческих решений или даже остающиеся в роли сторонних наблюдателей, но так или иначе переживающие в полноценном «обывательском» смысле судьбу того или иного политического процесса, очень часто бы- вают обижены или огорчены грубым и плоским психологическим ре- дукционизмом, к которому любое политическое явление, конечно же, никак не сводимо.

Ясно, что недостаточно объяснить, скажем, профессиональное вовлечение в политику комплексом власти или бессознательной гомо- сексуальной ориентацией. Объяснения такого рода неизбежно будут по- рождать профессиональную глухоту и пренебрежение со стороны, в ча- стности, самих политиков. И все же мало кто сегодня будет отрицать важность психологического подхода в области политической жизни, по- литического дискурса, психологии тех или иных политических лидеров. Иррациональные комплексы, одержимость героизмом, отрицание собст- венных теневых качеств и многоликая проекция, приобретшая форму параноидальной убежденности – обычные составляющие «нормальной» психики многих «цивилизантов». Неудержимое стремление к власти, за которым стоит желание подчинить других, чтобы доказать свое герои- ческое превосходство самим себе и окружающему миру, потребность иметь внешних врагов и «козлов отпущения», дабы приписать послед- ним все нежелательные качества, которые мы не способны углядеть в самих себе, – вот лишь некоторые образцы такой «психопатологии по- литической жизни», составляющей главную опасность для межличност- ных и межнациональных взаимоотношений.

Интересно, что общественное мнение зачастую приветствует та- кую «норму» и рассматривает того или иного представителя политиче- ской элиты как «больного», если узнает, что последний имел дело с

психотерапевтическим консультированием или психоанализом, тем са- мым автоматически его дисквалифицируя. Со стороны властных струк- тур, потенциальных носителей подобных «психопатологических» факто- ров, часто наблюдаются попытки создавать коллективную атмосферу массовой истерии и параноидальной одержимости. Наша общественная и политическая история последних десятилетий полна подобными приме- рами.

Глубинная психология издавна отличалась стремлением понять суть общественных процессов, которую Фрейд относил к «загадкам ми- ра». Карл Юнг в ряде своих работ прямо говорил о том, что психологи- ческая точка зрения на политику оказывается весьма ценным приобре- тением в обществе. «Мы живем во времена великих потрясений: поли- тические страсти воспламенены, внутренние перевороты привели на- циональности на порог хаоса, и даже сами основы нашего мировоззре- ния сотрясаются. Такое критическое состояние дел оказывает огромное влияние на индивида, так что аналитический психолог должен прини- мать во внимание результаты такого воздействия с особым тщанием. Раскаты грома социальных потрясений слышны не только на улицах и площадях, но и в тишине консультационного кабинета. И если психоте- рапевт ответственен перед своими клиентами, то он не смеет уводить их на спасительный остров тихой природы теорий, но лично сам должен участвовать в сражении конфликтующих страстей и мнений. Иначе он не сможет правильно понять и оценить сущность проблемы пациента или помочь ему выйти из недомогания, не высовываясь из своего убе- жища. По этой причине психолог не может избежать схватки с совре- менной историей, даже если его собственная душа страшится политиче- ского волнения, лживой пропаганды, дребезжащих речей демагогов. Нет нужды упоминать о его долге как гражданина, который требует того же самого».

К этим мыслям, высказанным почти полвека назад, но восприни- маемым сегодня с ощущением огромной значимости, можно лишь доба- вить, что от степени их понимания обществом сегодня зависит уже наше коллективное выживание, и проблема приобретает все более отчетли- вый экзистенциальный характер. К месту будет упомянуть, что и сам Юнг не избежал вышеупомянутых издержек психологии. Он действи- тельно был склонен видит все и вся сквозь призму архетипической ди- намики и психологических терминов, подчас игнорируя – и игнорируя сознательно – социальные, исторические, культурные и, прежде всего, политические факторы. Такое игнорирование привело и его самого к моральной и личностной проблеме в конце тридцатых годов. Отчасти это объясняется его стремлением завоевать для аналитической психоло-

гии общественное лицо, право на существование. Но как раз теми един- ственными, кто может ограничить себя от бездумного расширения гра- ниц психологической инфляции и наивного энтузиазма, и являются са- ми психологи. Корпоративный психологический рост означает в этом смысле утверждение самоограничения, установления концептуальных и доктринальных границ. А из этого следует, что необходимо рассматри- вать само психологическое как один из факторов личностного и коллек- тивного наряду с факторами социальными, историческими, культурны- ми и политическими. В равной степени это касается социологов, исто- риков, культурологов и политиков, претендующих на целостное описа- ние картины мира.

Поскольку сегодня самые разнообразные политические вопросы вызывают отчетливый психологический интерес, важно дать определение самой политики. Здесь просматривается два четких уровня: первый – по- литика это набор некоторых действий, направленных на распределение власти и экономических ресурсов в какой-либо стране или в мире между странами. Этот официальный уровень политики включает в себя средст- ва массовой информации, систему образования и все те социальные ин- ституты, которые контролируют явления социальной жизни. Второй уровень политики – личностный. Он представляет собой сам способ, ко- торым первый уровень актуализируется в индивидуальном сознании, как он проявляется в личности, в семье, во взаимоотношениях людей, в профессиональной деятельности, а также в восприятии человеком про- изведений литературы и искусства, в религиозном самоощущении, в решении социальных проблем и отношении к самому себе и другим лю- дям. Эти уровни тесно связаны друг с другом, и практическому психо- логу не составляет труда наблюдать повсеместное пересечение публич- ной, официальной, основанной на власти политики и политики индиви- дуальной, субъективной, незаметной во внешних проявлениях.

Незримый процесс интернализации, тем не менее, дает о себе знать в атмосфере консультационных кабинетов. Практические психо- логи, психотерапевты и психоаналитики наряду с журналистами и со- циологами являются теми немногими людьми, которые имеют активный доступ к подобного рода информации. В этом смысле они выступают как непосредственные политические обозреватели и как свидетели тех процессов, благодаря которым официальные политические события и метаморфозы проецируются на внутриличностную структуру, становят- ся процессами интрапсихическими, приобретают форму личностных фантазий и представлений, составляют содержание сновидений и пр.

Очевидно, что профессионалы в этой области оказываются своего рода посредниками между политическим и психологическим. А психо-

терапия, как таковая, выступает, среди прочего, в роли культурного моста между миром политики и внутренним психокосмосом. Другим важным аспектом личностной экзистенции является личностное и инди- видуальное развитие. Здесь мы выделяем, например, физическое, сексу- альное, психическое, речевое, профессиональное, социальное, духовное и другие области развития. Уместно включить сюда и развитие полити- ческое. В сегодняшней образовательной сфере этому виду развития в российском обществе уделяется весьма скромное место. Образователь- ный и рефлективный уровень подавляющей части населения в этой об- ласти, как это ни печально, удручающе низок.

# Тема 2

## СТАНОВЛЕНИЕ НАУКИ «ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ»

**Вопросы:**

1. Американская и Европейская школы психология политики.
2. Политико-психологические идеи России в XIX в. Советские и постсоветские исследования психология политики.
3. Психологя политикив теоретических моделях.

## Интеллектуальная разминка

*Бихевиоризм* (от англ. behaviour – поведение) – направление в американской психологии XX века отрицающее сознание как предмет научного исследования и сводящее психику к различным формам пове- дения, понятого как совокупность реакций организма на стимулы внеш- ней среды.

*Гуманистская психология* – направление западной (преимущест- венно американской) психологии, признающее своим главным предме- том *личность* как уникальную целостную систему, которая представля- ет собой не нечто заранее данное, а «открытую возможность» самоак- туализации, присущую только человеку. Основные положения гумани- стической психологии: человек должен изучаться в его целостности; каждый человек уникален, поэтому анализ отдельных случаев не менее оправдан, чем статистические обобщения; человек открыт миру, пере- живания человеком мира и себя в мире являются главной психологиче- ской реальностью; человеческая жизнь должна рассматриваться как еди- ный процесс становления и бытия человека; человек наделен потен- циями к непрерывному развитию и самореализации, которые являются частью его природы; человек обладает определенной степенью свободы от внешней детерминации благодаря смыслам и ценностям, которыми он руководствуется в своем выборе; человек – это активное, интенцио- нальное (интенция – от лат. intentio – стремление) – направленность сознания, мышления на какой-либо предмет), творческое существо.

*Психоанализ* (от греч. phyche – душа и analysis – разложение, рас- членение) – совокупность способов выявления в психотерапевтических целях особенностей переживаний и действий человека, обусловленных неосознаваемыми мотивами1.

# Американская и европейские школы психология политики

Как утверждают Л. Гозман и Е. Шестопал еще не написана под- робная история психология политики, начиная от Платона и до на- ших дней. Но одно не вызывает сомнения – историю этой науки делали выдающиеся политические мыслители.

Издревле проблемы отношения личности и власти, природы че- ловека в политике, воспитания гражданина, вопрос о том, каким должен быть правитель не только интересовали мыслителей, но и были объек- тами их исследований.

*Аристотель эти проблемы описал в «Политике», Макиавелли в*

*«Государе» и «Истории Флоренции», Жан Жак Руссо в «Об обществен- ном договоре, или принципах политического права», Гоббс в «Левиафа- не», Гегель в «Философии права», Вебер в «Политике как призвании и профессии» и т.д.*

Это не все личности, чьи труды легли в основу науки «политиче- ская психология». Естественно, эти мыслители в своих теоретических ра- ботах не выделяли психологические аспекты политики. Психологии как науки в современном смысле слова не было еще даже во времена Руссо и Гоббса.

Первые концепции, которые содержали *психологические аспекты* политики появились в первой половине XIX века. Исследователи (исто- рики, философы, политологи, социологи) обратили внимание на то, что в самой политике появилось совершенно новое явление: помимо коро- лей, царей, вождей в политике стали играть заметную роль массы. Пер- вым, кто отразил это явление в фундаментальных работах «Психология масс и народов», «Психология толпы», «Психология социализма», был француз Г. Лебон. Следом появилась работа итальянца С. Сигеле «Пре- ступная толпа», затем «Социальная логика», «Мнение и толпа» францу- за Г. Тарда.

1 Психология. Словарь / Под общ. ред. *А.В. Петровского.* – М., 1990. –

С. 42; С. 91; С. 302.

Русскую научную школу представил Н.К. Михайловский работой

«Герой и толпа», в которой одинокая личность – герой, главный творец истории и революции, а толпа – пассивная и ведомая героем. Сильная личность заражает толпу, живущую по законам стадности.

Вторая проблема, которая вызвала интерес у первых или ранних политических психологов, были *психология народов и рас, националь- ный характер.* Исследователи пытались *соединить знания о личности* с анализом культурных и социальных явлений, в том числе и *политиче- ских*. Проблемы эти нашли отражение в работе Г. Лебона «Психология народов и масс», В. Вундта «Психология народов», описавших через манеры, язык одинаковые физические и психологические склонности людей одной национальной общности.

Третьим источником формирования современной западной поли- тической психологии стали идеи *психоанализа.* Известная работа Г. Лас- суэлла «Психопатология и политика», в которой он утверждает: «поли- тология без биографии подобна таксидермии – науке о «набивании чу- чел», следовательно, описание политического процесса без его творцов скучно и неверно. Одно из первых исследований личности политика принадлежит З. Фрейду и послу У. Буллиту, которые первыми написали психологический портрет Вудро Вильсона – американского президента.

Большой вклад в создание таких портретов внес Г. Лассуэлл. Он искал скрытые *бессознательные мотивы поступков политических деяте- лей.* Объяснения находил в особенностях их детского развития и во внут- ренних конфликтах. Власть таким политикам, по его утверждению, необ- ходима для вытеснения и компенсации психологических травм, и в ре- зультате вывел тип «политического человека», который свои личные мо- тивы рационализирует через общественный интерес.

Системно и фундаментально разработка политической психоло- гии началась в США во второй половине XX века. В 60-е годы в США была создана группа, а затем Институт психиатрии и внешней политики. Общество политических психологов (статус международного) стало из- давать журнал «Политическая психология». И ныне большая часть ис- следователей, получивших мировую известность, – М. Германн, С. Реншон, Р. Такер, Р. Кристи и другие живут в США.

В Европе также сложились свои традиции и научная школа поли- тической психологии. А. Ашкенази (Германия), С. Московичи (Фран- ция), А. Сэмюэль (Великобритания) и другие внесли свой вклад в иссле- дование психологических аспектов политики.

Историки психология политики утверждают, что современный этап развития психология политики начал свой отсчет в 1973 году. В США была издана коллективная монография, которая обобщила опыт

развития этой науки, и определила направление для дальнейшего иссле- дования психология политики.

Особый вклад внесла М. Германн (США), которая в своих рабо- тах выделила следующие главные проблемы современной психология политики:

1. Изучение проблем должно быть сосредоточено на взаимодей- ствии политических и психологических феноменов.
2. Объектом исследования психология политики должны быть значимые политические проблемы, которые привлекли внимание общественности.
3. Следует особо уделить внимание политическому и социально- му контексту анализируемых политических явлений.
4. Необходимо изучать не только результат психологических воз- действий на политику, но и процесс формирования политических убеж- дений.
5. Следует применять разные методы сбора данных для исследо- ваний – соблюдать методологический плюрализм1.

# Политико-психологические идеи России XIX века.

**Советские и постсоветские исследования психология политики**

Основу Российской дореволюционной школы политической пси- хологии следует искать в названой ранее работе народника Н.К. Михай- ловского. До сих пор представляют интерес концепции ряда русских мыслителей и исследователей, такие, как *«Очерки по истории русской культуры»* П. Милюкова, в которой он показал не только этапы разви- тия российской политической культуры, но и особенности становления русского политического сознания. Далее следуют работы известного русского социолога П. Сорокина *«О свободах»* и *«Голод и идеология общества».* В этих трудах он размышлял над проблемой равенства, сво- бод и прав человека, осмысливая эти проблемы не только как социолог, но и как психолог, то есть анализируя исторический опыт России с точ- ки зрения психологии.

В 20-х годах XX века достаточную известность получила книга Г. Чулкова «Императоры. Психологические портреты» (новое издание в

1 Д.В. Ольшанский эти проблемы современной психология политики рассматривает как принципы психология политики. См.: *Ольшанский Д.В.* Политическая психология. – СПб., 2002. – С.51–52.

1991 г.). В ней представлены блестящие психологические портреты рус- ских императоров, которые и ныне читаются с таким же интересом как и в период выхода книги.

Определенный вклад в историю становления науки психология политики внес русский врач-физиолог В.М. Бехтерев. В монографии

«Коллективная рефлексология», в отличие от Н.К. Михайловского, В.М. Бехтеров объяснил политическое поведение масс «коллективными рефлексами», а не только воздействиями героя толпы. Ранее известный русский историк В.О. Ключевский создал исторические портреты поли- тических деятелей России, описав их психологические особенности. Да- лее В.О. Ключевский исследовал и показал влияние массовой психоло- гии на развитие политических процессов и кризисов в обществе.

Советский период развития психология политики характери- зуется застоем в её исследовании и умолчанием роли психологии лич- ности, групп и масс в политике. Но идеи психологии воздействия на по- литические взгляды и убеждения масс очень искусно использовал В.И. Ленин. Можно утверждать, что первые политические слоганы, ори- ентированные на социально-политические потребности масс принадле- жат именно ему. Его знаменитый призыв-обещание – «землю крестья- нам, фабрики – рабочим, власть – советам» воздействовал на сознание масс сильнее, чем какие-либо другие программы большевиков. Игнори- рование психологии в политике, а затем и свертывание исследований в этой области объясняется тем, что тоталитарный режим не признавал возможности влияния отдельного человека и групп на политические процессы. Идеология тоталитаризма опиралась на коллектив – его при- оритетность, ценности и интересы. В целом, психологические аспекты политики в советской науке прямо не исследовались и не развивались. Марксистско-ленинские обществоведческие науки утверждали *опреде- ляющую роль масс в политических процессах,* и при этом недооценивали значение личностного фактора и деятельности индивида, групп в поли- тике.

Но …парадокс, на практике правящая партийная верхушка опро- кидывала теорию, порожденную ею же – то есть она создавала такой культ личности, который затмевал известные в истории культы.

Роль масс при этом была очень упрощенной – безликая сумма ин- дивидов, а в движение ее приводит лишь *воля политического авангарда* – *партийного вождя*.

При таком отношении к массам психологический фактор был и не нужен. При этом, как утверждают историки предмета политической пси- хологии, – *не было реального знания о политическом сознании и поведе-*

*нии отдельных представителей этой массы, да и самой массе, в силу от- сутствия обратной связи между партийной верхушкой и народом*1*.*

Первые работы советских исследователей по политико- психологической проблеме появились в годы хрущевской оттепели и позже в период Горбачевской перестройки. Так в 1960-е годы появились работы В.Д. Парыгина – «Основы социально-политической психоло- гии», «Общественные настроения», Б.Ф. Порщнева «Социальная психо- логия и история».

Эти и другие исследователи ввели в научный оборот проблемы политической деятельности в ее человеческом измерении, то есть пока- зали психологические аспекты политики. В эти же годы публикуются труды западных ученых по психология политики, естественно, с комментариями в контексте советской идеологии. Но проблема полити- ческой психологии оставалась невостребованной и развивалась в от- дельных отраслях знаний. Как например, в рамках *страноведения.* По- литологи-страноведы обсуждали проблемы политического сознания, политической культуры, политического поведения и участия в рамках зарубежного материала. Проводить исследования в своей стране прямо не запрещалось, но и не рекомендовалось. Основу современной полито- логии и отчасти психология политики, заложили советские полито- логи А. Галкин, Ф. Бурлацкий, Г. Шахназаров.

В 80-х годах возник особый интерес к психологии политики. Это было связано с началом демократизации и гласности. В историю этот пе- риод вошел под названием «перестройка». Уже явно наметился запрос политической реальности на исследования психологии политики, и поя- вились работы А. Асмолова, Г. Дилигенского, А. Ольшанского, Ю. Шер- ковина.

Особый импульс к развитию психологя политикиполучила в 90-е годы. Появилась потребность в исследованиях электорального поведения; восприятия образов власти и политиков; психологии лидер- ства; психологических факторов становления многопартийности; поли- тической социализации; организации выборов.

В 1993 г. образовалась Российская ассоциация политических пси- хологов. Были изданы учебные пособия по психология политики:

1 Рекомендуется прочитать: *Раскольников Ф.* Открытое письмо Сталину. Личное мнение. – Вып. 2. – М., 1990. – С. 167–175; *Ахматова А.* Реквием // Соч.: В 2 т. – М., 1990. Т. I – С. 196–202; *Сартр Ж.П.* Экзистенциализм – это гума- низм // Сумерки богов. – М., 1989. С. 319–344; *Карякин Ю.* «Ждановская жид- кость» или против очернительства. Иного не дано / Под ред. Ю.Н. Афанасьева. – М., 1988. – С. 412–423.

Е. Шестопала «Очерки психология политики»; А.И. Юрьева «Вве- дение в политическую психологию»; Г.Г. Дилигенского «Социально- политическая психология»; Л.Я. Гозмана, Е.Б. Шестопала «Политиче- ская психология».

В настоящее время в России ряд исследователей ведет фундамен- тальные и прикладные исследования по этой проблеме, одновременно развивается аналитическая и консультативная деятельность политпси- хологов.

# Психологя политикив теоретических моделях. (Ведущие школы и направления

**психология политики)**

Современная психологя политикипредставлена разными теоретическими моделями. Их можно разделить на два направления1.

Первое – позитивистская теория – основана на *объекте исследо- вания – человеке.* Человек в ней представлен как простой винтик поли- тической машины. Следовательно, нужно просто наладить работу этой машины. А в целом, согласно этой теории, человек является объектом политического воздействия (*функционалисткие теории*).

Вторая тенденция основана на том, что человек является не толь- ко объектом политического воздействия, но и целью развития политиче- ской системы и ее основным субъектом (*антипозитивистские теории*).

Теоретические представления политических психологов *позити- висткого типа* моделей представлены в нескольких *функционалистких теориях*. Рассмотрим некоторые из них.

Одной из известных является *теория* «*политической поддерж- ки*», разработанная американскими психологами и политологами Д. Ис- тоном и Дж. Деннисом (60-е годы).

Основные идеи теории: политика – это такая система, которая по- строена на принципах «входа» и «выхода». На «входе» граждане предъ- являют определенные требования к власти, но при этом обязуются под- чиняться правилам, предложенным элитой. На «выходе» – власти при- нимают решения, выполнять которые будут граждане. Исследователи обнаружили, что и на «выходе» и на «входе» сбои в политической сис- теме объясняются человеческим фактором. Следовательно, надо найти способ чтобы система не давала сбоя. Д. Истон и Дж. Деннис нашли вы- ход в следующих идеях: сбои системы уменьшаются, если граждане

1 См.: *Шестопал Е.Б.* Политическая психология. – М., 2002.

принимают предложенные им системой правила игры *без сопротивле- ния и добровольно*. А для этого нужно, чтобы требования системы впи- тывались с раннего возраста, по мере социализации. Тогда запросы гра- ждан *будут предсказуемыми и менее разнообразными.* (Можно этого добиться силой, но это приведет к политической нестабильности.)

Вообще политические воззрения Д. Истона и Дж. Денниса – это смешение *психоаналитических и бихевиористских идей*. Они считают, что политические установки взрослых – это конечный продукт преды- дущего научения. И эти научения в первую очередь определяют их по- ведение. Базовые детские чувства труднее вытесняются и изменяются, чем те, что приобретены позже – утверждают они.

Разумеется, политика не является центром детской психики. Ги- потеза исследователей основана на предположениях, что основой поли- тических убеждений взрослого человека являются общие (неполитиче- ские) установки, корни, которых можно найти в *детском опыте – это тип семьи, опыт взаимодействия с властью отца или учителя*. Теоре- тики политической поддержки выводили из этого опыта дельнейшее от- ношение гражданина к власти в государстве. Если ребенок вырос в ав- торитарной семье, то впоследствии это может сформировать его отно- шение к главе государства, президенту, такое же как к отцу семьи. То есть сознание личности принимает власть таковой, какой она была сформирована в семье по отношению к отцу, матери, учителю.

Авторы делают следующие выводы: человек будет оказывать по- литической системе поддержку в зрелом возрасте, если его отношение к системе в детстве было позитивным. При этом детская политическая картина мира не совпадает со взрослыми политическими убеждениями. Но базовые ценности поддержки остаются и проявляются в лояльности к власти, в доверии к государству, в симпатии к национальному флагу, в уважении к гимну, в идентификации со своей страной.

Такая поддержка является необходимым стабилизирующим компонентом политической системы. Без нее она разлаживается. А в случае широкого распространения негативного образа власти, начи- наются негативные движения, такие, как протесты, экстремизм, терро- ризм, апатия и др.

Далее Д. Истон и Дж. Деннис и их последователи приходят к вы- воду, если система хочет себя сохранить, то она должна позаботиться, чтобы новые поколения с раннего детства получили позитивные впечат- ления от политики. Средства воспитания должны быть адекватными – комиксы, мультфильмы, игры, детские книги, кино, в которых различ- ные представители власти – от полицейского до президента, были бы представлены положительными, идеальными и вводили ребенка в «хо-

роший мир взрослых». Впоследствии этот образ детства взрослый чело- век переносит на реальную власть и систему.

Другой разновидностью функционалистской теории стала *«роле- вая теория политики»*. Ролевой подход к анализу политики был заимст- вован функционалистами из социологии и психологии. Появление тео- рии было вызвано периодом модернизации политических систем (1970– 1980-е годы). Это потребовало мобилизации новых слоев населения, ра- нее политически малоактивных. Основные идеи ролевой теории поли- тики заключаются в том, что роль участника политического процесса сводится к простой адаптации гражданина к политической системе и пассивному усвоению имеющихся образцов, к тому, что гражданин должен выполнять нормативные предписания системы.

Следующая идея ролевой теории заключается в том, что эффек- тивное включение человека в роль происходит посредством идентифи- кации личности с системой в целом и с отдельными политическими ин- ститутами (партии, организации). Функционалистская трактовка роли человека в политике породила ряд возражений, вызванных реалиями жизни и изменением политических процессов, в которых исполнители политических ролей уже не вмещаются в предписанные политической системой образы политического поведения – т.е. их роли расширились, и стали приобретать активные формы участия в политике. Уже с 90-х годов приверженцы ролевой теории вынуждены были искать такие ро- левые рамки, за которые исполнитель не должен выходить, и поэтому правящая элита вынуждена была искать способы политического участия без конфликтов. Но поскольку полное бесконфликтное участие недос- тижимо, следовательно, надо искать способы сосуществования с кон- фликтами. Поэтому стала доминировать идея консенсуса, которая по- зволяла не только сосуществовать в согласии, но и управлять конфлик- тами. Ролевая теория оказалась наиболее эффективной для решения этой задачи. Так, получила распространение идея разрешения междуна- родных конфликтов методом «переключения ролей», предложенная Б. Коэном и А. Рапопортом1. Конфликты в жизни общества неизбежны, и чтобы цивилизовать их, нужно ввести определенные правила игры, такие, как *«мысленный обмен ролями».* Например, мотивы поведения сторон в международном конфликте были смоделированы по аналогии с такими ролями, как «шофер и грабитель машины», «хозяин дома и вор- взломщик». С помощью таких ходов американские политические пси-

1 В русском переводе широко известна работа А. Рапопорта «Мир – со- зревшая идея». – Дармштадт, 1993, в которой теория обмена ролей рассматрива- ется в урегулировании международных конфликтов.

хологи просчитали ходы в отношении СССР (естественно, грабитель и вор-взломщик был СССР, а США выступали в роли защищающегося), т.е. агрессивную роль приписывали СССР, а США – обороняющихся.

Следующее направление функционалистов – *теория политиче- ского бихевиоризма.* Теория политического бихевиоризма относится к более психологизированным теориям политики, которая оказала боль- шое влияние на современное понимание поведения человека в политике. Основная задача этой теории – изучение индивидуального пове-

дения человека с целью *оптимизации управления им со стороны элиты.* Классический бихевиоризм – это прямое влияние среды на поведение индивида. Именно эту идею заимствовала политология из психологии.

Формула классического бихевиоризма **S (стимул)→R (реакция)**

**→ P (поведение)** объясняет суть теории, которая рассматривала роль лич- ности только как послушного исполнителя воли власти. Подобный под- ход к пониманию роли человека, объясняет нарастающее нежелание ин- валидов участвовать в политике. Нужны были новые исследования и новые подходы, чтобы активизировать политическое поведение людей. Решение было найдено в формуле S**→**P, то есть, выявив причину поли- тической отчужденности, бехевиористы предлагали формулу S (соци- альные условия) **→**P (политическое поведение).

Исследователям следует измерить S, найти ответ и провести кор- реляцию – между показателями первого и второго, учитывая, что плохие условия порождают отчуждение; хорошие условия – вызывают пра- вильное поведение. При таком подходе имеют значение ситуативные факторы, но не внутренняя активность индивида.

Радикальные бихевиористы формулу **S→R→P** используют для контроля поведения индивида, что получило название *«модификация поведения».* Главный теоретик бихевиоризма Б. Скиннер предельно от- крыто поставил задачу – ошибочно полагать, что проблема заключается в том, чтобы освободить людей. Она состоит в том, чтобы усилить кон- троль над ними.

Кстати, идеи Б. Скиннера послужили «научной» основой про- грамм насильственного контроля над поведением граждан, генной ин- женерии, электрошоковой терапии. Идеи радикального бихевиоризма разделяли не все исследователи-позитивисты. Ими была сделана попыт- ка смягчить жесткую модель поведения **S→R→P.** С этой целью они включили в анализ политического поведения его содержательные ком- поненты: установки, мнения личности, ценности, которые он (индивид) приобретает в процессе жизни. Это было прогрессивно, потому что ра- дикальный бихевиоризм игнорировал внутренний мир человека.

**Антипозитивистские концепции.** Противники политических би- хевиористов как в Европе, так и в США поставили под сомнение *позити- вистские трактовки личности.* Критика шла не столько от теоретиков, сколько от практиков, которые нуждались в более *эффективных моделях управления* поведением человека. В противовес позитивизму (непосредст- венное влияние на поведение), возникло новое направление – антипози- тивизм, представители которого обратились к изучению сознания (ког- нитивизм, гуманистическая психология) и бессознательных структур психики – психоанализу.

*Когнитивистское направление* психология политики иссле- дует процесс мышления. Общие взгляды психологов этого направления можно представить так: выбор модели политического поведения опо- средуется теми взглядами и ценностями, которые составляют содержа- ние сознания человека. Иначе, это то, чем руководствуется взрослый че- ловек, делая свой политический выбор.

Английский психолог А. Химмельвайт предложила *«потребитель- скую модель»*, в которой проводит аналогию между принятием политиче- ского решения и решением покупателя выбрать тот или иной товар.

Избиратель при голосовании ищет максимальное соответствие между *набором своих установок и партийными программами.* Далее ис- следователь утверждает, что привычка голосовать за одну определен- ную партию сходна с привязанностью к определенному магазину или фирме в соответствии со своими установками.

Работа когнитивистов показала, что в странах со стабильной по- литической системой сложилась привычка голосовать за определенную партию, и политическое сознание граждан «заполняется определенными “*пакетами идей”*». В этом случае идеология (связка идей) становится в индивидуальной психологии *частью сознания человека* – он делает свой политический выбор.

Политические психологи П. Данлив и П. Сондерс описали «по- требительскую модель» в современном постиндустриальном обществе. По мнению исследователей, *политическое сознание* англичан, напри- мер, определяется сегодня *не только и не столько* размером их дохода, а сколько *престижностью своего положения* – снимает дом или имеет собственный, ездит в метро или на своем авто, покупает товары в пре- стижных магазинах или на распродаже. Эти *субъективные линии* явля- ются не менее *важными* для *политического выбора человека*, чем объ- ективная классовая принадлежность или *уровень доходов*. Следователь- но, гражданин будет голосовать за того кандидата, который обеспечит возможность престижно жить.

*Гуманистическая психология* в антипозитивистских концепциях. Напомним, что бихевиоризм трактует личность как пассивный объект воздействия среды. Протестной реакцией на подобные взгляды стали исследования ряда психологов, на которых оказали большое влияние теории А. Маслоу об иерархии потребностей. Гуманистической названа потому, что эта теория предлагает, чтобы при анализе поведения чело- века в политике за основу брали эмоционально-мотивационную сферу личности, и утверждают, что движущей силой личностного развития выступают потребности. Политических психологов этого направления интересовала проблема возможности выявить личностные механизмы формирования политического сознания и поведения через систему по- требностей. В своих исследованиях представители гуманистической психологии исходили из того, что важным мотивом политического уча- стия является не просто выгода или политическая сделка, а глубинные потребности личности, которые и образуют основу убеждений лично- сти. Именно эти базовые потребности являются фундаментом собствен- но политических установок.

Американский психолог С. Реншон применил теорию потребностей при исследовании проблем демократии. По его утверждению, только та сис- тема, которая удовлетворяет базовые человеческие потребности, может эф- фективно вовлекать граждан в политическую активность и рассчитывать на их поддержку. Одной из таких потребностей, важных для становления де- мократии, является *потребность человека в участии*. На психологическом уровне эта потребность выражается в установлении личного контроля над ситуацией. Таким образом, представители гуманистической психологии и когнитивисты исследовали потребности, эмоции, мотивы, механизмы поли- тического мышления, которые определяют программу сознательных рацио- нальных действий, индивидов политики.

# Иллюстрация к лекции

## Персональный взгляд на тему

*Пугачев В.П*., *Соловьев А.И.* Сущность и особенности политиче- ской психологии. Введение в политологию. – М., 1996. – С. 332–334.

**Противоречивость психология политики.** Психологя политики– внутренне противоречивое явление. В отличие от идеоло- гии, стремящейся подвести политические взгляды людей под некий об- щий знаменатель, психологя политикиотражает политическую ре- альность во всем ее многообразии, допуская одновременное сосущест- вование самых разноречивых и даже противоположных эмоций.

Одной из причин такой противоречивости выступает многообра- зие механизмов идентификации. Ведь человек отождествляет себя с са- мыми разными группами и ролями. Поэтому в психологии присутству- ют всегда различные и даже противоречивые чувства: долг и желание освободиться от обязательств, потребность в самоуважении и жажда подчинения более сильному, общительность и чувство одиночества, осуждение власти и желание быть к ней поближе и т.д. Как полагают специалисты, только в слое политических профессионалов и приблизи- тельно у одной трети рядовых граждан (как идеологически сориентиро- ванной части электората) высок уровень согласованности знаний и их подчиненности какой-то главной идее.

Жизнь изобилует примерами противоречивости и обыденного мышления. Так, по результатам проведенного в России в 1995 г. социо- логического исследования, большинство респондентов, придерживаясь установки «так жить нельзя», все же в 54,6% случаев признало удовле- творенность своей жизнью.

Противоречивость психология политики выражает противо- речивость человека политического. Под влиянием какой-либо информа- ции или события он может быстро поменять направленность своих чувств, а вместе с ними порой и свои политические позиции. Но чаще эмоциональная противоречивость является постоянно действующим фактором политического поведения, иногда усиливающая, а иногда ос- лабляющая его мотивацию.

Сосуществование разнонаправленных чувств и эмоций обуслов- ливает неравномерный и даже скачкообразный характер развития ре- альных политических процессов. Благодаря этому свойству политиче- ской психологии, в политику привносится элемент стихийности, непро- гнозируемости событий. Способность же психологии побуждать чело- века в кратчайшие сроки менять свои оценки придает ей особую силу воздействия на его поведение.

**Рациональное и иррациональное в психология политики.** Еще одной причиной, обусловливающей внутреннюю противоречи- вость, а равным образом и особенность психология политики, явля- ется ее сложное внутреннее строение. Прежде всего это связано с тем, что психология содержит механизмы воспроизводства чувств и эмоций.

В самом общем и несколько углубленном виде можно сказать, что психологя политикивключает в себя:

* социализированные чувства и эмоции, связанные с отобра- жением интересов человека и формированием мотивов его политиче- ской деятельности;
* индивидуально-психические свойства (воля, память и т.д.);
* биохимические и биофизиологические механизмы, обусловлен- ные врожденными свойствами человека (возбуждением, нервными оконча- ниями, наследственностью) и проявляющиеся в психико-физических свой- ствах, регулирующих темперамент, демографические и половозрастные черты, здоровье и прочие его аналогичные характеристики.

Таким образом, в психология политики содержатся как осоз- нанно-рациональные, так и бессознательно-иррациональные духовные элементы. Благодаря этому психология соединяет логику социального взаимодействия с логикой инстинктов, рефлексивность, осмысленность и рефлекторность, характеризующую бессознательные формы мышле- ния. Такой симбиоз показывает, что в политической жизни человек мо- жет ориентироваться и адаптироваться к действительности, используя не только приобретенные социально-психологические свойства, но и могучие иррациональные механизмы, первичные чувственные реакции (отличающиеся эмоциогенностью, алогизмом, слабой подверженностью контролю и рядом других черт).

Роль иррациональных механизмов тем больше, чем меньше чело- век понимает суть и причины политических событий. Более того, в оп- ределенных условиях физиологические чувства способны вообще вы- теснить все другие формы оценки и регуляции поведения. Например, голод или страх могут стать такими психологическими доминантами, которые способны вызвать мятежи, бунты или революции. Но в ряде случаев социальные чувства способны преодолеть влияние иррацио- нальных влечений. Так, актуализированная потребность в порядке, дис- циплине, сплочении в жестко управляемую общность могут помочь лю- дям преодолеть страх, неуверенность в себе, пессимизм.

Из истории известно, что многие системы и правители специаль- но возбуждали в людях иррациональные эмоции и чувства, которые ис- пользовали для усиления приверженности властям и идеологическим доктринам. Нацисты, в частности, использовали для этих целей разно- образные театрализованные сборища, ночные факельные шествия, сложную политическую символику, которые своей таинственностью и величием должны были помочь им сформировать безотчетное поклоне- ние обывателей фюреру и рейху. Целям активизации подсознательных чувств и эмоций может служить чрезмерное насаждение в обществе мо- нументальной скульптуры, величественная архитектура государствен- ных учреждений, устройство пышных политических церемоний и ри- туалов, а также другие действия властей, добивающихся такими мето- дами повышения политической лояльности граждан.

# Тема 3

## ПСИХОЛОГЯ ПОЛИТИКИЛИЧНОСТИ

**Вопросы:**

* 1. Политическая социализация с точки зрения политической пси- хологии.
  2. Системы политической социализации и ее результаты.
  3. Политическое участие: особенности в системах, мотивы, вари- анты.
  4. Психология протестных форм поведения.
  5. Теории политического участия.

## Интеллектуальная разминка

*Функции политической системы согласно Г. Алмонду*. С точки зрения Алмонда, политическая система – это система взаимодействия различных форм политического поведения государственных и негосу- дарственных структур, в анализе которых выделяются два уровня – ин- ституциональный (политические институты) и ориентационный (поли- тическая культура). Модель Алмонда учитывает психологические, лич- ностные аспекты политических взаимодействий, импульсы, поступаю- щие не только извне, от народа, но и от правящей элиты. По мнению Г. Алмонда, при исследовании политической системы необходимо учи- тывать, что каждая система имеет свою собственную структуру, но все системы осуществляют одни и те же функции. Важной особенностью политической системы является ее многофункциональность и смешан- ность в культурном смысле, выделенные Г. Алмондом.

*Входные функции политической системы:*

1. Функция политической социализации.
2. Функция мобилизации населения.
3. Функция артикуляции интересов (анализ существующих инте- ресов).
4. Функция агрегирования интересов (обобщение и интеграция интересов).
5. Функция политической коммуникации (распространение, пере- дача политической информации элементами внутри политической сис- темы, между политической системой и окружающей средой).

*Функции конверсии (выходные функции):*

1. Установление правил (законодательная деятельность).
2. Функция применения правил (исполнительная деятельность правительства).
3. Функция формализации правил (придание им юридического оформления).
4. Функция непосредственного выхода информации (практиче- ская деятельность правительства по осуществлению внешней и внут- ренней политики).
5. Функция контроля за соблюдением правил и норм (истолкова- ние законов, пресечение действий нарушающих правила, урегулирова- ние конфликтов и наложение наказаний).

В модели Алмонда политическая система предстает как совокуп- ность политических позиций и способов реагирования на определенные политические ситуации с учетом множественности интересов. Важней- шей является способность системы развивать популярные убеждения, взгляды и даже мифы, создавая символы и лозунги, маневрировать ими с целью поддержания и усиления необходимой легитимности во имя эффективного осуществления функций1.

# Политическая социализация

**с точки зрения психология политики**

Политическая социализация с точки зрения политической психо- логии предполагает ответы на следующие вопросы: 1) какие психологи- ческие механизмы управляют политической социализацией; 2) что есть человек в политике; 3) какие стадии проходит человек в становлении личности, учитывая, что он ей не рождается. Советский психолог А.Н. Леонтьев развитие человека делит на три стадии: 1) индивид – любой человек от рождения, как биологический вид; 2) индивидуаль- ность – выраженное психологическое своеобразие человека, склад его физических и психологических черт, которые отличают его от других людей; 3) личность – это уже индивидуальность, усвоившая нормы со- циальной среды и принятые социальные роли2.

1 Политология / Под ред. М.А. Василика. – М., 2001. – С. 208–210.

2 См.: *Леонтьев А.Н.* Деятельность. Сознание. Личность. – М., 1975. –

С. 173–175.

Более пространно раскрыто понятие личности в трактовке извест- ного социолога Ю.Б. Рюрикова: «Личность – это свое лицо человека, пси- хологическое и социальное, своя манера чувствовать, думать, говорить, действовать. Это особый у каждого человека сплав всех его черт – психо- логических, нравственных, умственных, деловых. Это особый склад чело- веческого характера и темперамента, мироощущения и мировоззрения, особый склад потребностей, интересов, взглядов, поведения»1.

Личность – это человек, в котором личное своеобразие пересили- вает серийность, стандартность, обезличенность. Чем больше социаль- ности в человеке (усвоенные ценности и принятые нормы поведения), тем для большего количества людей он станет личностью. Чем больше будет политизирована эта социальность, тем в большей степени человек будет политической личностью.

Вообще, личность – это оценочное понятие. Личностью признает человека группа, его близкое окружение, даже общество в целом. Это сво- его рода титул за верность интересам, ценностям, нормам данной общности. Быть или не быть личностью зависит от самого человека, по- тому что он стремится быть признанным личностью в эталонной для него среде. Таким образом, личность формируется в процессе социализации.

Исходя из поставленной проблемы, можно дать два определения политической социализации.

*Политическая социализация* – это процесс включения индивида в политическую систему. Этот процесс сопровождается усвоением опыта той системы, который закреплен в политической культуре общества.

*Политическая социализация* – это процесс усвоения культурных ценностей, политических ориентаций, освоения форм политического поведения, приемлемых для данного общества.

Политическая социализация выполняет ряд важнейших функций:

1. Определяет политические ценности и цели, которые стремить- ся усвоить индивид.
2. Формирует представление о приемлемых способах политиче- ского поведения.
3. Определяет отношение индивида к среде и политической сис- теме.
4. Вырабатывает отношение к политической символике.
5. Формирует интерес, потребности, способности к познанию ок- ружающего мира.

1 *Рюриков Ю.Б.* Мед и яд любви. – М., 1990. – С.182

1. Формирует убеждения и отношения, которые открывают путь к политической жизни.

С точки зрения психология политики, политическая социали- зация – это процесс взаимодействия индивида с конкретной системой, конечной целью и результатом которой является превращение индивида в личность, гражданина – члена политической системы.

При взаимодействии индивида с политической системой наблю- даются два процесса, которые имеют одну конечную цель:

* + система сохраняет и воспроизводит себя, рекрутируя и при- спосабливая к себе новых членов. Играя роль механизма сохранения по- литических ценностей и норм, политическая система сохраняет преем- ственность поколений в политике;
  + во взаимодействии индивида с политической системой, тре- бования этой системы переводятся в структуры индивидуальной психи- ки и становятся политическими свойствами личности, то есть человек приобретает «политическое лицо».

В целом, оба процесса обеспечивают политическую социализа- цию, которая формирует политическое сознание и поведение, благодаря чему происходит становление личности – гражданина.

Политическая социализация трактуется шире, чем политическое воспитание, образование, просвещение. Она состоит из совокупности различных воздействий на человека, таких, как политические институ- ты; стихийное влияние; активность самого человека.

Существуют механизмы политической социализации, которые действуют на различных уровнях.

*Общесоциальный уровень* (общество в целом и большие группы). На этом уровне на человека действуют макросоциальные и макрополи- тические факторы. Оценивая и усваивая ценности и нормы больших групп, человек вырабатывает свое отношение к политической системе.

К макрофакторам относятся:

* + страна как географическое понятие (климат, условия жизни);
  + государство (как политико-юридическое понятие);
  + общество в целом (как политико-социальное явление).

*Социально-психологический уровень.* Политические цели и ценно- сти общества транслируются через малые группы на человека и его ок- ружение. В общении и контактах с ними человек приобщается к поли- тической системе, её элементам, вырабатывает эмоциональное отноше- ние к ним в соответствии с принятыми ценностями группы.

*Индивидуальный* – на этом уровне механизмом политической со- циализации выступают уже психологические структуры личности, на

основе которых формируются мотивы и потребности. Уместно напом- нить психологическую структуру личности в трактовке К.К. Платонова:

1. Направленность личности – убеждения, интересы, идеалы.
2. Опыт – навыки, умения, привычки, знания.
3. Психологические свойства – воля, чувства, восприятие, мыш- ление, эмоции, память.
4. Биопсихические свойства – темперамент, свойства пола и воз- раста1.

Существуют и другие подходы к определению психологической структуры личности, один из которых (А.Г. Ковалева) мы приведем, как удачно дополняющий вышеуказанное определение:

1. Направленность личности – различные свойства, система взаи- модействующих потребностей, мотивов и интересов, идейных и практи- ческих установок;
2. Возможности личности – способности;
3. Характер – стиль поведения в социальной среде, моральные, духовные, волевые свойства;
4. «Я» личности – (система управления) контроль, коррекция сво- их поступков, планирование своей деятельности, развитость внутренней цензуры2.

# 2. Системы политической социализации и ее результаты

Д.В. Ольшанский приводит три вида систем социализации, кото- рые комплексно воздействуют на человека:

1. Прямая, целенаправленная социализация через политические институты, партии, организации, всевозможные движения.
2. Стихийная социализация, которая проходит через неформаль- ные объединения, формируют контрполитическую культуру через мо- лодежную субкультуру.
3. Самовоспитание, самообразование – через активность самой личности или по-другому – аутосоциализация.

Политическая социализация личности осуществляется в несколь- ко этапов. *На первом* – этапе политизации – у детей под влиянием роди- телей, их отношений и реакций формируются первые представления о мире политики.

1 См.: *Платонов К.К.* Структура и развитие личности. – М., 1986.

2 *Ковалев А.Г.* Личность, ее структура и направленность. Общая психоло- гия / Под ред. В.В. Богославского и др. – М., 1973. – С. 59–60.

*Второй этап* – персонализация. В этот период восприятие власти персонифицируется. Образцами власти становятся фигуры президентов, глав кабинетов.

*На третьем этапе* – этапе идеализации – важнейшим политиче- ским фигурам приписываются определенные качества, на основе которых образуются устойчивые эмоциональные отношения к политической системе.

*Четвертый этап,* получивший название институционального, характеризуется переходом от персонифицированного восприятия поли- тики к абстрактному. На этой стадии закладываются представления об институтах власти.

Изучение особенностей политического мышления у детей по- зволило выделить неравномерность политического развития личности. В 11–13 лет происходит стремительное развитие политических представ- лений, с 16 до 18 лет этот процесс замедляется. Мышление 15-летних подростков отличается значительно большей степенью абстракций, неже- ли мышление 11-летних детей (персонификационный возраст). В подро- стковом возрасте начинают складываться представления о некоторых коллективных, надиндивидуальных целях действий отдельных политиче- ских институтов. В отроческий период жизни закладываются мировоз- зренческие принципы личности. К наиболее распространенным чертам политического мышления относятся скептицизм, осторожность, трез- вость оценок1.

Сформированные в детские и юношеские годы политические предпочтения и установки являются наиболее устойчивыми. Продол- жающаяся в течение всей жизни социализация не оказывает сколь- нибудь серьезного влияния на трансформацию базовых ценностей, сло- жившихся в ранние периоды жизни. Процесс же радикального измене- ния ценностей, сформировавшейся политической культуры (ресоциали- зация) является весьма болезненным и может сопровождаться острыми внутриличностными конфликтами и даже разрушением структуры лич- ности.

В процессе социализации участвуют и взаимодействуют между собой несколько субъектов: *социализант* (на него направлена социали- зация); *агентуры социализации*, или институты ее осуществляющие (школы, вузы, партии, СМИ, общественные организации); *агенты со- циализации* (социализаторы); *«проводники»* социализирующего воздей- ствия (преподаватели, активисты движений, журналисты и т.п.).

1 См.: *Шестопал Е.Б.* Личность и политика. – М., 1988. – С. 124.

Существует несколько моделей политической социализации, из которых можно выделить четыре основных:

*Системная модель* формирует позитивное отношение к власти в целом и к самой политической системе. Агентурами социализации яв- ляются: семья, школа и макрофакторы. Системная модель чаще всего характерна для англо-американской культуры.

*Гегемонистская модель*. Целью этой модели является формиро- вание негативного, или враждебного отношения к любой социальной и политической системы, кроме «своей». Важнейшими агентурами явля- ются СМИ радикального агрессивного характера. Эта модель характер- на для стран незападной цивилизации.

*Плюралистическая модель*. Ее целью является формирование представлений граждан о своих политических правах и интересах, же- лание активно реализовывать свои гражданские права и обязанности (это одновременно и выбор своей группы). Агентурами являются роди- тели, школа, СМИ, партии и группы интересов. Эта модель присуща континентально-европейской культуре.

*Конфликтная модель.* Цель – формирование лояльности к опре- деленным группам, готовность поддержать их в борьбе против других групп. Агентурами социализации являются агитации, представляющие интересы групп. Модель характерна для закрытых авторитарных поли- тических систем.

**Результаты политической социализации.** В современных поли- тических процессах наметились две противоположные тенденции, ха- рактеризующие вовлеченность (невовлеченность) человека в политику.

Первая тенденция проявляется в том, что процесс демократизации усиливает потребности общества в политической активности каждого. Вторая – выражается в отчуждении человека от государства, вызванном невозможностью повлиять на принятие решений. Это проявляется в форме апатии, цинизма, нигилизма в отношении к власти, и отказа от поддержки политических институтов и партий.

Результаты политической социализации имеют поведенческое следствие и проявляются в разных вариантах политического поведения граждан.

*Политическая активность* – это деятельность индивидов или групп, направленная на развитие или формирование политических ин- ститутов и поддержание порядка. На индивидуальном уровне – это ак- тивность, в которой личность отстаивает свои права и интересы. Это проявление активистской политической культуры.

*Политическая пассивность* (индифферентность) выражается в безразличии и нежелании принимать участие в политике. Пассивность могут проявлять как индивиды, так и группы. Проявление пассивности обусловлено психологическими проявлениями личности, как проявлен- ные эмоции, чувства, установки, стереотипы, убеждения относительно политических событий. Эти проявления формируют пассивное полити- ческое поведение – отказ от выполнения своего гражданского долга.

При этом следует учитывать следующее:

* если политическая пассивность имеет хронический массовый характер, то это признак неразвитой политической культуры слоев насе- ления или даже общества в целом;
* если наблюдается резкий спад активности, то это признак от- рицательного отношения к власти. Но это может быть еще и признаком начальной формы протестного поведения.

*Политическое отчуждение* – политико-психологическое следст- вие бюрократизации. Чрезмерная бюрократизация обезличивает челове- ка, лишает инициативы и свободы действий. Политическая власть, поль- зуясь демократическими процедурами формирования власти, часто при- водит к власти собственников или же приходит к власти при их помощи. Рядовые граждане не могут стать субъектами властных отноше-

ний и повлиять на принятие политических решений. Вследствие этого массы воспринимают власть как отчужденный феномен. При постоян- ном характере такого состояния отношений граждан и власти теряется всякое к ней отношение, в том числе и критическое. И многомерный

«политический человек» превращается в одномерного отчужденного от политики индивида. В целом, как отмечают исследователи, вектор поли- тической социализации в современных условиях ведет от снижения ро- ли механизмов внешнего контроля к возрастанию роли внутриличност- ного контроля поведения (человек идет в политику под знаком осознан- ного и индивидуального выбора).

# Политическое участие: особенности в системах, мотивы, варианты

Главным результатом политической социализации является ре- альное ее поведенческое следствие. В процессе социализации происхо- дит когнитивное и эмоциональное взаимодействие индивида с полити- ческой системой. Эффективность этого воздействия показывает участие или неучастие граждан в политике. Именно участие свидетельствует о том, насколько политической системе удалось втянуть индивида в про-

цесс, остались ли у него свои ресурсы индивидуального сопротивления, связанные с его интересами, а не с интересами системы.

*Политическое участие* – это неотъемлемое свойство политиче- ской деятельности людей, посредством которой они выражают свои по- литические интересы и достигают их. В разных политических системах политическое участие имеет свои особенности.

Авторитарное общество – это власть немногих, и они создают ус- ловия для частичного или полного отстранения от участия в политике определенных слоев населения. Большинство граждан таких режимов ограничены в гражданских и политических правах и политические про- цессы управляются только «сверху».

Тоталитарное общество мобилизует население на псевдо (квази) участие в политике. Чаще всего – это массовое ритуальное действие в поддержку режима, при котором создается иллюзия участия масс в по- литике и массовой поддержки власти.

Демократическое общество допускает протесты, и эти формы по- литического поведения одновременно выполняют функции формирова- ния политической культуры.

**Мотивы политического участия.** Если обобщить все исследо- вания мотивов участия индивидов в политике в политической психоло- гии разных научных школ, то можно выделить главные и повторяющие- ся мотивы.

*Мотив интереса и привлекательности* как сфера деятельности человека. Политика не только интересна определенной части людей, но и становится их профессией.

*Познавательные мотивы* участия в политике. Через политику че- ловек усваивает политическую картину мира. Политические знания дают преимущества над другими людьми и они делают человека престижным.

*Мотив власти над людьми.*

*Идеологические мотивы* – происходит совпадение идеологиче- ских ценностей индивида с идеологическими ценностями политической системы.

*Мотив преобразования мира* вызван пониманием несовершенства порядка и настойчивым стремлением его изменить. Этот мотив свойст- венен профессиональным политикам, которые используют реальную политику как инструмент преобразования мира.

*Традиционные мотивы* – обычно по этим мотивам большинство людей участвует по инерции подчинения, или продолжая традицию се- мьи, группы.

*Меркантильные мотивы* – политика для определенной категории людей – способ заработать.

*Псевдомотивы* – отклик на какую-либо пропаганду, эмоциональ- но окрашенный призыв.

*Потребность в аффилиации* – как мотив политического поведения. Психологя политикиделит политическое участие на два ви-

да: 1) мобильные (активные); 2) иммобильные (пассивные).

**Мобильные** формы политического поведения проявляются в следующем:

* простейшие позитивные или негативные реакции на действие политической системы, но без личного участия;
* электоральное поведение – голосуя, массы делегируют свои полномочия конкретным людям, тем самым реализуют свои политиче- ские права;
* политическое участие в деятельности политических органи- заций или выборных команд;
* выполнение политических функций на профессиональном

уровне;

* участие в протестных формах;
* постоянная активная оппозиционная деятельность против системы, ее элементов.

**Иммобильные** формы политического поведения:

* полная выключенность как результат низкого уровня разви- тия политической культуры граждан, групп или общества в целом;
* политическое самоисключение – проявляется в нигилизме, как результат отсутствия связи политической системы с гражданским обще- ством; люди испытывают разочарование ходом политических процессов;
* политическая апатия – неприятие политической системы, на- вязанной «сверху»;
* сознательный бойкот – выражается в форме враждебности к

системе.

# Психология протестных форм поведения

Среди форм политического поведения протестная форма занима- ет особое место.

*Политический протест* – это открытая демонстрация негативно- го отношения к политической системе в целом, ее отдельным элемен- там, нормам, ценностям, к каким-либо решениям, протест осуществля- ется организацией митингов, демонстраций, забастовок или групповыми насильственными акциями. Причины и механизмы поведения протест- ного поведения определяет концепция депривации.

*Депривация* – состояние недовольства субъекта, вызванное рас- хождением между ожиданием и реальностью. Когда эти расхождения становятся значительными, недовольство приобретает массовый харак- тер и возникает мотивация к участию в протестах.

Факторы депривации:

* экономический спад, рост налогов, рост цен;
* разрушение стандартных норм и убеждений;
* утрата привычного социального статуса;
* завышенные ожидания;
* отрицательные результаты деятельности в сравнении с успе- хом других.

Особый «взрыв» протестных форм поведения часто происходит в период перехода от экономического подъема к спаду в условиях эконо- мических кризисов. Потребность в протесте возникает прежде всего у тех, кто не потерял надежду улучшить свое положение, а те, у кого положение стало стабильно плохим, мало интересуются политикой.

Экономический фактор – не единственное, что вызывает протест- ное поведение. Росту депривации и активизации протестных действий способствуют лозунги, символические акции, публичное выражение не- доверия к власти. К протесту люди прибегают в случае безрезультатив- ности традиционных способов выражения требований.

К насильственным неконвенциональным способам выражения относится и терроризм – оппозиционная деятельность экстремистских организаций или отдельных личностей. Целью терроризма является сис- тематическое или единичное применение насилия или его угрозы для запугивания правительства, политических деятелей, населения, вызвать постоянный страх и ужас.

Политическому участию противостоит и *абсентеизм* – уклонение от участия в политической жизни, которое имеет свои мотивы:

* доминирование у личности норм субкультуры при вытесне- нии общепринятых норм культуры. Личность начинает воспринимать мир за рамками своей субкультуры как чуждый;
* высокая степень удовлетворения личных интересов (способ- ность личности самостоятельно справляться со своими проблемами, дос- тигать определенных высот, порождает ощущение ненужности политики; но с другой стороны, если появляется угроза состоянию личности со сто- роны других групп, то возникает стремление обратиться к политике);
* чувство собственной беспомощности в решении сложных проблем, недоверие к политическим институтам, которые открыто иг- норируют нужды населения;
* ощущение невозможности повлиять на процесс выработки и принятия решений;
* распад групповых норм, утрата чувства аффилиации.

# Теории политического участия

*Теория рационального выбора.* Основное положение данной теории сводится у утверждению, согласно которому главным субъектом полити- ческого участия является свободный индивид. Он стремится к реализации своих интересов и действует во имя достижения (своего личного) благо- получия. Следовательно, участие индивида в политике возможно при ус- ловии, если «доход» от его участия превысит издержки – этот принцип получил название принципа «максимилизации выгоды».

Критики теории рационального выбора заметили, что, преследуя ситуативные взгляды, индивиды могут не считаться с возможными не- желательными, но отдаленными по времени последствиями. И было предложено заменить принцип выгоды на принцип избежания последст- вий, когда индивиды участвуют в политике чтобы не допустить тяжелых последствий в будущем.

*Мотивационная теория.* К общим мотивам участия индивида в политике теория относит идеологический мотив, нормативный мотив, ролевой мотив.

*Идеологический мотив*. Личность участвует в политике потому, что разделяет и поддерживает официальную идеологию системы. Этот мотив обеспечивает идентификацию личных политических ценностей с политическими ценностями государства. Расхождение личных и поли- тических установок может вызвать иногда резко негативное или враж- дебное отношение к государству и его политической системе.

*Нормативный мотив* регулирует политическое поведение прави- лами, которые диктует политическая система без учета личностных ус- тановок и ценностей индивида. Поведение индивида мотивируется доб- ровольным признанием силы власти, но власти легитимной, которую он сам выбрал. По этой теории подчинение политической системе показы- вает высокий уровень политического сознания и самосознания лично- сти, а в целом – политической культуры конкретного человека.

*Ролевые мотивы* связаны с социальной ролью индивидов в поли- тической системе, с социальным положением человека и с его собствен- ной самооценкой. Чем ниже социальное положение человека, тем веро- ятнее его настрой против существующей власти.

# Иллюстрация к лекции

## Персональный взгляд на тему

*Алмонд Г.* Гражданская культура. Политические установки // Анто- логия мировой политической мысли: В 5 т.– М., 1997. – Т. 2. – С. 593 – 600.

Настоящая книга – это исследование политической культуры де- мократии и тех социальных структур и процессов, которые поддерживают демократию. Вера в неизбежный триумф человеческого разума и свобо- ды, порожденная эпохой Просвещения, была дважды потрясена в послед- нее столетие. Развитие фашизма и коммунизма после Первой мировой войны породило серьезные сомнения насчет неизбежности демократии на Западе. До сих пор все еще нельзя с определенностью утверждать, что на- роды континентальной Европы найдут стабильные формы демократиче- ских процессов, подходящие для их культур и социальных институтов.

(…) Сравнивая политические культуры пяти современных демо- кратий, мы будем использовать несколько концепций и классификаций, которым необходимо дать определения1. Мы предпочитаем говорить о

«политической культуре» нации, а не о «национальном характере» или

«модели личности», о «политической социализации», а не о детском развитии или восприятии детьми общих понятий не потому, что мы от- брасываем психологические и антропологические теории, политические взгляды и позиции с другими компонентами личности, и не потому, что мы отбрасываем теории, акцентирующие связь между детским развити- ем вообще и вхождением детей в политические роли и воспитанием ими политических взглядов и позиций. На самом деле это исследование бы- ло бы невозможным без предварительной работы историков, социаль- ных философов, антропологов, социологов, психологов и психиатров, которые поставили проблему отношения между психологическими и политическими характеристиками нации.

В частности, большое влияние на данное исследование оказали

«культурно-личностные», или «психокультурные», исследования поли- тических феноменов (…).

Мы используем термин «политическая культура» по двум причи- нам. Во-первых, если мы собираемся определить отношения между по- литическими и неполитическими позициями и моделями поведения, нам

1 Метод сравнительного анализа продемонстрирован на примере сопос- тавления политических культур народов пяти стран: США, Мексики, Италии, Великобритании и Германии.

необходимо отделить первые (политические) от последних (неполити- ческих), даже если граница между ними не столь четкая. Термин «поли- тическая культура» в таком случае относится именно к политическим ориентациям – взглядам и позициям относительно политической систе- мы и ее разных частей, и позициям относительно собственной роли в этой системе. Мы говорим о политической культуре так же, как могли бы говорить об экономической или религиозной культуре. Это совокуп- ность ориентаций относительно определенной совокупности социаль- ных объектов и процессов.

Но мы выбрали политическую *культуру* вместо других социаль- ных аспектов, так как это позволяет нам использовать концептуальные схемы и подходы антропологии, социологии и психологии. Мы обога- щаем наше мышление, используя, например, такие категории антропо- логии и психологии, как социализация, культурный конфликт, культур- ная интеграция. Аналогичным образом наши возможности в понимании происхождения и трансформации политической системы возрастают, когда мы используем структуру теории и спекуляций, касающихся об- щих феноменов социальной структуры и процессов.

Мы осознаем тот факт, что антропологи используют термин

«культура» во многих смыслах, и, внося его в словарь политической науки, мы рискуем привнести его двусмысленность вместе с его пре- имуществами. Мы подчеркиваем, что используем термин «культура» только в одном смысле: психологических ориентаций относительно со- циальных объектов. Когда мы говорим о политической культуре какого- либо общества, мы подразумеваем политическую систему, усвоенную в сознании, чувствах и оценках населения. Люди вовлечены в нее так же, как они социализированы в неполитические роли и социальные систе- мы. Конфликты политических культур имеют много общего с другими культурными конфликтами; и процессы интеграции в политическую культуру становятся понятнее, если мы посмотрим на них в свете разъе- диняющих и объединяющих тенденций культурных изменений вообще.

Такое определение политической культуры помогает избежать распространения таких общих антропологических понятий, как «куль- турный этнос», и принятие самогенности, которая подразумевается в определении. Это позволяет нам сформулировать гипотезы об отноше- нии между различными компонентами культуры и проверить эти гипо- тезы эмпирически.

Используя концепцию политической социализации, мы можем идти дальше простого принятия подхода психокультурной школы отно- сительно общих моделей развития детей и политических установок взрослых. Мы можем соотнести специфические взрослые политические

установки и поведенческие предрасположенности детей с восприятием опыта политической социализации.

Политическая культура нации – распределение образцов ориента- ций относительно политических объектов среди членов нации. Перед тем как определить это распределение, нам необходимо систематизировать индивидуальные ориентации относительно политических объектов. Дру- гими словами, нам нужно определить и обозначить модусы (модели) по- литической ориентации и классы политических объектов. Наши опреде- ления и классификации типов политических ориентаций следуют из под- хода Парсонса и Шилза. «Ориентации» относятся к интернализованным аспектам социальных объектов и отношений. Ориентации включают:

1. «когнитивные ориентации», то есть знания и веру относитель- но политической системы, ее ролей и обязанностей относительно этих ролей, того, что система берет из окружающей среды и что отдает (что

«на входе» и что «на выходе» системы);

1. «аффективные ориентации», или чувства, относительно поли- тической системы, ее ролей, ее работы и вовлеченности в нее людей;
2. «оценочные ориентации», суждения и мнения о политических объектах, которые обычно представляют из себя комбинацию ценност- ных стандартов и критериев, информации и чувств.

Классификацию объектов политической ориентации начнем с

«общей» политической системы. Мы здесь имеем дело с системой в це- лом и говорим о таких чувствах, как патриотизм или отчужденность, та- ких знаниях и оценках нации, как «большая» или «маленькая», «силь- ная» или «слабая», и политики, как «демократическая», «конституцио- нальная» или «социалистическая». Мы различаем ориентации относи- тельно «себя» как политического актора (деятеля); содержание и каче- ство норм личных политических обязательств, содержание и качество чувства персональных отношений с политической системой.

Трактуя компоненты политической системы, мы различаем, во- первых, три широких класса объектов: 1) специфические *роли* или *структуры*, такие, как законодательные органы, исполнители или бю- рократия; 2) ролевые *обязанности*, такие, как монархи, законодатели, администраторы; 3) конкретная общественная *политика*, *решения или обязательства, порождающие решения.* Эти структуры, обязанности и решения могут быть классифицированы шире: вовлечены ли они в по- литический, «на входе» (input), или в административный «на выходе» (output), процессы. Под политическим, или «входным» процессом мы подразумеваем поток требований общества к политике и конвертацию (обращение) этих требований в авторитетную политику. Прежде всего в этот «входной» процесс вовлечены политические партии, группы инте-

ресов и средства массовой коммуникации. Под административным про- цессом, или процессом «на выходе», мы понимаем процесс, посредст- вом которого политика осуществляется и подкрепляется. В этот процесс прежде всего включены такие структуры, как бюрократии и суды.

Мы понимаем, что любое такое разграничение ограничивает ре- альное содержание политического процесса и многофункциональность политических структур. В более широком смысле политика делается в основном в бюрократиях и в судах; и структуры, которые мы обозначи- ли «на входе», такие, как группы интересов, политические партии, часто связаны с элементами администрации и системами принуждения. Но мы говорим здесь о разнице в акцентах, которая имеет большее значение в классификации политических культур. Различие, которое мы видим в культуре участия и подданнической культуре, состоит в присутствии или отсутствии ориентаций относительно специализированных структур

«на выходе». Для нашей классификации политических культур не столь важно, что эти специализированные «входные» структуры также вовле- чены в исполнительную или принудительную функции и что специали- зированная административная структура вовлечена в исполнение функ- ций «на выходе». Для нашей классификации важно то, на какие полити- ческие объекты и как ориентированы индивиды и включены ли эти объ- екты в «восходящий» поток «делания» политики или «нисходящий» по- ток политического принуждения.

То, что мы сказали об индивидуальных ориентациях относитель- но политики, может быть объединено в простую таблицу (см. табл. 1).

*Таблица 1*

Измерение политических ориентаций

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Система вообще как  объект | Объекты  «на входе» системы | Объекты  «на выходе» системы | Отношение к себе как к объекту |
| Знание |  |  |  |  |
| Чувство |  |  |  |  |
| Оценка |  |  |  |  |

Эта таблица позволяет систематизировать политические ориента- ции индивидов, если мы установим следующее:

1. Каким знанием обладает индивид о своей нации и о политиче- ской системе вообще, об ее истории, размере, расположении, силе,

«конституциональных» характеристиках и т.д. Каковы его чувства отно-

сительно этих системных характеристик. Каковы его более или менее осознанные взгляды и суждения о них.

1. Что знает индивид о структуре и ролях разнообразных поли- тических элит и о политических предложениях, инициативах, которые вовлечены в «восходящий» поток «делания» политики. Каковы его чув- ства и взгляды относительно этих структур, лидеров и политических предложений и инициатив.
2. Что знает индивид о «нисходящем» потоке политического принуждения, о структурах, индивидах и решениях, вовлеченных в этот процесс. Каковы его чувства и взгляды относительно их действий.
3. Как осознает себя индивид к качестве члена политической системы. Что знает он о своих правах, возможностях, обязанностях и доступе к влиянию на систему. Как оценивает он свои возможности. Ка- кие нормы участия и исполнения усваивает и использует он при форми- ровании политических суждений и взглядов.

Характеристика политической культуры нации по сути представ- ляет собой заполнение табл. 2 для репрезентативной выборки населения. Политическая культура – это разнообразные, но устойчиво повторяю- щиеся, когнитивные, аффективные и оценочные ориентации относи- тельно политической системы вообще, ее аспектов «на входе» и «на вы- ходе», и себя как политического актора.

*Таблица 2*

Типы политических культур

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Политическая культура | Система вообще как  объект | Объекты  «на входе» системы | Объекты  «на выходе» системы | Отношение к себе как  к объекту |
| Патриархальная | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Подданническая | 1 | 0 | 1 | 0 |
| Участие | 1 | 1 | 1 | 1 |

*Патриархальная политическая культура* (или политическая культура местных общин). Если эти четыре типа повторяющихся ориен- таций относительно специализированных политических объектов не выделяются (отсутствуют) и мы обозначаем их нулями, то такую поли- тическую культуру мы называем патриархальной. Политические куль- туры африканских племен и автономных местных общин, описанные Колеманом, подпадают под эту категорию. В этих обществах нет спе- циализированных политических ролей. Лидеры, вожди, шаманы – это

смешанные политико-экономико-религиозные роли. Для членов таких обществ политические ориентации относительно этих ролей неотдели- мы от религиозных или социальных ориентаций. Патриархальные ори- ентации также включают в себя относительное отсутствие ожиданий перемен, инициируемых политической системой. Члены патриархаль- ных культур ничего не ожидают от политической системы. Так, в цен- трализованных африканских племенах и княжествах, на которые ссыла- ется Колеман, политическая культура в основном патриархальная, хотя развитие каких-либо более специализированных политических ролей в этих обществах может означать появление более дифференцированных политических ориентаций. Даже крупномасштабные и более дифферен- цированные политические системы могут иметь в основе патриархаль- ную культуру. Но относительно чистый патриархализм более вероятен в простых традиционалистических системах, где политическая специали- зация минимальна. Патриархальная культура в более дифференциро- ванных политических системах скорее аффективна и нормативна, чем когнитивна. Это означает, что люди в племенах Нигерии или Ганы мо- гут смутно осознавать существование центрального политического ре- жима. Но их чувства относительно этого режима неопределенные или негативные, и они не интернализовали (не восприняли) формы отноше- ний с ним.

*Подданническая политическая культура.* Второй важный тип по- литических культур, показанных в табл. 2, – это подданническая куль- тура. В ней существуют устойчивые ориентации относительно диффе- ренцированной политической системы и относительно того, что система дает «на выходе», но ориентации относительно специфических объектов

«на входе» системы и относительно себя как активного участника очень слабы. Субъект такой системы (подданный) осознает существование правительственной власти и чувственно ориентирован на нее, возможно гордясь ею, возможно не любя ее и оценивая ее как законную или нет. Но отношение к системе вообще и к тому, что она дает «на выходе», то есть у административной стороны политической системы или «нисхо- дящем потоке», это отношение в основе своей пассивное, это ограни- ченная форма знания и участия, которая соответствует подданнической культуре. Мы говорим о чистых подданнических ориентациях, которые наиболее вероятны в обществах, где нет сформировавшихся и диффе- ренцированных от других элементов системы структур «на входе». Под- даннические ориентации в политической системе, имеющей развитые демократические институты, скорее будут аффективными и норма- тивными, чем когнитивными. Так, французский роялист знает о сущест- вовании демократических институтов, но не считает их легитимными.

*Политическая культура участия.* Третий основной принцип по- литических культур – культура участия – такая культура, в которой чле- ны общества определенно ориентированы на систему вообще, а также как на политические, так и на административные структуры и процессы; другими словами, как на «входной», так и на «выходной» аспекты поли-

# Тема 4

тической системы. Индивидуальные члены такой политической системы

могут быть благоприятно или неблагоприятно ориентированы на раз-

личные классы политических объектов. Они склоняются к тому, чтобы ориентироваться на «активную» собственную роль в политике, хотя их чувства и оценки таких ролей могут варьироваться от принятия до отри- цания.

(…) Гражданская культура – это прежде всего культура лояльно- го участия. Индивиды не только ориентированы на «входные» структу- ры и «выходные» процессы. Другими словами, используя введенные нами термины, гражданская культура – это политическая культура уча- стия, в которой политическая культура и политическая структура нахо- дятся в согласии и соответствуют друг другу.

Важно, что в гражданской культуре политические ориентации участия сочетаются с патриархальными и подданническими политиче- скими ориентациями, но при этом не отрицают их. Индивиды становят- ся участниками политического процесса, но они не отказываются от своих подданнических или патриархальных ориентаций. Более того, эти более ранние политические ориентации не только поддерживаются ори- ентациями участия, но они также и соответствуют ориентациям участия. Более традиционные политические ориентации имеют тенденцию огра- ничивать обязательства индивида по отношению к политике и делать эти обязательства мягче. Подданнические и патриархальные ориентации

«управляют» или удерживают ориентации участия. Установки также благоприятны для ориентации участия в политической системе и играют важную роль в гражданской культуре, так же как и такие политические установки, как вера в других людей и социальное участие вообще. Под- держка таких более традиционных установок и их слияние с ориента- циями участия ведут к сбалансированной политической культуре, в ко- торой политическая активность, вовлеченность и рациональность суще- ствуют, но при этом уравновешиваются покорностью, соблюдением традиций и приверженностью общинным ценностям.

## ПСИХОЛОГЯ ПОЛИТИКИЛИДЕРСТВА

**Вопросы:**

1. Лидеры разных уровней и их задачи.
2. Функции политического лидерства.
3. Уровневая структура и психологические черты личности лидера.
4. «Я-концепция» политического лидера.
5. Мотивация лидеров.
6. Авторитарное лидерство в исследованиях Т. Адарно.
7. Психологическая природа имиджа политика.

## Интеллектуальная разминка

*Мотив* (от лат. motivus – приводить в движение, толкать) – 1) по- буждение к деятельности, связанное с удовлетворением потребностей субъекта; совокупность внешних или внутренних условий, вызывающих активность субъекта и определяющих ее направленность; 2) побуждаю- щий и определяющий выбор направленности деятельности предмета (материальный или идеальный), ради которого они осуществляются;

1. осознаваемая причина, лежащая в основе выбора действий и поступ- ков личности1.

*Навык* – действие, сформированное путем повторения, характе- ризующееся высокой степенью освоения и отсутствием поэлементной сознательной регуляции и контроля2. *Навык* – упрочившийся способ выполнения действий3. *Привычка* – потребность совершать действия4. *Умение* – освоенный субъектом способ выполнения действия, обеспечи- ваемый совокупностью приобретенных знаний, и навыков. Умения фор-

1 Психология: Словарь / Под ред. А.В. Петровского. – М., 1990. – С. 436.

2 Там же.

3 *Степанов А.А.* Психология деятельности. Общая психология / Под ред.

В.В. Богословского и др. – М., 1973. – С. 105.

4 Там же. – С. 111.

мируются путем упражнений и создают возможность выполнения дейст- вия не только в привычных, но и в изменившихся условиях1. Умением на- зывают и самый элементарный уровень выполнения действий, и мастер- ство человека в данном виде деятельности2.

*Характер* (от греч. charakter – печать, чеканка) – совокупность устойчивых индивидуальных особенностей личности, складывающаяся и проявляющаяся в деятельности и общении, обусловливая типичные для нее способы поведения3.

# Лидеры разных уровней, их задачи

По утверждению Д. Ольшанского, в политике обычно различают лидеров трех уровней: лидеров малой группы (МГ); лидеров общест- венных движений, партий, организаций; политических лидеров.

Лидер МГ обладает властью внутри группы. Авторитет лидера МГ составляют его личные качества, которые положительно оценивают члены группы. На этом уровне различают три стиля деятельности лиде- ра группы: «деловой лидер»; «интеллектуальный лидер»; и «лидер об- щения».

Деловой лидер отличается организаторскими способностями и прагматизмом. Интеллектуальный лидер обладает способностью решать нестандартные сложные задачи и играть роль мозгового центра. Лидер общения создает психологический комфорт, коммуникабелен, от него зависит психологический климат внутри группы.

Лидерство на уровне МГ – это механизм интеграции групповой деятельности. Лидер направляет, организует группу, предъявляет требо- вания и контролирует деятельность группы. Он принимает решения иногда без группы, но берет на себя ответственность за его последствия. Лидерство в МГ построено на реализации трех психологических задач:

1) целеполагание – помогает определить мотивы групповой деятельно- сти и условия их достижения; 2) идентификация – помощь в самоопре- делении каждого члена МГ и установление внутригрупповой иерархии;

3) аксеологическая задача – формирование групповых ценностей, при- оритетов и стереотипов поведения.

*Лидер общественного движения* в силу личных качеств и доверия людей воздействует на общественное мнение. Массовое сознание отра-

1 Психология: Словарь. – С. 414.

2 *Степанов А.А.* – Указ. соч. – С. 104.

3 Психология: Словарь. – С. 436.

жает потребность в лидере, которому доверяют свои интересы. Лидер- ство на этом уровне осуществляется в условиях одинакового социально- го статуса людей в общественных движениях, партиях. Лидер здесь яв- ляется символом определенной социальной политики, и на этом уровне он решает две задачи.

Нормативная задача – выработка устава, кодекса, положения, т.е. системы регуляторов общественной деятельности и определение санк- ций за нарушение норм.

Репрезентативная задача заключается в объединении и представ- лении притязаний и потребностей разнородных групп, т.е. агрегирова- ние в общем виде, в результате которого формируется психология соци- ального слоя. Средства формирования психологии слоя – это обобщение мнений, организация как масштабных опросов, так и дискуссий на кон- кретные темы.

*Политический лидер –* это глава государства, руководитель пар- тии или массового движения. Политическими лидерами являются наи- более влиятельные лица, имеющие большой общественный авторитет, способные мобилизовать общество.

Политическое лидерство в целом – это способ взаимодействия лидера и масс, в процессе которого он оказывает влияние на общество. Лидерство в политике имеет свои особенности:

* между общенациональным лидером и обществом нет прямого взаимодействия, оно опосредовано партиями, группами интересов и СМИ;
* политическое лидерство носит многоролевой характер, лидер ориентирован на согласование различных социальных интересов и дол- жен оправдывать массовое ожидание от своей деятельности;
* политическое лидерство корпоративно. За решениями, которые принимаются высшими руководителями, всегда скрыта невидимая для масс работа многочисленных экспертов, советников, консультантов;
* деятельность лидера ограничена в разной степени существую- щими социальными отношениями, нормами, процедурами принятия ре- шений.

# Функции политического лидерства

Как и любая деятельность, лидерство имеет свои функции:

*программная функция* – определение и формирование интересов социальных групп, целей деятельности, выявление способов реализации интересов и достижения целей;

*управленческая* – процесс выработки и принятия решений;

*мобилизационная* – мобилизация масс на достижение целей, рас- пределение социальных ролей и функций в обществе; на инициирование и на социальные инновации;

*интегративная* – интеграция общества и объединение масс. Ли- дер должен обеспечивать национальное единство в масштабе государст- ва или структуры, в которой он лидерствует;

*коммуникативная* – организация связи между обществом и вла- стью и убеждение общества в правильности решения власти;

*функция легитимизации* – обеспечение поддержки власти на ос- нове личного авторитета и влияния на массы.

Психологя политикивыделяет свои функции лидерства в соответствии с психологией управления: 1) определение целей развития;

1. обеспечение ведомых средствами достижения целей; 3) помощь ве- домым или лидерам в их действиях и взаимоотношениях; 4) сохранение целостности своей ведомой группы (Д. Ольшанский).

Для реализации лидерских функций в психология политики используются понятия «доминирование» и «подчинение».

*Доминирование* – отношения неравенства, которые определяются статусом и должностными функциями лидера. Доминирование реализу- ется в 4-х основных сферах: 1) психологическое доминирование – это осознание лидером своей роли, осознание массами функций лидера и подчинение ему; 2) силовое доминирование; 3) экономическое домини- рование; 4) политическое доминирование.

Система отношений «доминирования и подчинения» реализуется тремя способами:

* + регулирование норм – это нормирование поведения подчи-

ненных;

* + определение лидером ценностей, инициатива исходит от ли- дера, он осуществляет вовлечение ведомых в определенную систему ценностей;
  + демонстрация образцов поведения. За этим должно последо- вать подражание ведомых и принятие этих образцов.

Влияние лидера на подчиненных – это совокупность особых спо- собов взаимодействия, которые представляют суть психологических ме- ханизмов лидерства и реализуются в их основных формах:

*заражение* – эмоциональное воздействие посредством передачи определенного психического состояния. Это состояние практически бес- сознательно усваивается ведомыми. Усвоив эмоциональное состояние, ведомые воспроизводят его в своем поведении;

*внушение* – волевое воздействие. Производится оно целенаправ- ленно, не обязательно аргументированно, но обязательно не критически воспринимаемой информацией, заранее предполагающее его исполнение; *убеждение –* словесное (вербальное) воздействие посредством информации, подсознательное принятие и согласие с которой заранее

подразумевается;

*подражание* – воздействие, которое демонстрирует наглядные образцы поведения с предложением их принятия и воспроизведения ве- домыми.

Д. Ольшанский выделил три основных варианта лидерства и к ним формы воздействия, которые применяет лидер:

* «лидер-организатор» – чаще всего воздействует через убеждение;
* «демонстратор» – подражает, т.е. требует, чтобы подражали ему;
* «аксиолог» – заражает1.

Эти три варианта стали основой практически всех исследований психологов по проблемам лидерства (каждый исследователь развил ка- кой-либо из этих вариантов). Каждый из вариантов имеет несколько разновидностей, более конкретно и узко определяющих индивидуаль- ные особенности конкретных лидеров.

# Уровневая структура

**и психологические черты личности лидера**

Все исследователи проблемы лидерства традиционно выделяют пять уровней структуры личности лидера:

*Биологический уровень* – предполагает анализ таких факторов, как возраст, наследственность, темперамент, состояние здоровья, выносли- вость – способность работать в условиях физических и эмоциональных перегрузок.

*Психологический уровень* включает и рассматривает основные психические функции и психологические процессы: воля, эмоции, вос- приятие, память, способности, интеллект, характер лидера.

*Социально-психологический уровень* структуры лидера рассмат- ривает следующие компоненты:

* + цели лидера;
  + групповые ценности, разделяемые им;
  + мировоззрение, интересы и мотивы поведения;
  + привычные нормы, стереотипы и установки, разделяемые им.

1 См.: *Ольшанский Д.В.* Политическая психология. – СПб., 2002.

*Политико-психологический уровень* личности лидера требует рас- смотрения следующих параметров:

* + особенности его политической социализации;
  + политические ценности;
  + политический выбор и его особенности;
  + принимаемые образцы политического поведения.

*Социальный уровень* предполагает социальные позиции лидера, его взгляды на мир и общество в целом и сложившийся политический

«образ» мира.

Если объединить эти уровни, можно создать целостную структуру личности лидера, которому необходимы перечисленные ниже качества:

* + воля и способность преодолевать препятствия;
  + настойчивость в отстаивании своих, групповых и общих ин-

тересов;

* + способность к разумному риску в политике, расчетливость, терпение и терпимость;
  + инициативность, твердость политических решений;
  + психическая устойчивость при «давлении» и нереальных по- литических проектах;
  + способность к адаптации в изменившейся ситуации к новым политическим условиям и вызовам;
  + надежность в политическом партнерстве при соблюдении ин- тересов своего государства;
  + восприимчивость к политическим инновациям;
  + стрессоустойчивость, способность не терять самообладание и работоспособность в экстремальных условиях для себя, власти, страны и общества;
  + решительность в принятии непопулярных решений и готов- ность нести ответственность за свое решение;
  + гибкость мышления и политического поведения. Политический лидер должен совмещать в себе также и противо-

положные качества:

* + широко и глобально мыслить, но приоритет отдавать интере- сам своего государства;
  + принимать и использовать политические идеи, не теряя при- нятого политического курса;
  + не поддаваться политическому давлению, в то же время со- хранять деловые партнерские отношения;
  + иметь способность к компромиссу, не ущемляя интересов своей страны;
  + обладать политической интуицией;
  + быть способным уступать, то есть искусство капитулировать и одновременно одержать победу, умение отступать и не изменять идее (прием косвенного достижения победы).

В качестве примера искусства капитулирования можно привести следующее.

1

В 1502 г. в реставрационных мастерских при Соборе Санта Мария дель Фьоре стоял невероятных размеров мраморный блок. Сначала это была необработанная глыба, но неумелый скульптор по ошибке пробил отверстие как раз в том месте, где должны были находиться ноги статуи, чем совершенно испортил материал. Мэр Флоренции Пьеро Содерини хо- тел было попытаться спасти блок, наняв для работы с ним Леонардо да Винчи или другого мастера, но отказался от своего намерения, так как все в один голос утверждали, что мрамор испорчен безнадежно. Вот так по- лучилось, что каменная глыба, на покупку которой была затрачена нема- лая сумма, пылилась теперь в темном зале мастерской.

Так обстояли дела до тех пор, пока флорентийские друзья велико- го Микеланджело не решили написать художнику в Рим, где он жил в то время. «Только он, – писали они, – мог бы сделать что-то с мрамором, который несмотря на дефект, был просто великолепен». Микеланджело приехал во Флоренцию, осмотрел камень и пришел к заключению, что мог бы вырезать из него фигуру, придав ей такую позу, чтобы обойти искалеченный участок. Содерини возражал, что это пустая трата време- ни, – никому не удастся справиться с этим, – но все же согласился раз- решить художнику поработать. Микеланджело решил ваять юного Да- вида с пращей в руке.

Спустя некоторое время, когда Микеланджело заканчивал работу над статуей, Содерини посетил мастерскую. Немного рисуясь и изобра- жая знатока, он осмотрел творение Микеланджело и высказал мастеру свое мнение: все великолепно, вот только нос у изваяния немного велик. Микеланджело видел, что Содерини стоит прямо под гигантской фигу- рой и видит ее в искаженной перспективе. Не говоря ни слова, он жес- том пригласил Содерини подняться с ним на леса. Оказавшись на уров- не носа, он наклонился за резцом и заодно прихватил горсть мраморной пыли с досок. В то время как Содерини наблюдал за ним, стоя всего в нескольких шагах, Микеланджело начал легонько постукивать резцом

по носу статуи, понемногу выпуская из кулака мраморную пыль. Он, в сущности, никак не изменил нос Давида, но создал полное впечатление, что трудится над ним. Через несколько минут своего спектакля он вы- прямился со словами: «Посмотрите теперь». – «Теперь стало гораздо лучше, – отозвался Содерини, – вы прямо-таки оживили его».

К счастью, Микеланджело нашел способ сохранить совершенное творение и в то же время позволил Содерини верить, что тот способст- вовал его улучшению. В этом состоит двойная сила победы с помощью действий, а не слов: никто не обижен, и ваша точка зрения защищена.

2

Сэр Кристофер Рен представлял собой английский вариант чело- века эпохи Возрождения. Он прекрасно знал математику, астрономию, физику и физиологию. За долгие годы своей деятельности он стал од- ним из самых прославленных архитекторов Англии. И все же нередко случалось, что заказчики приказывали ему вносить неумные изменения в его проекты. Никогда они не слышали возражений или оскорблений в ответ. У архитектора были другие способы доказать свою правоту.

В 1688 году Рен создал проект великолепной ратуши для Вест- минстера. Мэра, однако, проект не удовлетворил: мэр нервничал. Он поделился своими опасениями с Реном: второй этаж небезопасен и мо- жет обрушиться прямо в его кабинет на первом этаже. Он попросил Ре- на добавить две каменные колонны, чтобы получше укрепить потолок. Рен, непревзойденный инженер, понимал, что колонны вовсе не нужны и что опасения мэра беспочвенны. Но колонны были построены, мэр чувствовал себя счастливым и благодарным. Только годы спустя рес- тавраторы, поднявшись в люльке под потолок, увидели, что колонны по высоте чуть-чуть не достают до потолка. Это был обман. Но двое полу- чили, что хотели: мэр мог расслабиться, а Рен знал, что потомки узнают, что его оригинальный проект был верен, а колонны не нужны»1.

Вариант гибкого поведения описал А.С. Пушкин в романе «Евге-

ний Онегин» (русская альтернатива):

Он знак подаст: и все хлопочут; Он пьет: все пьют и все кричат; Он засмеется: все хохочут; Нахмурит брови: все молчат; Так он хозяин, это ясно2.

1 *Грин Г.* 48 законов власти. – М., 2003. – С. 114–117.

2 *Пушкин А.С*. Собр. соч.: В 10 т. – М., 1981. – Т. 4. – С. 91.

Наконец, можно привести кыргызстанский вариант видения про- блемы взаимоотношения лидера со своим окружением, и поведения это- го окружения, извлеченные из публикаций АКИ press:

«Недопустимо делать из вчерашнего союзника, пусть даже пло- хого, сегодняшнего крупного врага. Еще хуже, когда члены команды научились превращать своих личных врагов во врагов своего патрона. С оппонентами, с которыми существует хотя бы незначительный по- тенциал для конструктивных взаимоотношений, нужно уметь догова- риваться1». Последнее суждение можно взять в качестве установки.

# «Я-концепция» политического лидера

«Я-концепция» политика – это осознание им себя, его представ- ление о самом себе, от чего зависит его политическое поведение. Срав- нивая себя с окружающими, он в целом дает себе самооценку. Исследо- ватели выделяют шесть компонентов, позволяющих составить целост- ную картину представления лидера о самом себе – его «Я». Именно эти позволяющих составить являются объектом как самооценки лидера, так и объектом исследования психологии лидера:

* + Физическое «Я»
  + Сексуальное «Я»
  + Семейное «Я»
  + Социальное «Я»
  + Психологическое «Я»
  + Преодолевающее конфликты «Я»

Рассмотрим три последние составляющие, как наиболее важные для политического лидера.

*Социальное «Я».* Одним из условий успешной государственной деятельности лидера является умение и способность его к совместной деятельности с другими людьми. Представления лидера об этом качест- ве отражено в его социальном «Я». В набор умений совместной дея- тельности входят: 1) умение выявлять и стимулировать деловые и нрав- ственные качества людей; 2) владение навыками межличностных отно- шений; 3) умение эффективно работать с лидерами других государств;

1. умение вести переговоры.

Об умении вести переговоры написано не только в научной лите- ратуре, но и в мемуарах политических деятелей. Мы дадим два примера- сравнения ведения переговоров из разных источников.

1 См.: АКИ press. – 1999.

1

«Г. Киссинджер доводил до слез своих оппонентов за столом пе- реговоров. Монотонным голосом, невыразительным видом, бесконеч- ным перечислением деталей, затем он вдруг ошарашивал их, предъявляя список смелых требований. Застигнутые врасплох, они легко позволяли себя уговорить»1.

Другой стиль поведения переговоров и общения демонстрировал А.А. Громыко.

2

«А.А. Громыко был хорошим переговорщиком, особенно для времен “холодной войны”. Если у него имелась какая-либо запасная по- зиция, то он пускал ее в ход именно тогда, когда партнер, потеряв все остатки терпения, в гневе собирался встать из-за стола, прервав перего- воры. В своей памяти он удерживал массу дат, фактов, позиций, кото- рые умело вводил в оборот переговоров, не пользуясь шпаргалками, подготовленными экспертами»2.

*Психологическое «Я»* лидера – это его представление о своем внутреннем мире, о своих фантазиях, мечтах, желаниях, иллюзиях, страхах и конфликтах. Знание лидером своей психологии – характера, темперамента, своих познавательных и коммуникативных особенностей, дает возможность регулировать свое поведение и отношения с окру- жающими.

*Преодолевающее конфликты «Я»* – это представление политиче- ского лидера о своих способностях преодолеть конфликт, найти реше- ние проблемы. Чтобы воспринимать проблему правильно и предвидеть ее последствия, лидер должен обладать конкретными знаниями – поли- тической психологии масс, общей психологии, психологии управления, психологии политических моделей, иметь свою «политическую картину мира», быть самоуверенным и передавать уверенность другим. Очень важно осознание лидером своих способностей в преодолении стрессов, так как неумение выйти из стресса может сильно повлиять на его интел- лектуальные возможности и изменить его поведение. Стресс лидера мо- жет вызвать негативные последствия для страны в исторические момен- ты, если лидер не сумеет его преодолеть.

1 *Грин Р.* 48 законов власти. – М., 2003. – С. 65.

2 *Лебедева М.М*. Политическое регулирование конфликтов. – М., 1997. –

С. 236.

*Как влияет самооценка лидера на внутреннюю и внешнюю поли- тику страны?* Если в течение жизни у лидера сформировалась зани- женная самооценка, то его внутреннее недовольство собой является стимулом на взятие новых высот как во внутренней, так и внешней по- литике. По мнению Е. Егоровой-Гантман, среди советских лидеров низ- кой самооценкой обладали Сталин, Хрущев. О бессознательном прояв- лении низкой самооценки Сталина свидетельствует эпизод, приведен- ный Ю. Антоняном: *«Бессознательное переживание чувства неполно- ценности могло проявиться самым неожиданным образом, неожидан- ным для самого Сталина».*

*У. Черчилль рассказывал о таком случае, происшедшем на Пот- сдамской конференции: «Во время обеда “мой грозный гость” поднялся со своего места с карточкой меню в руках и пошел вокруг стола, соби- рая автографы многих из присутствующих. С такой же просьбой он обратился к Черчиллю, при этом его глаза искрились весельем и юмо- ром». Психолог Ранкур-Лаферриер, комментируя этот случай, отмеча- ет, что это было не только странно, но выглядело жалким. Даже в зе- ните влияния и почета, оказываемого ему как мировому лидеру, он имел потребность иметь осязаемое письменное доказательство того, что он был на короткой ноге со знаменитостями»1.*

Лидеры с завышенной самооценкой не только не переоценивают свои возможности, но и не замечают реакцию на свою политику по при- чине отсутствия обратной связи. Но может быть и другой вариант: столкнувшись с недооценкой своей политики, лидеры с завышенной са- мооценкой страдают от аффекта неадекватности и могут сделать такие ошибки в политике, как неожиданные шаги, и неоднократно повторить свои ошибки и обострить ситуацию до передела.

Лидеры с адекватной самооценкой – это лучшие партнеры на по- литической арене, потому что их политика мотивирована не личным ус- пехом, а интересами страны. Такие лидеры не страдают комплексом не- полноценности, не считают, что их унизили и обошли, или не так при- няли и т.д.

Одной из задач и функций психология политики является формирование знаний и умений составления психолого-политической характеристики лидера. Для реализации этой дидактической задачи мы предлагаем в качестве матрицы использовать системную модель из семи блоков, отражающих основные параметры психологической характери- стики лидера.

1 *Антонян Ю.М.* Терроризм. – М., 1998. – С. 53.

### Системная модель составления психологических характеристик политического лидера1

* 1. *Потребностно-мотивационная сфера лидера*
     1. Мотивы и потребности во власти:
        + инструментальная мотивация лидера – определить концеп- цию развития страны, выработать тактику интеграции различных групп;
        + синдикативные мотивы – мобилизация команды вокруг го- сударственных интересов;
        + мотив самовыражения, самоутверждения и личные амбиции;
        + прагматические мотивы – например, преодолеть кризис, осуществить реформы.
  2. *Индивидуально-психологические особенности политических лидеров*
     1. Особенности познавательных процессов:
        + особенности темперамента;
        + эмоциональность;
        + характер;
        + воля;
        + ощущение, восприятие;
        + внимание;
        + речь;
        + логика.
     2. Особенности политического мышления:
        + системное мышление – умение охватить факторы влияния на политический процесс и его результат;
        + опережающее мышление – способность предвидеть ход и изменение политических процессов и последствия принимаемых поли- тических решений;
        + профессиональное мышление – способность активно при- нимать социальные и политические знания, руководствоваться катего- риями политики и управления;
        + гибкость мышления – способность использовать альтерна- тивные политические идеи, умение адаптировать, вписывать новые идеи в политический курс страны;

1 Системная модель предлагает набор вариантов. При составлении поли- тико-психологического портрета конкретного лидера, следует подчеркивать те варианты, которые соответствуют качествам этого лидера.

* + - * аналитическое мышление – способность синтезировать множество фактов и выходить на обобщенное политическое решение;
      * оперативное мышление – способность своевременно реа- гировать на ситуацию и своевременно корректировать действия;
      * безынерционное мышление – политический опыт, знания и установки не мешают принимать нестандартные решения и поведение, принимать инновации в политике;
      * методическое мышление – способность последовательно, не отклоняясь от цели, осмысливать политическую ситуацию в деталях.

*Способы принятия политических решений*

Стиль принятия политических решений:

* + - * коллегиальный;
      * персональный;
      * готовность нести ответственность за решение;
      * оперативный;
      * креативный;
      * стандартный;
      * наличие политической воли для принятия непопулярных решений;
      * авторитарный;
      * демократический.

*Особенности поведения лидеров в экстремальных ситуациях:*

* + - * умение владеть собой;
      * спокойствие;
      * уравновешенность и выдержка;
      * выносливость к эмоциональным нагрузкам;
      * уровень энергетики;
      * способность к риску.

*Особенности стиля руководства и межличностных отношений:*

* + - * слабая (сильная) роль эмоций;
      * приверженность к дистанции и субординации;
      * сдержанность, холодность, отчужденность в отношениях;
      * твердость, жесткость, агрессивность;
      * дружелюбность, мягкость, терпеливость, терпимость;
      * способность к взаимодействию;
      * выносливость при «давлении» и других формах психиче- ского насилия;
      * отношение к неформальным лидерам;
      * скептичность, оптимизм, пессимизм;
      * адаптивность, инициативность;
      * объективность в оценке людей и событий;
      * корпоративность, контактность, замкнутость.

*Поведенческие характеристики политического лидера:*

* + - * наличие выраженных признаков лидера в групповой дея- тельности;
      * спонтанность (планирование) поведения;
      * мотивация смены поведения;
      * доверчивость (недоверчивость) к групповой деятельности или к отдельным персоналиям;
      * способность к объективной самооценке;
      * способность к критической самооценке своих политиче- ских неудач;
      * корректность или грубость поведения;
      * участие или организация интриг, или пресечение их;
      * характер оценки людей – собственное или навязанное, объ- ективное или субъективное.

*Особенности эмоциональной сферы политического лидера:*

* + - * эмоциональная зрелость;
      * внутренняя организованность;
      * устойчивость мотивов и политических интересов;
      * рациональность поведения;
      * способность заботиться о чувствах людей;
      * способность к эмпатии, симпатии, антипатии;
      * жестокость, склонность к политическому насилию;
      * склонность к агрессии, раздражительность;
      * адекватность (неадекватность) поведения в нестандартных ситуациях;
      * способность совмещать потребности с возможностями;
      * наличие воли;
      * способность планомерно действовать;
      * забота о своем авторитете.

# 5. Мотивация лидеров

Различные исследователи этой проблемы выделили основные по- требности лидеров, которые мотивируют их поведение в политике:

1. Потребность во власти.
2. Потребность в контроле над событиями и людьми.
3. Потребность достижения цели.
4. Потребность в аффилиации.

*Потребность во власти.* В своей работе «Психопатология и по- литика» Г. Лассуэл заметил, что лидеры обладают потребностью во вла- сти, как форме компенсации личных мотивов.

В целом, эти личные ценности или потребности можно рассмат- ривать как важную часть мотивационной структуры лидера.

Вообще власть желанна по трем причинам:

* + возможность доминировать над другими или ограничивать действия других людей;
  + другие не доминируют или не вмешиваются в дела наделен- ного властью;
  + возможность осуществить политическое достижение. Показатели потребности во власти у многих лидеров хорошо раз-

виты. Но уровень потребностей у каждого лидера свой: 1) адекватная возможностям потребность во власти; 2) гипертрофированная; 3) завы- шенная.

Уже сам пост главы государства должен удовлетворить эту по- требность лидера, но лидер взаимодействует с другими лидерами, не яв- ляясь вершиной власти. Следовательно, здесь заложены возможности для соперничества и конкуренции, и существует вероятность утвердить власть над другими государствами или доминировать над ними.

*Потребность в контроле над событиями и людьми.* Вообще это проявление базовой человеческой потребности, но только в политиче- ской деятельности оно основано на потребности контроля внешних сил и событий, которые влияют на нашу жизнь. Если какое-либо событие относится к сфере политики, то образуется связь между личным контро- лем и политической жизнью. Данная потребность также находит удов- летворение во внешней политической деятельности. Именно эта по- требность мотивирует поступки лидера на международной арене.

Если у лидера сильно развита потребность в контроле над между- народными событиями, и международные отношения видятся как борь- ба, тогда он проявляет склонность к жесткому курсу и нередко прибега- ет к военному вмешательству.

Если лидер рассматривает международные отношения как взаи- модействие, то политика сотрудничества удовлетворяет его потребности в контроле (его признают другие лидеры, считаются и ценят его мнение, обращаются к нему за консультациями).

*Потребность лидера в достижении успеха* связана с мастерст- вом, манипулированием, организацией физического и социального ок-

ружения, преодолением препятствий, установлением высоких стандар- тов работы (профессионализм, высокая организация, ответственность), это соревнование, победа над кем-либо.

Существуют два мотива, связанные с потребностью в достижении успеха: мотив достижения успеха; мотив избежания провала, и оба мо- тива направлены на достижение успеха.

В речи лидера с высокой потребностью в достижении успеха слышится постоянная забота о высоких стандартах; он всегда прогова- ривается о своих былых достижениях. Такой лидер выбирает эксперта- ми профессионалов, а не друзей. Нередко проявляет нечестность, или нарушает закон для достижения цели. В межличностных отношениях лидер с потребностью в достижении успеха демонстрирует кооператив- ное поведение и склонен к сотрудничеству. Но при этом такие лидеры проявляют еще и личную дипломатию: обращаются с личными посла- ниями; лично обращаются к главам других государств с призывом коор- динации совместных действий.

В международных отношениях лидеры с потребностью в дости- жении успеха более кооперативны, менее конфликтны, редко прибегают к военной силе. Такие лидеры очень часто меняют кабинет, чтобы рабо- тать не с друзьями, а с профессионалами. Потребность в достижении успеха является стержнем их политической карьеры. Внешнеполитиче- ская деятельность позволяет ставить трудные цели, достижение которых приносит психологическое удовлетворение. К власти лидеры приходят по-разному. Одни на волне высокой страсти, другие на волне хладно- кровия.

Потребность в аффилиации проявляется чаще всего в заботе ли- дера о близких отношениях с другими людьми. Лидеры с потребностью в аффилиации оборонительны и неустойчивы с людьми, которые пред- ставляют хоть какую-либо угрозу для них. Они взаимодействуют и при- вязываются к тем людям, которые соглашаются с ними, сходны в избе- гании, в нелюбви к чему-либо. В результате лидеры с потребностью в аффилиации избирают друзей, а не профессионалов.

Для лидера с высокой потребностью в аффилиации характерны диадические отношения в группе. Такие лидеры ищут безопасную дружбу, но редко находят, потому что они чувствительны к обороне в условиях риска и конкуренции. Эти лидеры непопулярны в массе, по- скольку они пассивны, легко подпадают под влияние других людей, особенно тех, кто им привлекателен. Качество советов, полученных от лояльных и привлекательных людей, часто бывает низким (потому что дают их непрофессионалы, а друзья). Нередко такие лидеры попадают в политические скандалы благодаря влиянию советников.

Лидеры с завышенной потребностью в аффилиации более под- вижны во внешнеполитической деятельности, более склонны к согла- шению на сокращение каких-либо видов оружия. Для них характерно следующее:

* + Поиск одобрения со стороны других людей. Политический лидер рассматривает свою деятельность как способ заслужить одобре- ние внутри своей страны у референтных групп, с которыми сверяет свой политический курс, часто исходя из норм и ценностей этих групп.
  + Поиск одобрения у лидеров других государств. Эту потреб- ность лидеры удовлетворяют, находясь в роли посредников в междуна- родных конфликтах, потому что агрессивность будет восприниматься с удвоенной силой, как результат проекции на них собственной агрессии у референтных политических лидеров.
  + Поиск одобрения у населения своей страны. Стремясь заслу- жить его, политический лидер опирается на усредненные понятия «хоро- шо» и «плохо», он может ориентироваться на примитивные образы, отве- чающие потребностям масс. Средний гражданин менее политически об- разован, слабо разбирается в политике, следовательно у таких людей ме- нее сложные требования к внешней политике своего государства и упро- щенные категории – «поддержать союзника», «дать отпор», «возвеличить свой авторитет». Методы и средства внешней политики он воспринимает как дело десятое. Именно подобное понимание внешней политики во многом объясняет военные акции лидеров, зачастую совершенные не- обоснованно, хотя такие акции находят эмоциональную поддержку у масс, патриотически и националистически настроенных. Подобными внешнеполитическими акциями лидеры завоевывают себе авторитет.
  + Поиск одобрения со стороны других стран. Политические лидеры, не придерживающиеся принципов изоляционной политики, ча- ще всего вынуждены взаимодействовать внутри каких-либо блоков (во- енных, политических, экономических).

# Авторитарное лидерство в исследованиях Т. Адарно

Истоки авторитарного лидерства Т. Адарно исследовал на приме- ре малых, затем больших групп, а в целом были изучены психологиче- ские особенности фашистского общества Германии гитлеровского пе- риода. В своей работе «Авторитарная личность» Т. Адарно показал трансформацию авторитарной малой группы (создатели НСДАП) и про- никновение её в общество. Охватив все общество, авторитарность стала

базовым его качеством, тогда же возникло понятие «авторитарная лич- ность».

Суть авторитарности – в стремлении подчинить кого-то себе, при постоянной готовности, в свою очередь, подчиниться более сильному. Как отмечает Д. Ольшанский1, люди, которым свойственно данное каче- ство, неизбежно сплачиваются в тоталитарные группы, выдвигая своих фюреров. Феномен гитлеровской Германии, считает Д. Ольшанский, уникален потому, что принцип фюрерства был возведен в принцип го- сударственности. Там каждый был фюрером – кто-то фюрером народа, а кто-то фюрером своей семьи.

Проявления авторитарности имеют различия. В аффективной ма- лой авторитарной группе его носители как бы взаимно дополняют друг друга. Фюрером становится один, остальные поддерживают его, отра- жая аспекты авторитарности. Среди выделенных Т. Адарно подтипов были и массовые, такие как «отцы семейства, недовольные миром, где все захватили иностранцы». Первичные организации гитлеровской пар- тии на этапе подготовки и захвата власти состояли в основном из «мя- тежных психопатов», с помощью которых Гитлер пришел к власти.

*«Мятежные психопаты»,* как разновидность авторитарной лич- ности, имеют свои черты. Это – тип хулигана, подонка, бандита без причин, такой тип стремится к грязным поступкам, бесчинствует откры- то, бессмысленно, жестоко. Этот тип всегда там, где нужно кого-то бить, уничтожать. Именно он организует толпу на погромы и путчи; тип дезорганизованный, недисциплинированный, не обладающий способно- стью к устойчивым отношениям и постоянной работе.

Эмоционально типом «психопата» движет протест против при- знанных авторитетов и одновременно потребность слепо идти за «силь- ным человеком». Люди этого типа поддаются самой невероятной пропа- ганде и слышат то, что хотят слышать. Действия их не подчиняются яс- ной, осознанной цели, поскольку этот тип не знает чего он хочет, по- клоняется силе и грубости. Часто такой тип – садист, но животно трус- ливый (смелый в стаде). Люди этого типа самоутверждаются в насилии и жестокости (гитлеровские штурмовики). Обычно, сделав «черную» работу, они становятся ненужными и чаще всего истребляются высшим командованием. Так, Рем и его штурмовики были уничтожены в «ночь длинных ножей».

Следующий тип, выделенный Т. Адарно, – *«функционер-манипу- лятор»* – разновидность личности в других, измененных ситуациях. Прототипом в описании Т. Адарно является Г. Гиммлер – человек, сво-

бодный от идеологических догм. Однако в основе его действий лежали трезвость, практицизм и особая «пустота чувств». Главный и единст- венный принцип Г. Гиммлера «Организация, Метод, Порядок», при по- мощи которого он привел Германию к «идеальному» гитлеровскому по- рядку с Гестапо, СС, концлагерями. Это – тип холодного игрока. С вра- гами не любил расправляться сам, для этого он создал «всеобщие» ме- тоды – газовые камеры и другие средства.

Существует и другой вариант авторитарной личности, описанный Т. Адарно, – *«причудливый тип»* («чудак»). Это – творец невероятных идеологических и пропагандистских конструкций, граничащих с бредо- выми системами. Тип этот опасен еще и тем, что искренне верит в свои идеи, и обладает даром убеждения; готов идти на смерть ради веры в своего кумира. Одновременно он страдает манией преследования, по- стоянно находится в поиске врагов и заговоров, и готов их жестко по- давлять. Это, по утверждению Т. Адарно, – Геббельс, Розенберг – или обобщенный тип лидера авторитарного общества.

В исследовании Т. Адарно авторитарную личность отличают не только этнонациональные и социально-политические установки, но и характерологические личностные черты: приверженность к принятым нормам, готовность к подчинению иерархии и идеализации иерархиче- ской структуры общества, авторитарная агрессивность, суеверная и сте- реотипная ментальность, дух разрушения («некрофилия в политике», по определению Э. Фромма) и цинизм, гипертрофированный интерес к сек- суальной проблематике, проекция собственных, признаваемых пороч- ными, склонностей на других людей.

По утверждению Г. Дилигенского, основными достижениями ис- следования «авторитарной личности» были типологический психологи- ческий портрет определенной разновидности «политического человека» и установление структурной взаимосвязи между такими установками и характерологическими чертами, как агрессивный национализм, антиде- мократизм, иррационализм, крайне примитивный, тяготеющий к мифам, стереотипам и фобиям когнитивный аппарат1.

Совокупность всех исследований Т. Адарно позволяет предполо- жить, что типичной (но не единственно возможной) предпосылкой фор- мирования авторитарных черт является ущербность личности – небла- гополучие либо психологическое, заложенное в ее структуру в детстве, либо материальное и социальное, которое человек может испытывать позже. Зависимость от этих факторов обусловливает резкое увеличение

«авторитарных личностей» в кризисные времена.

1 *Д.В. Ольшанский.* Политическая психология. – М., 2002. – С. 206–207. 1 См.: *Дилигенский Г.Г.* Социально-политическая психология. – М., 1994.

# Психологическая природа имиджа политика

*Политический имидж* – это сложившийся в массовом сознании и имеющий характер стереотипа, эмоционально окрашенный образ поли- тического лидера. Формирование имиджа происходит как стихийно, так и сознательно, на основе отслеживания восприятия лидера. Стратегия и тактика формирования того образа, который массы воспримут положи- тельно, тщательно разрабатываются.

Источниками формирования имиджа политика являются:

*Прямая имиджеформирующая информация* – манера одеваться, держаться, говорить, жестикулировать, компетентность, эрудиция, уме- ние ориентироваться на аудиторию, деловитость, инициатива, полити- ческая программа, программа действий и т.д. Эта информация усваива- ется массами как сознательно, так и бессознательно. Таким образом, первый источник это то, что оказывает влияние на восприятие масс – личность политика, его слова и дела.

Второй источник – *косвенная имиджеформирующая информация* о политике – анекдоты, слухи, сплетни об образе жизни, о друзьях, род- ственниках, об имущественном положении и др.

Ядро имиджа политика – *легенда,* которая дает возможность лидеру не только держаться на плаву, но и меньше тратить усилий на рекламу, она делает его запоминающимся, узнаваемым и популярным. Легенда начина- ется с составления биографии политика, которая нужна для создания поли- тического образа. Для создания легенды существуют сюжеты, отвечающие ожиданиям масс, такие как: 1) нейтральный сюжет; 2) борец за счастье на- рода; 3) человек судьбы; 4) победитель; 5) царь-маг и др.

Перечислены не все сюжеты. Главное для массового сознания – это ярко составленный слоган, запоминающийся и характеризующий образ политика. В период выборной кампании А. Лебедя, избирателей приводил в восторг рекламный плакат А. Лебедя:

«Существительное – *мужик;* Прилагательное – *крутой;* Биография – *героическая;* Челюсть – сами видите.

Короче говоря –

Харизма, она и есть харизма».

Следует помнить, что внешний вид человека имеет определенную воздействующую силу. Массовое сознание закрепило это наблюдение в следующих словах: «На нем защитна гимнастерка. Она меня с ума сведет».

Первое впечатление встречи формируется на 7% содержанием; на

30% голосом; на 55% внешностью1.

Помня об этом, Сталин, Гитлер, Никсон никогда не пользовались на публике очками. Тексты для них писали огромными буквами. Дж. Кеннеди делал стрижку, которая делала его старше, а Р. Рейган красил волосы, что- бы выглядеть моложе.

Но главное в создании имиджа политика – это его *политическая идея*. Идеи могут быть свои, творчески обработанные чужие, но подан- ные в новой яркой форме, и при этом они (идеи) должны отражать на- сущные потребности людей и их ожидания.

Восприятие политика массами зависит от модели мира. Восточ- ная модель отличается спокойствием и внутренним самосозерцанием. Западная модель расценивает ее по-иному, – как бездействие, которое ассоциируется с ленью. Но «бездействие» в китайском и японском язы- ках имеет иную семантическую окраску: «Бездействие существует не ради ничегонеделания, а ради ненарушения естественного порядка вещей»2.

П. Флоренский говорит о первичности разных каналов воспри- ятия в разных системах, в основу которых кладется слух или зрение.

«Различными народами ударение первенства ставилось либо на том, ли- бо на другом: древняя Эллада возвеличивала преимущественно зрение. Восток же выдвигал как более ценный – слух»3.

Одним из условий создания образа политика является идентифи- кация. Она должна учитывать аудиторию, в которой он себя презентует, а также психологию восприятия «восточной» или «западной» модели, и по- ловозрастные характеристики публики. Когда Б.Н. Ельцину (в первые вы- боры) долго не могли подобрать вице-президента, спичрайтеры во главе с Л. Пихоя предложили кандидатуру А. Руцкого. Аргументы Л. Пихоя в бе- седе с А. Коржаковым были более чем убедительными (с ее «точки зре- ния»): *«Саша, ты посмотри, Ельцин – красивый, высокий, а рядом с ним будет Руцкой в военной форме, со звездой героя, с усами, наконец. Все бабы будут наши»4.*

Идентификация также предполагает при создании легенды лидера

(лидеров) непременно учитывать в своей «мифологии» национальную

1 *Почепцов Г.* Имиджелогия. Ваклер. – 2002. – С. 238.

2 *Григорьева Т.П.* Японская художественная традиция. – М., 1979. –

С. 131 – 131.

3 *Флоренский П.А.* Столп и утверждение истины (II) // *Флоренский П.А.*

Собр. соч.– М., 1990. – Т.1. – С. 341.

4 *Коржаков А.* Борис Ельцин: от рассвета до заката. – М., 1997. – С. 122.

символизацию в рамках данной культуры и отражать ее в речи, ритуа- лах, программах. Например, хлеб у русских и у восточных народов больше, чем пропитание. Хлеб – это символ *жизни* («хлеб – всему голо- ва»). Как пишет Ю. Степанов, «Наши нищие просят на кусок хлеба, во Франции или Испании нищие просят на чашечку кофе»1.

В целом, оптимальная модель имиджа политика включает три ос- новных психологических уровня. На первом – внешние параметры об- раза человека, структуры, события или явления; публично демонстри- руемые внутренние качества. На втором уровне находятся собственно политические характеристики, отражающие взгляды, позиции, про- граммные устремления политика, а также его «весомость» в политиче- ском мире. На третьем уровне в такую модель включаются скрытые па- раметры, вмонтированные для внушения аудитории безусловно пози- тивного отношения к прообразу имиджа.

## Иллюстрации к лекции

**Персональный взгляд на тему**

*Макиавелли Н.* Государь. – М., 1990. – С. 46.

… Если же говорить не о вымышленных, а об истинных свойст- вах государей, то надо сказать, что во всех людях, а особенно в госуда- рях, стоящих выше прочих людей, замечают те или иные качества, за- служивающие похвалы или порицания. А именно: говорят, что один щедр, другой скуп – если взять тосканское слово, ибо жадный на нашем наречии это еще тот, кто хочет отнять чужое, а скупым мы называем то- го, кто слишком держится за свое – один расточителен, другой ангел; один жесток, другой сострадален; один честен, другой вероломен; один изнежен и малодушен, другой тверд духом и смел; этот снисходителен, тот надменен; этот распутен, тот целомудрен; этот лукав, тот прямоду- шен; этот упрям, тот покладист; этот легкомыслен, тот стеснен; этот на- божен, тот нечестив и так далее. Что может быть похвальнее для госу- даря, нежели соединить в себе все лучшие из перечисленных качеств? Но раз в силу своей природы человек не может ни иметь одни доброде- тели, ни неуклонно им следовать, то благоразумному государю следует избегать тех пороков, которые могут лишить его государства, от осталь- ных же – воздерживаться по мере сил, но не более. И даже пусть госу- дари не боятся навлечь на себя обвинения в тех пороках, без которых

трудно удержаться у власти, ибо, вдумавшись, мы найдем немало тако- го, что на первый взгляд кажется добродетелью, а в действительности пагубно для государя, и наоборот; выглядит как порок, а на деле достав- ляет государю благополучие и безопасность.

*Казанова Дж*. Мемуары // *Грин Р.* 48 законов власти. – М., 2003. –

С. 266–267.

Человек, который вознамерился попытать счастье в этой древней столице мира (Риме), должен быть хамелеоном, восприимчиво отобра- жающим краски окружающей его атмосферы – Протеем, способным принимать любую форму, любые очертания. Он должен быть гибким, податливым, неопределенным и вкрадчивым, близким, неуловимым, за- гадочным и непостижимым, часто низменным, порой искренним, иногда вероломным; всегда скрывающим часть своего знания, способным льстить уже тоном своего голоса; спокойным, безупречным хозяином собственной мимики, быть холодным, словно лед, когда человек пылал бы, как в огне; и если, к несчастью, он не религиозен в сердце – что очень часто случается с теми, кто обладает вышеперечисленными каче- ствами, – он должен иметь религию в уме, так сказать, изображать ее на своем лице, на губах, в манерах; он должен страдать спокойно, а если он был честным человеком, то ему следует осознавать себя в качестве отъ- явленного лицемера. Человек, душа которого противится такой жизни, должен оставить Рим и искать удачи где-то в другом месте. Я не знаю, хвалю я себя или оправдываю, но из всех перечисленных качеств я об- ладал лишь одним, а именно – гибкостью.

1 См.: *Степанов Ю.К.* Словарь русской культуры. – М., 1997. – С. 202.

# Тема 5

## ПСИХОЛОГИЯ МАЛЫХ ГРУПП В ПОЛИТИКЕ

**Вопросы:**

1. Особенности малых групп в политике.
2. Психологические механизмы объединения малых групп в поли- тике, условия внутригруппового взаимодействия.
3. Психология воздействия лидера на группу.

## Интеллектуальная разминка

1. *Группа малая* (ГМ) – относительно небольшое число непосред- ственно контактирующих индивидов, объединенных общими целями или задачами. Особенностью, отличающей малые группы от сложных и больших, является ее относительная «структурная простота». Это озна- чает, что в ГМ имеется, как правило, авторитетный лидер (если группа неофициальная) или авторитетный руководитель (если группа офици- альная), вокруг которого объединены остальные члены группы. При этом размер группы не имеет значения и может достигать нескольких десятков человек. Если же внутри занятой какой-либо деятельностью ГМ появляются другие лидеры и часть ее членов начинают поддержи- вать их и вводимые этими лидерами нормы и ценности, то такая группа малая становится структурно сложной и нередко распадается на две или более ГМ. Новые ГМ вступают между собой в межгрупповые отноше- ния и могут развиваться независимо одна от другой. Если ГМ занята со- циально ценной и значимой для всех ее членов совместной деятельно- стью, опосредствующей межличностные отношения в ней, то она может представлять собой группу высокого уровня развития.
2. *Совместимость групповая* (СГ)– социально-психологический показатель сплоченности группы, отражающий возможность бескон- фликтного общения и согласованности действий ее членов в условиях совместной деятельности. В коллективе СГ образует иерархию уровней. Нижний уровень СГ составляет психофизиологическая совместимость темпераментов и характеров членов группы, сенсомоторная согласован-

ность при выполнении ими совместных действий, сплоченность, выра- жающаяся в интенсивности коммуникативных внутригрупповых связей и во взаимности социометрических выборов. На более высоком уровне СГ выступает как согласованность функционально-ролевых ожиданий – представлений членов группы о том, что именно, с кем и в какой после- довательности должен делать каждый при реализации общей для всех цели. Высший уровень СГ, характерный только для *коллектива*, находит свое отражение в предметно-целевом и ценностно-ориентационном единстве, коллективисткой идентификации, адекватности возложения и принятия ответственности за успехи и неудачи друг друга, во взаимной *референтности* членов группы.

1. *Сплоченность групповая* – один из процессов групповой динами- ки, характеризующий степень приверженности к группе ее членов. В каче- стве конкретных показателей сплоченности, как правило, рассматривают- ся: 1) уровень взаимной симпатии в межличностных отношениях – чем большее количество членов группы нравятся друг другу, тем выше ее сплоченность; 2) степень привлекательности (полезности) группы для ее членов – чем больше число удовлетворенных своим пребыванием в группе, то есть тех, для кого субъективная ценность приобретаемых благодаря группе преимуществ превосходит значимость затрачиваемых усилий, тем выше сила ее притяжения, а следовательно, и сплоченность. К числу основных факторов СГ чаще всего относят: сходство базовых ценностных ориентаций членов группы, ясность и определенность групповой цели, демократический стиль руководства, кооперативную взаимосвязь членов группы в процессе совместной деятельности, отно- сительно небольшой объем группы, ее престиж1.

# Особенности малых групп в политике

Малые группы мы будем рассматривать как субъект политики и как объект психология политики, как носителя и соискателя власт- ных свойств и полномочий, как сообщество, способное воздействовать на принятие политических решений.

Психологя политикиопределяет малые группы как объедине- ние людей, взаимодействующих ради достижения осознанных политиче- ских целей и задач. Группы в политике делятся на малые и большие.

Основным «операциональным» критерием определения «малой группы» является возможность каждого контактировать со всеми чле-

1 Психология: Словарь / Под ред. А.В. Петровского. – М., 1990. – С. 36; 366–367; 380.

нами группы или с большинством. Критерий реальной и регулярной контактности с членами группы – обязательное условие и для лидера группы.

Если лидер не имеет таких связей, то малая группа существует формально. А если члены группы не имеют связи с лидером, то группа распадается. Существует два способа становления лидера в малых груп- пах: 1) лидер – член группы, которого выдвинула сама группа; 2) лидер сам организует вокруг себя группу при совпадении норм, ценностей и целей в политике людей, которых он объединил.

Лидер малой группы имеет четкие функции: организует, плани- рует и управляет деятельностью группы в политике. При этом он прояв- ляет более высокий уровень активности и компетентности, чем члены группы. Таким образом, лидер – это социальная роль определенной лич- ности в группе. Но в группе существуют еще и групповые роли, то есть каждый, кто в нее входит, играет свою роль. Эти роли отражают осо- бенности психологии, способов общения, привычек, характера, интере- сов каждого члена группы.

Политический *«эксперт-консультант»* – это член группы, у ко- торого развиты аналитические способности, (когнитивные возможно- сти), и он является интеллектуальным центром группы. Группа всегда в нем нуждается – он самый востребованный.

*«Приспособленцы»* пассивно и легко приспосабливаются в груп- пе, не стремятся выделиться и поддерживают любые политические идеи группы.

*«Крайний»* – характеризуется тем, что отстает от других по раз- ным причинам – от лени до бездарности, от страха публичного выступ- ления до заниженной самооценки и негативного опыта в другой соци- альной общности. Первым всегда попадает под критику, и самое глав- ное первым попадает под гнев лидера. И всегда выполняет роль «громо- отвода».

*«Противник»* – это оппозиционер лидера, активно выступает про- тив него, и в целом, выполняет полезную функцию – держит лидера в форме.

*«Моралист»* – в политике требует только моральных средств. Политический моралист требует «должного», а живет в «сущем». В силу этого, его моральные требования нереальны, несбыточны, а постоянное морализирование раздражает группу.

*«Перехватчик»* – перехватывает инициативу лидера, захватывает всю группу и психологически постепенно подчиняет себе.

*«Любимчик»* – группа любит и защищает его. Его характеризует безобидность и терпимость, терпение и умение общаться со всеми.

Помимо этих, в группе существуют еще и такие роли, как «агрес- сор», «шут», «провокатор», «защитник», «нытик», «спасатель», «жерт- ва», «интриган», «тихушник». Но и это еще не все роли, потому что группа постоянно стремится расширить репертуар своих ролей1.

Учитывая характеристики ролей членов группы, можно сделать вывод, что политическая малая группа – это не только коллектив едино- мышленников, но это взаимодействие самых разных характеров, спо- собностей и желаний. При этом роль главного «режиссера» и «дириже- ра» играет лидер. Ему следует учитывать, что группа – это прежде всего люди с присущими им достоинствами и недостатками.

Роль лидера малых групп в политике – интегрировать все лучшие индивидуальные особенности каждого члена группы для решения поли- тической задачи. Его роль не столько нейтрализовать негативное прояв- ление личности, а вытеснить их в ходе политической деятельности, за- менив положительно оцениваемыми членами группы качествами. По Д. Ольшанскому, психологические особенности действия малых групп в политике связаны с их характеристиками2. При этом существует основ- ной критерий характеристики группы – это направленность ее действий. Следуя этому критерию группы делятся на *экстравертированные* и *ин- травертированные.*

Психология *экстравертированной группы* в политике направлена на завоевание власти, на занятие поста в правительстве, на завоевание электората – деятельность группы направлена на внешнюю среду.

Психология *интравертированной группы* направлена на внутри- групповую деятельность, такую, как политическое просвещение членов группы, формирование групповой солидарности, создание психологиче- ского комфорта и психологического климата в группе, совершенствова- ние внутригрупповой дисциплины. Деятельность этой группы направ- лена вовнутрь.

*Уровень групповой сплоченности* – следующая характеристика груп- пы. Сплоченность группы проявляется в единстве трех следующих состав- ляющих – общность интересов; общность целей; единство действий.

Высокий уровень сплоченности групп обычно наблюдается в то- талитарных режимах или в группах, стремящихся захватить или удер- жать власть любым путем, и это гомогенные группы. В демократиче- ских системах существует система «сдержек и противовесов», которые не допускают возникновения гомогенных групп. К гомогенным группам

1 См.: *Руденский Е.В.* Социальная психология. – Москва; Новгород, 1998.

2 См.: *Ольшанский Д.В.* Политическая психология. – СПб., 2002.

относятся: хунта, мафия, клика. Рассмотрим клику как одну из гомоген- ных групп в политике. Хотя клики складывались в рамках монархии, но до сих пор они остались атрибутами тоталитарного и авторитарного ре- жимов. Психология клики направлена на захват власти путем переворо- та, политических убийств, заговоров, сговоров.

Клики бывают двух типов.

1. *Клика партнерского типа.* В нее входят лидеры с равными возможностями и равным влиянием на политику. Лидер здесь номина- лен. Но если клика захватывает власть, то внутри начинается борьба за лидерство любыми способами, и групповые нормы, установки не явля- ются сдерживающим фактором, как в период борьбы за захват власти.
2. *Клика вассальского типа* имеет лидера, а ее члены связаны с ним определенными обязательствами – подчинение и неоспаривание главенства. В свою очередь каждый член клики имеет свою более низ- кого уровня клику. Клика вассальского типа более устойчива, но при условии, если лидер не стремится к личной власти. Но если он тяготеет к личной власти после захвата ее «кликой», то он трансформирует всю клику в клиентеллу.

*Американский социальный психолог Н. Лейтес, выделил гомоген- ные группы в СССР: группа соратников (Берия, Молотов); группа зави- симых (Коганович, Хрущев); группа хитрецов (Ворошилов, Шверник).*

*Степень проницаемости группы* можно рассматривать как проти- воположность сплоченности, потому что группы согласно этой характе- ристике делятся на открытые и закрытые. Степень проницаемости мож- но установить по легкости вступления в группу. Если нет индивидуаль- ного учета и процедуры вступления и выхода из группы, то это признак ее проницаемости. Существуют и непроницаемые группы.

В зависимости от целей, группы подразделяются на следующие разновидности:

*инструментальная* – имеет целью взять власть, чтобы реализо- вать политические программы и т.д.;

*экспрессивная* цель направлена на создание психологического комфорта внутри группы и создание внутригруппового доверия;

*функциональная* – цель которой – осуществление конкретных со- циально-политических функций (например, коалиция большинства в парламенте, фракция);

*дисфункциональная* – цель группы – нарушение функций группы

(фракции от оппозиции).

*Особенности группового сознания и самосознания* – следующая характеристика малой группы. Проявляется групповое сознание в том,

что группы делятся на «мы» и «они». Сознание и самосознание малых групп является главным компонентом групповой самоидентификации.

«Мы» (наша группа) – это те, кто разделяет одинаковые с нами чувства, переживания, эмоции, а главное, политические идеи и ценно- сти. «Они» – это те, кто не разделяют такие же чувства, эмоции; у них другие программы, лозунги, идеи и методы.

«Мы» обычно наделяются лучшими качествами, идеями, метода- ми. «Они», наоборот, наделяются худшими качествами во всех отноше- ниях. Самоидентификация использует внешние средства, то есть симво- лы «мы» и «они» – знамена, девизы, лозунги, гимны, гербы и др. Эти символы визуально отделяют «мы» от «они» и выполняют психологиче- скую роль – стимулируют сознание для противопоставления «мы» и

«они».

*Внутренняя структура МГ в политике* также представляет собой характеристику группы.

*Формальные группы* имеют свои особенности. Каждый член группы обладает своим жестким статусом и статусными различиями, следовательно, существует субординация, устав с правами и обязанно- стями каждого члена группы. В формальной группе «человеческий фак- тор» на втором месте, а на первом – жесткая иерархия отношений.

*Неформальные группы*. Статус членов этой группы и отношения между ними определяют личные качества и достоинства каждого, кто входит в группу. При этом нет внешних ограничений общения, например, таких как статус, устав, субординация и предписания. Отношения строят- ся на симпатиях, общности интересов, вкусов, мнений членов группы. Обычно такие группы имеют форму политических клубов, объединений. Здесь главное – общение и человеческие отношения, а цели группы как инструментальные, так и функциональные, – на втором месте.

Следующая характеристика малой группы – *форма связи между членами группы*. По этой характеристике связи делятся на первичные группы, на основе которых строятся региональные или межрегиональ- ные группы. Вторичные связи в малых группах происходят в основном через СМИ.

*Значимость членства в МГ* для ее участников также является ха- рактеристикой группы. Различают следующие виды:

*группы присутствия* – в этой группе индивид существует реаль- но, но в то же время мысленно он может стремиться в другую, рефе- рентную для него группу;

*негативно-референтная группа* выступает как показатель, как не надо индивиду вести себя в политике, и не надо принимать ее норм;

*референтная группа* – эталонная группа, воображаемая или ре- альная, в которой индивид хочет быть и стремится принять ее нормы, что вызвано потребностью в аффилиации.

*Продолжительность существования группы*

*краткосрочные группы* (ситуативные) – возникают для достиже- ния конкретной цели, например, выборы, после чего группы обычно распадаются;

*долговременные* – ориентированы на деятельность длительного периода и долгосрочные цели.

Таким образом, в основе создания краткосрочных и долгосроч- ных групп лежат разные цели и интересы участников.

*Способ принятия решений.* Следуя этой характеристике, разли- чают авторитарные, демократические и охлократические группы. Каж- дому виду присущи свои способы принятия политических решений, ко- торые зависят от стиля лидерства: авторитарного, демократического или попустительского.

*В авторитарной группе* задачи ее членов заключаются в выпол- нении решений лидера. Сами они не принимают участия и не предлага- ют альтернативных решений.

*В демократической группе* все члены группы участвуют в приня- тии решений. Допускаются дискуссии и поощряется плюрализм мнений. *В охлократической группе* решения принимаются всеми и никем.

Такая группа не может принять оптимального решения, и никто не несет ответственности.

*По эффективности* групповой деятельности различают четыре вида группы: группы, ориентированные на достижение цели; группы, ориентированные на поддержание групповой жизнеспособности; груп- пы, ориентированные на поддержание удовлетворенности каждого в группе; группы, ориентированные на личностный рост каждого.

*Группа, ориентированная на достижение цели* – добиться власти, лоббирование закона, давление на власть и др. – выглядит внешне эф- фектно, потому что все действия производит публично. Такие группы относятся к экставертированным, «эспансионистским» типам.

*Эффективность группы, ориентированной на поддержание жизне- способности* определяется не внешними результатами, а внутренней спо- собностью к поддержанию собственной групповой жизнедеятельности в расчете на будущее перемены в политике и свои будущие успехи.

*Группа, ориентированная на поддержание удовлетворенности*

каждого члена группы, не ставит четких рациональных целей, а сущест-

нальной эффективностью воздействия на людей, которые в неё входят. Дает возможность «выговориться», почувствовать свою значимость и причастность к «высокой» политике, например общества ветеранов, не- формализованные собрания пенсионеров и т.д.

*Группы, ориентированные на возможность личного роста.* Эф- фективность их существования в политике может определяться таким эмоционально-воспитательным моментом, как личностный рост её чле- нов. Различные детские или молодежные движения при политических партиях не имеют четких рациональных целей в политике. Но эти дви- жения воспитывают своих членов в определенном направлении, готовят базу для будущих своих политиков1.

# Психологические механизмы, объединение малых групп в политике,

**условия внутригруппового взаимодействия**

Малые группы в политике различаются уровнем своего психоло- гического развития. Существуют общие этапы становления и развития политических групп:

*Этап «номинальной группы».* На этом этапе основная функция – знакомство, общение, выявление интересов членов группы, составление программы политических действий группы, организация дискуссий на политические темы и т.д.

*Этап «кооперативной группы».* На данном этапе выявляются и закрепляются единство целей, интересов, формируется опыт совместно- го переживания и определяется роль каждого. Уже складывается устой- чивая общность интересов, целей, действий группы и, наконец, группо- вых переживаний. Этот этап характеризуется психологическим единст- вом членов группы, и группа может противопоставить себя другим группам.

*Этап «коллектива».* В политической группе коллектив – одна из высших заключительных стадий развития и становления. На данном этапе повышается сознание группы до высшего уровня, происходит со- гласованность действий, наблюдается взаимная ответственность и груп- па носит самодостаточный характер.

Помимо этапов становления группы как субъекта политического действия, большое значение имеют внутренние психологические про- цессы взаимодействия людей, которые ведут к развитию группы или

вует просто как союз единомышленников, людей, которым интересно и

приятно общаться друг с другом. Эта группа обладает особой эмоцио-

1 См.: *Ольшанский Д.В.* Политическая психология. – СПб., 2002.

препятствуют ему. Эти процессы выступают как психологические меха- низмы становления политической группы и отчетливо проявляются на трех начальных стадиях (Д. Ольшанский).

*Знакомство.* На первой стадии члены группы присматриваются друг к другу, лидеру, изучают условия предстоящей деятельности, адап- тируются к ним. Здесь же знакомятся с перспективами группы, распре- деляют функциональные обязанности, налаживают систему отношений. Отношения строятся на основе формальных связей, а поведение членов группы определяется их прошлым опытом и деятельностью в других группах.

*Появление первичных групп* – вторая стадия, на которой происхо- дит сближение членов группы на основе симпатии, склада характера, частных интересов. Возникают первичные микрогруппы. На этой стадии выделяется ядро политической группы и исполнители без инициативы. На этой стадии возможно проникновение в группу дезорганизаторов, пытающихся разрушить группу или создать альтернативное руково- дство. С появлением микрогруппы начинает действовать механизм по- литико-психологической саморегуляции группы. Активисты оказывают поддержку лидеру, активизируют исполнителей, психологически влия- ют на пассивную часть группы, оказывают сопротивление дезорганиза- торам. В результате начинает действовать групповое мнение, которое способствует разрешению возникающих в группе конфликтов.

*Консолидация группы* – третья стадия, в процессе которой разви- вается совместная деятельность, нарастают позитивные психологиче- ские процессы – укрепляются внутригрупповые связи, налаживается по- ложительный психологический климат, повышается авторитет лидера, активное ядро расширяется за счет пассивных членов, дезорганизаторы перевоспитываются, либо группы избавляются от них. Психология взаимоотношений в группе зависит от принципов, на основе которых формируется группа и в неё включаются новые члены. Таких принци- пов, по определению Д. Ольшанского, немного: принцип единства взглядов и убеждений; принцип компетентности; принцип личной пре- данности лидеру.

Одним из значимых механизмов объединения малых групп явля- ются групповые нормы. На признании групповых норм и ценностей строится вся политическая деятельность группы. Групповые нормы формируются на базе общности политических интересов, взглядов, убе- ждений, целей всех членов группы. При этом групповые нормы выпол- няют определенные политико-психологические функции:

* обеспечивают единообразие политического поведения членов группы, способствуют координации деятельности всей группы;
* направляют, регулируют, контролируют и оценивают политиче- ское поведение членов группы;
* интегрируют, упорядочивают, сохраняют политическую ста- бильность группы;
* обеспечивают предсказуемость поведения членов группы, соз- дают положительный психологический климат;
* избавляют члена группы от неопределенности политического положения (приобретается чувство причастности к политике);
* нормы группы создают ей индивидуальное «политическое лицо». Действенным механизмом объединения группы является группо-

вое сознание.

*Групповое сознание* – это совокупность политических идей, взглядов, чувств, желаний, представлений, присущих группе, и отраже- ние их в совместной политической деятельности.

Политическое сознание группы формируется на базе совокупно- сти следующих компонентов:

* когнитивный компонент – политические знания, мышление, стереотипы, установки членов группы;
* компонент политических убеждений, представлений, чувств членов группы;
* компонент политических мотивов и потребностей членов группы;
* компонент политических ценностей, политической этики и по- литической культуры;
* практическая политическая деятельность как компонент поли- тического сознания группы;
* компонент из политического правосознания членов группы. Политическое сознание группы имеет три уровня:

*теоретический уровень* составляют политические знания, теории, модели, идеология, политические доктрины;

*эмоционально-психологический уровень* отражает степень разви- тия политических чувств членов группы, их отношение к политическим событиям или программам, доктринам, концепциям (чувства одобрения, отвержения, неприязни, вдохновения, радости, надежды, или же сочув- ствия);

*практический уровень* показывает, насколько последовательно и логично группа реализует свое политическое сознание в политической деятельности.

Практическая деятельность группы – это реализация потребности в достижении целей. Именно на этом этапе особо проявляются и закреп- ляются не только политические умения, но и психологические связи

между членами группы. В целом, политическое сознание группы фор- мируется и реализуется во взаимодействии двух блоков:

*мотивационный блок* включает политические потребности, уста- новки, чувства членов группы;

*в познавательный блок* входят политические знания, информиро- ванность, интерес к политике членов группы.

Следующим психологическим механизмом объединения групп является *политическая идентификация* – поиск сходных политических взглядов, идей и отношений с членами группы, выявление психологиче- ской совместимости между членами группы.

В целом, политическая идентификация дает возможность найти в группе своих единомышленников, чувствовать себя равным, полезным и уверенным. В этом процессе у каждого члена группы формируется чувство коллективизма, при этом исчезает тревога одиночества и неизвестности.

*Наличие общегрупповых политических интересов и потребно- стей* также воздействует на механизм объединения группы. Как возни- кает групповая политическая потребность? Человек, входящий в малую группу обычно испытывает два момента:

*эмоциональный момент* как переживание какой-либо политиче- ской ситуации или события. Именно эти переживания активизируют его потребность что-то изменить, внести свое, улучшить, совершенствовать; *рациональный момент* – интеллектуальное осмысливание, осоз-

нание необходимости изменения и участия в политике. Этот процесс происходит на базе эмоционального переживания.

Когда два этих момента пересекаются и совпадают в сознании большинства членов группы, возникает потребность совместной поли- тической групповой деятельности.

Следующим психологическим механизмом объединения группы является *наличие группового настроения, солидарности и психологиче- ской совместимости.*

*Настроение* – это эмоциональная реакция на событие, которая вызывает различные состояния: приподнятое, подавленное, радостное, угнетенное и т.д. В целом, настроение накладывает отпечаток на интел- лектуальную и поведенческую деятельность отдельного члена и группы в целом.

*Групповая солидарность* проявляется в разных действиях, таких, как поддержка не только общей идеи, но и каждого члена группы; го- товность к защите групповой деятельности. Особую роль в объединении и эффективности деятельности группы играет психологическая совмес- тимость внутри малой группы, которая обеспечивает возможность бес- конфликтного общения и согласованность действий, но которая не ис-

ключают споров, дискуссий, личных мнений членов группы по полити- ческим вопросам. Если после бурной дискуссии и выражения альтерна- тивных мнений члены группы сохраняют отношения и продолжают бес- конфликтно общаться, то показатель психологической совместимости членов группы достаточно высок.

*Психологическая совместимость имеет иерархию уровней.*

*На низшем уровне* – совместимость темпераментов, характеров членов группы, согласованность действий, выбор связей внутри группы. *На более высоком уровне* наблюдаются уже установившиеся свя-

зи и закрепляются ролевые функции каждого для общего успеха.

*На высшем уровне* психологическая совместимость проявляется во взаимной ответственности за успех и неудачу каждого и в эмоцио- нальной поддержке каждого члена группы.

В целом, психологическая совместимость внутри группы – это благоприятное сочетание свойств, характеров, потребностей и интере- сов членов группы. Психологическая совместимость имеет свои выра- женные признаки: политическое поведение одного члена группы вызы- вает положительную оценку другого или других; члены группы поло- жительно воспринимают способы контакта каждого, что уже является показателем гуманных межличностных отношений, в которых проявля- ется явное единство политических взглядов, убеждений, сознания, пове- дения.

Вообще, в политической деятельности психологическая совмес- тимость – одно из проблемных понятий. В политику в основном стре- мятся сильные личности, волевые, компетентные, амбициозные и гото- вые добиваться цели всеми средствами. Уже это порождает не только соперничество, но и потенциальный конфликт личностей, идей, полити- ческих программ, что может оказать существенное влияние на психоло- гическую совместимость членов группы. Это обстоятельство следует учитывать. Но помимо объективных, существуют и субъективные при- чины психологической несовместимости. Наряду с достойными лично- стями, в политику стремятся и те, которые таковыми не являются, но

«пораженные» завышенной самооценкой, иногда лишенные чувства от- ветственности за слова и дела. О подобных писал поэт А. Галич:

Не бойтесь золы, не бойтесь хулы, Не бойтесь пекла и ада.

А бойтесь единственно только того, Кто скажет: «Я знаю, как надо»!

Кто скажет: «Всем, кто пойдет за мной, – Рай на Земле – награда».

А политики – это как раз те, кто говорит: «я знаю, как надо». По- этому в сфере политической деятельности, (а также в искусстве) часто проявляется психологическая несовместимость членов группы, обу- словленная их личными качествами и амбициозными устремлениями, но не всегда обеспеченная реальными возможностями личности.

|  |  |
| --- | --- |
| **Демократ** | **Автократ** |
| **Способы контроля деятельности членов группы** | |
| Контролирует ненавязчиво, больше доверяет, поощряет самоконтроль и взаимокон- троль группе. | Стремится контролировать каждого единолич- но. Создает ситуацию зависимости от себя, не допускает самостоятельности, пресекает по- пытку возражения. В результате формируется психология страха, подавленности, зависимо- сти, теряется личная инициатива. |
| **Характер межличностных отношений лидера и группы** | |
| Создает атмосферу довери- тельных отношений внутри группы. Держится просто, но уверенно, умеет держать дистанцию, субординацию, не задевая самолюбие членов группы.  Облегчает общение между собой и группой. Группа от- крывается на эмоциональ- ную чуткость. | Избегает эмоциональной близости в группе. Держится только официально и на дистанции. Проявляет холодность, часто высокомерен. Речь, мимика, поза, движения, интонация под- черкивают его главенство. Все эмоциональные и внешние проявления направлены на усиление личного влияния и абсолютной власти. |
| **Способы сплочения группы** | |
| Стремится сплотить группу вокруг решения политиче- ских проблем, предупрежда- ет осложнения межличност- ных отношений внутри группы. Являясь генерато- ром идей, поддерживает инициативу членов группы, участвует в неофициальных меро-приятиях. Учитывает особенности внутри группы, традиции, нормы и ритуалы. | Не заинтересован в единстве группы, не допус- кает взаимного влияния в группе и ограничения личной власти. Сплоченная группа представля- ется ему угрозой. Чтобы усилить волевое дав- ление, нередко поощряет раскол группы и соз- дает один тип единения – вокруг себя. Испыты- вает неприязнь к неформальным лидерам как к потенциальным соперникам. Прибегает к раз- ным уловкам, чтобы сдерживать их рост и ав- торитет. Взаимодействует с членами группы один на один, «отсекая» их друг от друга. Соз- дает условия для столкновений и конфликтов. |
| **Ориентация на личность в группе** | |
| Учитывает индивидуальные особенности членов группы, подбирает поручения с уче- том возможностей, интере- сов, уровня, стиля политиче- ской деятельности. Знает ха- рактер каждого, опыт и спо-  собы действия. | Воспринимает всех членов группы на «одно лицо». Проявляет стандартный подход и прояв- ляет одинаковые требования. Не учитывает личные и деловые качества членов группы. По- ощряет доносы и проявление других негатив- ных качеств некоторых членов группы. |

Источниками несовместимости могут быть авторитарность лич- ности, неуживчивость, интриганство, эгоизм, гипертрофированная са- мооценка, недоброжелательность, склонность к сплетням и клевете, конфликтная риторика, и наконец, комплекс «Шарикова и Швондера» (М. Булгаков «Собачье сердце») – зависть к успеху другого человека. К психологической несовместимости в группе могут привести и поли- тические факторы – идейный раскол, способы отстаивания своих идей, средства реализации и достижения цели.

Психологический климат, а соответственно и психологическая совместимость членов группы, во многом зависит от ее лидера. Ниже мы попытаемся это показать на примере двух стилей лидерства – авто- ритарного и демократического.

# Психологические механизмы воздействия лидера на группу

|  |  |
| --- | --- |
| **Способы стимулирования деятельности членов группы** | |
| **Демократ** | **Автократ** |
| Воздействует на группу через позитивные стимулы: поощ- рение, положительные пер- спективы, опирается на силь- ные стороны личности, ее индивидуальность, интересы и способности. | Обращается к негативным стимулам: наказа- ние, отлучение, предостережение. Ставит всех в зависимость от себя, держит группу в напря- жении, тревоге и страхе. Внутри группы возни- кает дискомфорт, формируется психология по- корности и зависимости, что лишает человека индивидуальности и инициативы. |
| **Способы предъявления требований** | |
| Выражает свои требования в конкретной и убедительной форме. Часто прибегает к форме консультаций, сове- тов, рекомендаций. | Действует через указы, директивы, приказы и распоряжения. Внутри группы не допускает возражений, объяснений, других мнений и су- ждений. Подавляет волю членов группы, по- степенно превращая их только в исполнителей. |

Сравнив лидерский стиль управления группой, выводы можно сделать самим – насколько положительный психологический климат в группе зависит от ее лидера.

# Иллюстрация к лекции

## Персональный взгляд на тему

*Шибутани Т*. Социальная психология. – Ростов-на-Дону, 1999. –

С. 254–260.

## Личное управление в группах

Полтора столетия назад астрономы обнаружили, что существует некоторое различие между отчетами двух наблюдателей, отмечавших время прохождения звезды через меридиан. Такие вариации, рассматри- ваемые как важный источник ошибок, породили выражение «личное управление». Это понятие может быть использовано более широко, обо- значая индивидуальные различия в решении любой стандартизированной задачи. Нет двух людей, способных действовать совершенно одинаково, даже если бы они этого хотели, и такие различия явно узаконены конвен- циальными ролями. Человек и социальная группа – это две разные функ- циональные единицы. Но когда линия действия зависит от структуры группы и когда ее можно рассматривать как проявление личных качеств участвующих индивидов? Иначе говоря, в каких условиях присутствие определенных людей значительно меняет ход событий и в каких – нет?

Можно попытаться решить эту проблему, сравнив пять приблизи- тельно намеченных типов ситуаций, в которых варьируется степень личного вмешательства в процесс действия. Наиболее благоприятные возможности для индивидуального влияния возникают в *критических ситуациях.* Ситуация может рассматриваться как критическая всякий раз, когда конвенциальные нормы не обеспечивают адекватного разре- шения возникающих требований. Критические ситуации можно распо- ложить в ряд, начиная от таких катастроф, как землетрясения, войны, и кончая такими незначительными событиями, как неожиданное появле- ние кинокумира во дворе колледжа. Когда рутина повседневной жизни нарушается, установившиеся нормы временно отбрасываются и присут- ствующим приходится импровизировать какую-то иную форму коопе- рации. Все кризисы, следовательно, имеют одну общую черту: люди становятся восприимчивы к новым линиям действия. Поскольку не су- ществует конвенциального способа удовлетворительно встретить такую

ситуацию, участникам остается лишь обратиться к своим собственным ресурсам. Критические ситуации, следовательно, представляют благо- приятные возможности для индивидуального выражения. Но для одних это может означать выдвижение, а для других, кто слишком полагается на свою социальную позицию, кризис может означать падение.

Когда нарушается установившееся течение жизни, дальнейшее развитие событий в значительной мере зависит от личностей присутст- вующих. При встрече с такими неожиданными обстоятельствами воз- растает значение лидера. Появление человека, наделенного творческой фантазией и исключительным талантом, может облегчить выход из опасного положения, в то время как неуравновешенный, упрямый или беспринципный человек может поставить в невыгодное положение це- лую группу. Ценности тех, кто принимает командование, кто может воз- действовать на других так, чтобы последние следовали за ними и прово- дили в жизнь их решения, предопределяют направление, в котором движется группа при такой неадекватно определенной ситуации.

Хотя мы склонны думать о лидере как о человеке с какими-то особыми качествами, такими, как смелость, сила, интеллект, следует помнить, что лидерство – это, в сущности, процесс социальный. Лидер – это человек, который имеет последователей. Каким бы блестящим чело- веком он ни был, он не сможет изменить ход истории до тех пор, пока другие не откажутся от некоторых из своих прерогатив. Лидеры – это люди, способные выразить интересы своих последователей. Разные лю- ди имеют тенденцию доминировать в различного типа ситуациях. В кон- фликтных ситуациях необходимы бойцы и тактики, и когда возникает задача, требующая решения, призываются люди, обладающие особым организаторским талантом. Историки и философы вели большие дебаты по вопросу о том, являются ли герои продуктом своего времени или же творцами исторических событий. Вероятно, некоторые становятся ге- роями потому, что попадают в такие ситуации, где находится примене- ние их отличительным способностям; с другой стороны, существуют, по-видимому, другие, которые создают кризис, в ходе которого они вы- двигаются1.

Повторение критических ситуаций приводит к развитию новых способов организации совместной деятельности. Периодические ново- введения, вспышки войн и неопределенность поведения противников на атлетических соревнованиях часто имеют своим результатом установ- ление специальных ролей – таких, как командир спасательной дружины, военный министр и капитан спортивной команды. Второй тип ситуаций

1 См.: *Sidney Hook,* The Hero in History. – Boston, 1955.

тоже требует быстрых решений, но внутри организованной структуры. Те, кто занимают ключевые должности, облечены ответственностью принимать решения о том, как должны вести себя остальные. В таких ситуациях результат обусловлен в основном личными качествами фор- мально назначенных лидеров. Личная подпись высокого должностного лица в организации типа Комиссии по атомной энергии, пожалуй, может изменить ход человеческой истории, а возможно, даже привести к унич- тожению человеческого рода. Но такие люди редко вольны делать то, что они пожелают; их усилия обычно ограничены многими инструкция- ми и соглашениями. Сверх того, те, кто занимают такие должности, по- нимают, что их работа оценивается не в сравнении с людьми вообще, но с теми людьми, кто занимал подобную должность в прошлом. Моделя- ми служат герои прошлого, благодаря чему формируются специфиче- ские экспектации.

К третьему типу относятся наиболее общие, повторяющиеся си- туации, когда люди взаимодействуют друг с другом на основе конвен- циальных норм. Таково, например, взаимодействие покупателя и про- давца в бакалейном магазине. В таких ситуациях у участников имеется некоторая возможность выбора, ибо большинство конвенциальных ро- лей не предопределяет линии действия во всех деталях и допускает не- большие отклонения. Хотя некоторые вариации могут вызывать недо- вольство или презрение, они не приводят к серьезным негативным санк- циям. Поведение каждого человека может принимать характер мелочно- го исполнения своих обязанностей или же щедрого, приносимого от все- го сердца дара.

Сверх того, широкое разнообразие конвенциальных ролей в со- временных обществах оставляет благоприятные возможности для выбо- ра. По крайней мере, человек может избежать ролей, которые требуют действий, для него не выполнимых. Даже когда возможности верти- кальной мобильности урезаны, те, кто страстно желает власти, находят способы господствовать над другими. В то же время люди, обладающие значительными способностями, иногда отказываются от продвижения. Даже в конвенциальных ситуациях, следовательно, существует много благоприятных возможностей для проявления личных склонностей.

Четвертый тип, все чаще встречающийся в новейших индустри- альных обществах, – бюрократическая организация крупных масштабов. Существует формально обозначенное разделение труда с набором под- робных инструкций, определяющих обязанности каждой единицы. Имеются формальные каналы коммуникаций, и ясно определены линии подчинения. Подбор персонала на различные роли осуществляется в ос- новном с точки зрения технической квалификации, которая определяет-

ся путем формальных экзаменов или других беспристрастных процедур. Усилия направляются на то, чтобы культивировать безличные взаимо- отношения. Возможности выбора у участников этой системы весьма ог- раничены. Каждое событие заранее категоризировано, и решение про- блемы заключается в том, чтобы отнести ее к какой-то категории и по- добрать одну из фиксированных альтернатив. Заявления от посторонних принимаются или отвергаются на основе ограниченного набора моти- вов. Чтобы достичь успеха в таких организациях, человек должен пода- вить себя и приспособить свою личность к нуждам целого. Даже в бю- рократической организации, однако, личность может вести себя по- разному. Отдел, порученный робкому, лишенному воображения челове- ку, вряд ли сможет функционировать так, как другой отдел, руководи- тель которого отменяет идущие сверху приказания, когда уверен, что они неправильны. Но второй тип администраторов редко удерживается на своем месте продолжительное время. Итак, хотя возможности лично- го выбора и существуют, они весьма ограничены.

Пятый тип ситуации – это соблюдение групповых ритуалов, в ко- торых действия настолько ясно представлены, что для участника не су- ществует альтернатив. Исполнение происходит почти автоматически, требуется только минимальное приспособление. Когда в США два чело- века знакомятся, они пожимают друг другу руки и говорят: «How do you do?». На этот вопрос ответа не требуется. Королева, участвуя в офици- альных церемониях, улыбается и делает все, что принято, даже если у нее очень болит голова. Но и в ритуалах обнаруживается индивидуаль- ность, проявляясь в различных стилях. Стиль – это нечто такое, что не поддается контролю. Солдатам может быть приказано маршировать браво, но существует разница между искренним сотрудничеством энту- зиастов и внешним приспособлением под страхом наказания. При со- блюдении ритуалов, следовательно, участники не имеют большого вы- бора в отношении того, что следует делать, но они различаются по каче- ству исполнения.

Из сравнения пяти типов ситуаций становится очевидно, что, по мере того как возрастает степень формализации группы, диапазон выбо- ра сужается, ибо участники сковываются все более четко определенны- ми экспектациями своих коллег. Эти наблюдения могут быть суммиро- ваны в несколько более формальном утверждении: *в любом совместном предприятии степень, в которой индивидуальный участник может безнаказанно преследовать свои личные интересы, обратно пропорцио- нальна степени формализации этого предприятия.* Выраженное в бихе- виористских терминах, это утверждение превращается в тавтологию, но

здесь оно приводится затем, чтобы показать тщетность споров по пово- ду относительной важности индивида или группы.

Если в большинстве случаев человек играет стандартную конвен- циальную роль, как же тогда может быть обнаружена его личность? Она проявляется в спонтанных влечениях, во внутренних склонностях, мно- гие из которых сдерживаются и не открываются другим людям. Напри- мер, в группе солдат, наказываемых офицером, каждый будет прини- мать положение «смирно» и говорить «так точно». Однако каждый из этих людей может испытывать самые разные чувства. Внутренние склонности, которые часто не проявляются в явном поведении, и опре- деляют, какого рода существо представляет собой этот человек. Лич- ность может рассматриваться как состоящая из потенциальных дейст- вий. Это совсем не то, что люди действительно делают; это направле- ние, в котором они будут стремиться действовать, когда возможности позволят им это сделать.

Люди обычно приспосабливаются к групповым нормам, но они делают это, понимая, что иначе сейчас поступить нельзя. Когда опас- ность быть пойманным с поличным устраняется, некоторые намеренно нарушают правила и могут даже испытывать дополнительное удоволь- ствие от факта прегрешения. В ситуациях, когда нормы отсутствуют, индивиды часто действуют в соответствии с их личными ценностями. Например, смелая молодая женщина может быть крайне осторожной у себя на службе, где она не может позволить себе рисковать, но, сев за руль автомобиля, она пугает до безумия своих пассажиров. Или же весьма честолюбивый человек, который считается честнейшим, может воспользоваться благоприятными обстоятельствами, чтобы возвыситься за счет своих коллег; при этом он не заметит даже, что делает что-то не- честное. Итак, сознательно или бессознательно, люди стремятся реали- зовать те возможности, которые соответствуют их основным ценностям. Когда человек переходит от одной конвенциальной роли к другой, шаблоны его явного поведения изменяются, но личность остается во мно- гом той же самой. Тот, кто был стеснительным и робким ребенком, веро- ятно, будет во многом таким же и сорок лет спустя. Внешне он может стать общительным и даже властным, но его внутреннее предрасположе- ние останется тем же самым. Если в юности он был склонен считать ви- новным во всех неудачах других, но воздерживался от высказывания этих взглядов вслух, став преуспевающим финансистом, он может уже не бо- яться предъявлять обвинения открыто. Это не означает, конечно, что че- ловеческая личность обязательно фиксирована на все время. Она возника-

защиты от внешней опасности и для подавления импульсов1. Она относи- тельно устойчива и благодаря этому оказывается ценным показателем возможного в различных обстоятельствах поведения.

Выражение собственной индивидуальности – сохранение тех привычек думать и действовать, которые характеризуют данного чело- века и отличают его от всех других, – может быть ценностью само по себе. Но люди значительно различаются по тому, насколько они доро- жат этой ценностью. Когда не считаются с их особенностями, некото- рые уступают, если вынуждены это делать, но под сдерживаемостью скрывают обиду и раздражение. Такие люди горько жалуются, оказав- шись «только винтиком» в безличной системе большого предприятия, учреждения или воинского соединения. В «первоклассном» магазине продавцы заучивают имена всех покупателей; «персонифицируя» сер- вис, фирма вынуждает клиентов уплачивать дополнительные суммы за то, что с ними обращаются как с индивидуальностями. С другой сторо- ны, есть люди, которые прилагают всяческие усилия, чтобы скрыть свои внутренние склонности. Они охотно приспосабливаются к групповым нормам, предпочитают быть «средним» и не выносят чрезмерной ответ- ственности. Некоторые настолько уступчивы, что даже не уверены в том, чего они хотят и постоянно спрашивают других, что им следует де- лать. Такие личностные различия объясняют, в частности, тот факт, что не все охотно работают в бюрократических организациях.

ет путем адаптации, кристаллизации последовательных приспособлений к

условиям жизни. В некоторых отношениях она напоминает средство для

1 См.: *Wilhelm Reich.* Character Analysis. – New York, 1949. – Р. 143–157.

# Тема 6

## ПСИХОЛОГЯ ПОЛИТИКИБОЛЬШИХ СОЦИАЛЬНЫХ ГРУПП

**Вопросы:**

1. Большие группы в политике, их виды и психология.
2. Психология классов, наций, их проявления в политике.
3. Психология маргинальных групп и люмпенизированных слоев.
4. Психология элит.

## Интеллектуальная разминка

1. *Группа большая* (ГБ) – 1) количественно не ограниченная ус- ловная общность людей, выделяемая на основе определенных социаль- ных признаков (классовой принадлежности, пола, возраста, националь- ности); 2) реальная, значительная по размерам и сложно организованная общность людей, вовлеченных в ту или иную общественную деятель- ность. В ГБ вырабатываются нормы поведения, общественные и куль- турные ценности и традиции, общественное мнение и массовые движе- ния, которые через посредство малых групп доводятся до сознания каж- дого индивида. Если в реальной ГБ по какой-либо причине перестают действовать регулирующие ее деятельность структурные образования, она может превратиться в стихийно действующую общность1.
2. *Классы* – «…большие группы людей, различающиеся по их месту в исторически определенной системе общественного производст- ва; по их отношению (большей частью закрепленному и оформленному в законах) к средствам производства, по их роли в общественной орга- низации труда, а следовательно, по способам получения и размерам той

гой, благодаря различию их места в определенном укладе общественно- го производства»1.

1. *Люмпены* (нем. lumpen – лохмотья) – деклассированные слои –

бродяги, нищие, уголовные элементы, бомжи2.

1. *Маргиналы* (лат. marginalis – находящийся на краю) – личности и группы, находящиеся за рамками характерных для данного общества основных структурных подразделений или господствующих норм и тра- диций). Процесс маргинализации сопровождается утратой индивидом субъективной идентификации с определенной группой, сменой соци- ально-психологических установок3.
2. *Нация* (лат. natio – народ) – исторически складывающийся тип *этноса,* представляющий собой социально-экономическую целостность, состоящую из связанных *производственными отношениями* обществен- ных классов. Нации складываются и воспроизводятся на основе общно- сти территории, экономических связей, языка, некоторых особенностей культуры, политического склада и этнического (национального) само- сознания4.

# Большие группы в политике, их виды и психология

Общество делится на большие группы. Большие социальные группы – это наиболее реальные и действенные субъекты политики. К ним относятся классы, страты, социальные группы и слои населения. Большие группы характеризует их ведущая деятельность, которая по- рождает психологические особенности каждой из них как варианты группового сознания, идеологии и поведения. В отличие от малых групп, большие не имеют количественных границ и формируются по иным мотивам, причинам, выполняют другие функции.

Большие социальные группы можно разделить на виды по спосо- бам и мотивам их воздействия.

*Первый вид* объединяет большие социальные общности, сложив- шиеся в ходе исторического становления и развития общества, они зани- мают определенное место в системе общественных отношений, устойчи-

доли общественного богатства, которой они располагают. Классы – это

такие группы людей, из которых одна может себе присваивать труд дру-

1 Психология: Словарь / Под ред. А.В. Петровского. – М., 1990. – С. 85.

1 *Ленин В.И.* Полн. собр. соч. – Т. 39 – С. 15.

2 Словарь иностранных слов. – 13-е изд., стереотип. – М., 1986. – С. 285.

3 Политология / Под ред. М.А. Василика. – М., 2001. – С. 135.

4 Краткий словарь по социологии / Под общ. ред. Д.М. Гвишиани и др. –

М., 1988. – С. 18.

вы и долговременны. К этому виду относятся нации, этнические и возрас- тные группы, классы.

*Второй вид* больших групп – это искусственно организованные общности, такие, как партии, профсоюзы, массовые социальные и поли- тические движения, церковь, армия. Этот вид больших групп выступает как массовый субъект политики.

*Третий вид* объединяет группы, возникшие случайно, стихийно, временно и по сходности интересов. Это – толпа, публика, аудитория, стадион, митинги, шествия, марши. Они временны, и не имеют устойчи- вой структуры и организации.

*Четвертый вид* составляют особые социальные общности – мар- гиналы и люмпены, с особой психологией и особыми причинами воз- никновения.

Наконец существует единая общность, которая объединяет все виды больших групп, – Отечество или Родина. На особенность этой общности указывал еще Цицерон: «Много есть степеней общности лю- дей. Но самой тесной, самой близкой и дорогой оказывается та связь, которая возникает в силу принадлежности к одной и той же граждан- ской общине. Родина – и только она вмещает в себя общие привязанно- сти»1.

Как отмечено выше, большие группы имеют свои особенности, но в то же время им присущи и общие свойства. В первую очередь большие группы имеют свои регуляторы социального поведения, такие, как язык, нравы, обычаи, традиции, культура, уклад жизни. Эти сложи- лись исторически, и потому уже устойчивы и формируют образ жизни. Большие группы имеют особые формы общения, особый тип контактов между людьми, входящих в общность. В рамках образа жизни особое значение приобретают интересы, потребности и ценности данной общ- ности. В то же время общие свойства, общие черты в группах не явля- ются абсолютными и наделены присущими только им признаками, обу- словленными экономическими, географическими, культурными, клима- тическими факторами. Поэтому сквозные характеристики больших групп одного вида наполняются специальным для каждой группы своим внутренним содержанием.

Ведущая деятельность больших групп порождает их особую пси- хологию, сознание, идеологию и поведение. По определению Д. Оль- шанского, социально-групповое сознание – это исторически обуслов- ленный уровень сознания членами большой группы своего положения в

системе разделения труда, общественных отношений, своих групповых интересов и потребностей. Содержание группового сознания складыва- ется из осознаваемых элементов групповой психологии, которые приоб- ретают более четкие рационализированные формы1. Особенность груп- пового сознания проявляется в цельности, четкости, определенности ценностных ориентаций и ясного представления о целях действий. Групповое сознание обычно является основой идеологии больших групп. В свою очередь групповая идеология – это система основных по- требностей, целей и интересов данной группы, обобщенных и выражен- ных в научной форме. В идеологию входят ценности, нормы и образцы поведения группы. Групповая идеология развивается последовательно: от групповой психологии – формируется групповое сознание и через не- го – групповая идеология. При этом, как отмечает ряд исследователей, групповая психология свойственна всем представителям группы, а групповое сознание – наиболее интеллектуальной её части. Поэтому групповая идеология доступна еще меньшей её части – элите. Группо- вое сознание в своем развитии проходит три фазы.

*В первой фазе* происходит стихийное развитие потребностей большой группы, которое зависит от положения группы в системе раз- деления труда.

*Вторая фаза* отражает противоречия между прошлым опытом группы и её новыми потребностями и ориентациями. Преодоление про- тиворечий зависит от способности группы осознать происходящие в ней изменения.

*В третьей фазе* происходит поиск новых целей, ценностей. Этот поиск будет тем успешнее, чем полнее будет развиваться идеология данной группы и чем активнее ее члены будут себя выражать и проти- востоять другим идеологиям.

Помимо фаз, групповое сознание проходит три уровня развития. *Первый уровень – «внешне-типологический».* На этом уровне пред- ставители большой социальной группы идентифицируют себя и друг дру- га по внешним признакам, они фиксируют свою внешнюю схожесть, но у

них еще отсутствует осознание единства и общности своих интересов.

*Второй уровень – «внутренне-идентификационный».* На этом уровне уже появляется групповое самосознание первичной локальной общности. Оно связано с общими условиями жизни, деятельности и возникшими на их основе потребностями и интересами.

1 *Цицерон*. Об обязанностях. Историки Рима // Библиотека античной ли- тературы. – М., 1970. – С. 9.

1 См.: *Ольшанский Д.В*. Политическая психология. – СПб., 2002. –

С. 294 и далее.

*Третий уровень – «солидарно-действенный».* Здесь уже формиру- ется осознание единства интересов и ценностей большой общности и осознание своей принадлежности к ней.

Продвижение группового сознания по уровням зависят от объек- тивных и субъективных факторов и от состояния группы – «группы в себе» или «группы для себя». «Группа в себе» – это группа, представи- тели которой, выполняя определенные функции в обществе, еще не мо- гут осознать свою роль, свое особое положение и действовать в соответ- ствии с ними. «Группа для себя» – такая группа, часть представителей которой осознают преимущества своего положения и инициируют поли- тические процессы, отражающие потребности, интересы своей группы. Следовательно, в этом случае группы создают институты и перестраи- вают социально-политическое устройство «под себя».

# Психология классов, наций, ее проявление в политике

Большие социальные группы имеют свои политико-психологи- ческие особенности.

*Психология классов* складывается из нескольких составляющих. Основным элементом являются устойчивые социально-психологические характеристики людей, в которых отражается их классовое положение. Можно выделить основные из этих характеристик: наиболее глубокую основу классовой психологии образуют *потребности* представителей класса. На каждом этапе экономического, социального, культурного развития общества, классовое положение людей определяет объем и со- став потребностей. Основообразующими классовой психологии являют- ся следующие компоненты.

*Набор социальных ролей.* Эти роли вытекают из социального по- ложения личности, они формируют соответствующее им поведение.

*Социальная ориентация –* это, прежде всего, внутреннее ощуще- ние принадлежности личности к какому-либо классу и стремление усво- ить нормы этой общности.

*Ценностная ориентация*. Личность признает и исповедует те по- литические, экономические и культурные ценности, которые типичны для данной социально-классовой среды.

*Нормы поведения*. Классы, как социальные общности, имеют свои устоявшиеся нормы поведения (моральные, политические, культурные), которые являются их отличительными признаками, следовательно, лич-

ность принадлежащая к какому-либо классу, усваивает и демонстрирует эти нормы как показатели ее принадлежности к этому классу.

*Социальные чувства.* Социальные чувства, формирующие клас- совую психологию, проявляются в эмоциональном самоощущении, свойственном группам разных классов («Мы – буржуазия», «мы – рабо- чий класс», «мы – крестьяне» т.д.). Подобное самоощущение формирует социальные чувства солидарности, поддержки своего класса, а также типичные и устоявшиеся образцы действий. В целом эти компоненты а также психологический склад классов – сознание, идеологию, поведе- ние, привычки, традиции бытия.

Следует отметить, что психология любого класса есть продукт длительного общественного развития. Этапы общественного развития, прошлый опыт закрепляются в традициях, нормах, ценностях, представ- лениях и способах восприятия действительности. Они органически вхо- дят в содержание современного психического склада класса. Новые представления, нормы, правила воздействуют на сознание представите- лей класса через призму устоявшихся стереотипов и установок воспри- ятия и оценок объективных ситуаций. Сознание класса (его представи- телей) принимает новации, трансформируя некоторые стереотипы. Но при этом чувство принадлежности к своему классу сохраняется в созна- нии его представителей.

*Психология наций*. Для анализа психологии больших националь- но-этнических групп следует назвать основные их виды – род, племя, народ, этнос, нация, национальность, раса. Из этих видов для анализа выберем нацию, как наибольшую историческую общность людей, сло- жившуюся в ходе формирования её экономических связей, языка и культуры, характера и психики в целом. Структура психологии наций воспроизводит все те же элементы, которые свойственны структуре об- щественной психологии больших групп.

Национально-этническая психология как политико-психоло- гический феномен представляет собой единство двух основных факто- ров – национального характера и национального сознания. Первый ха- рактеризуется как иррациональное, а второе – как рациональное прояв- ления. Это двухуровневое образование в совокупности образует нацио- нальный характер, который отличает одну нацию от другой. По опреде- лению Д. Ольшанского, *национальный характер* – это совокупность наиболее устойчивых характерных для данной нации, особенностей вос- приятия окружающего мира и форм реакций на него. Национальный характер – совокупность эмоционально-чувственных проявлений – в эмоциях, чувствах, настроениях, в скорости и интенсивности реакций – в национальном темпераменте.

Корни национального характера согласно Д. Ольшанскому – это

«устойчивые психофизиологические и биологические особенности функционирования человеческих организмов в определенных условиях. Они определяют общую реактивность центральной нервной системы и скорость протекания нервных процессов»1. Эти особенности связаны с климатическими и территориальными факторами среды обитания на- циональной общности. Общие черты национального характера возни- кают это вследствие психического отражения общности и условий жиз- ни на одной территории.

В структуре национального характера выделяются национальный темперамент, национальные эмоции, национальные чувства и нацио- нальные предрассудки. Эмоции, социализируясь, выражаются в чувстве и отношениях, а те, в свою очередь, формируют предрассудки.

В контексте национального характера особо следует выделить та- кие понятия, как «национальный стереотип» и «этноцентризм», которые часто оказывают влияние на социально-политические процессы в об- щем, и на межнациональное общение – на культуру межнационального общения, в частности.

Проблема стереотипа и этноцентризма связана с национальным сознанием. Национальное сознание – это совокупность социальных, по- литических, экономических, нравственных, философских, религиозных, культурных взглядов, присущих множеству представителей нации. Именно совокупность этих взглядов характеризует содержание, уровень и особенности духовного развития большой национальной группы.

Национальное сознание – это «рациональная надстройка» над на- циональным характером (Д. Ольшанский, Г. Предвечный), и оно более рационально. Национальное сознание включает в себя отношение кон- кретной нации к своим ценностям.

В целом национальное сознание – это продукт длительного исто- рического развития нации, в результате которого сформировались сле- дующие базовые элементы:

* осознанное отношение к национальным ценностям;
* способность не только сохранять, но и умножать эти ценности;
* осознание необходимости целостности нации и сплочения для реализации национальных интересов.

Чувства, формирующие базу национального самосознания – чув- ство принадлежности к данной нации, чувство носителя языка и культу- ры, традиций, чувство ответственности за сохранение и развитие нации

1 *Ольшанский Д.В.* Политическая психология. – СПб., 2002. – С. 353.

и др. В целом генезис национального самосознания, обусловлен форми- рованием и укоренением в психике противопоставления «мы» и «они», которое носит оценочный характер и способствует формированию на- ционального стереотипа и этноцентризма.

*Национальный стереотип.* В сознании каждого народа в стерео- типной форме присутствуют представления о типичных качествах пред- ставителей той или иной нации (англичане – консервативны, французы – темпераментны и легкомысленны, немцы – аккуратны и трудолюбивы, испанцы – горды, русские – щедры душой и т.д.).

Стереотипы в сознании нации выполняют важные социальные функции. Однако часто они играют негативную роль, оправдывая моде- ли поведения по отношению к какой-либо нации, к отдельным её пред- ставителям. Например, дискриминационное и эксплуататорское отно- шение к представителям других этносов. Нередко негативный стереотип оценки морали отдельного индивида переносится на оценку моральных качеств всей нации. Обобщенные отрицательные оценки нации нередко становятся источником межэтнических конфликтов.

*Этноцентризм.* Этноцентризм проявляется в склонности группы рассматривать и оценивать культуру, быт, уклад жизни какой-либо на- ции сквозь призму культурных традиций и достижений, ценностей соб- ственного народа. Этноцентризм – это совокупность массовых иррацио- нальных представлений о собственной этнической общности как о цен- тре, вокруг которого сконцентрированы остальные национальные груп- пы. Эти представления являются психологическими образованиями мас- сового сознания. Они выступают в виде образов своего народа, щедро наделенного положительными чертами. В самооценке нации эти черты намного превосходят аналогичные черты других национальных общно- стей. Этноцентризм может проявляться на уровне индивидов и групп.

В международных отношениях следует знать и по возможности учитывать национальные особенности людей, с которыми вступают в переговоры и общаются. Как отмечает М. Лебедева, при существенном совпадении интересов сторон проявляется «единая переговорная суб- культура». В конфликтных ситуациях следует больше ожидать проявле- ния национальной переговорной культуры, основанной на националь- ных особенностях.

По утверждению Д.С. Лихачева, корни различий кроются в осо- бенностях исторического формирования национального характера, культуры и традиций. Так, по его мнению, русская культура включает в свой состав культуры десятков народов, и тесно связана с соседними культурами – Скандинавии, Византии, южных и западных славян, Гер- мании, Италии, народов Востока и Кавказа. Поэтому, по его утвержде-

нию, русская культура универсальна и терпима к культурам других на- родов. Если эту характеристику применить к политическим переговорам, то терпимость означает высокую адаптивную способность русской пере- говорной культуры. Д.С. Лихачев отметил и отрицательную черту русско- го национального характера, которая проявляется в стремлении все дово- дить до крайности, до пределов возможного, и после жесткой позиции не- ожиданно перейти на почти полное принятие предложений другой сторо- ны. Эти особенности отмечены в пословице «Мужик не перекрестится, пока гром не грянет», а Бисмарк с присущей ему афористичностью точно подметил: «Русские долго запрягают, но быстро ездят».

Несколько иная переговорная культура, например, у арабов. Она обусловлена иными ценностями, установками. Как подметил участник кэмпдевидских переговоров американец У. Квант, арабы воспринимают свои страны как древнейшие очаги человеческой цивилизации. Стерео- типы самовосприятия египтян, например, сформировали в их сознании склонность рассматривать Египет как один из древнейших очагов циви- лизации, а себя – продолжателями исторических традиций страны, как свою историческую миссию. Поэтому, утверждает У. Квандт, они очень чувствительны к вопросам, связанным с национальной независимостью и вмешательством во внутренние дела.

Тип аргументации, характер принятия решений на переговорах, поведенческие особенности во многом отражают национальные особен- ности сторон. Эти особенности следует учитывать в ходе ведения пере- говоров и, по возможности, даже извлекать из них свою пользу1.

# Психология маргинальных групп и люмпенизированных слоев

Наряду с исторически сложившимися устойчивыми и организо- ванными большими группами, существуют группы и слои со специфи- ческим статусом.

*Маргинальные группы* составляют люди, оказавшиеся на «обочи- не», «окраине». Американский социолог Р. Парк включил в это понятие социально- и политико-психологические последствия неадаптации ми- грантов к требованиям новых социальных групп. Иначе говоря, это лю- ди, которые оказались за рамками привычных для себя социокультур- ных норм.

1 См.: *Лебедева М.М*. Политическое регулирование конфликтов. – М., 1997. – С. 231 и далее.

Какую нишу они занимают в политической жизни общества? Ис- следуя маргинальные группы, Э. Стоунквист установил, что у предста- вителей маргинальных групп две судьбы, либо им уготована роль лиде- ров социально-политических, националистических движений, либо они будут существовать как изгои. В политическом поведении маргиналов наблюдают две крайности: девиация, аморальность, агрессивность, либо пассивность и апатия.

В силу особого положения и особых черт сознания и поведения маргинальные слои не могут интегрироваться в большое сообщество. По- теряв связи со своим слоем, они не могут полноценно войти в новые куль- турные слои. В результате возникает промежуточная «барачная суб- культура» с соответствующей ей психологией поведения. Поскольку мар- гинальные группы отчуждены от общества, то часто их характеризует по- давленное или агрессивное настроение. Система ценностей у них дефор- мирована и они могут навязывать окружающим антиценности. Политиче- ское сознание таких элементов находится на низком уровне, все интересы замкнуты на себе, слабо развита рефлексия и саморефлексия.

Неадаптированность к новой культурной среде при потере преж- ней зачастую формируют у людей маргинальных групп комплекс непол- ноценности, озлобленность или полную апатию к социально-полити- ческой жизни. В последнее время, как утверждает Д. Ольшанский, поя- вились попытки маргинальных слоев свои антиобщественные организа- ции превратить в доминирующие – захват власти, например хунтой, кли- кой и т.д. А в целом, многие исследователи видят в маргинальности исто- ки будущего политического радикализма.

Особую социально-политическую психологию демонстрирует та- кая разновидность маргинальных групп, как *люмпенизированные слои*.

Первоначально люмпенами называли представителей низших слоев общества, деклассированных и деморализованных, неспособных к организованному и самостоятельному самовыражению в рамках соци- альных норм. В дальнейшем этот термин характеризовал состояние соз- нания и поведения людей разных слоев, но с набором первоначальных признаков люмпенов. Факторами формирования люмпенизированных слоев обычно является стремление осуществить быстрые реформы, со- провождающиеся разрушением прежней социальной структуры. Так, резкое деклассирование населения и дестрафикация общества в ходе по- литических и социально-экономических реформ в России в 1990 г. вы- делили шесть слоев современного общества:

*верхний* – экономическая, политическая и силовая элита;

*верхний средний* – средние и крупные предприниматели;

*средний* – мелкие предприниматели, менеджеры производства, высшая интеллигенция, рабочая элита, кадровые военные;

*базовый* – массовая интеллигенция, основная часть рабочего класса, крестьяне, работники торговли и сервиса;

*нижний* – неквалифицированные рабочие, длительно безработные;

*«социальное дно»* – бездомные, бродяги, нищие и освобожденные из мест заключения1.

Последний шестой слой образовал люмпенизированный феномен – большое количество людей, потерявших социальные ориентиры и ста- тус в ходе реформ, не сумевших психологически выжить и приспосо- биться к новым условиям и постепенно «скатившихся на дно».

Люмпенизированные слои также не могут интегрироваться в со- общество и не способны к организованный политической деятельности. Основная и устоявшаяся их потребность – «хлеба и зрелищ». Политиче- ское сознание, потребности, убеждения этого слоя либо атрофированы, либо искажены, либо направлены на агрессию.

В определенной мере люмпенизированные слои опасны для об- щества непредсказуемостью своего поведения. Неустойчивая психика, отсутствие межличностных отношений, слабая роль эмоций, отсутствие групповых норм, ценностей и сплоченности, отсутствие цели и перспек- тив лучшей жизни формируют антиобщественное поведение и, как след- ствие, нарушается логика человеческого существования. Обычно локус контроля слоя – экстериальный, следовательно он направлен на поиск

«внешних врагов». Причину своего положения обычно объясняют толь- ко условиями внешней среды. В редкие моменты саморефлексии представители этого слоя перекладывают ответственность за свое поло- жение на внешние силы. Отсюда формируются безнадежность, неуве- ренность, тревожность, апатия, агрессивность, подозрительность и кон- фликтность, которые и находят выход в антиобщественном поведении. Нередко негативные состояния людей этого слоя деструктивные силы используют для дестабилизации общества в политических целях.

# Психология элит

Элита – это привилегированный слой в политике, осуществляю- щий функции управления. Элита характеризуется высокой степенью деятельности, продуктивностью и активностью в политике.

В. Парето считал, что элиту составляют люди, получившие в сво- ей деятельности наивысший индекс. Ортега-и-Гассет определял элиту как группу людей, которые обладают в обществе высоким престижем, статусом, обладают моральным и интеллектуальным превосходством над массами, наивысшим чувством ответственности. По определению В. Парето, элита – превосходство. В широком смысле – это такие люди, которые «свойствами ума, характера, ловкости, самыми разными спо- собностями обладают в высшей степени». Г. Моска считал элитой лю- дей, наиболее активных в политике и ориентированных на власть1.

В науке выделяются три основных критерия оценки политиче- ской элиты: 1) позиционный – объясняет степень влияния представителя политического слоя (элиты) в зависимости от его места во власти; 2) ре- путационный – объясняет популярность представителя в зависимости от его рейтинга; 3) функциональный учитывает степень приближенности представителя к сфере принятия политических решений.

Существуют различные причины возникновения и сохранения политических элит.

* + Психологическое социальное неравенство людей, их неоди- наковые способности и возможности участвовать в политической дея- тельности.
  + Закон разделения труда – необходимость профессионализма и управленческой компетентности.
  + Престиж – высокая общественная значимость принадлежно- сти к политической элите.
  + Возможность приобретения социальных привилегий.
  + Отсутствие реального контроля за политиками со стороны населения.
  + Пассивность широких масс в политических процессах.

Политическая элита выполняет свои особые функции, такие как выработка идеологии; создание механизмов реализации политических и экономических программ (создание правовой базы, принятие политиче- ских решений, разработка планов); изучение и анализ интересов разных групп, интегрирование их; формирование политических институтов, ко- ординация их деятельности; осуществление кадровой политики во всех сферах и ветвях власти. Главная функция политической элиты – это вы-

1 Политология / Под ред. М.А. Василика. – М., 2000. – С. 158.

1 См. подробно: 1 *Парето В.* Компендиум по общей социологии; *Моска Г.* Правящий класс; *Ортега-и-Гассет–Хосе.* Восстание масс. Антология мировой политической мысли: В 5 т. – М., 1997. – С. 58–78; 118–134; 254 – 269.

работка и принятие стратегических решений, трансляция их в массовое сознание и контроль за их реализацией.

Ресурсами осуществления этих функций выступают такие источ- ники политического капитала, как экономические, культурные, соци- альные, психологические, силовые, символические средства подчине- ния. Можно попытаться составить обобщенный портрет элиты, который характеризуется такими качествами: высокий уровень личной политиче- ской культуры, глобальность восприятия и оценок происходящих собы- тий, предвидение их последствий, развитое чувство ответственности и т.д. Хотя внутри элиты достаточно жесткие и конкурентные отношения, ей свойственен и корпоративизм, иначе она не сможет осуществить свои функции. Именно корпоративный дух формирует терпимость во взаи- моотношениях, одинаковые представления о средствах достижения цели и правилах поведения.

Существуют разные способы формирования элит, которые явля- ются показателями проницаемости или непроницаемости группы, про- зрачности или её закрытости. Обновление элиты обычно происходит двумя способами.

*Система гильдий.* Она характерна для закрытых политических систем. Отбор претендентов на влиятельные роли осуществляет узкий селекторат. Претенденты обычно отбираются из своего круга, и должны отвечать представлениям селектората и соответствовать им своими по- литическими характеристиками. Политические убеждения, установки, поведение, сознание претендентов должны совпадать с требованиями селектората и демонстрировать готовность подчиняться групповой ус- тановке. Поскольку конкурентной борьбы нет, то личностные достоин- ства и профессионализм претендентов остается на втором плане. На первом плане – соответствие ожиданиям селектората.

В закрытой элите заложена возможность и опасность развития внутренней круговой поруки, гомогенности политических интересов. Все вместе формирует неподвижный тип политической элиты, который обновляет свои ряды по принципу психологической близости политиче- ского сознания и корпоративности поведения.

*Антрепренерская система –* открыта, прозрачна и обеспечивает проницаемость группы: основана на открытой борьбе. Она дает возмож- ность участвовать в борьбе за властные роли широкому кругу претенден- тов. Определяющую роль здесь играет не узкий селекторат, а электорат в целом. Ведущее значение в этой системе придается не только политиче- ской компетентности претендента, но и его личностным качествам, пси- хологическим особенностям. Высокая конкурентность и соперничество позволяют претендентам публично демонстрировать качества, которые

необходимы в политической деятельности. Эта система имеет ряд досто- инств, таких, как гибкость, открытость для новых претендентов, которые публично доказывают обоснованность своих амбиций.

Политическая элита устойчива, потому что в ее среде доминирует терпимость во взаимоотношениях, общениях и связях. На этой почве формируются одинаковые (или общие) представления о целях политиче- ской деятельности, социального статуса участников власти, психологии участия в политической деятельности и стиля поведения. Сплоченность и кооперативность, часто наблюдаемые в среде политической элиты, явля- ются показателями примерно одинаковых качеств интеллекта и стремле- ния ограничить проникновение в свою среду новых конкурентов.

# Иллюстрация к лекции

## Персональный взгляд на тему

*Садохин А.П.* Концепция этногенеза Л.Н. Гумилева. Этнология. –

М., 2000. – С. 124–129.

Несмотря на многочисленные попытки ученых объяснить про- цессы этногенеза, антропогенеза и расогенеза, существующие концеп- ции носят преимущественно частный характер. Работа этнологов в этом направлении продолжается, но до настоящего времени в этнологии нет законченных, научно аргументированных теорий, дающих полное и убедительное описание всех этих процессов. Большой интерес сегодня вызывает концепция этногенеза Льва Николаевича Гумилева.

Гумилев положил в основу своей теории этногенеза в качестве главного постулата тезис о природно-биологическом характере этноса. Этнос является составной частью биоорганического мира планеты и возникает в определенных географических и климатических условиях. Гумилев определил этнос как биофизическую реальность, и поэтому весь механизм этногенеза он ищет в реальных природных процессах. По его мнению, будучи составной частью биосферы, этносы должны под- чиняться ее законам, а этногенез должен быть составной частью тех процессов, которые протекают в биосфере. Эти гигантские по своим масштабам процессы создали в значительной мере современный облик нашей планеты и сравнимы по энергетическим затратам с величайшими геологическими процессами. В.И. Вернадский назвал эту энергию био- геохимической энергией живого вещества биосферы. Она есть не что иное, как преобразованная энергия Солнца, Космоса и радиоактивного распада в недрах Земли. Биосфера просто купается в потоках энергии,

она открыта Космосу и чутко реагирует на энергетические всплески, происходящие там. Эта связь была доказана нашим соотечественником А.Л. Чижевским. В этом заключается причина на первый взгляд зага- дочных, буквально взрывных популяций – стай саранчи, леммингов, вдруг появляющихся в гигантских количествах, чтобы броситься в воды океана. Подобные влияния испытывает и человек, реакция на них стано- вится заметной на уровне этносов. При выполнении некоторых условий энергетическая вспышка становится началом процесса этногенеза.

Гипотеза Гумилева заключается в предположении, что несколько раз за тысячелетие поверхность земли подвергается воздействию опре- деленного типа космического излучения, которое вызывает пассионар- ный толчок – мутацию гена человека, отвечающего за восприятие энер- гии организмом из внешнего мира. Особенность этих толчков – их крат- ковременность. За последние три тысячи лет было достоверно зафикси- ровано девять пассионарных толчков: четыре до нашей эры и пять за последние два тысячелетия.

Суть явления пассионарности состоит в следующем. До мутаци- онных изменений человек получает из окружающего мира энергии ров- но столько, сколько ему необходимо для нормальной жизнедеятельно- сти. При пассионарном толчке, вызывающем мутацию гена, человек становится способным воспринять энергии значительно больше, чем ему необходимо для нормальной жизнедеятельности, следовательно, образуется избыток энергии, который может быть направлен в любое русло. Такой человек обладает повышенной тягой к действию – пассио- нарностью. Избыточная энергия может быть направлена на организацию завоевательных подходов или научных экспедиций, создание новой ре- лигии или научной теории. Если же люди, обладающие этим признаком, соберутся вместе, объединенные одной целью, находясь при этом в бла- гоприятных географических условиях (необходим разнообразный ланд- шафт), появится зародыш нового этноса, начнется бурный процесс этно- генеза, завершающийся через 130–160 лет появлением нового народа. Наиболее существенными отличительными признаками нового этноса являются специфические стереотипы поведения, которые передаются последующим поколениям не генетически, а через механизм сигнальной наследственности, через культуру, когда потомство путем подражания и научения перенимает от родителей необходимые поведенческие стерео- типы. Именно эти стереотипы и создают пассионарии.

Таким образом, процесс этногенеза Гумилев связывает с пассио- нарностью – появлением внутри старого этноса или нескольких этносов людей с повышенной тягой к действию. Это становится пусковым меха- низмом этногенеза.

По Гумилеву, этногенез – энергетический процесс получения од- нократного запаса энергии после вспышки космического излучения и дальнейшей его растраты в ходе развития этноса до тех пор, пока этнос не придет в состояние гомеостаза – равновесия с природой, при котором уровень пассионарности равен нулю.

Развитие этноса проходит ряд закономерных фаз, которые со- ставляют цикл жизни этноса продолжительностью около полутора ты- сяч лет, если этнос не гибнет раньше по внешней причине. Фазы разви- тия этноса связаны с определенными уровнями пассионарного напряже- ния, что внешне выражается в специфических для каждой фазы стерео- типах поведения.

1. После пассионарного толчка наступает *фаза подъема* продол- жительностью 200–300 лет, связанная с экспансией нового этноса, кото- рый создают пассионарии, ставящие перед собой задачу формирования нового сильного государства и идущие для этого на любые жертвы. Ок- ружающие народы воспринимают новый этнос как общность крайне ак- тивных людей, появившуюся как бы вдруг, на месте нескольких незначи- тельных племен и активно отстаивающих свои интересы, часто за счет со- седей. Основной императив поведения на этой фазе: «Будь тем, кем ты должен быть». Примером могут служить все молодые народы: предки со- временных англичан и французов в IX в., монголы в XII в. и т.д.
2. Затем наступает *акматическая фаза*, когда пассионарное на- пряжение достигает высочайшего уровня за счет большой численности пассионариев, которые думают уже не столько об общих целях, сколько о своих личных интересах. Усиление индивидуализма в сочетании с из- бытком пассионарности часто вводит этнос в состояние пассионарного перегрева, когда избыточная энергия, тратившаяся в фазе подъема на бурный рост и экспансию, уходит на внутренние конфликты. Акматиче- ская фаза, продолжающаяся следующие 300 лет, – одна из самых тяже- лых в жизни этноса, так как это период гражданских войн, культурных потерь. Основной императив поведения человека в это время: «Будь тем, кем я хочу». Люди хотят уже не общего блага, а только своего. Обычно такой мотив поведения связан с тем, что глобальная цель пре- дыдущей фазы – создание великого государства – уже достигнута. При- мером может служить Европа периода феодальной раздробленности, Россия Смутного времени.
3. В конце концов большая часть пассионариев истребляет друг друга, вследствие чего происходит падение уровня пассионарного напря- жения в этносе, усугубляющееся еще и тем, что ушедшие пассионарии замещаются не гармоничными особями, а субпассионариями – людьми, не способными воспринять даже нормы энергии, необходимые для пол-

ноценной адаптации к среде. Люди такого типа хорошо известны – бродя- ги, люмпены, босяки, бомжи. Эти признаки означают наступление *фазы надлома* – кризисной фазы, продолжающейся 200 лет. Жизнь в фазе над- лома очень тяжела. Мы это знаем на собственном опыте, так как наша страна находится в конце этой фазы. Западная Европа пережила ее в пе- риод реформации и контрреформации, уплатив за свое нынешнее спокой- ствие не менее кровавую дань, чем Россия в XX веке.

1. После пережитых потрясений люди хотят не успеха, а покоя. Это говорит о том, что этнос перешел в следующую фазу – *инерционную*, когда происходит сначала некоторое повышение, а затем плавное сниже- ние уровня пассионарного напряжения. При этом укрепляется государст- венная власть, социальные институты, интенсивно накапливаются мате- риальные и духовные ценности, активно преобразуется окружающая сре- да. В этносе доминирует «тип золотой посредственности» – законопос- лушного, работоспособного человека. «Будь таким, как я!» – господ- ствующий императив поведения в период инерционной фазы сменяет им- ператив предшествующего периода: «Мы устали от великих». Это озна- чает, что люди, наконец, начинают понимать, что именно индивидуально- сти, пытающиеся проявиться во всей оригинальности, представляют наи- большую опасность для соседей. Примером служит современная Западная Европа, Киевская Русь XI–XII вв., Китай эпохи Сун.

Культура и порядок в это время бывают столь совершенны, что кажутся современникам непреходящими. Но уровень пассионарного на- пряжения этноса постоянно снижается, что приводит к неизбежному упадку, скрытому вначале за маской процветания, которая сбрасывается после последнего фазового перехода.

1. Важной причиной кризиса обычно бывает резко возросшее воздействие цивилизации на природу, которая в конце концов не вы- держивает этой нагрузки. (Вспомним, например, что все крупные циви- лизации древности оставили после себя пустыни, занявшие место преж- них плодородных земель – Вавилон, Египет и др.) Наступает *фаза об- скурации* – старости этноса, что соответствует возрасту этноса в 1100 лет. В это время пассионарное напряжение падает до отрицатель- ного уровня из-за появления значительного числа субпассионариев, в результате чего невозможна любая конструктивная деятельность, этнос существует за счет прежних запасов. Общественный организм начинает разлагаться: фактически узаконивается коррупция, распространяется преступность, армия теряет боеспособность, к власти приходят цинич- ные авантюристы, играющие на настроении толпы. Численность этноса и его территория значительно сокращаются, он может стать добычей более пассионарных соседей.

Императив поведения на этой фазе: «Будь таким, как мы». При- чем, его определяют люди нетворческие и нетрудолюбивые, эмоцио- нально и умственно неполноценные, но обладающие повышенными требованиями к жизни (не выходящими, правда, за пределы того, что нельзя съесть или выпить). Всякий рост становится явлением исключи- тельным, трудолюбие подвергается осмеянию, интеллектуальные радо- сти вызывают ярость. Все продажно, никому нельзя верить, ни на кого нельзя положиться. Происходит настоящий естественный отбор. Но на- ступает возмездие. Субпассионарии разъедают тело народа, как клетки раковой опухоли – организм человека, но победив, т.е. умертвив сопер- ника, они гибнут сами.

Классический пример – Рим эпохи поздней империи, Китай с

XVII в., Русь перед татаро-монгольским нашествием.

Фаза обскурации предшествует гибели этнической системы или ее переходу к состоянию гомеостаза, которого может достичь лишь не- значительная здоровая часть этноса.

1. Иногда бывает возможна *фаза регенерации* – временное восста- новление этнической системы после обскурации за счет пассионарности, сохранившейся на окраинах ареала. Примером может служить Византия в последний период своей истории. Казалось, что после падения Констан- тинополя в 1204 г. под натиском крестоносцев, великая империя погибла безвозвратно, от нее остался крохотный обломок – Никейская империя – окраина прежней Византии. Но именно из нее через 50 лет возродилась Византийская империя, которая, правда, была только тенью прежней ве- ликой Византии, и просуществовала еще 200 лет. Это стало возможно только благодаря тому, что в фазе обскурации именно на окраине ареала обитания этноса сохранилась повышенная пассионарность.
2. Но в любом случае – это короткий всплеск активности накануне завершения процесса этногенеза, которым является *мемориальная фаза*. К этому времени этническая система уже утеряла пассионарность, и лишь отдельные ее члены продолжают сохранять культурную традицию. Па- мять о героических деяниях предков живет в фольклоре, легендах.

Такую картину мы наблюдаем на Алтае, где проживают телесы, теленгиты, телеуты, алтай-кижи, сохранившие богатый былинный эпос. Такую же картину можно увидеть у киргизов Тянь-Шаня, индейцев пу- эбло и других, некогда могучих этносов, превратившихся в малочислен- ные «племена». Кристаллизованная пассионарность – искусство – спас- ло их от растворения среди соседей, от ассимиляции и связанных с ней унижений.

После окончания динамических фаз этногенеза уцелевшие люди не становятся хуже, слабее или глупее прежних. Изменяются не люди, а

этническая системная целостность. Раньше рядом с обычным большин- ством были пассионарии, многим мешавшие, но придававшие этносу сопротивляемость и стремление к переменам. Агрессивность этниче- ской системы исчезает, но снижается и ее резистентность (сопротивляе- мость). А это значит, что взамен приобретений идут утраты.

# Тема 7

Дальше все зависит от соседей. Если они не будут нападать, то

остатки этноса будут продолжать меняться, превращаться в милых, без-

обидных людей, гостеприимных и доброжелательных. Они продолжают терять память о прошлом, а вместе с ней и ощущение времени. На ко- нечном этапе они просто ограничиваются констатацией смены времен года и даже просто дня и ночи. Так живут чукчи – прекрасные охотники, обладающие развитой мифологией, племена Центральной Африки, чле- ны которых не знают даже, сколько им лет (хотя прекрасно ориентиру- ются в джунглях). Но эти этносы живут в контакте с более пассионар- ными соседями, которые держат их в форме. Если же этого не будет, то остатки этноса могут просто вымереть из-за отсутствия желания жить. Такие этносы сегодня живут в некоторых резервациях – заповедниках.

Переход от мемориальной фазы к законченной форме *этническо- го гомеостаза* происходит очень плавно и выглядит как постепенное забвение традиций прошлого. Жизненный цикл повторяется из поколе- ния в поколение, система сохраняет равновесие с ландшафтом, не про- являя каких-либо форм целенаправленной активности. Этнос в это вре- мя состоит почти целиком из гармоничных людей, достаточно трудолю- бивых, чтобы обеспечить всем себя и свое потомство, но лишенных по- требности и способности что-либо менять в жизни. В данном состоянии этнос может существовать неограниченно долго, если только не станет жертвой агрессии, стихийного бедствия или не будет ассимилирован. Так живут народы Австралии, Крайнего Севера, пигмеи Центральной Африки.

# ПСИХОЛОГЯ ПОЛИТИКИМАССОВЫХ НАСТРОЕНИЙ

**Вопросы:**

1. Массовое настроение и политическое сознание масс.
2. Массы, их виды и характеристика.
3. Способы организованного формирования массового сознания.
4. Психологя политикимассовых настроений.
5. Развитие массовых настроений, их функции.
6. Воздействие на массовые настроения и прогнозирование их развития.

## Интеллектуальная разминка

1. *Настроение* – сравнительно продолжительные, устойчивые психические состояния умеренной или слабой интенсивности, прояв- ляющиеся в качестве положительного или отрицательного эмоциональ- ного фона психической жизни индивида. В отличие от ситуативных эмоций и аффектов, настроение является эмоциональной реакцией не на непосредственные последствия тех или иных событий, а на их значение для человека в контексте его общих жизненных планов, интересов и ожиданий. Настроение, в свою очередь, способно влиять на непосредст- венные эмоциональные реакции по поводу происходящих событий, ме- няя соответственно направление мыслей, восприятие человека. В зави- симости от степени осознанности причин, вызвавших то или иное на- строение, оно переживается либо в качестве нерасчлененного общего эмоционального фона («приподнятое», «подавленное» настроение и т.д.), либо как четко идентифицируемое состояние (скука, печаль, тоска, страх или, напротив, увлеченность, радость, ликование, восторг и т.д.). Умение контролировать свое настроение, находить и усваивать способы его сознательной коррекции выступает важной задачей воспитания и самовоспитания.
2. *Настроение общественное* – преобладающее сочетание чувств и умов тех или иных социальных групп в определенный период време- ни. Оно представляет собой не только самое массовое явление социаль- ной психологии, но и одну из наиболее значительных сил, побуждаю- щих людей к деятельности, накладывающих отпечаток на поведение различных коллективов, групп, слоев общества, а также классов, наций и даже народов. Общественное настроение проявляется во всех сферах социальной жизнедеятельности: на производстве и в быту, на демонст- рациях и митингах, в мирное и военное время. Одной из его форм явля- ется массовое настроение, способное захватить и объединить в одно со- циальное или политическое движение самые различные социальные слои, группы и классы общества1.

# Массовое настроение

**и политическое сознание масс**

Герои исчезли, остался хор.

*Х. Ортега-и-Гассет*

Существуют различные трактовки понятия массы. Американский исследователь Д. Белл в книге «Конец идеологии» приводит пять опре- делений массы разных авторов:

1. Массы как недифференцированное множество людей, гетеро- генное по составу для СМИ (Г. Блумер).
2. Массы как механизированное общество, а человек в нем – при- даток машины (Ф. Юнгер).
3. Массы как бюрократическое общество, в котором решение принимают только высшие эшелоны власти (Г. Зиммель, М. Вебер).
4. Массы как синоним невежества, ослабление элиты (Х. Ортега- и-Гассет).
5. Массы как толпа, которая в такой интерпретации воплощает стадность, шаблонность, унифицированность, и ее составляют однотипные посредственности, не способные интегрироваться вокруг идеи (Х. Арендт). Обычно понятие «массы» – это категория нестабильного общест-

ва со своей психологией (Д. Ольшанский). Она возникает ситуативно и проявляется в разных формах поведения. Главным элементом психоло- гии масс является массовое сознание.

1 Психология: Словарь / Под ред. А.В. Петровского. – М., 1990. –

С. 230–231.

*Массовое сознание* – (один из видов общественного сознания), это реальная форма и специфический вид сознания множества людей, которое однородно отражает политическую действительность.

Однородное массовое сознание формируется в результате совпа- дения, совмещения, пересечения каких-либо значимых компонентов по- литического сознания индивидов. Содержание массового сознания со- ставляют знания и представления, нормы, ценности, образцы поведения, которые одинаково разделяют множество индивидов – масса. Немало- важную роль играют идеология и религия, которой придерживаются ин- дивиды, составляющие массу.

Массовое сознание формируется под воздействием совместно воспринимаемой социально-политической информации и политической реальности. Компонентом, формирующим массовое сознание, является групповая типичность политических стереотипов, установок, интересов и потребностей. Типичность компонентов массового сознания делает его надгрупповым и надиндивидуальным, но сознание индивида в массе функционирует самостоятельно.

Массовое сознание не представляет собой единого и целого обра- зования, так как само понятие «массы» изменчиво и ситуативно. Дина- мика развития масс зависит от степени охвата людей тем или иным об- щим психическим состоянием. Массовое сознание первоначально может созревать в рамках «индивид – группа – массы».

В структуре массового сознания различают два уровня.

*Эмоционально-действенный уровень* характеризуется эмоциональ- ным переживанием социальной или политической проблемы, которая имеет массовое значение и вызывает всеобщую озабоченность (война, экономический кризис, экологическая, техногенная катастрофа и т.д.).

Совместное переживание значимой проблемы изменяет привыч- ные нормы, ценности и образцы поведения. Их вытесняют возникшие потребности немедленно действовать, делать что-то, что обычно не свойственно в ситуациях, не вызывающих тревогу.

*Рациональный уровень* образуется на основе когнитивных компо- нентов, таких, как знания и массово обсуждаемая социально- политическая информация. Компонентами здесь выступают и ожидания множества людей от политики, и оценка ими своих возможностей вли- ять на политику, быстро меняющееся мнение, настроение в оценке те- кущих политических и социальных событий, власти в целом или лидера. Наконец, рациональный уровень массового сознания формирует соци- ально-политические, мировоззренческие, культурные и религиозные ценности и предпочтения, составляющие базу политического выбора масс.

Массовое сознание проявляется в массовом поведении, чаще все- го стихийно, ситуативно, временно, как ответ на особые события. Фор- мами стихийного поведенческого следствия массового сознания явля- ются агрессия и паника. Массовому сознанию свойственны эмоцио- нальность, подвижность и изменчивость, аморфность, противоречивость и размытость, а индивид когда становится частью массы, действует под властью инстинктов и иррациональных чувств. Особые свойства массо- вого сознания описал Б.А. Грушин, основным из которых является «са- мопожертвование», способность возникновения и изменения в процессе их общественного бытия, то есть основы массового сознания формиру- ют свою массу, а она в свою очередь формирует свое сознание1.

Массовое сознание возникает в силу того, что люди, даже в от- сутствие совместной деятельности взаимодействуют друг с другом в пространстве и во времени (Д. Ольшанский). Взаимодействуя в одной политической системе, в одном культурном пространстве, потребляя одинаковую информацию, массы вырабатывают общие представления, чувства, оценки, мнения, которые становятся компонентами массового сознания. Процесс порождения массового сознания имеет две стороны – внешние условия и закономерности саморазвития массового сознания, и с этой точки зрения массовое сознание рассматривается как результат осмысления массами реалий жизни и условий, в которых протекает жизнь.

Как указывает ряд исследователей, размытость границ осложняет типологизацию массового сознания. Но в контексте политической пси- хологии Д. Ольшанский выделил в качестве оснований для дифферен- циации ряд свойств, таких как:

 общий и актуальный мыслительный потенциал массового сознания;

 пространственная распространенность МС;

 устойчивость во времени МС;

 противоречивость или непротиворечивость МС;

 управляемость и податливость МС;

 уровень развития МС (высокий – низкий, развитое – нераз- витое); характер выраженности (сильный, средний, слабый);

 особенности языковых средств (нормативные, ненорматив- ные)2.

1 См.: *Грушин Б.А.* Массовое сознание. – М., 1987.

2 *Ольшанский Д.В.* Политическая психология. – СПб., 2002. – С. 371.

В целом, общая оценка и дифференциация массового сознания возможны на основе совокупности характеристик трех уровней.

Первый – *наличный (средний) уровень* развития сознания масс в обществе включает когнитивные элементы (объем знаний и суждений, способности суждения масс о социально-политических явлениях), на- правленность чувства и фантазий, способность эмоционально реагиро- вать на действительность.

Второй уровень характеризует *диапазон и направленность по- требностей, интересов и запросов масс к условиям жизни в обществе*. Это повседневная обыденная психология масс (самопорождающая).

Третий уровень – *это общий объем информации, циркулирующий в обществе,* в том числе и информация, которую специально направля- ют в массы через различные каналы – СМИ, образовательные и воспи- тательные учреждения.

# 2. Массы, их виды и характеристика

Общее определение массы позволяет выделить основные ее виды по ряду ведущих признаков:

 большие и малые;

 устойчивые и неустойчивые;

 сгруппированные и несгруппированные, упорядоченные и не- упорядоченные в пространстве;

 контактные и неконтактные;

 спонтанно и специально организуемые;

 социально однородные и неоднородные.

Вместе с тем массы имеют и ряд специфических свойств, которые характеризуют их как социальные общности (Б. Грушин).

* Люди, образующие массы, могут иметь разное общественное положение, происходить из разных слоев, классов, иметь разные про- фессии.
* Масса может состоять из индивидов, принадлежащих к раз- ным крупным и локальным группам.
* Между членами массы почти нет взаимодействия и обмена пе- реживаниями. Они физически отдалены друг от друга (в отличие от толпы).
* Масса имеет рыхлую организацию и не способна действовать согласованно длительное время (организованность распадается по мере

«затухания» эмоций, переживаний, вызванных социально-политическим событием, касающимся жизненных интересов масс).

* Объект политического интереса массы находится за пределами локальных культур и интересов индивидов, составляющих массу.
* Масса лишена черт общности группы, или общины.
* У массы нет социальной организации, нет корпуса обычаев, традиций, устоявшегося набора правил и ритуалов. Нет организованной группы установок, статусных ролей и прочих умений политической дея- тельности.

Таким образом, масса состоит из конгломерата обособленных, изолированных индивидов в политике, но однородных по своему созна- нию, сформированному по ряду общих интересов (см. сознание масс).

Масса как толпа (Д. Ольшанский, Б. Грушин) меняет поведение входящих в нее людей. Она стирает индивидуальные различия и транс- формирует, нивелирует индивидуальность психики: индивид в массе приобретает новые признаки, такие, как анонимность, преобладание бессознательного, снижение интеллекта и рационального осмысливания, гомогенность мыслей и чувств с массой, внушаемость и позывы дейст- вовать безотлагательно.

Свойства массы описал Э. Канетти. Характеризуя ее основные проявления, он выделил четыре главные характеристики, присущие массам1.

1. Масса всегда стремится расти. Ее росту по природе не положе- но границ. Если границы ставятся искусственно, то есть путем создания институтов, применяемых для сохранения закрытых масс, то всегда су- ществует опасность извержения массы, которое время от времени и происходит. Инструментов, которые навсегда и гарантированно предот- вратили бы рост массы, не существует.
2. Внутри массы господствует равенство. Оно абсолютно и неос- поримо и самой массой никогда не ставится под вопрос. Оно фундамен- тально важно, настолько, что массовое состояние можно было бы опре- делить именно как состояние абсолютного равенства. Голова – это голо- ва и не более того, рука – это рука и не более того; что головы или руки могут быть разными, никого не интересует. Ради такого равенства люди и превращаются в массу. Все, что способно от этого отвлечь, не заслу- живает внимания. Все требования справедливости, все теории равенст- ва, которые каждый по-своему знает, подчинены массовому чувству.
3. Масса любит плотность. Она никогда не может стать слишком плотной. Не должно быть промежутков, по возможности все должно стать ею самой.

Ощущение наибольшей плотности она переживает в момент раз- рядки. Можно будет точнее определить и измерить эту плотность.

1. Масса требует направления. Она в движении и двигается по направлению к чему-то. Направление, общее для всех участников, уси- ливает ощущение равенства. Цель, которая лежит вне каждого отдель- ного индивида и для всех одна и та же, отменяет и уничтожает неравные частные цели, признание которых для массы смертельно. Для ее посто- янства направление необходимо. Страх перед распадом, всегда бодрст- вующий в ней, позволяет направить ее к какой-либо цели. Но еще в ней имеются смутные тенденции движения, ведущие к образованию новых, более высокого порядка связей. Часто бывает невозможно предсказать природу этих связей.

Каждая из этих четырех характеристик может присутствовать в массе в большей или меньшей мере. В зависимости от того, на какой из них сосредоточить внимание, можно получить разные классификации масс.

Возможности влияния на массу обусловлены рядом причин. З. Фрейд дал характеристику массы, в которой просматриваются эти причины: «Масса легковерна и чрезвычайно легко поддается влиянию, она некритична, неправдоподобного для нее не существует. Она думает образами, порождающими друг друга ассоциативно, – как это бывает у отдельного человека, когда он свободно фантазирует, – не выверяющи- мися разумом на соответствие с действительностью. Чувства массы все- гда весьма просты и весьма гиперболичны. Масса немедленно доходит до крайности, высказанное подозрение сразу же превращается у нее в непоколебимую уверенность, зерно апатии – в дикую ненависть»1.

Поведение массы описал и Г. Блумер: «Природа массового пове- дения. Это поднимает вопрос о том, каким образом ведет себя масса. Ответ обусловлен стремлением каждого индивида ответить на собст- венные нужды. Форма массового поведения парадоксальным образом выстраивается из индивидуальных линий деятельности, а не из согласо- ванного действия. Эти индивидуальные деятельности в первую очередь выступают в форме выборов – таких, например, как выбор новой зубной пасты, книги, пьесы, партийной платформы, новой моды, философии или религиозных убеждений – выборов, которые являются откликом на неясные порывы и эмоции, побуждаемые объектом массового интереса. Если эти линии сходятся, влияние массы может быть огромным, как это показывают далеко идущие воздействия на общественные институты,

1 См.: *Канетти Э.* Масса и власть. – М., 1997.

1991.

1 *Фрейд З.* Массовая психология и анализ человеческого «я». – Тбилиси,

вытекающие из сдвигов в избирательных интересах массы. Из-за подоб- ных сдвигов в интересах или во вкусах может потерпеть крах какая-то политическая партия или коммерческое предприятие»1.

Представляя собой несистематизированное, неструктурированное и мозаичное образование, масса испытывает потребность в упорядоче- нии извне. Механизмы воздействия извне соответствуют указанным причинам. Масса, как утверждает З. Фрейд, сознавая свою громадную силу, одновременно нетерпима к авторитету, и в то же время подвластна ему. Она утверждает силу, она хочет, чтобы ей владели и подавляли, она хочет бояться своего господина2.

Такие же жесткие требования при определении массы выдвигал и Ортега-и-Гассет, утверждая, что масса людей не имеет мнения, и их надо втискивать в них под давлением извне. Истории известны случаи, когда

«сильные» овладевали расширенным сознанием масс (Рузвельт Ф.Д. – его знаменитые радиовечера в период «Великой Депрессии» и др.).

Податливость массового сознания под внешним воздействием со- храняется сравнительно недолго. В случае, если упустить момент, мас- совое сознание становится неуправляемым, и рациональное в поведении масс уступает эмоциональному уровню и становится стихийным и не- управляемым, остановить которое может уже только сила.

# Способы организованного формирования массового сознания

Массы в данном контексте рассматриваются как спонтанно воз- никшие, временно функциональные, с особым сознанием, имеющие ча- ще всего негативные поведенческие следствия. Как правило, негативно настроенное сознание масс возникает под влиянием совместного пере- живания социально-политической информации, или события, вызы- вающие массовую озабоченность, так как эти факторы могут иметь ре- альное негативное воздействие на условия жизни масс. Эта тревога формирует сходные эмоции, переживания и позывы что-то делать у множества индивидов, и они предпринимают какие-либо действия для защиты своих интересов. Вместе с тем, масса является не только сти- хийным субъектом социально-политических отношений, но и объектом целенаправленного воздействия, направленного на формирование соз- нания масс через политические установки и стереотипы. Любая полити-

1 *Блумер Г.* Коллективное поведение // Психология масс: Хрестоматия /

Ред.-сост. Д.Я. Райгородский. – Самара, 1998. – С. 555.

2 См.: *Фрейд З.* – Указ. раб.

ческая система формирует социальную базу своей поддержки, и массы входят в объект интереса системы как основная социальная общность.

Политическая система «рекрутирует» массы особыми способами воздействия на психологию, формируя положительное восприятие сис- темы, и поведение в поддержку ценностей этой системы.

Одним из множества способов воздействия на массы является символическая политика (СП) как особый род политической коммуни- кации. Символическая политика особенно эффективно влияет на чувст- ва, настроения, сознание и поведение масс. Сущность символической политики заключается в том, что она направлена не на рациональное осмысление, а на внушение устойчивых смыслов (направленных на формирование социально-политических установок и стереотипов) по- средством инсценирования визуальных эффектов и эстетизации полити- ки. Перечисленные действия осуществляются с помощью символов, ко- торые составляют экспрессивно-смысловую основу политики. Симво- лическая политика служит эмоциональным рычагом для масс, так как она формирует чувства, настроения и как ожидаемую реакцию – пове- дение масс (в начале ситуативное и временное, но постепенно перехо- дящее в установки и стереотипы).

Вызвать экспрессию (эмоциональную поддержку) у масс необхо- димо любому политику и политической системе, для того, чтобы при- влечь к себе внимание, создать мотивы, провоцировать действия масс в свою поддержку. Помимо этого, символическая политика выполняет функцию мобилизации и релаксации масс. В силу этих и других не ме- нее важных причин, символический аспект является морально легитим- ным, а зачастую и необходимым элементом политики.

Символическая политика наиболее эффективно воздействует на массовое сознание и настроение, когда другие средства малоэффектив- ны, утратили интерес, или утеряли функции прямого воздействия на чувства масс. В целом, символическая политика направлена не столько на интеллект, сколько на чувства людей. Ее следует рассматривать не как безликий способ политических коммуникаций масс, а сознательное использование эстетически-символических ресурсов власти.

Часто символическую политику, то есть ее воздействующие на массовое сознание ресурсы, используют при необходимости мобилиза- ции масс, или когда привычные способы обмена информацией «верх – низ» уже не дают желаемого эффекта. В таких ситуациях политическая система (власть) в ответ на ожидание масс символически инсценирует то, чего нет, но то, что от нее ожидают люди.

Главная особенность этого способа в том, что он эксплуатирует эстетические возможности символа. Например, чтобы апеллировать к

патриотическим чувствам, вместо воззваний, обращений используется символ патриотизма – общенациональный юбилей исторически значи- мого события в жизни нации в форме массового праздника с сопутст- вующими ему зрелищностью и совместным участием в нем масс. В та- кие моменты происходит психологическое единение масс изнутри и с властью, вырабатываются одинаковые чувства, вызванные общезначи- мым праздником. В таких мероприятиях политические характеристики событий вытесняются эстетическими. Массы оценивают не столько зна- чимость празднуемого события, сколько его внешние выражения – зре- лищность, развлекательность, испытывают при этом чувство единства и благодарности властям за праздник. В этом ряду формирующую функ- цию выполняют парады. Особый настрой, четкость, филигранная син- хронность действий участников парада, музыка, знамена, чеканный шаг и строй – создают впечатляющую атмосферу восхищения, гордости, уверенности, чувство защищенности, и возвышенного настроения. Со- вместные положительные эмоции формируют в сознании масс патрио- тические чувства. Помимо этого, военные зрелищные мероприятия вы- ступают и как устрашающие факторы, демонстрируя силу и организо- ванность.

За использованием символических ресурсов политики кроются прагматические мотивы системы: апеллируя к эстетическим, патриоти- ческим чувствам масс, система одновременно формирует положитель- ное отношение к себе. В целом, символическая политика выполняет функции мобилизации и релаксации масс.

Символические ресурсы политики имеют несколько способов реализации.

*Дискурсивные символы политики.* Это языковые знаки, с помо- щью которых производится и демонстрируется значение и смысл поли- тической идеи в жизни масс. Это осуществляется в форме политических слоганов, лозунгов, призывов, цитат и т.д. Они часто воспроизводятся во всех СМИ, легко запоминаются и проникают в сознание масс*.* Из- вестные плакаты в годы Великой Отечественной войны – *«Родина-мать зовет»,* а еще ранее *«Ты записался в Красную Армию?»* – выполняли те же функции, апеллируя к долгу и совести гражданина, одновременно воздействовали и на сознание каждого и в целом на массу. Одним из та- ких запоминающихся в массовом восприятии, зрелищным массовым со- бытием стала манифестация молодежи к первой годовщине президент- ства В.В. Путина на Васильевском спуске у Кремля в поддержку поли- тического курса своего президента. Тысячи молодых россиян из движе- ния «Идущие вместе» выстроились в футболках цвета Российского фла- га. На футболках – портрет ВВ. Путина и надпись «Все путем». Без воз-

званий, речей, агитаций эта надпись продемонстрировала полную под- держку и одобрение деятельности президента и власти в целом. Исполь- зуя молодежную субкультуру, организаторы манифестации воздейство- вали на массовое сознание эстетически привлекательной демонстрацией политического выбора молодого поколения России.

*Использование презентативных символов* – также один из ресур- сов символической политики. Особый смысл этого способа заключается в подаче политических идей для массового восприятия. Трансляция на массовое сознание социально-политических идей и смыслов, их значе- ние производится визуальными средствами и в материализованной форме. Социальная память и сознание формируются художественными средствами, такими как картины, кино, монументы, памятники, мемори- альные комплексы и музеи. Эти символы былой славы, совместной борьбы за отечество и настоящих достижений играют консолидирую- щую общество роль, вырабатывают в массовом сознании чувство не только исторической преемственности поколений, но и совместную от- ветственность за будущее. Особенность воздействия на психологию масс этих символов в том, что они постоянно находятся на виду, в це- лом формируя историческую память нации (сообщества).

*Семантические ресурсы политики* – также эффективная форма воздействия на массовое сознание и настроение. Воздействие осуществ- ляется через оперирование смыслами языка в политической сфере. В основном это происходит через оккупацию первоначального смысла слов, знаков. Оккупация смысла слов – это насильственное изменение первоначального их значения, придание им нового смысла, перестанов- ка смысловых акцентов. Эти действия направлены на придание инфор- мации того содержания, которое выгодно политической системе или по- литику, или политической ситуации. Но подобное манипулирование по- литическим языком одновременно направлено и на удовлетворение глу- бинных инстинктов масс (индивидов их составляющих) и на удовлетво- рение желаний публики (как в известной песенке – «а потом полюби, а потом обмани»). Наиболее запоминающимся примером насильственного изменения первоначального смысла слов в памяти масс остался теле- комментатор С. Доренко, которого народ метко прозвал «телекилле- ром». В период морального «расстрела» Ю. Лужкова, С. Доренко на- стойчиво обыгрывал название движения, возглавляемого Ю. Лужковым

«Отечество – вся Россия». Знак тире после «Отечества», который мы воспроизводим паузой, он заменял словом «минус» (в математике это, действительно, знак «минус»). И проговаривал: «Отечество минус вся Россия», сознательно искажая смысл. У зрителей возникали ассоциации: что это за Отечество, если из него вычли Россию? С. Доренко внушал в

массовое сознание оторванность движения от народа и даже его антина- родную сущность. Массы всегда эмоционально реагируют на подобные манипуляции, хотя их основная часть и понимает замысел комментатора.

Значение символической политики комментировал С. Московичи:

«Политика, целью которой является управление массами, по необходимо- сти является политикой не чуждой фантазии. Она должна опираться на какую-то высшую идею (нации, родины даже на идею фикс). Эти идеи внедряют, взращивают в сознании каждого человека массы, пока не вну- шат. Потом они превращаются в коллективные образы и действия»1.

# Психологя политикимассовых настроений

Массовое настроение в социально-политической действительно- сти – это психически однородное состояние множества людей как реак- ция на особые переживания комфорта или апатии. Это, как утверждает Д. Ольшанский, сложная эффективно-когнитивная сигнальная реакция. Особые переживания – реакции, формирующие настроение, отражают три разных состояния масс, в результате которых люди, их составляю- щие, испытывают психологический комфорт или дискомфорт:

 степень удовлетворенности или неудовлетворенности масс со- циально-политическими условиями своей жизни;

 субъективная оценка массами своих возможностей для реализа- ции социально-политических притязаний при существующих условиях;

 стремление к изменению условий для осуществления своих притязаний.

Массовые настроения являются особым психическим состоянием масс, которое является переходным от повседневных эмоций к более или менее осознанным мнениям, носящим обобщенный характер, рационали- зированный условиями жизни, ее нормами и устоями. Массовые полити- ческие настроения при их явной выраженности, могут захватить и объе- динить в одно социальное или политическое движение самые различные слои, группы, классы общества. Природа массовых настроений обуслов- лена двумя факторами: с одной стороны, – притязаниями множества лю- дей, связанных с массовыми потребностями и интересами; с другой, – не- соответствием этих притязаний и ожиданий реальным условиям жизни.

Спектр переживаний формирует у масс самые разнообразные на- строения, которые выражаются в различных формах. Наиболее замет-

1 *Московичи С.* Век толпы. – М., 1996. – С. 124.

ные – это активные настроения психологической готовности к полити- ческим действиям. Такое настроение объясняется особым состоянием сознания до действий, это реакция масс (значительные общности) на совпадение желаемого и реального. Такая реакция может проявляться как в форме ненависти к власти, которая допустила бедственное поло- жение людей, так и в форме восторга по отношению к тем силам, кото- рые обеспечивают реальное достижение притязаний масс. Особая форма проявления настроений масс – «пассивные настроения». Они выража- ются через безразличие и апатию масс, вызванные неверием в возмож- ность преодоления разрыва между «должным» и «сущим», то есть меж- ду потребностями и возможностью их достижения. Подобное настрое- ние масс можно определить как своеобразный паралич притязаний, мо- тиваций и активных действий.

Особую форму приобретает скептическое настроение масс, пере- ходящее в политический нигилизм. Подобное настроение сопровожда- ется риторическими вопросами: «Ну и что изменят в нашей жизни ваши новые постановления (программы, концепции)?». Такое настроение не- верия масс формируется прошлым опытом несовпадения обещания вла- сти с реально ожидаемым. Скептическое настроение масс («все равно обманут») парализует их стремление и желание к активной политиче- ской деятельности в своих интересах. Значительная часть общности те- ряет веру не только во власти, но и в себя, в свои возможности как-то повлиять на процесс: «Чтобы мы не делали, они все равно сделают, как им нужно», – утешают себя.

Когда в политической риторике у представителей масс появляют- ся противопоставления «мы» и «они» – это первый признак отчуждения масс от власти, что опять-таки парализует их мотивацию активных дей- ствий за свои права.

Возникновению противопоставления «мы» – «они» есть объясне- ние. Массовые настроения крайне заразительны и быстро распространя- ются по закону «циркулярной реакции». Этому способствует также труд- ность прямого контроля за сознанием масс. Массовые настроения легко и быстро объединяют людей со сходными социально-политическими по- требностями, или одинаково значимой для них проблемой. Сходство по- требностей, притязаний, ожиданий и невозможность или нежелание вла- стей их удовлетворить, формирует у людей чувство общности «мы», и это чувство зачастую направлено против объекта «они».

*Оптимистическое настроение масс* отражает удовлетворенность основной части общества своим социально-политическим положением, и совпадение их ожиданий с действиями политической системы. Подоб- ное совпадение вселяет веру в перспективу положительной динамики

социально-политических процессов, а следовательно, – в перспективу улучшения положения. В целом, массовое настроение в социально- политической жизни – это субъективная оценка действительности, про- пущенная сквозь фильтр интересов, потребностей, притязаний и ожида- ний множества людей. На характер массовых настроений влияют в ос- новном два фактора:

Объективный фактор – это не зависящий от масс реальный, пред- метный и объективный мир – реальная действительность.

Субъективный фактор – это влияние на формирование настрое- ния масс разных представлений людей о реальной действительности в свете субъективных интересов каждого. Пересечение этих представле- ний у множества людей рождает соответствующее сходное настроение.

# Развитие массовых настроений, их функции

Массовые настроения обладают определенной социодинамикой, которую можно представить поэтапно:

*Этап брожения масс* характеризуется зарождением пока еще предполитических настроений. Это состояние связано с чувством общего недовольства реальной жизнью, ощущением недосягаемости желаемого.

*Этап необходимости перемен*. На этом этапе возникает ощуще- ние необходимости что-то изменить. Первоначально на индивидуальном уровне, затем на групповых уровнях, и конкретные группы конкретизи- руют социально-политический настрой масс на необходимость перемен. Так возникают оппозиционные отношения к власти.

*Этап подъема настроений и активных действий* характеризуется активностью и подъемом политических действий масс, направленных на ликвидацию причин, вызвавших эти настроения.

*Этап спада настроения масс*. Спад настроения вызван психоло- гической усталостью, демобилизацией активности масс. Подобное со- стояние может быть вызвано реализацией желаемого, либо невозможно- стью изменить обстоятельства в свою пользу и ощущением необходи- мости смириться и привыкнуть к ним. Эти чувства могут привести к де- морализации масс.

*Этап нового подъема настроений масс*. Со временем наблюдает- ся новый подъем настроения масс. Неудовлетворенные интересы под- нимают массовое настроение на новый виток развития.

В целом, развитие массового настроения носит «циркулярный» характер («эмоциональное кружение»), который из неудовлетворенных притязаний масс вновь создает сходные настроения.

Массовые настроения – это одновременно и двигатель социаль- ного развития, и постоянный источник озабоченности любой власти. Политическая власть вынуждена считаться с феноменом массового на- строения, потому что массовая поддержка любой власти обеспечивается постоянным взвинчиванием притязаний людей. Окрыленные обещания- ми и надеждой их исполнения, люди отдают власть тому, кто умеет внушать надежду и вселять в их сознание веру в достижение. Однако несдержанные обещания порождают оппозиционное настроение, и цик- лы развития массовых настроений повторяются вновь.

Все виды массовых настроений по их направленности можно раз- делить на три группы: прогрессивные массовые настроения, реакцион- ные массовые настроения и агрессивные массовые настроения с соот- ветствующими массовыми поведенческими следствиями.

Массовые настроения выполняют определенные функции в соци- ально-политических процессах и придают им особую направленность.

*Функция обеспечения динамики политических процессов* выполняет роль психологической подготовки масс, формирование и мотивационное обеспечение социально-политических действий больших общностей лю- дей за счет объединения их в массу на основе сходных настроений.

*Функция формирования субъекта массовых политических про- цессов* обеспечивает сплочение, сближение интересов разных групп и слоев на основе их настроения. Данная функция разделяет настроения на формирующие действенные массы, и на настроения, разрушающие подобные общности. Настроения для подобных форм политического поведения масс создают общие идеи, убеждения, сознание, чувство дол- га, солидарности. Причем эти факторы могут объяснить как позитивное, так и негативное поведение масс.

*Функция инициирования и регуляции политического поведения* наиболее конкретно проявляет политическое настроение масс. Диапазон настроений может распространяться от немедленных, причем револю- ционных, действий до постепенных, затяжных преобразований по ха- рактеру (типу) настроения различаются как конструктивные или де- структивные политические действия, направленные на модификацию системы или ее разрушение.

*Функция стратегической политико-психологической оценки* свя- зана с отсроченным влиянием массовых настроений. Функция формиру- ет массовое настроение стратегического плана и долгосрочное отноше- ние к политической реальности. Так, масса под воздействием настрое- ния может совершить какие-либо действия, а затем по истечении време- ни, остановиться, осмыслить и оценить содеянное и при этом может вы- явить, что ожидания не оправдались.

# Воздействие на массовое настроение и прогнозирование их развития

Одним из основных способов воздействия на массовое настрое- ние является осуществление притязаний людей в реальной действи- тельности. Но не менее важную роль играет в формировании массовых настроений эффективно организованная пропаганда политических идей, намерений и результатов, причем как теоретически, так и через практическую деятельность власти. Воздействие на массовое сознание осуществляется с одной стороны, манипуляцией притязаниями масс, а с другой, – манипуляцией уровнем их жизни. Стабилизация настрое- ний достигается установлением субъективного баланса притязаний и возможностью их достижения, их совпадение вызывает оптимизм и энтузиазм. При отсутствии такого баланса формируется настроение недовольства масс.

Особую роль в формировании положительного массового настрое- ния играет массовая пропаганда. Она воздействует на чувства, сознание, настроение масс, через систему организованного воспитания (школы, ву- зы, учреждения), массовые коммуникации, массовую культуру, мемориа- лы, музеи. Этот блок воздействия на массовое настроение проходит через примеры, образы и образцы общественного устройства и обращен непо- средственно к эмоциональной сфере масс. Примером такого воздействия на массовые настроения можно назвать акцию военного командования СССР во время Великой Отечественной войны.

После разгрома немцев под Москвой была организована поли- тическая акция, которая заменила все виды вербальной пропаганды. *В Москве по улице Горького под конвоем провели колонну пленных нем- цев. Во главе колонны шли пленные генералы и старшие офицеры. Вся Москва молча смотрела на колонну, но особое впечатление произвело на москвичей то, что происходило за колонной. В несколько рядов за ней следовали моечные машины и потоками воды мыли за колонной дорогу. Это было символично – смоем всех немецких оккупантов с на- шей земли. Эта акция сильно повлияла на настроение масс – они во- очию убедились, что «непобедимая» немецкая армия вполне реально победима, а победа СССР в этой войне неотвратима, и вселила на- дежду и уверенность на скорое окончание войны.*

Способы воздействия на массовое настроение достаточно разнооб- разны. Но успех их возможен при предварительном анализе состояния массового настроения. Подобный анализ предполагает инвентаризацию (Д. Ольшанский) имеющихся в социально-политической системе на-

строений масс, их направленность, степень расхождения их с норматив- ными. Результаты анализа позволяют увидеть и оценить степень полити- ко-психологического единства общества, выявить настроение “pro et con- tra” (“за” или “против”). Далее, как предлагает Д. Ольшанский, следует оценить содержание доминирующих настроений с учетом интересов по- литической системы и общечеловеческих интересов. Причины возникно- вения настроений – также объект предварительного анализа. Важно выяс- нить связь настроений масс с их притязаниями и возможностью их удов- летворения в настоящем и в перспективе.

Анализировать следует также стадии развития настроения масс, их выраженность и вероятность перехода настроения в политическое действие. Наконец, важно выяснить широту охвата, массовость и рас- пространенность настроения во влиятельных политических группах.

Комплексный предварительный анализ массовых настроений дает возможность прогнозировать развитие массовых настроений, хотя это достаточно сложный процесс хотя бы в силу его многофакторно- сти. Но, тем не менее, прогноз можно осуществить методом ролевых игр – «мы» – «они». (Если «они» – так, то «мы» – вот так.) Возможно компьютерное моделирование прогноза. Но самый действенный ме- тод – это эффективная работа психологической службы во властных структурах, которая профессионально обеспечивает обратную связь системы с массами. Служба изучает, наблюдает состояние массового настроения, дает заключения и рекомендации властным структурам.

# Иллюстрация к лекции

## Персональный взгляд на тему

*Цуладзе А*. Уловки в политике. Политические манипуляции или покорение толпы. – М., 1999. – С. 88–93.

Можно перехитрить кого-то одного, но нельзя перехитрить всех на свете.

*Ф. Де Ларошфуко*

В политическом дискурсе используются так называемые **уловки –** не всегда заметные невооруженным глазом приемы воздействия на со- беседника или аудиторию.

**Уловка 1. Перевод спора на противоречия между словом и де- лом («зажимание рта»)**. Когда Госдума стала активно призывать к под- держке Югославии оружием, раздались призывы отправить туда добро-

вольцев, в СМИ прозвучали комментарии типа: «Пусть депутаты сами поедут воевать или пошлют туда своих детей. Но они этого не сделают, а вот чужими жизнями распоряжаются легко».

**Уловка 2. Ссылка на авторитеты**. И. Сталин любил подкреплять свои тезисы ссылками на Ленина, которого он провозглашал непререкае- мым авторитетом. В своей речи «О правом уклоне в ВКП(б)» И. Сталин критикует Бухарина как теоретика партии. «Говорят, что Бухарин являет- ся одним из теоретиков нашей партии. Это, конечно, верно. Но дело в том, что с теорией у него не все обстоит благополучно. Это видно хотя бы из того, что он нагромоздил целую кучу ошибок по вопросам партийной теории и политики, только что охарактеризованных мною»1. Далее он подкрепляет свои слова ссылкой на Ленина, который писал, что Бухарин

«никогда не учился и, думаю, никогда не понимал вполне диалектики»2. Следовательно, делает вывод Сталин, «такому теоретику надо еще доучи- ваться». Но он вместо этого «берется даже учить нашего учителя Ленина по целому ряду вопросов»3. Ленинские идеи Сталин объявлял своего рода аксиомами, не подлежащими обсуждению, на которых он затем весьма искусно возводил свои теоретические построения.

**Уловка 3. Рационализация.** Известный эпизод со стаканом сока – один из бесспорных политических «хитов». Когда несколько дней спустя у В. Жириновского спросили, почему он так поступил, поддался эмоциям, он невозмутимо ответил, что это был продуманный и рассчитанный шаг.

«Если бы я так не поступил, мои избиратели бы мне этого не простили. Я не мог позволить Немцову безнаказанно издеваться надо мной», – при- мерно в таком духе высказался Жириновский. Непредвзятый просмотр того злополучного эпизода убедительно доказывает, что Жириновский потерял над собой контроль, даже растерялся, не зная, что ответить. По- этому его последующая трактовка явно относится к числу уловок.

**Уловка 4. Двойная бухгалтерия**. Е. Киселев в своих «Итогах» от 25.04.99 на глазах у телезрителей довольно нехитро манипулировал цифрами. Так, он, например, объявляет, что Жириновский получил на этой неделе 8%, опередив Лебедя, у которого 7%. Тут же, сопоставляя рейтинги, скажем Примакова и Зюганова, он замечает, что разница меж- ду ними в 1% – это допустимая при таких исследованиях статистическая погрешность.

**Уловка 5. «Ложный стыд».** Г. Зюганов прибег к этой уловке в одной из своих брошюр. «Все честные люди видят ту обстановку, в ко- торой находится наша страна, наше общество, понимают, насколько об- становка подошла к критическому рубежу, и ищут выход из этой драма- тической ситуации»1. Если вы честный человек, значит, вы видите, что происходит. Кто же решится признать себя нечестным?

**Уловка 6. Игра «красивыми названиями» и «злостными кличками», «черная магия слов»**. Один из самых распространенных пропагандистских приемов. Свидетелями этих игр мы становимся каж- дый день. На наших глазах «красно-коричневое большинство Думы» превращается в «единственных выразителей воли народа», «натовская агрессия» оказывается «гуманной акцией», выясняется, что «российская демократия» – это «ворократия», и т.д.

Красивые названия позволяют затушевать неприглядную суть тех или иных поступков. По этому поводу появился примечательный анекдот: президент США Б. Клинтон сокрушается, что югославы коварно атаковали американский бомбардировщик в то время как он «мирно» бомбил Белград.

**Уловка 7. Игра двумя синонимами**. Например, рассуждения о том, что есть свобода, а что – вольница или вседозволенность. Упор де- лается не на доказательство тезиса, а на эмоции аудитории.

**Уловка 8. Внушение**. «Убедительный тон и манера часто убеди- тельнее самого основательного довода»2. Этой уловкой очень успешно пользовался диктор С. Доренко, который в отличие от своих коллег Е. Ки- селева, Н. Сванидзе и др., обладает внушительным басом, грозным видом. Он словно молотом вдалбливал слушателям безапелляционные суждения и выводы, всем своим видом показывая, что обсуждению они не подлежат.

**Уловка 9. Отождествление**. Наглядный пример этой уловки – от- вет И. Сталина «Всем организациям и товарищам, приславшим приветст- вия в связи с 50-летием т. Сталина»: «Ваши поздравления и приветствия отношу на счет великой партии рабочего класса, родившей и воспитавшей меня по образу и подобию»3. Сталин отождествлял себя с партией, про- возглашая себя выразителем ее интересов. Поэт В. Маяковский одним из первых применил этот прием, сочинив формулу: «Мы говорим партия, подразумеваем Ленин, мы говорим Ленин, подразумеваем партия».

С. 69.

1 *Сталин И.В.* О правом уклоне в ВКП (б). Сочинения. – Т. 12. – М., 1949. –

2 Там же. – С. 69.

3 Там же.

1 *Зюганов Г.* Россия и современный мир. – М., 1995. – С. 4.

2 *Поварнин С*. Спор. О теории и практике спора. – М., 1996. – С. 93.

3 *Сталин И.В.* Всем организациям и товарищам, приславшим приветст- вия в связи с 50-летием т. Сталина // Соч. – М., 1949. – Т. 12. – С. 140.

**Уловка 10. Очевидность**. С. Кириенко любил повторять, что

«дважды два четыре», что есть очевидные вещи, которые нужно делать. Одну из таких «очевидных вещей» он реализовал 17 августа 1998 года.

**Уловка 11. Безальтернативность**, или отсечение альтернатив. Коммунисты убеждали народ, что есть одна единственно правильная теория – марксистская. Сталин говорил своим соратникам: «Пропадете без меня». Во время «перестройки» настойчиво внушалась мысль, что альтернативы Горбачеву нет, и т.д.

**Как противостоять уловкам в споре**. С. Поварнин предлагает следующее:

а) спорить только о том, что хорошо знаешь…; б) не спорить без нужды с мошенником слова...;

в) научиться «охватывать» спор, а не брести от довода к доводу; г) всячески сохранять спокойствие и полное самообладание в

споре – правило, особенно рекомендуемое;

д) тщательно и отчетливо выяснить тезис и все главные дово- ды – свои и противника1.

Р. Фишер и У. Юри предлагают: «Когда есть подозрение, что другая сторона, договариваясь о правилах игры, использует тактику уловок, необходимо сделать следующее:

1. Выявить сам факт использования этой тактики.
2. Прямо вынести этот вопрос на обсуждение.
3. Подвергнуть сомнению законность и желательность ее применения, т.е. вести переговоры именно по этому поводу»2.

Чтобы не дать себя втянуть в «торг уловок»3, авторы предлагают сконцентрировать обсуждение на процедуре, а не на существе дела. «За- дача состоит в том, чтобы достичь разумного соглашения (на этот раз о процедуре) эффективно и на дружеской основе». Прийти к согласию, по мнению Р. Фишера и У. Юри, можно, если:

1. Отделять людей от проблемы.
2. Сосредоточиться на интересах, а не на позициях.
3. Изобретать взаимовыгодные варианты.
4. Настаивать на использовании объективных критериев.

В тактике уловок цитируемые авторы выделяют три основных приема: преднамеренный обман, психологическая война и позиционное давление. В терминологии Поварнина, это, соответственно, софизмы,

психологические уловки и «палочные доводы». Кроме того, С. Повар- нин выделяет такие уловки, как: отступление от тезиса, лживые доводы, произвольные доводы, «мнимые доказательства», – все эти уловки мо- гут быть отнесены к разделу «преднамеренный обман». В изложении Р. Фишера и У. Юри, в развернутом виде эти три основных приема ма- нипулирования в споре выглядят так:

## Преднамеренный обман

 фальшивые факты;

 неясные полномочия противоположной стороны;

 сомнительные намерения партнеров по переговорам.

## Психологическая война

 создание стрессовой ситуации;

 личные нападки;

 уловка «хороший полицейский – плохой полицейский»;

 угрозы.

## Позиционное давление

 отказ от переговоров;

 экстремальные требования;

 тактика заговора;

 стратегия «неуступчивый партнер»;

 рассчитанная задержка;

 «берите или не берите».

Знание уловок, умение распознавать их является еще одним сред- ством борьбы с манипуляторами. Но манипуляторы не сдаются! Они ставят себе на службу отлаженные, мощные технологии воздействия, с помощью которых пытаются нивелировать индивидуальности, слить людей в психологическое «панургово стадо».

1 *Поварнин С. –* Указ соч. – С. 141.

2 *Фишер Р., Юри У.* Путь к согласию, или переговоры без поражений. –

М., 1990. – С. 141.

3 Там же.

# Тема 8

**ПСИХОЛОГЯ ПОЛИТИКИСТИХИЙНОГО ПОВЕДЕНИЯ**

# Вопросы:

1. Механизмы стихийного поведения.
2. Психология толпы негативных эмоций, виды толпы.
3. Массовая паника и массовая агрессия.
4. Социально-политические слухи и психология их воздействия. Профилактика слухов и меры борьбы с ними.
5. Сплетни и их психологические функции.

## Интеллектуальная разминка

1. *Агрессия* (от лат. agressio – нападать) – индивидуальное или коллективное поведение, действие, направленное на нанесение физиче- ского или психологического вреда, ущерба либо на уничтожение друго- го человека или группы людей. В значительной части случаев агрессия возникает как реакция субъекта на фрустрацию и сопровождается эмо- циональным состоянием гнева, враждебности, ненависти. От подобной реактивной агрессии в различных ее проявлениях (аффективная агрес- сия, импульсивная агрессия, экспрессивная агрессия) следует отличать враждебную агрессию, характеризующуюся целенаправленно-осоз- нанным намерением нанесения вреда другому, и инструментальную аг- рессию, где цель действия субъекта нейтральна, а агрессия используется как одно из средств ее достижения. Для форм агрессии, развивающихся в массовых социальных явлениях (террор, геноцид, расовые, религиозные, идеологические столкновения), типичны сопровождающие их процессы заражения и взаимной индукции, стереотипизации представлений о соз- даваемом «образе врага». Готовность субъекта к агрессивному поведению рассматривается как относительно устойчивая черта личности – агрес- сивность.
2. *Паника* (от греч. panikon – безотчетный ужас) – один из видов поведения толпы. Психологически характеризуется состоянием массо- вого страха перед реальной или воображаемой опасностью, нарастаю-

щим в процессе взаимного заражения и блокирующим способность ра- циональной оценки обстановки совместного противодействия.

1. *Слухи* – специфический вид межличностной коммуникации, в процессе которой сюжет, до известной степени отражающий некоторые реальные или вымышленные события, становится достоянием обратной диффузной аудитории. Наряду с описываемым событием, слухи отра- жают также общественное мнение и настроение, более общие социаль- ные стереотипы и установки аудитории и, наконец, информационную ситуацию в регионе. Слухи зачастую являются источником ложной, ис- каженной информации1.

# Механизмы стихийного поведения

*Стихийное поведение* – это массовое неорганизованное поведение под воздействием каких-либо социально-политических или бытовых явле- ний. Базовыми механизмами стихийного поведения являются: 1) взаимо- подражание; 2) внушение; 3) массовое подражание друг другу.

Вместе эти три механизма обеспечивают эмоциональное взвин- чивание индивида, группы, затем охватывают всю массу.

Основу неуправляемого массового поведения составляет «цирку- лярная» или «круговая» реакция. «Циркулярная» реакция возникает под воздействием реакции одного или нескольких индивидов. Это может быть призыв, выкрик, оскорбление, и любое провоцирующее действие. Реакция окружения адекватна: она быстро передается другим, приобретая круго- вую форму, и та или иная эмоция, подхваченная другими, возвращается к вам же. За период кружения этой реакции создается настроение общно- сти. Поскольку эмоции у большинства людей становятся сходными, они приобретают коллективный характер и вызывают одинаковое поведение (стихийное, неуправляемое, агрессивное, непредсказуемое).

Побудительным стимулом стихийного поведения может стать си- туация, когда грубо нарушается привычная форма жизни людей или воз- никает угроза стабильности группового существования. В целом эти при- чины можно назвать как социальное беспокойство общества. Обычно со- циальное беспокойство начинается с индивида и имеет свои признаки:

1. Беспорядочное поведение людей. Они суетятся, стремятся что- то выяснить, найти ответ, избежать чего-то, то есть начинается «бро- уновское» движение масс. Суета и тревога вызывают еще большее на- пряжение и позывы к какому-либо действию.

1 Психология: Словарь / Под ред. А.В. Петровского. – М., 1990. – С. 9; 266; 365.

1. Возбужденные чувства в форме тревоги, страха, неуверенности вызывают и повышают агрессивность, как защитную функцию. Такое состояние массы в немалой степени способствует нарастанию слухов и их преувеличению.
2. Постепенно возрастает раздражительность и внушаемость лю- дей. Внимание их становится изменчивым, непостоянным, непоследова- тельным. Люди становятся более восприимчивыми к другим, но менее твердыми в своем настроении и образе действий. В целом, общность становится «эмоционально заведенной», и происходит деиндивидуали- зация, частичное исчезновение индивидуальных черт личности, потому что коллективное чувство возбуждения, интенсивно распространяясь, вызывает социальную инфекцию (эмоциональное заражение). Социаль- ная инфекция быстро и бессознательно распространяет коллективное настроение, порывы и формы поведения. В таком состоянии люди ис- пытывают реорганизацию чувств, привычек и ведут себя так, как они и не помышляли себя вести. Механизмы эти мы рассматриваем в сфере негативных эмоций. За счет негативных эмоций возникают общности националистических погромщиков, религиозные, сектантские объеди- нения.

# Психология толпы негативных эмоций, виды толпы

*Толпа* как субъект стихийного поведения в политической психо- логии – это множество людей, не связанных между собой общностью целей и единой позиционно-ролевой организацией, но объединенных общим центром внимания, сходством эмоционального состояния и од- ним типом массового сознания1.

На существование толпы влияют психические факторы, одним из которых являются негативные эмоции. В данном контексте мы рассмат- риваем толпу, подверженную негативным эмоциям.

*Толпа негативных эмоций –* это случайное множество людей без внутренних связей, которые становятся общностью, охваченной одина- ково негативной, разрушительной эмоцией по отношению к чему-либо или кому-либо.

*Психологические факторы поведения толпы негативных эмоций.* Появляются примитивные, но сильные эмоции, никем не сдерживаемые. Происходит деиндивидуализация личности в толпе, у человека усилива-

1 См.: *Ольшанский Д.В.* Политическая психология. – СПб., 2002.

ется чувство общности. Теряется ощущение необходимости этики и права, и появляется чувство силы, повышается внушаемость в толпе и уменьшается критическое отношение к себе. Заглушается чувство от- ветственности за свое поведение.

Как отметил Г. Лебон: «Мораль и поведение отдельного человека сильно отличается от морали и поведения того же человека, когда он представляет собой часть толпы»1.

С. Московичи приводит примеры оценки поведения и психологии толпы историческими персонажами: «*Солон утверждал – один отдельно взятый афинянин – это хитрая лисица, но когда афиняне собираются на народное собрание в Пниксе – уже имеешь дело со стадом баранов».*

*Фридрих Великий очень высоко ценил своих генералов, когда бесе- довал с ними по отдельности. Но при этом говорил, что собранные на военный совет, они составляют не более, чем кучу имбециллов.*

*Римляне придумали поговорку: (она имела большой успех) сена- торы – мужи достойные, римский сенат – это скверное животное.*

Все вместе это настойчиво подчеркивает двойной аспект одного и того же факта: «взятый в отдельности, каждый из нас в конечном счете разумен; взятые же вместе в толпе, во время политического митинга, даже в кругу друзей, мы все готовы на самые последние сумасбродства»2.

И наконец, он же, С. Московичи, дал обобщенную характеристи- ку психологии не только толпы, но изменению психики индивида в тол- пе: «Основной характерной чертой толпы является слияние индивидов в единые разум и чувства, которые затушевывают личностные различия и снижают интеллектуальные способности. Каждый стремится походить на ближнего, с которым он общается не важно из какого класса, образо- вания и культуры человека»3.

Таким образом, люди в толпе «против» ведут себя под одинако- выми эмоциональными ускорителями, побуждениями, под одинаковым как бы гипнозом.

Ускоряет подобные проявления ряд следующих условий:

 существующие установки и убеждения против группы или политических институтов власти;

 склонность к подобным действиям;

 низкий уровень умственного развития;

 неразвитость интеллектуальных элементов психики;

1 *Лебон Г.* Психология народов и масс. – М., 1998. – С. 586.

2 *Московичи С.* Век толпы. – М., 1998. – С. 37.

3 Там же. – С. 106.

 отсутствие привычки анализировать свое поведение, без- волие, неустойчивые политические взгляды (Д. Ольшанский).

Толпу, как примитивное массовое формирование охватывает ряд сходных, но не одинаковых явлений. Поэтому следует выделить разные ее виды.

*Случайная толпа* – действительно, собирается случайно: люди шли по своим делам, но какой-то объект захватил их внимание, и они остано- вились из любопытства, пытаясь выяснить что-то друг у друга, а по зако- ну «циркулярной реакции» начинается эмоциональное кружение. Такая толпа или разойдется сама, или может трансформироваться в другой вид.

*Экспрессивная толпа* – ее объединяют совместные переживания. Часто этот вид толпы нуждается в объекте сброса своих эмоций, «вы- пустив пар», она может мирно разойтись. К этому виду относится экста- тическая толпа – всевозможные секты, боевые танцы, карнавалы.

*Конвенциональная толпа* – люди, составляющие эту толпу, связа- ны общим интересом, заранее обусловленным массовыми развлечения- ми, такими, как концерты, футбол, хоккей и т.д. Поведение этой толпы обусловлено минимальными правилами поведения – бурно выражать эмоции, скандировать, хлопать и т.д. Без эмоциональной поддержки та- кие мероприятия теряют смысл и назначение. Конвенциональной (за- конной) толпа называется потому, что на эти мероприятия проданы би- леты, есть свои места, присутствует охрана и заграждения. Но границы этой толпы достаточно хрупкие, и любая провоцирующая ситуация мо- жет трансформировать ее в агрессивную толпу.

*Действующая толпа* – это наиболее важный в политике, вид тол- пы, который имеет следующие разновидности:

а) *агрессивная толпа* – это множество людей, объединенных и движимых злобой, гневом с намерением уничтожить, разрушить, вплоть до убийства. Это – буйство националистов, погромщиков, скинхедов, радикально настроенной оппозиции и им подобных. Одну из подобных толп описал поэт Р. Рождественский:

Толпа на людей не похожа Колышется, хрипло сопя. Зевак и случайных прохожих, Неслышно вбирая в себя.

Затягивает, как трясина, - Подробностей не разглядеть… И вот пробуждается сила, Которую некуда деть.

Толпа, как больная природа

Дрожит от неясных забот… По виду – частица народа По сути – его антипод.

И туча плывет, вырастая.

И нет ни друзей, ни врагов… Толпа превращается в стаю! И капает пена с клыков.

б) *паническая толпа.* Под влиянием реальной или воображаемой опасности люди в ней спасаются под чувством страха;

в) *стяжательная толпа*, объединена стремлением к наживе – грабит банки, магазины. Люди составляющие этот вид толпы одновре- менно испытывают неприязнь друг к другу, потому что боятся, что кто- то больше ухватит, чем он, что ему может не достаться, что кто-то мо- жет его опередить;

г) *мятежная толпа* – это вид действующей толпы, и обычно дей- ствия этого вида толпы политически окрашены. Бунт социального дна иногда может перерасти в революцию, совершить переворот и т.д.

Существуют условия образования толпы и толп, которые можно определить, как долговременные и ситуативные. Наиболее опасны дол- говременные причины, так как они порождают и создают психологиче- скую готовность действовать «против». В целом эти причины: 1) созда- ют высокий уровень напряженности в обществе; 2) формируют состоя- ние эмоционального перевозбуждения; 3) нагнетают чувство беспомощ- ности, отчаяния и бессилия; 4) имеют тенденцию накапливаться, транс- формироваться в состояние социальной и политической апатии. Если долговременные причины вовремя не будут устранены, они могут соз- дать базу социального взрыва. К таким долговременным условиям- причинам относятся экономические, политические, социальные и куль- турные факторы.

Политическое поведение толпы поддается контролю, но до опре- деленной степени. Это возможно при удачной трансформации толпы из одного вида в другой – переключив внимание толпы на другой объект, разбить ее на микрогруппы, отвлечь каким-либо заявлением и т.д. Оста- новить толпу может и шутка, меткое слово, находчивость и самооблада- ние. В Тбилиси в 1989 г. (после известных событий) «Заря Востока» на- печатала страшную историю о том, как один из лебедевских десантни- ков 3 км бежал за старушкой и зарубил ее лопаткой. На улице к А. Ле- бедю подступила толпа, требуя разъяснений в очень эмоциональной форме. Между толпой и А. Лебедем произошел такой разговор:

* *Зачем ваш десантник старушку зарубил? –* кричала толпа.
* *Будем орать или поговорим? –* спросил А. Лебедь*. – Если орать, то я ухожу.*
* *Ну, давай поговорим.*
* *Тогда у меня к вам три вопроса. Первый: что это была за баб- ка, которая смогла пробежать три километра? Второй: что это был за десантник, который три километра бабку догнать не мог. И самый главный вопрос, уважаемые грузины, как это среди вас не нашлось мужчины-воина, который бы заступил дорогу этому негодяю?*

Вопросы А. Лебедя сняли проблему и утихомирили толпу1.

# Массовая паника и массовая агрессия

Одним из наиболее заметных и политически важных видов пове- дения толпы является *паника* – эмоциональное состояние, возникающее как следствие дефицита информации о какой-либо пугающей или непо- нятной ситуации. На основе паники возникают панические толпы со специфическим поведением. Термин «паника» происходит от имени греческого бога Пана – покровителя стад и пастухов, наводящий ужас на людей своим безобразным видом (отсюда панический страх). Его гневу приписывалась «паника» – безумие стада, бросающегося в про- пасть, огонь и воду без видимой причины. Паническое поведение, «на- чинаясь внезапно, это безумие распространялось с пугающей быстротой и влекло всю массу животных к гибели. Спасающаяся толпа представ- ляет собой типичный случай панического поведения»2.

Паника возникает при определенных условиях и под воздействи- ем следующих причин:

* + информационные причины – отсутствие информации о пу- гающей ситуации или избыток ее;
  + психологические причины – внезапный испуг, сильное удив- ление, изоляция от людей, сознание бессилия перед опасностью, неожи- данность событий, неадекватная реакция;
  + социально-психологические и политические причины – па- ника, спровоцированная кем-либо агрессией к власти и ответом власти; отсутствие групповой солидарности, дисциплины и группового дейст- вия; отсутствие лидера, способного прекратить панику; слух о каких- либо акциях по отношению к каким-либо группам.

1 См.: Пятьдесят политических портретов: Практикум по психология политики / Под ред. Т.Ч. Кочкаровой. – Бишкек, 1999. – С. 63.

2 Социальная психология / Под ред. Г.П. Предвечного и Ю.А. Шеркови- на. – М., 1975. – С. 293.

В результате все эти вместе взятые причины могут создать и вы- звать импульсивные действия, потому что страх, вызванный этими и другими причинами, взаимно заражает, блокирует способность рацио- нально оценить обстановку. Паническое поведение нарастает поэтапно: потрясение → замешательство → круговая реакция → эмоциональное кружение → паническое бегство. Параллельно могут произойти два по- следствия: 1) люди могут проявить агрессию как проявление защитной функции; 2) у них может наступить оцепенение, усталость, безразличие. Чтобы воздействовать на паническое поведение, необходимо сни-

зить интенсивность эмоционального заражения, вывести человека из гипнотического влияния данного состояния, рационализировать и инди- видуализировать его психику. В минуты паники, как советует Д. Оль- шанский, одним из эффективных способов повлиять на нее является же- сткое управление. Кто-то должен стать образцом для других – дать ко- манду громко, дать ритм извне – скандировать «ло-жись», или «не-тол- кай», хоровое пение и т.д. Маршевая ритмическая музыка может быстро сделать панический ажиотаж организованным.

*Массовая агрессия –* это массовые враждебные действия, направ- ленные на причинение страдания, физического и психологического вре- да, иногда и на уничтожение людей.

Психологию разрушительного поведения объясняет внутренняя агрессивность, которая вырывается во внешнее поведение. Внутренняя агрессия накапливается в результате эмоционального состояния как ре- акции на переживания социально-политических проблем, невозмож- ность решить жизненно важные проблемы и др. Стихийная агрессия опасна тем, что ускорителем ее является комплекс сильных негативных эмоций – гнев, ненависть, месть, зависть.

Современные исследователи природы массовой агрессии подчер- кивают общую закономерность причин, вызвавших ее – это накопив- шееся чувство безнадежности, массовая безработица, низкооплачивае- мая работа, национальное угнетение или неприязнь, провокационные действия власти или зачинщиков агрессии.

Существует ряд условий, которые могут вызвать массовые агрессии. *Физиологические причины* – алкоголь, наркотики, которые фор- мируют отрицательные эмоциональные состояния, возбуждают и сти-

мулируют действия.

*Психологические причины* – состояние безнадежности, фрустра- ции, убеждения, что уже нечего терять;

*Ситуационные причины* – наличие предводителя, зачинщика, на- личие того, кто действием покажет, как действовать (нападение на по- лицию, погромы);

*Провокации, как причины* – преднамеренное или необдуманное действие власти, провоцирующее агрессию масс как ответ.

В целом, чтобы агрессия развилась до массовых действий, нуж- ны: 1) конкретный повод; 2) люди, готовые поддержать и «раскачать» толпу; 3) наличие объекта – представителей власти, или кого-то, в ком масса видит причины своих бед.

Существуют основные виды массовой агрессии:

*Экспрессивная агрессия* – проявляется как демонстрация агрес- сивных намерений, запугивание без физических действий (ритуальные танцы, военные парады в моменты социально-политического напряже- ния в обществе).

*Импульсивная агрессия* – это агрессия масс, спровоцированная и быстро затухающая, носит прерывистый характер волнами, «приливами и отливами».

*Аффективная агрессия,* как отмечает Д. Ольшанский, с полити- ческой точки зрения – это самый бессмысленный вид агрессии. Она ли- шена действенных компонентов, но масса в состоянии эйфории требует немедленных жертв и разрушений. Именно в этом состоянии ее легко усмирить, и она обречена на поражение.

*Враждебная агрессия* – направлена на осознанное целенаправ- ленное нанесение вреда. Это самая сильная форма агрессии в обыден- ном понимании.

*Инструментальная агрессия,* проявляясь в форме внешней демон- страции агрессии, используется как один из инструментов достижения цели, но цель действия субъекта оказывается эмоционально нейтральной.

Два последних вида агрессии масс, хотя и «маскируются» под стихийно возникшее, на самом деле являются организованными и осоз- нанными проявлениями агрессии. Они развиваются в таких массовых социально-политических явлениях, как террор, геноцид, в религиозных и национальных столкновениях. Все формы массовой агрессии подчи- няются: законам поведения «толпы негативных эмоций»; чувству силы, обостренному эмоциональному восприятию, повышенной внушаемости, атрофированию критического отношения к своему поведению, утрате чувства ответственности и т.д.

Механизмы воздействия на агрессивное поведение подчиняются общим закономерностям. В различных культурах существуют (и суще- ствовали) свои механизмы и методы по предупреждению насильствен-

ние в реальной жизни1. Этот церемониал своего рода очищение, катар- сис – по Аристотелю, профилактика возможной агрессии. Вернемся к механизмам воздействия на реальную агрессивную толпу.

По утверждению Д. Ольшанского, одним из действенных средств является лишение членов толпы чувства анонимности. Это легко дости- гается с помощью СМИ – крупные планы в теленовостях, фиксирующие лица участников съемки, в некоторых странах полиция стала метить ак- тивистов толпы несмываемой краской, что существенно повлияло на искоренение агрессивной толпы из политической практики. Следует учитывать и роль лидера агрессивной толпы – особенно на начальном этапе. Следовательно, одним из механизмов воздействия на массовую агрессию является нейтрализация лидера.

В заключение темы приведем пример покорения агрессивной тол- пы. *Вольтер жил в изгнании в Лондоне как раз в то время, когда анти- французские настроения достигли самой высокой точки. Однажды, про- гуливаясь по улицам, он был окружен озлобленной толпой. «Вздернем его, вздернем француза!» – кричала толпа. Вольтер спокойно обратился к сборищу со следующими словами: «Англичане! Вы хотите убить меня за то, что я француз. Разве я уже не достаточно наказан тем, что не ро- жден англичанином?» В ответ на эти слова толпа разразилась привет- ственными криками и, не тронув, проводила его до самого дома2.*

# Социально-политические слухи

**и психология их воздействия. Профилактика слухов и меры борьбы с ними**

По определению К.К. Платонова, «слухи – это массовое явление межличностного обмена искаженной, эмоционально окрашенной ин- формацией». Возникновению слухов способствует ряд причин.

*Интерес аудитории.* Этот интерес может стать причиной возник- новения слухов, если определенная проблема актуальна для масс и свя- зана с потребностями людей или с ранее известными слухами.

*Дефицит в надежной информации.* Неудовлетворенность интере- са и информационных потребностей может вызвать распространение социально-политических слухов, по-своему объясняющих события. Лю- ди, не найдя официальной информации, начинают сами объяснять, до-

ных форм поведения в конфликте. М. Мид отмечает, что эскимосы во

время специальных церемоний под звуки барабанов наносят оскорбле- ния друг другу. Смысл подобных действий заключается в том, чтобы через театрализованную разрядку предотвратить конфликтное поведе-

1 См.: *Лебедева М.М.* Политическое регулирование конфликтов. – М. 1997. – С. 255.

2 *Грин Р.* 48 законов власти. – М., 2003. – С. 232.

мысливать их в привычных для себя представлениях, заполняя пустую- щий информационный вакуум. По выражению Д. Ольшанского, начина- ется «массовое народное творчество» на актуальную для них проблему. Причем, чем больше напряженности в обществе, вызванной какими- либо событиями, тем интенсивнее распространяются слухи на эти темы. Однако существуют и потребности в слухах. Эта потребность возникает в случаях, когда нет достоверной информации, или наоборот, наблюдается ее переизбыток, что вызывает подозрение, что проблема намного опаснее, чем ее представляют. Потребность в социально- политических слухах люди начинают испытывать и при личном напря- жении, и пытаются снять их коллективно при помощи слухов. Люди са- ми компенсируют отсутствие официальных мер по опровержению или предотвращению слухов. При этом, люди слухам верят не потому, что это проверенная правда, а потому, что они удовлетворяют их психоло- гическую нужду – как рассказчика, так и слушателя: рассказчик, пере- давая слух, делится не только информацией, но и делится тревогой, не- уверенностью. Проговорил – уже легче: «тебе половина и мне полови-

на», теперь не только мне тревожно.

Происходят при этом и другие процессы: слушатель испытывает облегчение – хоть что-то стало известно, и тут же передает эту инфор- мацию другому слушателю. При этом через слухи компенсируется эмо- циональная недостаточность – рассказчик получает удовольствие от ре- акции слушателя, а слушатель испытывает удовлетворение от новой информации, важной для него, даже если эта информация эпатажная.

Существуют и другие причины, мотивирующие распространение слухов в массах. Через слухи, одни искренне желают предупредить дру- гих людей о какой-либо угрозе для них. Более того, бессознательное стремление рассказчика уменьшить личное напряжение еще связано и с надеждой, что его опровергнут достоверной информацией и снимут возникшее беспокойство.

Причиной распространения слухов может быть и конкурентная борьба в период выборов, до выборов, после выборов. В этих случаях слухи обычно организуются против персоналий. Имиджеразрушающая информация, набирая обороты, обрастая домыслами и «личным вкла- дом», формирует о «жертве» слухов негативное общественное мнение. Подобная кампания преднамеренной дискредитации политика получила название «черный пиар».

В целом слухи отвечают направленности и потребностям опреде- ленных групп людей, каждый из которых верит в то, во что хочет ве- рить. Именно подобная группа с обостренной потребностью в слухах является источником циркуляции социально-политических слухов.

***Типология слухов.*** Известны две основные типологии слухов. Одна базируются на степени их достоверности, другая ставит в центр их эмоциональную окраску.

*Информационная типология*. В эту типологию входят слухи, ос- новные функции которых – донести информацию, т.е. распространить ее. С этой точки зрения, можно выделить четыре типа: абсолютно не- достоверные слухи; недостоверные; достоверные; близкие к достовер- ным (правдоподобные).

*Эмоциональная типология*. Слухи этого типа рассчитаны на эмо- циональную реакцию, причем как позитивную, так и на негативную. Одним из таковых типов является слух-желание. Он содержит эмоцио- нальное желание. Такой слух отражает потребность и ожидание людей (аудитории), среди которых он циркулирует. Например, для крестьян продажа – покупка земли – жизненно важная проблема, следовательно, когда парламент обсуждает этот законопроект, среди заинтересованных кругов могут циркулировать слухи якобы о полном запрете продажи земли, или о полной свободе действий, вызывая у заинтересованных групп эмоции разной направленности. Слух-желание выполняет одно- временно две функции: у одних – поддерживает надежду их существо- вания, сдерживает негативные эмоции и возможную агрессию. Но с дру- гой стороны, когда слухи-ожидания не осуществляются, могут возни- кать противоположные эмоции – гнев, ненависть, агрессия к тем, от кого зависело осуществление этих надежд. При любом варианте у заинтере- сованных сторон появляется возможность манипулировать массами, ис- пользуя особенности воздействия слухов.

*Слухи-отвлечения* – тоже один из типов, которые намеренно фор- мируют, чтобы отвлечь массы, группы от какого-либо политического скандала, который невозможно скрыть, или чтобы отвлечь от жизненно тяжелых проблем людей. Содержание слухов должно быть достаточно актуальным для аудитории, чтобы вызвать у них сильные реакции.

*Слухи-пугало* также выполняют экспрессивные функции. Содер- жание слухов несет ярко выраженную направленность вызвать негатив- ные эмоции. Опять-таки, они должны отражать потребности людей, вы- званные какими-либо масштабными событиями (стихийное бедствие, слух о подготовке переворота, о передаче территории другим государст- вам). В аудиториях, находящихся в состоянии напряжения, подобные слухи усиливают страх, неуверенность, панику. Старшее поколение постсоветских людей достаточно часто испытывало на себе слухи- пугало о том, что поднимут цены на товары, существует угроза войны и т.д. Не меньше стало их и в настоящее время, а может даже и больше,

потому что в переходный период официальная информация не всегда полна и правдива.

*Слухи агрессивные.* По содержанию они направлены на стимули- рование агрессивных действий. Такие слухи возникают в случаях, на- пример, межэтнических конфликтов, чтобы спровоцировать и втянуть большее количество людей в конфликт*. Так было в Кыргызстане, когда в Ошской области произошел тяжелый конфликт между кыргызами и узбеками. В столице бродили слухи о вырезанных кыргызских селах, мас- совых расправах со стороны узбекского населения, и в столице стали формироваться отряды поддержки своих земляков в Ошской области. Будучи преподавателем КГНУ, автор вместе с коллегами вели разъяснительную работу среди студентов, чтобы удержать их от действий с трагическими последствиями. В ответ студенты приводи- ли ужасающие подробности, которых никто не видел, да которых и не было, но слухи циркулировали с нарастающей интенсивностью*.

Как пишет Д. Ольшанский, «агрессивные слухи, в отличие от других типов, несут более сильный эмоционально-отрицательный за- ряд»1. Причем слухи сопровождаются призывом отомстить, остановить нелюдей и т.д. И в результате возникает аффективная общность людей, уже бесконтрольных в своих действиях.

*Разобщающие слухи –* наиболее опасны, поскольку имеют поли- тический характер и преследуют определенные цели – сломать, разру- шить согласованную жизнь общества, взвинтить общественное спокой- ствие. Примерами могут послужить слухи о зверствах федералов в Чеч- не, и наоборот. В результате, два народа внутри одного государства ис- пытывают не только неприязнь друг другу, но и позывы к ответным действиям.

*Профилактика слухов и борьба с ними.* Чтобы свести к минимуму возникновение социально-политических слухов, должна быть создана эффективно действующая, надежная и достоверная система СМИ с об- ратной связью. Результаты профилактики слухов зависят и от политиче- ского руководства. В случае интенсивной циркуляции слухов в общест- ве, политическое руководство должно незамедлительно отреагировать на психологические нужды и ожидания людей – подтвердить, или разъ- яснить, или опровергнуть эти слухи, т.е. стать гарантом и источником правдивой информации. Существуют и другие варианты, такие как умолчание – игнорирование, или подавление слухов фактами в СМИ без

вергающая их. Превентивная – пока слухи не приобрели массовый ха- рактер. В других ситуациях эффективно действует разоблачение замыс- ла слуха как в Римском праве – «кому это выгодно».

Наконец, когда содержание и интенсивность слухов приобретают угрожающий характер для общественной стабильности, применяют ме- ры пресечения и наказания – моральное осуждение, административное наказание и уголовное преследование.

В заключение приведем один пример бесконфликтного пресече- ния распространения слухов косвенным приемом. Инцидент произошел между В.В. Путиным в период возглавления им ФСБ России и премье- ром Е.М. Примаковым, описанным в мемуарах Б.Н. Ельцина: *«Такая история была с так называемой чисткой ФСБ. Примакову, очевидно, донесли, что новый руководитель ФСБ расправляется со старыми кад- рами. Он не раз и не два говорил мне, что Путин убирает опытных че- кистов, привел в руководство комитета сплошь зеленых и неопытных питерцев. Наконец, я потребовал разобраться с этим вопросом.*

*Путин попросил у меня разрешения устроить встречу с коллегией ФСБ в кабинете премьера. Они встретились. К удивлению Примакова, среди членов коллегии оказались почти все знакомые лица. Большинство заместителей остались на своих местах. После той памятной встречи Евгений Максимович несколько смягчил свое отношение к ФСБ»1*.

# Сплетни и их психологические функции

*Сплетни* – одна из разновидностей слухов, но они выполняют не- сколько другие функции. Сплетни обычно осуждаются, но они живучи, продолжают «питать» определенную категорию людей со специфиче- скими потребностями в «черной информации». Сплетни, как и слухи, выполняют разнообразные социальные и психологические функции, и главная из них (Д. Ольшанский) – информационное самонасыщение масс по собственным каналам. Сплетни также выступают как особый механизм формирования психологии масс.

Сплетни обычно направлены на конкретных людей – политиков, артистов и других публичных людей. Как метко определил место спле- тен в общественной жизни Д. Ольшанский, – «слухи касаются всех – в этом залог их массовости. Сплетни касаются немногих, но эти немногие интересны многим»2 .

ссылок на слухи. Эффективно действует на подавление слухов офици-

альная превентивная информация, опять без ссылок на слухи, но опро-

1 *Ольшанский Д.В.* Психологя политики– СПб., 2002. – С. 459.

1 *Ельцин Б.Н.* Президентский марафон. Размышления, воспоминания, впечатления. – М., 2000. – С. 244.

2 *Ольшанский Д.В.* Политическая психология. – СПб., 2002. – С. 467.

Обычно сплетни информативны, детализированы, носят интим- ный характер с оттенком пошлости, непристойности. Сплетни непечат- ны и относятся к разряду информации, о которой нельзя писать. Пере- дача сплетни – это особый способ единения «любителей», она создает ощущение принадлежности сплетников к определенному кругу посвя- щенных, так как информация передается секретно. В какой-то степени сплетни вызывают внутреннее удовлетворение у людей с заниженной самооценкой или комплексом неполноценности, как обладание «тай- ной» информацией – «я знаю то, чего вы не знаете» и у них возникает ощущение своей значимости.

Д. Ольшанский выделяет *шесть психологических функций сплетен. Информационно-познавательная функция*. Эта функция вывора- чивает информацию наизнанку. Сплетня – особое дополнение к офици- альной информации и выступает как ее изнанка. Услышав сплетню, че- ловек уже не нуждается в правдивой информации и насыщает эмоцио- нальный голод необъективной информацией – «так хочется клубнич- ки…!». Сплетня не ликвидирует недостаток информации, она дезин-

формирует.

*Аффелятивно-интеграционная функция*. Сплетня собирает, ин- тегрирует сходные характерные черты людей с одинаковыми ценностя- ми, обменивающихся сплетнями. Сплетники – это особые люди, подчас с извращенным вкусом, они тянутся друг к другу и создают свое специ- фическое «мы» – по психологической близости свойств характера, при- вычек, вкуса. Это чувство можно определить так: «те, с кем мы занима- емся сплетнями – это всегда как бы “свои”». Возникает группа с осо- бенным характером, внутренней связью (клики, семья и т.д.).

*Развлекательно-игровая функция*. Сплетню обычно передают легко, как бы шутливо, иногда с иронией. Сплетня – это способ (в иных случаях) развлечь другого человека. Но сплетня не принимает круговой характер как слух – ее трансляция зависит от склонности человека, и не для всех она представляет жизненно необходимый интерес, если ее объ- ект не конкурент.

*Проекционно-компенсаторная функция.* Дословно у Д. Ольшан- ского: «Сплетня – это художественное творчество в жанре устного рас- сказа. Жанр диктует свои законы: на объект сплетни проецируются вы- тесненные склонности сплетников, приписываются близкие им самим характеристики людей, их личные симпатии и антипатии»1.

1 *Ольшанский Д.В.* Политическая психология. – СПб., 2002. – С. 470.

Сплетни порождают всевозможные легенды, иногда переходящие в официальную информацию в СМИ, и уже после публикации приобре- тают статус факта.

*Функция социального контроля.* Сплетня, формируя общественное мнение, выступает как скрытый механизм контроля над элитой, т.е. кон- кретными людьми ее составляющими. Опасение клеветы вызывает у этих людей постоянную тревогу и конформистское поведение.

*Тактическая функция.* Сплетня может быть использована как оружие в борьбе политиков или групп. Ее могут использовать для дис- кредитации конкурента, чтобы испортить репутацию, вызвать негатив- ные эмоции.

В целом сплетня – ложная или истинная, проверенная или не поддающаяся проверке, пристрастная, хотя и правдоподобная информа- ция о вещах и обстоятельствах, которые могут рассматриваться как лич- ные, но имеют широкий социальный резонанс потому, что касаются за- крытых сторон жизни замкнутых, элитных групп.

# Иллюстрация к лекции

## Персональный взгляд на тему

*Берггольц О*. Корноухий колокол. Дневные звезды. – М., 1975. –

С. 124–127.

Он назывался так потому, что был опозорен и лишен одного уха за преступление свое против царской власти: в тот миг, когда убили ца- ревича Дмитрия, люди ударили в этот самый колокол, и он загудел на- батным звоном. И по зову его сбежались угличане и увидели ребенка, лежавшего на песчаной дорожке в крови, с перерезанным горлом… Не моя задача, как вы понимаете сами, исследовать, зарезался ли царевич сам в припадке эпилепсии, спровоцировали ли народ Нагие, – важно было для него, народа, по-моему, то, что во имя каких-то непонятных ему дворцовых интриг «обидели дите», да не просто обидели, а убили. Но ведь это извечная боль, это непреложный закон для русского челове- ка, сформулированный впоследствии Федором Достоевским: «Нельзя, чтобы плакало дите!» А тут – обидели, убили маленького, беззащитного. И вот угличане, прибежав по зову колокола, совершили самосуд над убийцами ребенка. Они растерзали убийц.

В тот день, с убийства ни в чем не виновного ребенка, с набата, возвестившего об этом, началось Смутное время.

«О граде ты, граде, богоспасаемый граде Угличе! Горькую чашу испил ты за русскую землю…», – сказано в летописи.

В этой чаше едва ли не наибольшую долю горечи составляет исто- рия, начавшаяся в Угличе после самосуда над Битяговским. Борис Году- нов жестоко расправился с угличанами. Двести человек были казнены как изменники и убийцы. Множеству других за смелые речи отрезали языки, шестьдесят семейств были осуждены на ссылку в Сибирь, в Пелымь.

Не остался безнаказанным и колокол, возвестивший о пролитой крови ребенка и начале великой народной трагедии: колокол был сбро- шен с колокольни, лишен крестного знамения, ему отрубили одно ухо, вырвали язык, и на площади публично, при народе, было нанесено ему сто двадцать ударов плетьми. Затем корноухий колокол (так отныне стали звать его) был приговорен к ссылке, туда же, куда отправлялись шестьдесят углицких семейств, в Сибирь. Ссыльные угличане должны были тянуть его на себе до места ссылки.

И они шли в Сибирь и тянули не себе колокол на особом станке, вроде салазок.

Они шли целый год – летом и зимой, весной и осенью; они, меня- ясь в упряжке, тянули очень тяжелый колокол по болотам, по трактам и бездорожью, по лесам и горам. Не раз падал со станка корноухий коло- кол – края его зазубрились, и весь он потемнел, но трещины не дал. Многие угличане не дошли до Пелыми, умерли в дороге, некоторые – в упряжке под колоколом. Но никто из них на корноухого не роптал: они тянули за собой своего глашатая, они тащили с собой своего певца и по- эта. Да, так было, хотя, конечно, никто из угличан не осознавал этого, и еще целых двести пятьдесят лет должно было пройти, чтобы Лермонтов сказал о поэте:

Звучал, как колокол, на башне вечевой Во дни торжеств и бед народных.

…Наконец с первой партией ссыльных мятежный колокол при- был в Тобольск. Тогдашний тобольский воевода, князь Лобанов- Ростовский, велел сдать его в приказную избу, где он был записан так:

«Первоссыльный неодушевленный с Углича».

И целых триста лет пробыл корноухий колокол в ссылке. Не раз русские образованные люди, любящие родную историю, просили прави- тельство возвратить колокол на родину – в Углич. Цари – один за дру- гим – упорно отказывали в этом, свыше столетия отказывали. И только в 1892 году, когда юридически удалось доказать, что «первоссыльный не- одушевленный» полностью отбыл срок наказания, было разрешено воз- вратить колокол в Углич.

…Колокол возвращался торжественно, по Волге он плыл на осо- бом, лишь для него предназначенном пароходе, еще в дороге были воз- вращены ему ухо и язык, и встречали его торжественно – главное духо- венство, народ, интеллигенция. А в Угличе, куда колокол прибыл позд- но вечером, невдалеке от терема звонницы, куда его и подвесили на ночь, и всю ночь стоял вокруг колокола-бунтаря почетный гвардейский караул. Утром же при огромном стечении народа был торжественный молебен, а затем вместо крестного хода все угличане прошли под коло- колом, и каждый из них дергал веревку, привязанную к его языку, и язык колокола бил без перерыва в его щербатые края, и колокол гудел и пел, как тогда, триста один год назад, только много часов подряд…

Однако на колокольню корноухий поднят не был: даже духовен- ство понимало, что возвращена и торжественно принята не религиозная реликвия, а бунтарская, народная. Духовенство и правительство вынуж- дены были вернуть колокол на родину и почетно встретить его, но к бо- гослужениям этот колокол призвать народ не мог, ему не доверяли это- го! Поэтому колокол повесили в музее-палате Дмитрия, но тоже таким образом, что можно было пройти под ним.

# Тема 9

**ПСИХОЛОГИЯ ВЛАСТИ**

# Вопросы:

1. Феномен власти в психология политики.
2. Легитимность власти и психология достижения согласия.
3. Психологические характеристики средств власти.

## Интеллектуальная разминка

1. *Власть* – это один из важнейших видов социального взаимо- действия, специфическое отношение по крайней мере между двумя субъектами, один из которых подчиняется распоряжениям другого, в ре- зультате этого подчинения властвующей субъект реализует свою волю и интересы.
2. *Источники власти* – властное первоначало. В качестве источ- ников власти могут выступать авторитет, сила, престиж, закон, богатст- во, харизма, тайна, интерес и др.
3. *Субъект власти* – воплощает в себе ее активное, направляю- щее начало. Им может быть государство и его институты, политические организации (партии), политические элиты и лидеры, социальная общ- ность.
4. *Объекты власти* – индивид, социальная группа, масса, класс и т.д.
5. *Функция власти* – государство, руководство, регуляция, кон- троль, управление, координация, организация, мобилизация.
6. *Ресурсы власти* – принуждение, насилие, убеждение, поощре- ние, право, традиции, страх, мифы и т.д.
7. *Основания власти* – экономические, социальные, юридиче- ские, административные, силовые, культурно-информационные.

*Отличительные черты политической власти*

1. Легальность в использовании силы и других средств властво- вания в пределах страны.
2. Верховенство, обязательность ее решений для всего общества и, соответственно, для всех других видов власти.
3. Публичность, то есть всеобщность и безличность – обращение ко всем гражданам от имени всего общества с помощью права (закона).
4. Моноцентричность, то есть наличие единого центра принятия решений (в отличие, например, от власти экономической).
5. Многообразие ресурсов.

Политическая власть подразделяется на государственную и обще- ственную. Государственная власть обеспечивается соответствующими политическими институтами (парламент, правительство, судебные орга- ны и т.д.), органами правопорядка (полиция, армия, прокуратура и т.д.), а также юридической базой. Общественная власть формируется партий- ными структурами, общественными организациями, независимыми СМИ, общественным мнением.

Политическая власть существует в двух основных формах: офи- циальная, легитимная власть с формализованной структурой и нефор- мальная, неофициальная, нелегализованная власть – власть влиятельных групп и лиц, групп давления, лидеров кланов. В этой форме власть мо- жет приобрести теневой, подпольный, мафиозный характер1.

# Феномен власти в психология политики

О власти или хорошо, или правду.

*Малкин*

Проблему власти изучают и анализируют многие науки, такие, как политология, юридическая наука, история, социология и политиче- ская психология.

В отличие от других наук, предметом психологического анализа власти в политике, по определению Л. Гозмана и Е. Шестопала, являются:

 субъективные аспекты власти – её восприятие гражданами;

 установки по отношению к представителям власти;

 психологические механизмы власти – подчинение или от- вержение (причины).

В.В. Крамник в работе «Социально-психологические механизмы по- литической власти» объектами психологического анализа власти считает:

1 Политология / Под ред. М.А. Василика. – М., 2001. – С. 103–106.

 анализ психологических механизмов влияния власти на массы;

 способы эффективного политического воздействия на массы;

 анализ многообразных каналов политического подчинения;

 способы достижения легитимности власти.

Знание этих психологических проблем позволяет проводить бо- лее эффективную политику, особенно при модернизации, реформах, ко- торые сопровождаются резкими, иногда противоречивыми процессами в массовом сознании. Помимо этого, знание этих проблем повышает со- циологическую, психологическую культуру личности и общества, и в целом позитивно влияет на формирование политической культуры.

Политическая власть – это сложное образование, выступает как система трех видов отношений:1) социально-политические отношения;

2) политико-управленческие отношения; 3) политико-идеологические и психологические отношения.

***Социально-политические отношения*** обеспечивают связь со- циальной и политической систем гражданского общества и государства. Они регулируют и обеспечивают связь социальных слоёв, организаций с политической властью. В этих отношениях выделяются политически влиятельные организации, слои, и в результате складывается система политического приоритета власти из общих и индивидуальных интере- сов; открывается доступ к политической деятельности для многих чле- нов общества; формируется общенародный консенсус по основным во- просам внутренней и внешней политики.

Социально-политические отношения заставляют политическую власть учитывать потребности большинства граждан. Это, в свою оче- редь, дает возможность власти, опираясь на эти потребности, получить поддержку. Без политической поддержки любая власть не может дер- жаться длительное время, поэтому поиск поддержки, создание массовой социальной базы является основой политической деятельности. Степень поддержки власти определяет уровень общественного мнения о полити- ке, которое оказывает реальное воздействие на политическую власть. В демократической системе общественное мнение становится контроли- рующим фактором, основной силой и опорой власти, а следовательно, и государства.

Поддержка в определении психология политики есть относи- тельно свободная от принуждения форма политического подчинения.

В отличие от принуждения, она выступает как положительное от- ношение к политическому порядку и добровольному соблюдению его требований. Поддержка – это согласие, общность точек зрения, едино-

мыслие. Поддержка проявляется эмоционально и практически через одобрение, сочувствие, содействие, помощь, защиту.

Поддержка политической власти проявляется в двух видах – как внутренняя и как внешняя.

*Внутренняя поддержка –* это субъективно положительное отно- шение к власти. Психологические особенности такой поддержки:

 поддерживают цели, но не борются за них (пассивная под- держка);

 поддерживают институты, но не защищают их, а только признают;

 поддерживают лидеров (руководителей), но не помогают, а уважают их.

Как видите, в этой поддержке отсутствует деятельность, но при- сутствует эмоциональная поддержка, и она необходима любой власти. При этом от людей не требуется публично проявлять эти отношения. Важно другое – существует внутренняя поддержка, а это ресурс власти. Если ситуация потребует, то люди встанут на её защиту и переведут свою внутреннюю поддержку во внешнюю (психологическая готовность защищать власть).

*Внешняя поддержка* – это положительные установки по отноше- нию к власти, которые проявляются в практической деятельности на стороне власти. Внешняя поддержка в основном проявляется в следую- щих видах деятельности:

 поддерживают цели, практически добиваясь их (активная поддержка);

 поддерживают идеи, отстаивая их в разных формах;

 поддерживают институты, защищая их публично;

 поддерживают руководителей, голосуя за них, выступая и агитируя за них публично.

В целом, социально-политический уровень власти диктует ей так- тику двойной политики, ей необходимо: с одной стороны, обеспечивать исходный уровень притязаний правящих кругов, с другой, – учитывать разнообразие групповых и индивидуальных интересов.

***Политико-управленческие отношения.*** Политико-управленчес- кие отношения в целом представляют собой:

 настроенную и выверенную совокупность институтов (ор-

ганизаций, учреждений);

 институты и комплекс действий (методы, приемы, полит- технологии). Этот комплекс власть использует для регулирования и поддержания своих многообразных экономических, социальных, духов- ных взаимоотношений с социальными образованиями и учреждениями.

При этом должна решаться главная задача – чтобы политико- управленческая система решала политические и другие проблемы, со- блюдая всеобщие интересы. В этом главная её функция.

***Политико-идеологические и психологические отношения.*** Этот блок отношений определяет: 1) связь политики и идеологии; 2) связь политики и культуры; 3) связь политики с массами.

*Политико-идеологические и психологические* отношения оказы- вают всестороннее воздействие на массовое сознание, формируют «де- мократическую базу – согласие управляемых» Любое общество нужда- ется в согласии (гражданском консенсусе), и оно выполняет ряд опреде- ленных функций, таких как: 1) тенденцию сдерживания; 2) предотвра- щение кризисных явлений; 3) регуляцию интересов и ценностей.

Демократия непосредственно строится на согласии, и это согла- сие достигается в процессе *выявления, сравнения* интересов и ценностей разных групп. В авторитарных или тоталитарных режимах отсутствует легальный механизм выявления разнородных интересов и ценностей. Отсутствие реформ и преобразований приводят к кризису, недовольст- вам и выступлениям масс. Система в ответ делает вынужденные уступ- ки. Но в основном требования масс просто подавляются, и о согласии при этом нет и речи.

Те, кто обладает политической властью, вынуждены формировать эмоциональные и рациональные реакции у тех, кем они управляют. Тем самым политическая власть побуждает массы принимать имплицитно (как представление) или эксплицитно (на основе толкования, объясне- ния) команды власти.

Когда власть не способна вызвать эмоциональные и интеллекту- альные реакции у масс, то она вынуждена прибегать к насилию. Поэто- му деятельность власти по вызову эмоций и реакций масс на свою поли- тику имеет особое значение. В это время формируется система *полити- ческой ориентации*. Эти ориентиры по возможности “заземляют” в мас- совом сознании, переводят внешние императивы власти во внутренние императивы граждан, что демонстрирует – требования власти массы бе- зоговорочно поддерживают и принимают.

Политические ориентации имеют системный характер и свою сложную структуру. Когнитивно-эмоциональная подструктура выступа- ет как совокупность разнообразных установок: общих и особенных; соз- нательных и бессознательных; критических и догматических; традици- онных и инновационных; активных и пассивных; правдивых и ложных; конфронтационных и согласительных.

Политико-управленческие круги влияют на эти установки соот- ветствующими способами. Взаимосвязь и переплетение *установок со*

*способами влияния* дают различные типы восприятия и понимания и оценки политики.

***Мотивация политических ориентаций.*** Мотивация политиче- ских ориентаций предстает как система и имеет свою структуру. В мо- тивационном плане они предстают как система ценностных ориентаций (мотивов), и как заинтересованных (добровольных) и принудительных мотивов политического поведения.

*Добровольные мотивы подчинения* – это когда власть вознаграж- дает за подчинение, то есть происходит обмен: за подчинение власть предлагает гражданам выгоды и привилегии.

*Принудительные мотивы* имеют другой характер взаимоотноше- ний власти и граждан. В этом случае политическое поведение мотиви- руется следующими факторами: 1) осторожностью, трусостью; 2) ус- тупчивостью людей под давлением запретов, приказов; 3) угрозами вла- сти применения силы или насилия морального, физического, психоло- гического.

В целом, политическая власть опирается на первый и вторые ва- рианты мотивов подчинения. Власть не может и не должна полагаться только на один из этих мотивов. Каждый из них несет свою политиче- скую нагрузку, выполняет свои психологические функции и имеет свои границы. Только в необходимом сочетании они могут обеспечить эф- фективное и стабильное функционирование политического механизма.

# Легитимность власти

**и психология достижения согласия**

*Легитимность власти* – понятие, характеризующее степень согла- сия между управляемыми и управляющими. Легитимность – необходимое условие стабильности и эффективности власти. Как утверждает Е. Шес- топал, легитимность – понятие психологическое1. Никакие документы, традиции, целесообразность не сделают власть легитимной до тех пор, пока эти аргументы не станут убедительными для большинства граждан, следовательно, легитимность власти – это факт сознания людей.

Индивид или институт обладают легитимной властью в том слу- чае, если те, кем они управляют, признают их право отдавать приказы. Если же носитель власти теряет легитимность, то рано или поздно теря-

1 См.: *Гозман Л.Я., Шестопал Е.Б.* Политическая психология. – Ростов- на-Дону, 1996. – С. 64 и далее.

ет и саму власть. Падению многих режимов предшествовали потеря со- гласия граждан подчиняться существующей власти. Многие системы рушились под ударами восстаний, массовых протестов, хотя к моменту их гибели в распоряжении еще были средства подавления и идеологиче- ского воздействия.

Сначала легитимность утрачивается для управляемых. Они пере- стают признавать право носителя на управление, хотя власть имущие еще не осознают того, что отношение к ним изменилось, и продолжают ожидать подчинения и его готовности. При этом они следуют традици- ям собственной легитимности, подкрепленной соответствующими ин- ститутами и ритуалами. Кроме того, система обратной связи информи- рования власти о положении дел в обществе в основном фиксирует та- кие показатели, как уровень преступности, размах забастовочных и про- тестных движений, активность оппозиции и др. В значительно меньшей степени поддается анализу и фиксации динамика массового сознания – усталость граждан от лидеров, разочарование в ком-то из них, появле- ние энтузиазма от новых идей и др. Следует учитывать и тот факт, что для носителей власти осознание потери легитимности болезненно, и они пытаются объяснить случившееся в более благоприятном для себя виде.

Интересным нам показалось суждение Е. Шестопала о том, что важным показателем степени легитимности власти является представ- ленность в повседневной жизни средств принуждения. Например, боль- шое количество хорошо вооруженных полицейских на улицах заставля- ет предположить, что граждане не готовы подчиняться ей добровольно, следовательно, не считают ее легитимной. Если же средства принужде- ния не присутствуют на улицах, то в сознании граждан это свидетельст- во высокого уровня легитимности. (Как подметил писатель-сатирик М. Задорнов: «В Москве каждый второй на улице – милиционер, а нет никакого порядка, в Лондоне не увидишь ни одного полицейского, но видишь полный порядок».)

Макс Вебер выделил три вида легитимности: легитимность, осно- ванную на традиции; легитимность, основанную на праве; легитим- ность, основанную на харизме.

*Легитимность, основанная на традиции –* властные отношения регулируются традиционно сложившимися установлениями.

*Легитимность на праве или господство закона* означает, что лю- ди следуют определенным кодифицированным правилам. Граждане признают именно *такое* поведение *оптимальным* для согласования своих интересов с государственными. Их также устраивают способы разрешения конфликтов с властью. А в целом их устраивает сущест- вующее в государстве обеспечение социального воздействия.

*Легитимность, основанная на харизме,* базируется на признании исключительного права конкретного человека или конкретной группы. Легитимность харизматического типа предполагает приписывание но- сителю власти, или группе, которая осуществляет власть, выдающихся свойств.

На легитимизацию политической власти влияют такие факторы, как фактор времени – люди привыкают к определенному способу прав- ления, к определенному типу власти, к традиционным ритуалам и атри- бутике.

Время – длительный срок существования системы – должно быть представлено в сознании граждан. Но если вообразить, что какая-либо политическая система существует очень давно, но о длительности ее существования гражданам ничего не известно, то вряд ли сам по себе факт времени станет фактором легитимизации. Об этом следует посто- янно напоминать, поэтому руководители стабильных и эффективных политических систем прилагают большие усилия для того, чтобы факт длительности существования властных институтов, их освященность временем и традициями осознавались гражданами и вызывали уважение и гордость, становясь компонентом социальной памяти. (Как соперни- чество в среде наследственных аристократов – чей род стариннее.)

Другим фактором обретения легитимности является успех. Если власть признается гражданами успешной, эффективной, то она быстро становится и легитимной.

Легитимность может приобретаться и благодаря естественному и правильному, с точки зрения граждан, способу формирования властных институтов. Для большинства современных развитых стран таким спо- собом являются выборы. Там, где люди выбирают власть и наделяют ее определенными полномочиями, этой власти и принимаемым ею законам принято подчиняться. При этом происходит дистанциирование должно- сти от ее носителя. Главе государства подчиняются не потому, что видят его великим и мудрым, а потому, что этот пост он занимает на законных основаниях. Хотя нельзя отрицать и факт того, что носителю власти подчиняются больше или меньше в зависимости от отношения лично к нему как к лидеру и человеку.

Легитимизации власти способствует и представление многих лю- дей о божественном происхождении власти. Но этот способ легитимиза- ции эффективен лишь тогда, когда большая часть населения религиозна, серьезно относится к обрядам и ритуалам господствующей религии.

Существует еще один способ легитимизации – это ассоциация власти с национальными символами, признание ее народной, питаю- щейся от исторических корней. Убеждение граждан в том, что именно

эта власть лучшим и единственно возможным способом учитывает, за- щищает культурно-историческую специфику данного народа и данной страны, также способствует легитализации власти.

Но следует предупредить, что такой способ легитимизации более характерен для неэффективных и объективно опасных для собственного народа режимов. Потому что ссылками на национально-культурную специфику обычно оправдываются бесправие собственного народа и нежелание проводить политические и другие реформы.

Демократические режимы тоже стараются связать себя с нацио- нальной символикой и историческим прошлым своей станы. Этой цели служат исторические художественные романы, в которых герои предска- зывают именно ту политическую систему, которая установится в стране через много лет, борются за те принципы, которыми руководствуются в современном государственном устройстве. Портреты великих деятелей на денежных знаках выполняют те же функции. В результате гражданам внушается, что именно такая власть в их стране может существовать, поскольку она исторически предопределена.

Легитимность власти с психологической точки зрения (Е.Б. Шес- топал) представляет собой субъективную законность – т.е. сами люди, а не только юридические, международные и церковные институты при- знают право данной власти управлять. Достаточно часто бывает и так, что юридические и международные институты признают право этой власти управлять (власть закрепила свою легитимность во внутреннем и международном праве), но большая часть граждан не поддерживает ее. Причины могут быть разные – насильственная смена власти, недоверие к ее представителям, ее криминализация и т.д.

Важным понятием, характеризующим готовность людей подчи- няться установлениям власти, является суверенитет.

*Суверенитет* – это право власти управлять конкретной террито- рией в конкретное время. По утверждению Е. Шестопала, важность это- го аспекта властных отношений видна при анализе сепаратистских дви- жений, которые не отрицают легитимности власти центра – они лишь не согласны с ее распространением на их территории, то есть они отрицают ее суверенитет над данным пространством (например, проблема страны басков в Испании).

В некоторых случаях действует временный суверенитет власти, например в условиях чрезвычайных ситуаций (природная, техногенная катастрофы). В таких случаях отдельные структуры власти, МЧС на- пример, могут приобретать большие полномочия, но до устранения ка- тастрофы и отмены чрезвычайного положения. Эта власть законна, и

люди обязаны ей подчиняться и выполнять ее требования до указанного времени.

Не исключается, что ситуация возникновения временного сувере- нитета может породить конфликты и разночтения – должностное лицо может объявить ситуацию чрезвычайной и потребовать особых полно- мочий, но с этим могут не согласиться рядовые граждане. Подобная си- туация может возникнуть и по поводу определения момента прекраще- ния временного суверенитета.

Легитимность и суверенитет взаимообусловлены. Потеря леги- тимности неизбежно приводит и к отказу в суверенитете власти над данной территорией. (*Потеря легитимности власти КПСС повлекла за собой потерю суверенитета власти Москвы над союзными республи- ками*.) Вариантов ситуаций может быть много, но роль психологическо- го компонента в изменении отношения граждан к власти нельзя недо- оценивать. Люди не выступают против того, что считают законным и справедливым.

В любой цивилизованной стране власть всегда ставит задачу дос- тижения легитимности – то есть согласия граждан на управление и на способы управления. Для достижения подобного согласия «власть – об- щество» существует ряд условий.

Первое условие достижения согласия – *идентификация:* государ- ство должно декларировать популярные и понятные цели, добиваясь то- го, чтобы граждане идентифицировали себя с государством, значит и с властью, и считали, что именно эта государственная власть выражает их интересы.

Второе условие – *наличие угрозы личной безопасности.* Легче всего добиться признания и согласия, когда народ ощущает угрозу своей безопасности (реальной, воображаемой или потенциальной). В совре- менном мире источниками опасности могут быть: 1) экологические ка- тастрофы; 2) техногенные угрозы; 3) антропогенные катастрофы;

4) внешние или внутренние угрозы.

Проблема может также заключаться в этническом, культурном, языковом, экономическом этническом и физическом выживании. В этих условиях достижение согласия с властью весьма вероятно, поскольку только власть обладает не только правом, обязанностью, но и ресурсами для устранения этих угроз. Поэтому в особо критические моменты *про- исходит консолидация всех групп, интересов и сил*, чего в других усло- виях бывает трудно достичь. Здесь на уровне не только коллективного сознания, но и на уровне коллективных инстинктов выживания проис- ходит групповая солидарность и сплоченность, и как результат – консо- лидация на основе общего осознания опасности. Коллективное осозна-

ние опасности, коллективное переживание, инстинкты самосохранения на определенное время нейтрализуют или стирают существующие раз- ногласия народа (или групп) с властью. Коллективный разум, сознание и инстинкты обращаются к власти и одобряют её действия в этой ситуа- ции, что можно обозначить как «ситуативное согласие».

По утверждению Е. Шестопала, условием достижения согласия являются и мессианские цели, которые власть внушает народу о ее осо- бом мессианском предназначении. (Гитлеру всегда «слышался» голос о его божественном назначении, и что только он может возвысить немцев. Кстати, он говорил очень громко, даже если разговаривал с 2–3-мя собе- седниками, потому что был уверен, что его голосом говорит весь немец- кий народ, а его судьба – озвучить и осуществить чаяния немецкого на- рода и выполнить свое мессианское предназначение.)

Подобные мессианские идеи живут в сознании и у некоторых по- литиков: ценности – только христианские или исламские; этика – только наша, культура – только как у нас и т.д.

Существует еще одно, но главное условие (способ) достижения согласия власти с народом – это *наличие профессиональной власти* и социально-ориентированного государства. В таком сочетании устанав- ливается эффективная обратная связь с сообществом. При этом власти необходимо знание психологии управления и умение управлять, учиты- вая особенности психологии масс, их интересы и потребности.

# Психологические характеристики средств власти

*Сила – как средство власти* (она же форма подчинения). Обладать властью в форме силы означает возможность оказать на-

меренное влияние на объект, ограничить его реальные и потенциальные возможности противодействовать власти. Такая возможность может быть реализована двумя способами 1) физическое применение силы; 2) воздей- ствие на сознание, т.е. психику объекта.

К сожалению, нужно констатировать, что психическое насилие – распространенный способ властвования. Иногда форму психического насилия приобретают ритуальные церемонии унижения – публичное снятие с должности, «гражданская казнь», шельмование в СМИ.

*Психическое насилие* проявляется и в том случае, когда власть (субъект) оказывает негативное воздействие на психику, менталитет или эмоциональное состояние объекта. Например, нагнетать страх и исте- рию через СМИ, транслировать натуралистические картины насилия с места событий, преувеличивать угрозу и т.д. Психическое насилие часто сопутствует физическому насилию. Каналами психического насилия

часто становятся СМИ, особенно ТВ, которое изобилует криминальны- ми программами, и по всем каналам в самое «смотрибельное» время по- казывают боевики и детективные сериалы со сценами сплошных убийств, пыток, насилия.

*Принуждение* как средство власти и форма подчинения использу- ется при несовпадении интересов субъекта и объекта власти. Источни- ком подчинения здесь выступает угроза применения негативных санк- ций. Под угрозой следует понимать деятельность по изменению поведе- ния или восприятие объекта. Индивид или группа (объект власти) в уг- розе видит для себя опасность в причинении ущерба, в чем проявляется негативное воздействие угрозы на сознание и поведение объекта через негативные санкции.

*Побуждение* – мотивом подчинения является вознаграждение, которое объект получает от субъекта в случае повиновения, поэтому по- буждение связано с позитивными санкциями. Но есть и общее, что свя- зывает принуждение и побуждение – они стимулируют объект власти, но разными средствами, следовательно, по-разному влияют на сознание объекта.

Как правило, принуждение и побуждение имеют разные ресурсы подчинения.

*Побудительная власть* (побуждение) основывается на утилитар- ных ресурсах – деньги, услуги, должность, следовательно, и мотивы подчинения – утилитарны.

*Принудительная власть* (принуждение) ассоциируется у объекта с оружием, физическим превосходством, военными организациями, психологическим давлением, угрозой наказания, отлучением т.д.

Но главное различие в том, что люди по-разному реагируют на принуждение и побуждение, следовательно, позитивные санкции отли- чаются по своим конечным и побочным эффектам. Так, немедленной реакцией на принуждение являются страх, беспокойство, сопротивле- ние. Побуждение же чаще всего вызывает надежду и ощущение под- держки властью. Помимо этого, позитивные санкции имеют тенденцию создавать у масс ощущение симпатии к объекту (со стороны власти) и заботы об их нуждах.

Негативные санкции воспринимаются как проявление безразли- чия, враждебности и жестокости по отношению к объекту. Результаты подобного восприятия санкций людьми тоже противоположные. Пози- тивные санкции укрепляют стремление объекта власти сотрудничать с ним. Негативные препятствуют этому, ведут к усилению конфликта ме- жду субъектом и объектом и в целом к усилению неприязни к предста- вителям власти.

Уже поэтому с помощью позитивных санкций легче обеспечить легитимизацию требований, чем с помощью негативных. Принуждение у людей всегда ассоциируется с насилием, следовательно, осуществле- ние принудительной власти осуждается чаще, чем власть в форме побу- ждения.

*Убеждение*. Источником подобных средств власти выступают ар- гументы, которые власть может использовать для подчинения объекта. Подобную деятельность власти психологя политикиопределяет как способность субъекта (т.е. власти) добиться подчинения объекта с помощью рациональных аргументов.

В отличие от принуждения, убеждение как средство воздействия на объект, *не подразумевает конфликта между ними* (власть – народ). Объект, взвесив аргументы, и соотнеся их со своими ценностями, может принять эти аргументы как основу своих действий. Следовательно, у объекта есть возможность выбора – принять эти аргументы или нет. Главное – этот выбор не несет угрозы негативных санкций и не мотиви- руется внешними стимулами.

Подобно другим средствам воздействия власти на массы, убеж- дение как средство тоже зависит от ресурсов, которые неравномерно распределены между людьми. Власть имущие тоже различаются своим умением убеждать, ораторским талантом, доступом к информации, уме- нием подать её нужным образом, в нужное время в нужном месте1.

*Манипуляция* как средство подчинения и воздействия на объект власти. Психологическая характеристика манипуляции заключается в том, что источником подчинения объекта выступает способность субъ- екта (т.е. власти) оказать скрытое влияние на сознание и поведение объ- екта (что с этической точки зрения некорректно, но это обстоятельство мало кто учитывает).

Существуют два основных вида манипуляции.

*Первый вид.* Власть (субъект) осуществляет скрытый контроль над объектом. Это происходит в процессе коммуникации путем селек- ции. Селекция – это фильтрование информации, которая то утаивается, то смягчается, то переносится акцент и что-то усиливается, и в резуль- тате субъект (власть) выдает массам ту информацию, которая выгодна ей, власти.

1 Способность убеждать зависит не только от персональных характери- стик, но и от знаний субъектом настроения масс, его ситуативного состояния, умения адресно использовать убеждающие технологии в разных аудиториях, в СМИ и в прямом общении.

*Второй вид* манипуляции – это способность власти вызвать же- лаемую для себя реакцию масс, групп без прямого взаимодействия с ними и без прямого обращения к ним. Манипуляция поведением осуще- ствляется путем корректировки планов, перспектив, программ, инструк- ций, статей законодательства, изменением системы начисления зарпла- ты, фискальной политики, изменением ценовой политики и др.

В последние годы появился третий вид манипуляции. Она связана с прямым воздействием на мозг человека с помощью препаратов и элек- тронных средств. Современные открытия в области биологии и психо- логии дают власти мощные инструменты скрытого контроля над психи- кой людей и их деятельностью.

Вообще, манипуляция, как прямое воздействие на психику лю- дей, пользуется самой дурной репутацией из всех средств воздействия власти на людей. Это связано с тем, что при её использовании объект не осознает, что на него оказывается давление, он не видит своего против- ника, который ограничивает его свободу. Поэтому этот вид воздействия (манипуляция) является самым бесчеловечным средством власти. Это даже бесчеловечнее физического принуждения, где жертва знает и ви- дит, что является объектом чьей-то агрессии и может предпринять по- пытку как-то защитить себя.

Существуют различия между убеждением и манипуляцией: *при убеждении* субъект (власть) хочет, чтобы объект принял его точку зре- ния и поэтому предоставляет ему имеющуюся у него информацию; *при манипуляции* субъект (власть), наоборот, совсем не стремится к тому, чтобы объект думал как он. Поэтому он скрывает информацию или часть её, или дает информацию, неадекватную запросам людей. Следо- вательно, при убеждении источником подчинения объекта является ра- циональность (обоснованность аргументов которыми обладает субъект). При манипуляции – это способность субъекта (власти) утаить как какие- то аргументы, так и информацию, важную для объекта.

*Авторитет*. Источником власти в этой форме как средство воз- действия выступают характеристики (свойства) власти (субъекта), или его статус. Вместе или по отдельности они заставляют объект принять команду подчинения независимо от его содержания.

Первым определение авторитета как средства власти дал Т. Гоббс: «Право выполнения какого-либо действия называется автори- тетом и иногда полномочием. Поэтому под авторитетом всегда понима- ется право совершения какого-то действия»1.

1 *Гоббс Т.* Левиафан. Антология мировой политической мысли: В 5 т. –

М., 1997. – Т.1. – С. 319.

Существует несколько источников авторитета, учитывая которые можно выделить *три типа авторитета.*

*Персональный авторитет* основывается на персональных харак- теристиках субъекта, которые оценивают объект. Подобный тип автори- тета представляет собой неофициальные отношения между субъектом и объектом. Это отношение между людьми, но не с носителями ролей (вла- стных). Любовь, восхищение, дружба, психологическая предрасположен- ность к господству и покорности является основами персонального авто- ритета. Субъект (персоналия), имеющий определенные черты и способно- сти, зависит от восприятия и оценки этих качеств объектом. Главная ха- рактеристика персонального авторитета – это компетентность, а в поли- тической психологии источником компетентного авторитета является ве- ра объекта (масс, групп) в то, что субъект (власть) превосходит его в зна- ниях и лучше понимает, как реализовать его интересы.

*Традиционный авторитет*. По определению М. Вебера «автори- тет может называться традиционным, если легитимность обусловлена верой в святость власти и древних законов»1.

Этот вид авторитета предается субъекту (власти) по традиции и зависит от его персональных характеристик. Примерами традиционного авторитета являются отношения между детьми и родителями; младши- ми и старшими; патрициями и плебеями.

*Легальный авторитет* строится на рациональных основаниях и, как определил Вебер, *«на вере в законность используемых правил, и праве тех, кого она наделяют авторитетом т.е. правом отдавать ко- манды».* Таким образом, легальный авторитет – это властные отноше- ния, в которых субъект обладает признанным правом командовать, а объект – признанной обязанностью повиноваться»2.

# Иллюстрация к лекции

## Персональный взгляд на тему

*Грин Р*. Предисловие. 48 законов власти – М., 2003. – С. 21–28.

Ощущение отсутствия власти над людьми и событиями для нас обычно невыносимо – бессилие заставляет нас чувствовать себя несча- стными. Никто не стремится к тому, чтобы иметь меньше власти, каж-

1 *Вебер М.* Политика как призвание и профессия // Антология мировой политической мысли: В 5 т. – М., 1997. – Т. 2. – С. 13.

2 Там же.

дый хочет получить ее побольше. В сегодняшнем мире, однако, небезо- пасно выглядеть слишком жаждущим власти, не скрывать своего стрем- ления к ней. Нам следует казаться славными, честными и скромными. Так что приходится применять тонкое искусство – быть благонамерен- ными, но хитрыми, демократичными, но неискренними.

Такая постоянная двойственность более всего напоминает проис- ходившие в старину игры при дворе царственных особ. В ходе истории двор всегда формировался вокруг властной особы – короля, королевы, императора, лидера. Придворные, составляющие этот двор, часто нахо- дились в очень и очень щекотливом положении: необходимо было при- служивать своим повелителям, но если это выглядело откровенным ли- зоблюдством, слишком неприкрытым заискиванием, другие придворные не упускали случая обернуть это против них. Поэтому приходилось ид- ти на ухищрения, чтобы попытки заслужить милость господина не вы- глядели слишком откровенными. И даже опытные придворные, способ- ные на такую тонкость, все же должны были помнить о мерах защиты от соперников, готовых в любой момент оттолкнуть их.

Предполагалось в то время, что двор являет собой цвет утончен- ности и цивилизованности. Грубое и неприкрытое рвение к власти не поощрялось, придворные действовали исподтишка, скрытно противо- действуя любому, кто применял силу. Это была дилемма жизни при дворе: стараясь внешне казаться образцом элегантности и благородства, придворные старались как можно более незаметно и утонченно пере- хитрить и обойти противника. Удачливый придворный со временем по- стигал науку извилистых путей, обучался наносить удар в спину про- тивника рукой в бархатной перчатке и со сладчайшей улыбкой на лице. Вместо того чтобы применять насилие или прямую угрозу, истинный придворный добивался своего с помощью стратегии обольщения, хит- рости, пуская в ход обаяние и интриги, всегда обдумывая план действий на много шагов вперед. Жизнь при дворе представляла собой бесконеч- ную игру, которая требовала от участников постоянной бдительности и тактического мышления. Это была учтивая война.

Сегодня мы сталкиваемся с очень похожим парадоксом: все долж- но быть цивилизованным, приличным, демократичным и честным – на вид. Но если мы играем слишком точно придерживаясь этих правил, по- нимаем их слишком буквально, нас сомнут наши противники, если только они не такие же простаки. Как писал великий дипломат и при- дворный в эпоху Возрождения Никколо Макиавелли: «Всякий, кто ста- рается все время быть хорошим, неизбежно в конце концов окажется погребенным среди огромного множества тех, кто нехорош». Двор вос- принимал сам себя как кульминацию изысканности, но под блестящей

оболочкой скрывались темные страсти – алчность, зависть, похоть, не- нависть клокотали, как в кипящем котле.

Вот и наш мир воспринимает себя как кульминацию добродетели, но те же неприглядные страсти по-прежнему бушуют в нас, как это бы- ло всегда. Правила остаются все теми же. По видимости вы должны ува- жать честную игру, но на деле, если только вы не совсем простак, вы быстро научитесь расчетливости и осмотрительности и поступаете по совету Наполеона: надевайте бархатную перчатку на железную руку. Если, подобно придворному давних времен, вы сможете овладеть искус- ством действовать исподтишка, обучитесь очаровывать, льстить, плести интриги и изящно обводить людей вокруг пальца своих соперников, то вам удастся достичь самых высот власти. Вы будете подчинять людей своей воле так, что они и не заметят, как вы это сделали. А если они не поняли, что вы сделали, то никоим образом не смогут противостоять и сопротивляться вам.

Для некоторых людей идея сознательного участия во властных играх – не важно, насколько прямого, – представляется злой, антиобще- ственной, реликтом прошлых времен. Они верят, что смогут обойтись без этой игры и дойти до цели путями, которые ничего общего не имеют с властью. Остерегайтесь этих людей, потому что, хотя вслух они вы- сказывают подобные взгляды, на самом деле среди них часто можно встретить признанных игроков, борющихся за власть. Они используют хитроумный стратегический прием, разоблачая используемые в этой борьбе манипуляции. Эти типы, к примеру, нередко выставляют напоказ свою слабость и отсутствие власти как своеобразную моральную добро- детель. Но по-настоящему не имеющий власти человек, не преследую- щий никаких собственных интересов, не стал бы делать свою слабость достоянием общественности, чтобы завоевать симпатии или уважение. Делать зрелище из своей слабости – в действительности очень эффек- тивный прием в игре власти, утонченный и коварный.

Другой прием людей, заявляющих о неучастии во властных иг- рах, – требовать равенства во всех областях жизни. Со всеми нужно об- ходиться одинаково, независимо от их положения и силы. Но если, из- бегая пороков власти, вы попытаетесь быть одинаково честным и спра- ведливым со всеми, то столкнетесь с проблемой: оказывается, одно и то же удается разным людям по-разному. Относиться ко всем одинаково – значит игнорировать различия, превозносить менее умелых, незаслу- женно отодвигая тех, кто ведет себя подобным образом, на самом деле применяют совсем другой прием в борьбе за власть, управляя распреде- лением наград.

Еще одним способом не вступать в игру могли бы стать совер- шенная честность и прямота, так как основным методом в борьбе за власть являются скрытность и обман. Но ваша абсолютная честность неизбежно нанесет вред или просто обидит очень многих, и кое-кто из задетых непременно захочет нанести вам ответный удар. Никто не со- чтет ваши откровенные признания совершенно объективными, не имеющими определенной личной мотивации. И они будут правы: в дей- ствительности жонглирование честностью – это еще один способ завое- вания власти, его цель – убедить людей в появлении на сцене благород- ного, искреннего и неэгоистичного персонажа. Это – форма внушения, можно даже сказать, утонченная форма насилия.

Наконец, те, кто не хочет быть игроком, чтобы оградить себя от обвинений в том, что добиваются власти, могут изобразить безыскусст- венность и простоватость. И снова надо быть настороже, поскольку за наивным видом может стоять изощренная хитрость. Что же до непод- дельной наивности, то и она несвободна от ловушек власти. Дети могут быть во многом наивными, но часто и они, ощущая примитивную по- требность управлять теми, кто их окружает, действуют в соответствии с этой потребностью. Дети безмерно страдают, ощущая бесправие в мире взрослых, и пользуются всеми доступными способами, чтобы добиться своего. Истинно наивные люди также могут принимать участие в игре, цель которой – власть, причем часто они в этой игре невероятно удачли- вы именно потому, что не обременяют себя рефлексией. Повторим: те, кто разыгрывает невинность, наивны менее, чем бы то ни был еще.

Вы сможете распознать таких предполагаемых игроков по тому, как они выставляют напоказ свои моральные качества, щеголяют благо- честием, демонстрируют исключительное чувство справедливости и почти все человеческие действия в конечном счете направлены на дос- тижение этой цели, следует понимать, что «неигроки» просто пускают пыль в глаза, а их вид морального превосходства призван маскировать их собственную игру в борьбе за власть. Присмотритесь к ним – и вы увидите, что на самом деле они более других искушены в науке дейст- вовать исподтишка, хотя некоторые из них пользовались ею неосознан- но. Они страшно негодуют в случае, если их уловки становятся достоя- нием публики.

Если устройство мира можно сравнить с невероятным размером монарших дворцов, а другого мира нам не дано, то бессмысленно пы- таться не вступать в игру. Это лишит вас какой бы то ни было власти, а от сознания бессилия вы почувствуете себя отверженным. Чем сражать- ся с неизбежностью, чем спорить, комплексовать и испытывать чувство вины, уж лучше прорываться к власти. В самом деле, чем лучше у вас

это получится, тем лучшим другом, возлюбленным, мужем, женой, тем лучшей личностью вы станете. Следуя путем истинного придворного, вы узнаете, как заставить людей быть лучшего мнения о вас, становясь для них, как и для самого себя, источником удовольствия. Они переста- нут зависеть от ваших возможностей, находя радость в вашем общении. Овладев 48 законами этой книги, вы и других избавите от боли, какую причиняет неумелое обращение с властью – как игра с огнем, в которой можно обжечься, если не знать его свойств. Если уж игра во власть не- избежна, лучше стать в ней художником, чем неумехой и дилетантом.

Овладение игрой во власть требует определенного взгляда на мир, перемены перспективы. Для этого понадобятся усилия, годы прак- тики. Придется овладеть целым рядом базовых навыков, но, уж овладев ими, вы сможете применять законы власти легко и естественно.

Самый важный из этих навыков, а также главное основание вла- сти – умение владеть своими чувствами. Эмоциональная реакция на си- туацию – это самое большое препятствие для власти, ошибка, которая обойдется вам куда дороже, чем любое временное удовлетворение, по- лученное вами от выражения чувств. За эмоциями не видны истинные причины, а если вы не видите ситуацию со всей ясностью, вы будете не в состоянии подготовиться к ней и хоть как-то проконтролировать соб- ственную реакцию на нее.

Гнев – наиболее разрушительная из всех эмоциональных реакций, он полностью затуманивает перспективу, лишает вас способности ви- деть. В результате вам не удается удержать ситуацию под контролем, и уверенность врага в своих силах растет. Если вы стараетесь уничтожить врага, который причинил вам зло, гораздо лучше усыпить его бдитель- ность, демонстрируя дружелюбие, чем показывать ему свой гнев.

Любовь и привязанность потенциально тоже разрушительны, так как могут ослепить вас и заставить служить интересам тех, кого вы ме- нее всего подозреваете в участии в играх власти. Никто не в силах пода- вить гнев или любовь или заставить себя не испытывать их – не стоит и пытаться. Вам следует проявлять осторожность, контролируя их прояв- ления, и, что особенно важно, они никак не должны влиять на ваши пла- ны и замыслы.

Умение управлять своими чувствами связано со способностью отстраниться от текущего момента и объективно обдумывать прошлое и будущее. Подобно Янусу, двуликому божеству римлян, стражу всех врат и древей, вы должны научиться смотреть в обоих направлениях сразу, чтобы успешно справиться с опасностью, откуда бы она ни при- шла. Поработайте над созданием такого двойного лица – одно постоян- но устремлено в будущее, другое в прошлое.

Девиз для будущего таков: «Всегда настороже». Ничто не должно застать вас врасплох, потому что вы обдумываете проблемы и трудно- сти раньше, чем они возникают. Вместо того, чтобы терять время в меч- тах об удачном завершении дела, потрудитесь и просчитайте каждый возможный способ и каждую западню, в которую вы можете попасть. Чем вы дальновиднее, чем на большее число шагов вперед стройте свой план, тем могущественнее становитесь.

Другое лицо Януса постоянно обращено в прошлое – но не для того, чтобы копить прошлые обиды и точить на кого-то зуб. Этим вы только уменьшите свою силу. Секрет успеха наполовину заключается в том, чтобы научиться забывать те события в прошлом, которые вас му- чают и мешают ясно видеть и понимать. Истинная цель обращенного назад взгляда в том, чтобы постоянно развиваться, вы смотрите в про- шлое, чтобы учиться у тех, кто был раньше вас. Затем, после обращения к прошлому, вы пристальнее разглядываете собственные поступки и по- ступки друзей. Это самая важная школа для вас, так как, учась в ней, вы исходите из личного опыта.

Вы начинаете с того, что изучаете ошибки, допущенные вами в прошлом, особенно те, которые наиболее сильно задерживали ваше движение вперед. Проанализируйте их с позиции «48 Законов власти», извлеките из них урок и дайте себе обещание: «Я никогда не повторю подобной ошибки. Я никогда не попаду во второй раз в одну и ту же ло- вушку». Если вы сможете оценивать и наблюдать себя самого таким об- разом, вы научитесь разрушать шаблоны своего прошлого – умение, значение которого трудно переоценить.

Власть требует также умения менять облик. Это означает, что вы должны научиться носить разные маски и иметь при себе мешок, пол- ный хитроумных трюков. Хитрости и маскарад не следует воспринимать как что-то грязное и аморальное. Все человеческие взаимоотношения в той или иной степени опираются на обман, можно сказать, что в какой- то мере человека от животного отличает способность лгать и хитрить. В греческих мифах, в индийском эпосе «Махабхарата» и ближневосточ- ном «Гильгамеше» боги пользуются привилегией применять хитрые уловки. Великих людей, например Одиссея, оценивают по их способно- сти противопоставить плутовство могуществу богов и похитить часть их божественной силы, сравниваясь с ними в обмане и хитрости. Обман – искусство, рожденное цивилизацией, и чрезвычайно мощное оружие в играх власти.

Вы не преуспеете в обмане, если только не научитесь дистанци- роваться от самого себя – если не приобретете способность быть раз- ным, надевая ту маску, которая требуется в этот день и в эту минуту.

Такой гибкий подход к своему облику позволит вам избавиться от внут- ренней тяжеловесности, которая тянет людей вниз. Придайте лицу по- датливость, свойственную лицам актеров, учитесь скрывать от всех свои намерения, учитесь заманивать людей в ловушки. Игру с образами и со- вершенствование в искусстве обмана можно отнести к числу эстетиче- ских удовольствий, которые доставляет нам жизнь. Но это также ключе- вые компоненты в завоевании власти.

Если обман является самым мощным оружием в вашем арсенале, то терпение во всем – самый крепкий ваш щит. Терпение защитит вас от грубых ошибок. Как и контроль над собственными чувствами, терпение – это навык, искусство, которое не дается нам от природы. Но во власти нет совершенно ничего естественного, власть более богоподобна, чем что-либо другое в мире природы. А терпение – высшая добродетель вра- гов, у которых если уж имеется что-то в избытке, так это время. Все хо- рошее будет происходить – трава вырастет снова, если дать ей время и заглянуть на много шагов вперед. А нетерпение только придает вам об- лик слабого. Оно противопоказано власти.

Власть поневоле аморальна, и один из важнейших навыков для ее достижения – умение взглянуть на обстоятельства не с позиции добра или зла. Власть есть игра – это можно повторять часто, – а в играх вы судите не намерения противника, а результат его действий. Вы оцени- ваете его тактику и силу на основании того, что вы видите и чувствуете. Как часто чьи-то намерения становятся только инструментом обмана и коварства! Что это меняет, если другой игрок, ваш друг или соратник, хотел как лучше и заботился только о ваших интересах, но в результате его действия привели к полной неразберихе и разгрому? Это так естест- венно для людей прикрывать свои действия оправданиями всех мастей, всегда утверждая, что у них были лучшие намерения. Вам следует нау- читься недоверчиво смеяться каждый раз, как вы это слышите, и вы ни- когда не обманитесь в оценке чьих-либо намерений и действий, невзи- рая на набор моральных суждений, которые на самом деле служат оп- равданием аккумуляции власти.

Идет игра. Ваш соперник сидит напротив. Вы оба ведете себя как джентльмены или как леди, соблюдая правила игры и не прини- мая ничего близко к сердцу. Вы играете, применяя различные приемы и наблюдая за ходами, которые делает ваш противник, мобилизовав все свое спокойствие. Набейте глаз, научитесь прослеживать резуль- таты его ходов, видимые обстоятельства и не отвлекайтесь ни на что другое.

Половина вашего умения властвовать происходит от того, что вы не делаете, во что вы не позволяете себя втянуть. Чтобы овладеть этим

навыком, вам следует научиться оценивать, во что вам обойдется любая вещь. Как писал Ницше: «Ценность вещи подчас заключена не в том, какую пользу она может принести, а в том, что за нее платят – чего она нам стоит». Возможно, вы добьетесь своей цели, и желанной цели, но какой ценой? Применяйте этот стандарт ко всему, к примеру, если вы решаете, сотрудничать ли вам с кем-то или прибегать ли к его помощи. В конце концов, жизнь коротка, число возможностей ограничено, а ваша энергия конечна. И в этом смысле время так же важно принимать во внимание, как и другие ценности. Никогда не тратьте драгоценное вре- мя или умиротворенное состояние вашего разума на дела других – это слишком дорогая цена.

Власть – социальная игра. Чтобы овладеть ею в совершенстве, вам придется развить способность изучать и понимать людей. Великий мыслитель и придворный XVII века Бальтазар Грациан писал: «Многие люди тратят время на изучение свойств животных или трав; насколько же важнее было бы изучать свойства людей, рядом с которыми нам предстоит жить и умирать!» Чтобы стать игроком высокого класса, вам необходимо быть и психологом высокого класса. Вам нужно будет по- нимать мотивации, видеть сквозь пыльную завесу, которой люди окру- жают свои дела. Понимание скрытых мотивов людей – это целая наука, великая премудрость, и вы сможете, овладев ею, добиться власти. Эта наука открывает бесконечные возможности для обмана, соблазнов и ма- нипуляций.

Люди безгранично разнообразны, можно провести всю жизнь, наблюдая за ними, и так и не понять их до конца. Поэтому очень важно начать обучение как можно раньше – прямо сейчас. Приступая к этому, запомните одно правило: никогда не отделяйте тех, кого изучаете, от тех, кому доверяете. Никогда не доверяйте никому полностью, изучайте каждого, включая друзей и любимых.

Наконец, вам следует научиться всегда избирать непрямой путь к власти. Будьте хитрым. Как у бильярдного шара, который много раз сворачивает, пока не достигнет лузы, ваши ходы должны быть сплани- рованы и выстроены по самому неочевидному маршруту. Тренируясь в умении быть непрямолинейным, вы добьетесь процветания при совре- менном дворе, выглядя образцом благопристойности и являясь на деле мастером манипуляций.

# Природа человека и социальный конфликт

**Тема 10**

# ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УРЕГУЛИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИХ КОНФЛИКТОВ

## Вопросы:

1. Природа человека и социальный конфликт.
2. Значение восприятия в конфликте и кризисе.
3. Пути изменения восприятия противоборствующих сторон и методы урегулирования конфликтов.

## Интеллектуальная разминка

1. *Восприятие* – целостное отражение предметов, ситуаций и со- бытий, возникающее при непосредственном воздействии физических раздражителей на рецепторные поверхности органов чувств. Вместе с процессами *ощущения* восприятие обеспечивает непосредственно чув- ственную ориентировку в окружающем мире. Будучи необходимым эта- пом познания, оно всегда в большей или меньшей степени связано с *мышлением, памятью, вниманием*, направляется мотивацией и имеет определенную аффективно-эмоциональную окраску. Следует различать восприятие, адекватное реальности и иллюзии.
2. *Конфликт* (от лат. conflictus – столкновение) – столкновение противоположно направленных *целей, интересов, позиций, мнений или взглядов оппонентов* или субъектов *взаимодействия.*

В основе любого конфликта лежит ситуация, включающая либо противоречивые позиции сторон по какому-либо поводу, либо противо- положные цели или средства их достижения в данных обстоятельствах, либо несовпадение интересов, желаний, влечений оппонентов и т.п. Конфликтная ситуация, таким образом, содержит субъект возможного конфликта и его объект. Однако, чтобы конфликт начал развиваться, не-

Проблема возникновения конфликта включает такие вопросы, как причина конфликтов; роль конфликта в жизни общества и в жизни от- дельного человека, и наконец, вопрос о возможностях регулирования конфликтов1.

Вообще, понимание конфликта связано с пониманием природы самого человека. Существуют две диаметрально противоположные точ- ки зрения по этой проблеме.

Первая точка зрения восходит к «Политике» Аристотеля (384–322 до н.э.). Аристотель систематизировал сложившиеся к его времени взгляды на общественное устройство. По его версии, «государство есть продукт естественного возникновения, а человек по природе своей есть

«существо политическое»2. Тот, кто живёт вне государства – это либо нравственно недоразвитое существо, либо сверхчеловек, презирающий общество. Примерно такого человека описал Гомер: «Без роду, без пле- мени, вне законов, без очага; и такой человек по природе своей только жаждет войны».

Продолжая свою мысль, Аристотель утверждал, что государство предшествует каждому человеку, и его отношение к государству такое же, как отношение любой части к своему целому. В целом в соотноше- нии индивида и общества Аристотель отдаёт приоритет обществу. Об- щество, государство для него первично и целостно, а отдельный чело- век – часть целого. Деление людей на властвующих и подвластных он относит к естественным законам природы.

Соотношение общества и личности в пользу человека впервые дал первый социальный мыслитель Т. Гоббс в «Левиафане». В отличие от Аристотеля, Гоббс полагает, что естественное состояние общества – это «война всех против всех», и утверждает, что природа создала людей равными умственно и физически3. Но это равенство еще не есть благо. Наоборот, по его мнению, из этого равенства способностей возникает равенство надежд на достижение цели. Вот почему, когда два человека желают одной и той же вещи (но не могут обладать ею вдвоём), они

обходим инцидент, когда одна из сторон начинает действовать, ущемляя

интересы другой стороны. Если противоположная сторона отвечает тем же, конфликт из потенциального переходит в актуальный и далее может развиваться как прямой или опосредованный, конструктивный, стабили-

1 См.: *Здравомыслов А.Г.* Социология конфликта. – М., 1996. – С. 20 и

далее.

2 *Аристотель.* Политика // Антология мировой политической мысли:

зирующий или неконструктивный1.

1 Психология: Словарь / Под ред. А.В. Петровского. – М., 1990. – С. 66, 174.

В 5 т. – М., 1997. – Т. 1. – С. 106.

3 *Гоббс Т.* Левиафан // Антология мировой политической мысли: В 5 т. –

М., 1997. – Т. 1. – С. 319 и далее.

становятся врагами. На пути к достижению цели они стараются погу- бить или покорить друг друга.

Таким образом, из равенства надежд на достижение цели возни- кает взаимное недоверие и оно является прямой причиной обозначенно- го естественного состояния – «войной всех против всех». При этом Гоббс выделяет три основные причины конфликта: 1) соперничество,

2) недоверие, 3) жажда славы.

Такое состояние («естественное состояние») общества, по утвер- ждению Гоббса, имеет внутри себя тенденцию самоуничтожения. Чтобы эта тенденция не реализовалась полностью, люди приходят к выводу о необходимости заключения между собой договора, результатом которо- го является государство.

Государство есть общая власть, которая способна защитить как от несправедливости друг к другу внутри, так и от вторжения внешних сил. Власть в руках одного, либо группы, признаётся представителем данно- го общества. Следовательно, государство существует не от природы, а в силу общественного договора для обеспечения интересов самосохране- ния, и для возможности насильственного преодоления конфликтов, – делает вывод Гоббс.

Если сравнить точку зрения Аристотеля и Гоббса на соотношение человека и общества, то Аристотель подчёркивает в человеке общест- венное начало, его способность сотрудничать с другими людьми. Он ут- верждает, что эта способность как бы заложена в самой природе челове- ка, следовательно, это естественное свойство и способность сотрудни- честву объясняет его стремление к совместной жизни.

Точка зрения Гоббса противоположна, поскольку он исходит из того, что человек есть индивид, для которого другие люди представляют собою среду его обитания, врагов или друзей. При этом, человек сам формулирует свои цели и задачи, стремится к тому, чтобы использовать свои связи и отношения с другими людьми в качестве средств для дос- тижения своих целей.

В зависимости от избранной точки зрения, определяется и подход к пониманию конфликтов. Из того утверждения, что люди способны со- трудничать (Аристотель), не следует, что они не способны к вражде, на- силию, ненависти. В «Политике» указаны и источники конфликтов: 1) не- равенство имущественное; 2) неравенство получаемых почестей.

При этом Аристотель уточняет, что причина конфликта не в са- мом факте неравенства, а в том, что нарушается мера и справедливость в распределении имущества и почестей, именно это нарушение приводит к недовольству простых граждан.

Но причиной конфликтов, как уточняет Аристотель, могут быть персональные характеристики людей, такие, как наглость, ложь, страх, демонстрация превосходства, презрение, чрезмерное возвышение.

С другой стороны, причинами конфликта могут быть интриги, пренебрежительное отношение, унижение, несходство характеров. Эти причины, следуя Аристотелю, можно назвать психологическими факто- рами возникновения конфликтов.

Главную причину конфликтов Аристотель видит в стремлении го- сударственных деятелей заботиться прежде всего о себе, а затем уже о нуждах государства и подданных. Отсюда, по его суждению, возникают такие неправильные формы государства, как тирания, например. Основа- нием правильного государства, считает Аристотель, является соблюдение меры в распределении благ и почестей, должностей в государстве.

По мнению Т. Гоббса, общество определяется формулой «война всех против всех», поэтому конфликты обусловлены природой самого человека и, главным образом, естественным равенством людей. Раз они равны в своих способностях (умственно и физически), то они равны и в притязаниях. Но предметы притязаний не могут принадлежать одновре- менно всем, следовательно, в отношениях между людьми заложен кон- фликт. Это не означает, что люди не способны к сотрудничеству. Но это сотрудничество они осуществляют не в силу своих природных влече- ний, а в силу принуждения, страха перед наказанием за нарушение об- щественного договора, согласно которому власть в обществе передаётся государству.

Гоббс, как и Аристотель, анализирует причины конфликтов. Од- ной из них, как он считает, является то, что человек, добившийся власти, не использует её в полной мере в интересах мира внутри и защиты госу- дарства от внешних сил.

Вторая причина, по мнению Гоббса, – это яд мятежных учений. Одним из таких опасных учений, как он утверждает, является то, что каждый человек есть судья в вопросах: какие действия хороши, а какие дурны. Из-за этого ложного учения люди спорят друг с другом; спорят и обсуждают повеление государства – повиноваться ему или нет, а это вносит смуту и ведёт к ослаблению государства. Третьей причиной конфликтов Гоббс называет «подражание соседним народам».

Сравнивая точки зрения Аристотеля и Гоббса, следует обратить внимание на то, как в рамках их традиций рассматривается вопрос о со- отношении свободы и равенства. С точки зрения Аристотеля, государст- во существует от природы, следовательно, люди от природы не свобод- ны от его установлений и не могут быть равны между собою. Более то- го, утверждает Аристотель, существует много видов неравенства между

людьми в обществе, от которых невозможно избавиться. Можно лишь с помощью государства, если оно справедливо, добиться меры в распре- делении различного рода благ, почестей, участия во власти и тем самым создать предпосылки для более гармоничной жизни.

Т. Гоббс исходной точкой построения общественного устройства предполагает равенство. Но равенство, по его утверждению, не является ни благом, ни идеалом, а только источником раздоров. Следовательно, договор между людьми – условие сохранения сообщества, и этот договор устанавливает власть государства. Участники договора передают госу- дарству свое право на свободу, ограничивают себя законом и обязуются соблюдать его добровольно в силу поощрения или наказания. Поощрение и наказание становятся важнейшими средствами соблюдения верховной власти государства, обеспечения его суверенитета. Личная свобода состо- ит, следовательно, в законопослушании и в инициативе в тех случаях, ко- торые в силу многообразия жизненных обстоятельств не могут быть ого- ворены в законе. Степень законопослушания и инициативы у людей не одинаковы, поскольку они в имущественном положении, знатности, дос- тупе к власти и в других отношениях не равны. Это означает, что между людьми существует исходный конфликт, вытекающий из естественного права и ограниченности ресурсов, и конфликт вторичный, проистекаю- щий из их общественного неравенства. Но и в первом, и во втором случае государство является главным арбитром, судьей, инстанцией, опреде- ляющей, кто прав, а кто виноват в конфликте.

Проблемы природы конфликта в общественной жизни не ограни- чиваются рассуждениями Аристотеля и Гоббса. Начиная с XIX века по- лучили развитие другие точки зрения на проблему, разные интерпрета- ции и теории. Рассмотрение этих теорий не является задачей политиче- ской психологии. Она рассматривает психологические аспекты соци- ально-политических конфликтов, в частности, значение восприятия в конфликтах, кризисах, их урегулирования, и в переговорах.

Вначале кратко остановимся на особенностях «конфликтов ново- го поколения» по комментариям П. А. Цыганкова1. Особенности совре- менных конфликтов, по его мнению, объясняют четыре причины.

Во-первых, в канун XXI в. изменились как причины, так и источ- ники конфликтов. Они все чаще возникают на этнической и религиоз- ной основе, также часто причинами конфликтов являются экономиче- ские и финансовые противоречия, и борьба за рынки и ресурсы. Одной из причин современных конфликтов является глобализация. Усиление

1 См.: *Цыганков П.А.* Теория международных отношений. – М., 2002. –

С. 428 и далее.

интеграции, учащение конфликтов идентичности и этнического терро- ризма представляют собой ответную реакцию на высокомерную поли- тику безальтернативности либеральной демократии, ничем не ограни- ченной экспансии рынка, прав человека в их западной интерпретации. Подобная политика стала своеобразной формой этноцентризма с

«транскультурными инвариантами», не допускающими никаких возра- жений.

Ликвидируя подобным образом культурное многообразие, глоба- лизация способствует возникновению «племен», покорности, росту эт- ницизма, взрыву конфликтов идентичности, а отнюдь не мирному сосу- ществованию и диалогу.

Во-вторых, меняются участники конфликтов. Конфликты между государствами не исчезают, но маловероятны мировые войны, такие, как первая и вторая. Государство остается одной стороной конфликта, но его противниками (другая сторона конфликта) все чаще будут высту- пать негосударственные акторы – экстремистские организации, религи- озные течения, преступные группировки (в том числе внутри самого госаппарата), транснациональные преступные синдикаты, террористи- ческие формирования и этнокультурные кланы.

В-третьих, изменяются характер и содержание конфликтов. Они все больше становятся внутригосударственными и, как правило, в гус- тонаселенных и высокоурбанизированных и слаборазвитых регионах. Все более распространенными становятся асимметричные, в силу сущ- ностного несходства противоборствующих сторон, конфликты. Они приобретают характер раздробленных процессов, с которыми сложно бороться, становятся все более продолжительными, все труднее контро- лировать их начало и окончательное разрешение. Неопределенность распространяется не только на результат конфликтов, но и касается времени и многообразных центров власти, напоминающих ситуацию, господствовавшую в межгосударственных отношениях в Средние века.

В-четвертых, следует отметить изменения в деятельности между- народных организаций и, прежде всего, ООН. Деятельность характеризу- ется сегодня определенной активизацией, ростом операций по поддержа- нию мира и участившимся вмешательством в кризисы и конфликты.

# Значение восприятия в конфликте и кризисе

Итальянский исследователь У. Гори заметил, что войны начина- ются не только по идеологическим, политическим, но и по психологиче- ским причинам.

По мнению ряда исследователей (Т.Ф. Дмитриев), основные про- блемы в переговорах при конфликтах и кризисах лежат в различном вос- приятии и понимании проблемы. Соответственно, у каждой стороны складывается собственный подход к разрешению конфликта. Не случайно в Уставе ЮНЕСКО дана формулировка: «Войны начинаются в сознании людей». Отсюда следует, что и урегулирование конфликтов надо начи- нать с изменения сознания и восприятия конфликта его участниками. И при этом, как указывает М.М. Лебедева, каким бы далёким от действи- тельности не было восприятие сторонами друг друга и причин конфликта, с ним надо считаться, потому что особенности восприятия являются не только фактором реальности, но и объективным параметром ситуации1.

Начнём с того, что в конфликтной ситуации стороны выбирают силовые или мирные способы разрешения противоречий. При этом они исходят не столько из объективных позиций, сколько из того, как они видят и оценивают обстановку.

Один из первых и главных исследователей проблемы восприятия участников конфликта американский исследователь К. Баулдинг утвер- ждает, что восприятие является не только отражением внешней реаль- ности, но и развивается по собственным законам. Образы восприятия могут усиливать или ослаблять друг друга, возникать и исчезать.

Вообще, наличие противоречий не обязательно ведёт к конфлик- ту. Для развития конфликта стороны должны осознавать, что их цели и интересы несовместимы, при этом получить установки на конфликтный способ их разрешения. Важно подчеркнуть, что цели и интересы могут и не противоречить друг другу. Но если они воспринимаются как взаимо- исключающие, то это может вызвать конфликт. (*Например, Карибский кризис – главный фактор едва не начавшейся третьей мировой войны – неверное восприятие сторонами конфликта основных намерений друг друга: каждая сторона исходила из того, что противоположная сто- рона преследует крайне агрессивные цели.)*

Несоответствие восприятия может не только породить конфликты, но и создать много сложностей при их урегулировании (особенно у лидеров).

Американский исследователь Дж. Стоссинджер выявил, что в большинстве вооружённых конфликтов в ХХ веке основными фактора- ми были ошибки восприятия лидеров, которые заключались как в не- адекватной оценке собственных возможностей и в неверной оценке личностных черт лидера другой стороны, так и в ошибочном воспри- ятии намерений противоположной стороны, недооценке ее сил.

Значение этих факторов иллюстрирует исторический пример.

1 См.: *Лебедева М.М.* Политическое урегулирование конфликтов. – М., 1997.

В 1865 году Отто фон Бисмарку нужно было, чтобы Австрия под- писала соглашение, которое полностью отвечало интересам Пруссии. Бисмарку приходилось хитрить, чтобы добиться своего. Участник пере- говоров с австрийской стороны граф Бломе был заядлым картёжником. Его любимой игрой был куинс, и он часто говаривал, что мог бы судить о человеке по тому, как он играет в куинс. Бисмарк знал об этом.

Вечером накануне начала переговоров Бисмарк с невинным ли- цом пригласил Бломе на игру в куинс. Позднее он писал: «С тех пор я никогда больше не садился играть в куинс. Я играл так неосмотритель- но, опрометчиво, что все были поражены. Я проиграл несколько тысяч талеров (ден. единица того времени), но мне удалось одурачить (Бломе), заставив его поверить, что я более азартен, чем на самом деле, и я не мешал ему так думать». Бисмарк не только показался безрассудным, он вёл себя как человек неумный и недалёкий, говорил глупости, непре- рывно болтал, показывая, что не может держать себя в руках.

Всё это заставило Бломе думать, что он получает ценную инфор- мацию. Он знал об агрессивности Бисмарка – за пруссаком уже закре- пилась такая репутация, и своим поведением он подтверждал её. А аг- рессивные люди, как было известно Бломе, обычно глупы и несдержан- ны. Поэтому к моменту подписания соглашения Бломе был уверен, что у него есть преимущество. Безголовый дурень вроде Бисмарка, считал он, неспособен на хладнокровный расчёт или обман. Поэтому Бломе лишь мельком просмотрел договор, прежде чем подписать его, и не стал изучать его окончательный вариант. Не успели высохнуть чернила, как Бисмарк радостно выкрикнул ему в лицо: «Ну и ну, никогда бы не пове- рил, что найдётся австрийский дипломат, который согласится подписать этот документ!»1.

Одной из особенностей восприятия в условиях конфликта является его стереотипный характер. Стереотипное восприятие включает в себя:

* эмоциональный фактор (сильная эмоциональная окраска – вра- ждебность, недоверие, страх, ненависть к противоположной стороне);
* когнитивный фактор (стремление к упрощению информации, схематизм при оценке фактов, избирательная восприимчивость – вос- принимается только та информация, которая согласуется с имеющимися стереотипами, а все остальное игнорируется. В результате восприятие принимает суженный характер)2.

1 *Грин Р.* 48 законов власти. – М., 2003. – С. 226–227.

2 В наиболее экстремальной форме стереотипы проявляются и на уровне массового сознания. В основном они создаются СМИ и поддерживаются ими.

Стереотипное восприятие в условиях конфликта оказывает ряд негативных воздействий на урегулирование конфликтов.

* + Стереотипное восприятие в конфликте способствует тому, что факты, которые противоречат собственной сформулированной по- зиции, либо не замечаются, либо подгоняются под усвоенные стерео-

типы. При этом сужается спектр источников информации. Стороны в большей степени склонны основывать свои суждения на информации, полученной разведкой, а не из открытых источников, потому что не доверяют друг другу, следовательно, не доверяют и открытым источ- никам. В результате стереотипное восприятие ограничивает варианты выхода из кризиса.

* + Следующее следствие стереотипного восприятия в условиях конфликта – его схематизация. В условиях конфликта легче всего вес-

ти пропаганду войны, чем мира. При этом стереотипы строятся по схеме – «либо победа, либо смерть», «свой-чужой». Такой подход или схема предполагает наиболее простые решения. Они чаще всего наце- лены на уничтожение врага (знаменитая установка Сталина – «если враг не сдается, его уничтожают», причём не военных, а идеологиче- ских врагов).

* + Формированию и усилению стереотипов способствует пропа-

ганда, направленная на формирование «образа врага». Каждая сторона делает пропаганду простой, доходчивой с учетом собственной установ- ки. Чем примитивней пропагандистский образ, тем легче он вписывает- ся в систему стереотипов личности, социальных и этнических групп. В результате такой пропаганды массы начинают поддерживать своих лидеров безоговорочно, не допуская мысли, что есть и «правда другой стороны». Конфликт, поддержанный массовым сознанием, приобретает необратимый характер.

Для восприятия в условиях конфликта характерен ряд конкрет- ных феноменов.

*«Приписывающее искажение»* – любые поступки противополож- ной стороны объясняются её «злым умыслом», причём американский психолог Уайт назвал его созданием «дьявольского образа врага», дья- вол, конечно, – противоположная сторона в конфликте. Хорошие по- ступки стороны осуществляются с умыслом, с тайной целью, а свои по- ступки – носят мирный и добрый характер. Характерная особенность

«приписывающего искажения» каждая сторона свои негативные по- ступки не замечает, либо объясняет обстоятельствами (вынудили!) или провокацией противоположной стороны.

Например, СМИ дают информацию о том, сколько млн. человек протестовало против военной акции, но не дают, сколько было «за», или наоборот.

В результате подобного восприятия сторонами друг друга, воз- растает психологический барьер в их отношениях, что естественно за- трудняет урегулирование конфликта.

Следующий феномен проявляется в том, что в конфликте проис- ходит *«обесчеловечивание противника».* Выражается это в том, что к противоположной стороне не допускается никакого сочувствия, наобо- рот, ее сравнивают с темными силами (сатана), либо с животными, ко- торые вызывают у людей отвращение (шакал, гиена, крыса). (В годы гражданской войны большевистская пропаганда обращалась к массам:

«Акулы империализма, ощерив свои волчьи пасти, хрюкают у наших священных границ!!!».)

Если конфликт между противоборствующими сторонами ост- рый, то отсутствие сочувствия распространяется даже на случаи сти- хийных бедствий. В других случаях трагедия противоположной сторо- ны вызывает нескрываемое злорадство. В результате такого воспри- ятия усугубляется возможность полного урегулирования конфликта.

Другой феномен проявляется в *«гипертрофированном воспри- ятии».* Это те случаи, когда незначительные события могут расцени- ваться сторонами конфликта как критические, а кризис воспринимается уже как ключевой момент отношений. В результате происходит обост- рение конфликта, и он выходит на следующий виток.

Существует еще один феномен – *«реакция успокоенности».* Этот феномен прямо противоположен предыдущему. Реакция успокоенности проявляется в том, что одна сторона не верит в то, что другая сторона предпримет какие-либо серьёзные действия против нее. (Упорное неже- лание Сталина верить в нападение Германии.) Результат подобного вос- приятия ситуации – психологическая и фактическая неготовность сто- рон к урегулированию конфликта или отражению агрессии.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| События и факты | Интерпретация событий и фактов | |
| Советская | Американская |
| 1. Роль СССР в Вос- точной Европе | Лидирующая | Захватническая |
| 2. Размещение совет- ских ядерных ракет на Кубе | В целях предосторожно- сти, в ответ на многочис- ленные аналогичные дей- ствия США | Агрессивные: новый этап  «холодной войны» |
| 3. Западный Берлин | Форпост враждебности, центр опасного шпионажа и источник буржуазной  пропаганды | Форпост свободы во вра- жеском окружении |

Следующий феномен – *«зеркальные образы».* Участники кон- фликта воспринимают и оценивают одни и те же события настолько различным образом, что их восприятие приобретает зеркальный харак- тер – т.е. диаметрально противоположный (в зеркале левое – это правое, и наоборот). Как иллюстрацию феномена, можно привести пример, ко- гда К. Митчелл описал восприятие советской и американской сторон периода «холодной войны» одних и тех же событий.

В результате восприятия по типу «зеркальные образы» усилива- ются тенденции якобы несовпадения целей. Игнорируя общие моменты, в целом они нагнетают враждебный образ у сторон (даже действующие дружеские отношения резко меняются на отрицательные).

Следующий феномен проявляется в *«ощущении нарушения ба- ланса в свободе выбора действий».* Подобное восприятие проявляется в том, что у участников конфликта возникает ощущение и подозрение, что другая сторона имеет большую свободу в выборе действий. Свои действия они объясняют как ответные и вынужденные. Действия про- тивников расценивают как провокацию и спланированную акцию. Но логика обеих сторон одинакова – «у нас не было выбора, мы были вы- нуждены, а у них был выбор, но они пошли на обострение» и т.д.

Результат такого восприятия – кризисная ситуация не только обо- стрена, но стороны начинают применять действия, которых можно было избежать.

Существует и такой феномен как *«угрожающий фактор»,* поро- жденный наличием двойственности. Участники конфликта подают двойственную информацию и одна из сторон интерпретирует её как уг- рожающий фактор. Подавая двойственную информацию, участник кон- фликтных отношений предполагает, что в случае агрессивных намере- ний другой стороны он может встретить опасность подготовленным. В случае нормальных отношений он сделает акцент на другой части ин- формации и его действия будут представлены как допустимые. Резуль- тат восприятия – двойственность информации и её интерпретация мо- жет привести к вооружённым конфликтам.

Наконец, при конфликте возникают феномены *«групповой иден- тификации и групповой сплочённости».* Проявляются они в том, что каж- дая конфликтующая сторона становится единой в своих эмоциональных реакциях, устремлениях и суждениях. Члены группы воспринимают себя через оценки и нормы группы (см. «Функции групповых норм»). Внутри группы устанавливаются тесные контакты, исчезают внутренние разли- чия, все слои – командиры и подчиненные – выступают как бы на равных. Создаётся ощущение «равенства» и «братства».

Индивид в подобной ситуации (с любой стороны) чувствует удовлетворение в том, что находится среди друзей, возрастает его само- оценка и чувство значимости, безопасности (группа воспринимается как защитник). Желание думать хорошо о своей группе, стране, этносе ведёт к игнорированию положительной информации о противоположной сто- роне. Всё что усиливает образы «врага», противопоставляется «мы» –

«они», а на поведенческом уровне мобилизует и нацеливает членов группы только на победу в конфликте.

Результат подобного восприятия – групповая идентификация и сплочённость – вызывает ощущение заманчивости риска в конфликте, появляется лёгкость в принятии решений, но главное – происходит пси- хологическое снятие с себя ответственности за усиление конфликта, по- является стремление сторон идти «до победного конца», что крайне за- трудняет разрешение конфликта политическими средствами. Стороны избегают любых форм контакта, будь то научные, культурные, гумани- тарные (родственные). У участников конфликта возрастают негативные стереотипы в отношении друг друга.

В целом, эмоциональная окраска усиливает стереотипное воспри- ятие сторон, и они начинают склоняться скорей к обвинению, чем к ар- гументированному обсуждению. Американский политический психолог Ф. Тетлок утверждает, что чем выше степень конфронтации, тем более простыми становятся аргументы каждой стороны, это своеобразный

«диалог глухих» – каждый слышит только себя. В подобных условиях эгоцентризма конфликтующих сторон трудно принять взаимоприемле- мое решение: каждая сторона настаивает на своих условиях, в конфликт втягиваются все новые лица, и все апеллируют к общественному мне- нию, и вместо разрешения конфликт все более разгорается, втягивая в процесс массы.

# Пути изменения восприятия противоборствующих сторон

**и методы урегулирования конфликтов**

Чтобы остановить дальнейшее развитие конфликта и перевести его в плоскость мирного урегулирования, следует изменить восприятие сторон. По утверждению М.М. Лебедевой, существует ряд мер, чтобы свести до минимума негативные восприятия. Они основаны на том, что восприятие не только формируется самими участниками, но и активно влияет на процесс развития отношений сторон, являясь активным ком- понентом как урегулирования конфликта, так и его эскалации.

Первое, на что следует обратить внимание, – это адекватность восприятия лиц, ответственных за принятие решения. Для этого следует провести детальный анализ интересов и потребностей, как собственных, так и противоположной стороны. Обращение к такому анализу позволя- ет рационально оценить ситуацию и откорректировать образ оппонента.

Снятию негативных моментов восприятия способствует обраще- ние к независимым экспертам (к третьей стороне), которые помогут в оценке ситуации. Необходимо установить, насколько суждения экспер- тов совпадают с выводами лиц, принимающих решения. Это может из- менить и восприятие конфликта сторонами.

Важным фактором изменения негативного восприятия является демонстрация отсутствия агрессивности намерений сторонами. Такое поведение должно выглядеть как проявление доброй воли, а не как сла- бость или тактический ход (но не под давлением извне). В этом случае другая сторона верит в искренность добрых намерений, тем более, если она не является слабой в военном отношении. Но если противник вос- принимает примирительные действия как вынужденные, по слабости, или маневром (т.е. обманом), то реакция может быть жёсткой, и приве- дёт к обострению конфликта. Как утверждают психологи, здесь не прин- ципиально, какие реальные мотивы были в основе примирительных шагов, а важно то, как они были восприняты.

Демонстрация неагрессивных намерений может выражаться и в признании ошибочности предыдущих действий. Но, как отмечают анали- тики, такое бывает редко, поскольку каждая сторона пытается «сохранить своё лицо». Чаще один из участников конфликта будет подавать знаки в

«завуалированной» форме другой стороне о своём желании прекратить дальнейшее обострение отношений. (Подать двойственную, но мирную информацию – пусть та сторона «прочтёт» должным образом.)

Но подача такой информации не гарантирует, что её воспримут как задумано. Чтобы подтолкнуть другую сторону к такому восприятию, по другим каналам (через СМИ, конфиденциальные каналы и «утечку» информации) даётся дополнительная, поясняющая информация. Такой приём помогает «сохранить лицо», если противная сторона не воспри- мет информацию – ведь прямого обращения не было.

На разрушение негативных стереотипов восприятия может ока- зать влияние элемент внезапности. Например, стремления Горбачёва в Рейкьявике открыто обсуждать вопрос о стратегических наступатель- ных ядерных вооружениях. Такое поведение лидера СССР выходило за

Наиболее эффективный путь изменения негативных стереотипов при конфликте и кризисах – это использование разных методов, которые ориентированы как на лидеров, принимающих решения, так и на массы. Положительное значение имеют контакты между представителями кон- фликтующих сторон.

Известные способы изменения восприятия имеют, как мы уже отметили, отношение к небольшим группам, состоящим из лидеров. Но проблемой остается изменение стереотипов восприятия на уровне мас- сового сознания. Как отмечает Л.Я. Гозман, даже в тех случаях, когда лидеры осознают необходимость прекращения насилия и начала диало- га, это бывает часто трудно реализуемо. Достигнутые договоренности часто нарушаются на практике именно в силу наличия негативных обра- зов. Примером могут служить «горячие» точки, такие, как Абхазия, Южная Осетия, бывшая Югославия, когда возобновляются столкнове- ния и после подписания соглашения о прекращении огня. Одним из возможных способов изменения отрицательных образов на уровне мас- сового сознания является активное использование СМИ: отказ в печати, на телевидении от формирования и поддержания образа врага, показ взаимной выгоды от совместного решения проблемы путем перегово- ров. Но тем не менее, следует учитывать, что изменение стереотипов восприятия требует длительного времени.

Следует особо рассмотреть методы урегулирования конфликтов, которые условно можно разделить на три группы1.

*Первая группа методов* направлена на предотвращение насильст- венной стадии развития конфликта. К таким методам относятся диагно- стика конфликта и выявление его причин с тем, чтобы не допустить его дальнейшего разрастания.

Пока не разработаны стандартизированные процедуры определе- ния четких критериев определения развития конфликта. Поэтому в ос- новном эту процедуру выполняют институты и механизмы предупреж- дения насильственных форм развития конфликта. К ним относится ши- рокая сеть государственных и негосударственных консультационных служб, куда можно обратиться с самого начала возникновения конфлик- та. И, конечно, существенную помощь оказывают СМИ, система обра- зования, общественные организации.

*Вторая группа методов* направлена на разрешение противоре- чий, вызвавших конфликт. Основоположник этой группы методов Дж. Бертон утверждает, что разрешение конфликта должно основывать-

рамки традиционного стереотипа восприятия СССР как «империи зла».

Именно этот шаг Горбачёва стал мощным толчком к изменению данно- го стереотипа.

1 См.: *Гозман Л.Я, Шестопал Е.Б.* Политическая психология. – Ростов- на-Дону, 1996.

ся на изменении глубинных структур. Правильно организованное обще- ние между социальными группами, находящимися в конфликте, занима- ет одно из центральных мест в данном подходе. Оно изменяет характер восприятия и, следовательно, отношения сторон друг к другу. Методы, предложенные Дж. Бертоном, включают в себя Т-группы, ориентиро- ванные на снятие ложной идентификации с группой только по нацио- нальному признаку; специально организованные встречи и дискуссии между конфликтующими группами (этот метод активно использует С. Сорокина в своей авторской программе «Основной инстинкт» на Рос- сийском телевидении). В то же время следует учитывать, что полностью разрешить конфликт бывает сложно. Не исключено, что будущие кон- фликты трансформируются в латентную форму.

*Третья группа методов* направлена на снижение уровня напря- женности и считается наиболее разработанной. Эта группа методов включает в себя те приемы, которые предполагают перевод конфликта в рациональный план. Она основана на том, что немногие конфликты по своей природе являются конфликтами, в которых интересы сторон пол- ностью противоположны (конфликт с нулевой суммой). Задача состоит в том, чтобы участники через включение дополнительных вопросов, или, наоборот, исключение каких-то, сделали конфликтную ситуацию носящей ненулевой характер. Другой вариант перевода конфликта в ра- циональное русло – диверсифицировать цели и ценности, сделать так, чтобы конфликтующие стремились к разным, не пресекающимся целям. Далее, стороны могут сформировать и цели более высокого порядка, ко- торые объединят их.

Существуют и другие методы снижения напряженности и уровня противостояния. Американский автор Ч. Осгуд предложил такой спо- соб, как постепенные и взаимные инициативы по сокращению напря- женности. Основная проблема в применении данного метода – наличие доверия участников друг к другу, инициатор не должен оказаться в си- туации, когда противоположная сторона отвергнет инициативу. Во из- бежание этого прибегают к различного рода гарантиям (в качестве га- ранта может выступить третья сторона).

В мировой практике международных отношений используют и другие методы снижения напряженности, например, силового давления, применение санкций, чтобы побудить конфликтующие стороны к поис- ку мирных средств решения проблемы. Эти методы не универсальны, и в ряде случаев могут не только не разрядить конфликт, а, напротив, обо- стрить его.

не всегда и не обязательно ведут себя в конфликте рационально и не всегда готовы к компромиссам. Более того, участники конфликта часто склонны к иррациональным действиям. При этом огромную роль играет не только психология переговоров, посреднические услуги, но и дипло- матическое искусство.

В 1975 году, когда Генри Киссинджер участвовал в трудных и не- результативных переговорах с Израилем по поводу возвращения части Синайской пустыни, захваченной им в 1967, он неожиданно прервал на- пряженные переговоры и предложил осмотреть одно памятное место. Он отправился на развалины древней крепости Масада, известной всем жителям Израиля как место, где в 73 г. семьсот иудейских воинов пред- почли самоубийство сдаче римским легионам. Израильтяне сразу поня- ли подоплеку этой поездки Киссинджера: он косвенно упрекал их в стремлении к массовому самоубийству. Хотя сама поездка мгновенно не повлияла на состояние умов израильских дипломатов, она настроила их на более серьезный и ответственный подход, чем если бы прозвучало прямое предупреждение1.

# Иллюстрация к лекции

## Персональный взгляд на тему

*Оле Р. Холсти*. Кризисы, эскалация войны. Теория международных отношений: Хрестоматия / Сост. П.А. Цыганков. – М., 2002. – С. 300–315.

***Кризис и напряжение*.** По мнению Генри Киссинджера, госсек- ретаря в администрации Президента США Никсона, ответ на вопрос, что уместно для политики во время кризиса, «зависит не только от ака- демической точности, но и от того, что можно предпринять в состоянии стресса».

Как действуют люди и группы, испытывающие давление и на- пряжение, вызванное кризисом? Вызвана ли склонность к подобным си- туациям благими побуждениями, глубоким чувством целесообразности, чрезвычайной энергичностью и повышенной творческой активностью? Вызваны ли они внешним источником? Или проистекает из нашей не- способности справиться с проблемой (вспомним фразу Нойштадта:

«Параноидальная реакция характерна для кризисного поведения»)? Ка- кое поведение более типично для нас под интенсивным давлением: бо-

Основная проблема при использовании методов для достижения

взаимоприемлемых вариантов решения, заключается в том, что стороны

1 *Грин Р.* 48 законов власти. – М., 2003. – С. 117.

лее осторожное или стремление к высокой степени риска? И в любом ли случае побеждает наше влечение к риску?

Ответы на эти вопросы всегда важны для людей, оказавшихся пе- ред лицом кризиса. Если это лидеры стран, то они возлагают на себя ог- ромную ответственность, принимая решение в условиях современного международного кризиса: от психологических особенностей главы го- сударства функционировать в условиях большого напряжения могут за- висеть судьбы миллионов людей, если не всех будущих поколений. Не- смотря на важность проблемы, многие описательные и предписываю- щие теории внешней политики просто ее игнорируют или считают ре- шение очевидным. Приведем для примера некоторых основных предпо- сылок в теории сдерживания: польза решений, сдерживающих враждеб- ные действия, обусловливается беспристрастным подсчетом возможных потерь и выгод, тщательным анализом ситуации и скрупулезной оцен- кой имеющихся ресурсов; сходным образом оценивается положение в иерархии лидеров государств на основании того, насколько они близки к верху списка и, соответственно, какую роль они способны сыграть в предотвращении войны; последнее допущение состоит в том, что все нации сохраняют устойчивый централизованный контроль над реше- ниями, которые могут повлечь или спровоцировать применение силы.

Следовательно, теории сдерживания предполагают, что процесс принятия решений рационален и предсказуем. Но не существует системы сдерживания, считающей мощь своих вооружений достаточной гарантией защиты от национального руководства с параноидальными наклонностя- ми, в распоряжении которого находится кнопка запуска. То же можно сказать и о руководстве, личные качества которого отражают националь- ную склонность к самопожертвованию и мученичеству. Или о случаях, когда принимающий решение склонен поиграть в русскую рулетку, или когда руководство государства не владеет достоверной информацией и решение принимается исключительно на основе догадок, или когда руко- водство сочтет потерю большинства населения и ресурсов вполне прием- лемой ценой за достижение внешнеполитических целей.

Очевидно, допущения теории сдерживания применимы для большинства случаев и обстоятельств, даже в условиях такого глобаль- ного противостояния, как «холодная война». С другой стороны, челове- чество практически непрерывно пребывает в состоянии войны. Боль- шинство теорий сдерживания заключает, что угрозы и предостережения не только эффективно влияют на поведение противника, но и способст- вуют усилению контроля, увеличению значения анализа и осторожно- сти, сдерживающих безрассудство и склонность к риску. Однако харак- терно мнение, что рациональность, на которой базируется сдерживание,

хрупка. И все-таки многие считают, что эти рационалистические пред- посылки с некоторыми изменениями срабатывают и в кризисной ситуа- ции. Иначе говоря, специалисты по сдерживанию стремятся быть опти- мистами в вопросе о возможности осознанных действий политических лидеров, если этого требует ситуация – даже когда они пребывают в со- стоянии стресса. Справедливости ради отметим, что исследователи за- частую готовы признать некоторые специфические черты кризиса, на- пример трудности в обеспечении нормальной коммуникации между противниками. Но из этих предложений делается вывод, что недоста- точный контроль над ситуацией можно использовать для торга, прину- ждения противника к занятию невыгодного положения; более того, та- кую стратегию можно применить не только единожды, но и в повтор- ных столкновениях.

Это сверхупрощенное резюме богатейшей литературы по содер- жанию. Однако в существенной мере прав критик, утверждавший, что теория сдерживания… предполагает, что в целях собственного выжива- ния нам нужно сначала расстроить планы наших оппонентов, очень сильно их запугав, а потом воздействовать на рациональность, пробу- дившуюся в их охлажденных головах.

Более фундаментальный вопрос: каково влияние кризиса на по- литические процессы и их результаты? (Определим его как *ситуацию непредвиденной угрозы важным интересам государства с ограничен- ным временем на принятие решения*.) Каково возможное действие кри- зиса на способности, в основном определяющие эффективность процес- са принятия решений? Имеются в виду следующие способности:

* определение основных альтернативных вариантов действия;
* оценка возможных выгод и потерь, связанных с осуществле- нием каждой альтернативы;
* сопротивление преждевременному прекращению обсуждения;
* различение возможного и вероятного;
* умение оценивать ситуацию с точки зрения другой стороны;
* распознавание истинной и ложной информации;
* осознание неопределенности;
* сопротивление преждевременным действиям;
* способность вносить коррективы при изменении ситуации (и, как логическое следствие, отличать действительные изме- нения от кажущихся).

Конечно, этот список неполон. Его задача – дать критерии, в со- ответствии с которыми можно оценить потенциальные последствия воз-

действия стресса на поступки лиц, влияющих на внешнеполитические решения.

Наиважнейший для наших целей аспект кризиса – то, что вовле- ченные в критическую ситуацию индивиды и организации постоянно испытывают огромное напряжение, вследствие чего снижается их спо- собность критически оценивать свои разработки. Важен и фактор неоп- ределенности: очевидно, что неожиданные и неизвестные ситуации рас- цениваются как наиболее опасные. В конце концов, в период кризиса часто вводится почти круглосуточный график работы, причиняющий обоим противникам немалые тяготы при отсутствии достаточного вре- мени на принятие решения. К примеру, в 1962 г. многие американские официальные лица спали в своих кабинетах вплоть до окончания кон- фронтации: «Мы должны проводить здесь, в госдепартаменте, 24 часа». Кажется, Хрущев в это время спал не больше… Во время значительно менее напряженного ближневосточного конфликта 1967 г., известного как «шестидневная война», советское Политбюро, по крайней мере, од- нажды заседало всю ночь. Отсутствие отдыха и крайне продолжитель- ное рабочее время, вероятно, усиливают напряжение, и без того прису- щее ситуации.

***Стресс и действие: психологическая очевидность.*** Централь- ной темой этой книги является исследование влияния напряжения, по- рождаемого кризисом, на деятельность людей и организаций, оказы- вающих наиболее важное воздействие на внешнеполитические процес- сы и результаты. Напряжение (или стресс) рассматривается как резуль- тат ситуации, угрожающей базовым целям и ценностям… Наше опреде- ление стресса как субъективной реакции на ситуацию кажется более правильным, чем определение стресса как свойства самой ситуации.

Стартовой точкой исследования станет экскурс в обширный и бо- гатый материал теории и практики экспериментальной психологии. Преимущества точных измерений, ясные ответы и надежный контроль за экспериментальными данными позволили психологам оценить мно- гие аспекты человеческого поведения в разнообразных ситуациях. Осо- бо рассмотрим воздействие стрессовой ситуации на формирование аль- тернативных вариантов и процесс отбора оптимального из них, оценку временного фактора и модели коммуникации. Вместе с тем примем во внимание влияние недостатка времени, количества имеющихся альтер- натив и значительного объема информации на усиление напряжения, проверим иные отношения переменных, например, между системой коммуникации и выбором политических решений. Теории и исследова- ния кризисов показывают особую важность перечисленных выше во- просов.

Уровень стресса – величина интегральная, и необходимо выявить предварительные условия для модификации решений применительно к индивидам и организациям, так как без этого мы рискуем получить не- достаточно достоверную информацию. Низкие уровни напряжения пре- дупреждают нас о наличии требующих нашего внимания обстоятельств, увеличивают бдительность и помогают подготовиться к разрешению си- туации. Увеличение стресса до среднего уровня может усилить склон- ность и способность к поиску удовлетворительного решения проблемы. Исследования показывают, например, что окружающая обстановка, обу- словливающая «неуверенность без особой тревоги», наиболее способст- вует продуктивной деятельности. Действительно, в элементарных си- туациях более высокий уровень напряжения может повысить результа- тивность, по крайней мере в течение непродолжительного времени. Ес- ли проблема относительно проста и критерии, которые нужно принять во внимание, немногочисленны, производительность может повыситься. Подобно тому как во время наводнения люди способны проявить не- обычайные физические способности, перенося мешки с песком, между- народные кризисы заставляют внешнеполитический персонал работать продуктивно.

Однако нас не очень интересует влияние кризисных эффектов на людей, занимающихся конторской или технической работой. Больше волнует, как напряженная ситуация влияет на функционирование офи- циальных лиц высшего ранга. Внешнеполитические проблемы по сути своей комплексны, неопределенны и изменчивы, поэтому требуют отве- тов, основанных более на вероятностной качественной оценке, а не на точном просчете ситуации. Но именно способность к качественной оценке подвергается наибольшему воздействию стресса.

Большинство исследователей говорит о нелинейной зависимости между уровнем напряжения и способности индивидуумов и групп. На- пряжение среднего уровня может влиять благотворно на процесс приня- тия решений, однако усиление стресса оказывает негативное воздейст- вие. На основе ряда экспериментов Бирч определил, что среднее напря- жение больше способствует возможности благополучно справиться с проблемой, чем слабое или высокое, независимо от мотивации. Он точ- но установил, что люди, просто побаивающиеся серьезной операции, выздоравливают чаще тех, кто трясется от страха либо не боится совсем. Такой вывод подтверждается и другими учеными. Анализируя группо- вое поведение, Ланзетта обнаружил, что увеличение напряжения спо- собствует более точному определению диагноза, однако при переходе через определенный порог количество ошибок возрастает. Постмэн и Брюнер, исследуя воздействие стресса на способность к восприятию, за-

ключили: «Способность к восприятию нарушается, становиться хуже, чем при обычных условиях, и, следовательно, меньше способна к адап- тации. Основные характеристики функции восприятия поражены, менее адекватен выбор ощущений из комплексного поля, восприятие фактиче- ски становится абсурдным. Проявляется тяга к необоснованной агрес- сивности или желание скрыться, делаются необоснованные умозаклю- чения».

Кроме упомянутых выше, экспериментальные изыскания выяви- ли дополнительно следующие порождаемые стрессом эффекты: беспо- рядочные действия; увеличение количества ошибок; склонность к более примитивным ответам; ригидность в принятии решения; неспособность сфокусировать внимание как во времени, так и в пространстве; неуме- ние выделить опасность из обыденного; ослабление способности к вос- приятию; ослабление абстрактного мышления; расстройство моторной деятельности; неспособность воспринимать в комплексе политическую обстановку. Применительно к международным кризисам это означает, что при высоком уровне напряжения сокращается объективность в оценке ситуации. Под воздействием перечисленных выше условий люди принимают решения до того, как становится доступна адекватная ин- формация, и эффективность их действий ниже, чем при нормальных об- стоятельствах. Комбинация воздействия стресса и неопределенности приводит некоторых к осознанию, что «даже самое худшее будет лучше этого».

Подведем итог: в ситуации сильного напряжения происходит снижение познавательной способности, сужается кругозор, человек не способен удерживать основные аспекты в голове на протяжении дли- тельного времени и его поведение утрачивает гибкость.

Методологические основания, позволившие прийти к подобным выводам, зачастую критикуются, однако основное заключение неопро- вержимо – высокий уровень напряжения подавляет человеческие спо- собности. Более того, из-за огромного объема и сложности внешнеполи- тических задач уровень напряжения варьируется исключительно от среднего до высокого, поэтому его влияние на способности практически всегда крайне неблагоприятно.

Существенным аспектом международных кризисов является вре- менной фактор, который играет особо важную роль в ситуации, когда одна из конфликтующих сторон уверена, что способна навязать проти- воположной желаемую модель поведения. Нужно отметить, что этот фактор отнюдь не определяется собственно временной протяженностью, а зависит от того, сколько требуется времени для решения конкретной задачи. Если наличие пяти минут для решения вопроса, чем заняться в

выходной: игрой в гольф или поездкой на природу, вызовет стресс, то установление срока в пять недель для поиска новой работы вполне спо- собна вызвать крайнее напряжение вследствие нехватки времени. Ре- шающим здесь становится ощущение времени: «Скорее эффект нехват- ки времени порождается затруднительными обстоятельствами, нежели эти обстоятельства порождаются временным ограничением».

Высокое напряжение сокращает временные ресурсы. Например, способность оценивать имеющееся в распоряжении время ухудшается в тревожной ситуации – проявляется взаимозависимость стресса и време- ни. С одной стороны, общественное производство в условиях техноло- гического кризиса и присущих ему угроз усиливает напряженность ре- ципиента. С другой стороны, увеличение уровня напряжения ведет к обострению чувства временного фактора и неточности в его оценке. Из- вестно из повседневного опыта и подтверждено экспериментально, что при наличии опасности трудно оценить течение времени. Итак, ограни- ченное время на принятие решения отличает кризисные ситуации от прочих, а усиление напряженности влечет за собой обострение чувства временного фактора.

Осознаваемое индивидом давление времени ограничивает его способность выдвигать альтернативные варианты. Даже при решении семейных проблем трудно себе представить наличие общего согласо- ванного мнения, а внешнеполитические проблемы намного сложнее се- мейных. Заметим, что теоретически отбор вариантов зависит больше не от общего количества возможностей, а от того, сколько из них может быть или будет рассмотрено. Способность к обзору имеющихся и гене- рированию новых альтернатив особенно важна в неожиданных ситуаци- ях, например в кризисных. Большинство исследований подтверждает, что недостаток времени воздействует на продуктивность не менее раз- рушительно, чем на деятельность, а особенно он сказывается при пре- вышении среднего уровня стресса. Решение комплексных задач требует настоящих подвигов от памяти и наиболее страдающей от стресса логи- ки. Как правило, внешнеполитические задачи являются комплексными, а потому влияние эффектов напряжения и ограниченного времени ста- новится особенно пагубным. В таких ситуациях проявляется склонность ограничиваться простейшими ответами, уже доказавшими в прошлом свою эффективность (как и в семейной жизни), хотя не ясно, примени- мы ли они для вновь возникшей проблемы.

Эксперименты показали, что в условиях ограниченного времени испытуемые склонны к совершению тех же ошибок, что и те, кто стра- дает шизофренией. В другой группе испытуемый может повысить про- изводительность, но ее дальнейшее увеличение однозначно ведет к не-

гативному результату. В докладе Mackworth & Mackworth прямо гово- рится, что увеличение количества требуемых решений в данный период времени в 5 раз приводит к 15-кратному росту вероятности ошибиться. Дополнительно отметим очевидный факт: недостаток времени склоняет к использованию стереотипов, снижает у групп и индивидов способ- ность справиться с проблемой, расфокусирует внимание и препятствует адекватному восприятию информации. И, наконец, малое время, отво- димое на решение, порождает преждевременное достижение согласия в группе, исключающее стимулы к обзору и анализу иных возможностей.

Похоже, что недостаток времени ослабляет и способность к оцен- ке последствий реализации выбранного варианта, и это объясняется ря- дом причин. Экспериментальные и полевые исследования обнаружили, что в условиях жестокого стресса внимание человека привлекают преж- де всего сиюминутные решения, воздействующие на настоящее или ближайшее будущее, а более отдаленные последствия не принимаются в расчет. Порождаемая интенсивным кризисом неуверенность делает осо- бенно трудным учет последствий принятой последовательности дейст- вий, особенно в далекой перспективе. Сужение возможностей адекват- ного восприятия также препятствует ощущению времени и примени- тельно к менее отдаленным по времени последствиям. Например, отме- чалось, что во время корейской войны полевые командиры не могли справиться со всеми своими функциями, учесть большое количество факторов и просчитать ситуацию в будущем, поскольку напряжение было слишком большим, а отведенное на принятие решений время явно недостаточным, чтобы тратить его на решение каких-либо иных задач, кроме требующих немедленной реакции. Более того, в ситуации, харак- теризующейся крайней опасностью, решение задач более отдаленного будущего кажется намного менее значимым, чем немедленное приемле- мое решение неотложных проблем. Вот хорошее доказательство того, что приоритет немедленного решения часто определяет направленность мысли: после спасения утопающего прежде всего необходимо сделать ему искусственное дыхание – было бы глупо прежде этого обеспокоить- ся отдаленной угрозой пневмонии.

Однако иные потенциальные трудности связаны с чрезмерно раз- витой потребностью реагировать исключительно на текущую ситуацию. Стремление быстро справиться с существующей ситуацией любой це- ной может продуцировать в будущем весьма тяжелые последствия. Же- лание получить определенную выгоду в ближайшей перспективе, за- ставляет забыть о том, что в дальнейшем цена данного поступка может оказаться неприемлемо высокой. Однако есть нечто притягательное в уверенности, что «если я сейчас решу насущную проблему, то будущее

будет вполне в состоянии позаботиться о себе». Эта уверенность лежит в основе действий Невилла Чемберлена в чехословацком кризисе 1938 г. и Линдона Джонсона во время вьетнамской войны.

Непрерывное давление нехватки времени может привести к су- щественным изменениям целей. Изучение процесса заключения сделок, позволило сделать следующий вывод: значение прошедшего времени обостряется по мере того, как время уходит, а участники переговоров не могут прийти к соглашению. Если на начальной стадии переговоров ка- жется, что время стоит на месте, то в дальнейшем стороны подвергают- ся давлению, поскольку длительные проволочки грозят уничтожить возможную выгоду. Однако вместе с тем участники стремятся не допус- тить уступок друг другу. Они рассуждают так: «Если я уже много поте- рял, то будь я проклят, если уступлю сейчас. Вначале я должен полу- чить компенсацию за то, что веду себя лучше, чем они». Видимо, по- добным рассуждением руководствовался кайзер Вильгельм, когда напи- сал крайней невыдержанную ноту, узнав, что ожидаемый им английский нейтралитет в войне не состоялся: «Пусть даже мы истечем кровью – перед этим Англия потеряет Индию».

Частично вероятность удовлетворительно решить проблему зави- сит от уверенности, что окружающая обстановка благоприятна и желае- мые изменения действительно происходят, но дело в том, что при кри- зисе большинство, если не все политические альтернативы расценива- ются как неприемлемые. Следующая метафора подходит для описания выбора варианта при международном кризисе: возможность оказаться на горячей сковороде страшит менее, чем судьба буриданова осла, кото- рый умер от голода, не сумев выбрать более привлекательный из двух стогов сена. Как отмечалось выше, при увеличении напряжения более оправданным кажется самое простое решение; ослабляется способность к импровизации; проявляется упорная тяга к первоначальному реше- нию, неважно, насколько оно соответствует обстановке; ослабевает спо- собность «противостоять прекращению прений». Таким образом, возни- кает явное противоречие: увеличение интенсивности кризиса требует все более взвешенной политики, проведение которой становится все ме- нее возможным.

Поле альтернатив также сужается вследствие присущей кризисам неясности обстановки. Снайдер предположил, что рассмотреть большее количество вариантов можно в том случае, если заранее известно о не- обходимости принять решение. Но если подобная необходимость воз- никает внезапно, способность к обзору всех приемлемых возможностей резко сокращается. Кризис всегда неожидан (по крайней мере, для од- ной из сторон), и порождаемое им напряжение резко ограничивает поле

рассматриваемых альтернатив. В ситуации, возникшей после атаки Перл-Харбора, вряд ли было вероятно всестороннее рассмотрение офи- циальными лицами США всех возможных вариантов ответных дейст- вий…

Экстремальная ситуация возникает, когда в процессе выработки политической линии серьезно воспринимается только одно направление действий, принимаемое за неизбежность, тем более если ответственное лицо осознает, что его выбор ограничен, и в любом случае потери будут высокими. Например, говорят: «У нас нет иной альтернативы, кроме вступления в войну». Рассогласованность между тем, что ответственное лицо делает (следует намеченным курсом, причем ему известно, что это обусловливает высокий риск возникновения войны), и тем, что оно зна- ет (война может принести огромные бедствия), можно преодолеть, ос- вободив политика от ответственности за принятое решение. Такую си- туацию описал Фестингер. …Возможно преодолеть или даже ликвиди- ровать рассогласованность психологически, аннулируя решение. Это значит, что официальное лицо имеет право сделать неправильный выбор при условии, что реально нет возможности сделать правильный выбор, за который отвечает данное лицо. Например, человек, только что при- ступивший к новой работе, может сделать что-то неправильно, но если ему дать возможность исправить ошибку, то он внесет коррективы, или будет убеждать себя, что выбор от него не зависел, обстановка была против него, и начальник тайно замыслил заставить его действовать. Это можно отнести к широко распространенной неспособности осознать и оценить дилеммы и препятствия: «Трава всегда зеленее по другую сторону твоего забора». При всем уважении к мотивам, отмечена общая закономерность – противник в военном отношении всегда кажется сильнее, чем на самом деле.

Один из методов смягчить собственную рассогласованность – по- верить, что только от противной стороны зависит предотвращение не- минуемого бедствия. Например, в последний момент (перед Первой ми- ровой войной) в безумной переписке между царем Николаем II и кайзе- ром Вильгельмом последний заявил: «Ответственность за бедствие, уг- рожающее ныне всему цивилизованному миру, лежит не на нашей сто- роне. Сейчас целиком в вашей власти предотвратить угрозу». Хотя ино- гда трудно полностью вникнуть в проблемы и трудности друзей, сочув- ствие к ним всегда выше, чем к врагам. Справиться с рассогласованно- стью можно, убедив себя, что враг свободен от влияния напряженной ситуации, которое ограничивает его возможности и возможности союз- ников.

Итак, каково же соотношение между возникающим под воздейст- вием кризиса стрессом, коммуникацией и проведением политической ли- нии? Адекватность коммуникации зависит как от физической открытости каналов коммуникации, так и от «прагматизма коммуникации» – есть ли разница в том, что имеет в виду корреспондент и как это понимает адре- сат. Поэтому адекватность имеет важное значение для понимания процес- са принятия решения. Об этом пишут Хайс и Миллер: «Представление малой группы о происходящем зависит от того, какие каналы информа- ции находятся в распоряжении ее членов; от задания, над которым она работает; и от напряжения, которое группа испытывает».

Проблема неадекватной коммуникации привлекает внимание многих исследователей кризисов, меньше внимания уделяется эффекту переизбытка информации. В последние годы ученых больше привлека- ют лабораторные исследования, нежели конкретные исторические си- туации. А переизбыток информации заслуживает пристального рас- смотрения. Начало кризиса обычно резко повышает индивидуальную и групповую активность, значительно увеличивая объем дипломатической информации.

Мы отмечали выше, что ситуация значительного напряжения ве- дет к усилению выборочного восприятия и ослабляет восприятие разли- чий между разумным и неразумным, необходимым и бесполезным. На- ша способность к усвоению информации и без связи с кризисом являет- ся ограниченной. Экспериментальное исследование сложных ситуаций показало, что возросший объем информации снижает вероятность появ- ления стратегически выверенных решений и увеличивает количество простых и сиюминутных решений. Когда объем получаемой политиче- ским деятелем информации возрастает, количество обработки сведений падает из-за несовершенства системы коммуникации, и ответственное лицо произвольно выделяет то, что ему кажется особенно важным. Ин- формация, вызывающая неудовольствие или не соответствующая лич- ным установкам, остается на обочине восприятия до тех пор, пока не случится нечто, доказывающее необходимость принять ее во внимание. Экспериментально подтверждено, что избирательная фильтрация обыч- на для всех уровней иерархии социальных групп и позволяет справиться с неоперабельным количеством фактов. Это характерно и для прави- тельственных учреждений. Все президенты, во всяком случае, начиная с Нового времени, выражали недовольство необходимостью читать ог- ромную груду документов, и только некоторые из них действительно справлялись с этим. Следовательно, появляется соблазн отбросить все, что приходится не по нраву. Итак, на деле оказывается, что более про-

двинутая коммуникация дает политику меньше шансов воспользоваться полезной и достоверной информацией.

Хотя объем коммуникаций может вырасти во время кризиса, это уравновешивается тем, что не вся информация достигает конечного по- требителя. Броуди обнаружил, что по мере обострения ситуации обмен посланиями между конфликтующими сторонами усиливается. В то же время, входящая и исходящая корреспонденция, вероятно, воспринима- ется под влиянием стереотипов и упрощений, что присуще кризисной ситуации. Ожидание принимаемых во внимание изменений и шаблонов оказывает огромное воздействие на понимание содержания информа- ции, ограничивая количество возможностей, имеющихся в распоряже- нии ответственного лица.

Другие аспекты коммуникации в кризисной ситуации могут огра- ничить количество принимаемых во внимание альтернатив. Это общая тенденция для деятельности принимающих решения групп в подобной обстановке. Технологические и иные причины сокращают время на вы- работку решения до такой степени, что практически нет возможности для консультаций с органами законодательной власти и другими влия- тельными группами. Пример тому – ограниченное число участников комитета, работавшего над Кубинским ракетным кризисом1. Малое чис- ло участников обсуждения было и во время кризисов в Корее (1950), Индокитае (1954), Вьетнаме (1965), Камбодже (1970).

Кроме того, при недостатке времени отмечается тенденция сокра- щать количество консультаций, что должно отрезвить тех, кто рассчиты- вает на преимущества «здравого смысла». В своем исследовании функ- ционирования государственного департамента Прюитт обнаружил, что, когда время поджимает, значительно сокращается число людей, консуль- тирующих высшее руководство. Так, одно из ключевых решений, при- ведших к Первой мировой войне, – обещание Германии поддержать Ав- стро-Венгрию – приняли без продолжительных консультаций.

Кайзер 5 июля (1914 г.) отправился на прогулку в парк Потсдама в сопровождении канцлера Теобальда фон Бетман-Гольвега (огромного человека с печальными глазами, которого молодые офицеры непочти- тельно прозвали «длинным Теобольдом») и помощника статс-секретаря иностранных дел Циммермана. Когда время прогулки подошло к концу, кайзер принял решение, более никого не спрашивая. Министра ино- странных дел из свадебного путешествия не вызвали, опытного, но слишком скользкого и увертливого экс-канцлера Бернарда фон Бюлова не пригласили. Здесь в парке кайзер и принял роковое решение в при-

1 Имеется в виду Карибский кризис 1962 г*. (Примеч. науч. ред.).*

сутствии Бетман-Гольвега, чье мнение он презирал, и простого чинов- ника Циммермана. Вильгельм заявил австрийскому посланнику, что Германия защитит его страну от вмешательства России.

Подобным образом Джон Фостер Даллес фактически единолично принял решение отказать в займе на строительство Асуанской плотины, спровоцировав Суэцкий кризис. Он отказался принять во внимание иные точки зрения и выслушать посла США в Египте Генри Бероади, значи- тельно лучше осведомленного в обстановке. Спустя месяцы после реше- ния Даллеса Энтони Иден был уверен, что египтяне не смогут поддержи- вать функционирование Суэцкого канала после того, как европейские лоцманы перестанут консультировать местный персонал. Иден не прило- жил никаких усилий для того, чтобы подтвердить или опровергнуть свою ошибочную уверенность, в отличие от правительства Норвегии, которое ознакомилось с мнением своих капитанов, утверждавших, что для подго- товки лоцманов требуется лишь непродолжительное время.

Но увеличение напряжения может способствовать и преодолению нежелательных изменений в коммуникации. Изучая проблему переиз- бытка информации, Миллер сделал вывод, что один из наиболее широко применяемых способов разрешения кризиса состоит в использовании параллельных каналов коммуникации, особенно в таких системах высо- кого уровня, как группы или организации, в отличие от ячеек, органов или отдельных индивидов. Ответственные лица могут обойти оба опас- ных эффекта – переизбыток поступающей информации и искажение в процессе ее передачи – путем организации особых коммуникационных каналов. Здесь возможны самые различные методики – от организации связи непосредственно между главами государств до привлечения спе- циальных эмиссаров или посредников.

Отмечено, что уровень дипломатической и любой другой актив- ности значительно повышается во время кризисов. Остается выяснить, действительно ли резкое усиление напряжения увеличивает склонность к риску и агрессивности в области внешней политики. И пришли ли мы к выводу, похожему на гипотезы фрустрации – агрессии? И да, и нет. В одних случаях тяга к риску усиливается, а в других люди становятся более осторожными и не принимают решения, пока полностью не про- яснят ситуацию. Помимо этого, оценка того, что относится к высокой и низкой степени риска, может повлиять на саму обстановку стресса. В течение десятков дней перед Первой мировой войной большинство европейских государственных деятелей уверилось, что скорейшая мо- билизация – наиболее «безопасный» выбор, хотя многие из них понима- ли, что мобилизация может быть расценена противоположной стороной как эквивалент военных действий. Или более близкий пример: Дин Ач-

чесон, Уильям Фулбрайт и Ричард Рассел доказывали в октябре 1962 г. президенту Кеннеди, что блокада Кубы – намного более рискованное мероприятие, чем предлагаемые ими бомбардировка и высадка войск.

Итак, ситуации высокого напряжения могут вызвать более агрес- сивные варианты поведения, но приведенные рассуждения свидетельст- вуют о значительно более сложном процессе: вызванный кризисом стресс оказывает воздействие на ощущение времени, выдвижение аль- тернативных вариантов и особенности коммуникации. Но, хотя эффек- тивность процессов принятия решений и оценки возможных последст- вий могут снизиться, вовсе не обязателен крен в сторону приведения высокой степени риска.

Было бы полезно определить, при каких условиях стресс приво- дит к возникновению агрессивности, попустительства, капитулянтства, попыток уйти от решения и т.п. К сожалению, здесь можно только вы- двинуть ряд экспериментально обоснованных предположений. Напри- мер, из-за того, что стресс ограничивает возможность принять наилуч- шее решение, усиливается тенденция обращаться к сходным ситуациям в прошлом, уроки которых ответственное лицо использует для разреше- ния современного ему конфликта. Энтони Иден провел аналогию между Насером и Гитлером, когда в 1956 г. Египет не согласился на компро- мисс. Гарри Трумэн увидел значительное сходство коммунистической агрессии в Корее 1950 г. и экспансии тоталитарных режимов в 1930-х годах. В обоих случаях внимание политических лидеров останавлива- лось на 1930-х годах, где они искали истоки успешного руководства, причем позднее эти успехи казались им намного значительнее, чем ли- цам, непосредственно задействованным в тех далеких событиях.

Второй вывод, сделанный на основе экспериментов, состоит в том, что для ситуации высокого напряжения характерна тенденция к со- хранению существующей политики. Этот вывод можно связать с ба- нальным наблюдением: бюрократические и другие аналогичные струк- туры всегда стремятся воспрепятствовать любым изменениям, а по- скольку период сильного стресса часто отмечен снижением творческих способностей и групповым давлением, принуждающим к единомыслию, субстанциональные изменения в политической линии принимаются лишь при наличии неопровержимых доказательств, что в противном случае произойдет катастрофа. Только оккупация Германией оставшей- ся части Чехословакии в 1939 г. заставила Британию отказаться от не- дальновидной соглашательской политики в отношении Гитлера, а мас- совое недовольство общественности, изменившее американскую поли- тику в Юго-Восточной Азии, выплеснулось лишь после беспрецедент- ного требования генерала Уэстморленда о посылке во Вьетнам допол-

нительно 206 тыс. солдат. Отметим, что в первом случае произошел пе- реход от соглашательства и переговоров к более агрессивной политике, а во втором примере случилось прямо противоположное.

**Заключение.** Совершенно ясно, что процесс выработки и принятия политических решений в условиях, порождаемых кризисом напряжения, значительно отличается от происходящего в обычной, некризисной си- туации. Очень важно, что это отличие создает существенные препятствия эффективной деятельности лиц, вовлеченных в решение сложных задач по изменению внешнеполитической линии. Бесспорность этого заключе- ния подтверждается данными экспериментальных исследований.

Хотя нет недостатка в эмпирических и количественных данных, это вовсе не означает полной свободы ученого от концептуальных и ме- тодологических проблем. Например, нельзя считать, что эксперимен- тально полученные результаты, справедливые для одной группы, допус- тим студентов, можно применить для лиц иного возраста, культуры, опыта и т.д. Вряд ли будет удачным использование опыта по решению головоломок лицам, принимающим политические решения, в ситуации, когда простых и правильных ответов просто не существует. И еще один вопрос: можно ли вообще в экспериментальных условиях смоделиро- вать состояние сильного стресса? Понятно, что стрессовая ситуация в лаборатории для испытуемых должна быть относительно мягкой и не- продолжительной. Для ее создания нужно постараться убедить испы- туемого, что он провалил порученное задание. А официальное лицо воспринимает кризисную ситуацию как колоссальную опасность для своего существования, существования его семьи, народа и даже челове- чества. Понятно, что «экспериментатор», «испорченный» моралью, по- остережется создавать аналогичные условия в лаборатории.

Короче говоря, экспериментальные данные наводят на вопросы о соответствии «общепринятого здравого смысла» и некоторых аспектов стратегии и дипломатии во время кризиса, но ответы можно найти толь- ко в реальной политической практике, а не путем экспериментирования. Почти идеальной иллюстрацией воздействия стресса на процесс выработки политического решения может служить кризис, приведший к началу Первой мировой войны… Даже поверхностное ознакомление с дневниками, мемуарами и другими свидетельствами, оценивающими происшедшее в кульминационный момент кризиса, дает представление о том, в каком напряжении находились главы европейских государств, когда принимали внешнеполитические решения. Адмирал фон Тирпиц писал сослуживцам: «Я никогда не видел лица, более ужасного, более опустошенного, чем лицо нашего императора в те дни… С момента на- чала русскими мобилизации, канцлер производил впечатление утоплен-

ника». Американский посол в Лондоне Вальтер Хайнц Пэйдж описал, как подействовал кризис на князя Лихновского: «Я прибыл для встречи с немецким послом в 3 часа дня (5 августа 1914 г.). Он спустился в пи- жаме, похожий на сумасшедшего. Я испугался, что он действительно мог сойти с ума …бедняга не спал несколько ночей». Широко распро- страненный тогда оптимизм по поводу возможности сохранения мира в первые недели после убийства эрц-герцога Франца-Фердинанда дает возможность сравнить, как влияет низкий и относительно высокий уро- вень напряжения.

Можно сказать, что 1914 год представляет собой почти классиче- ский пример быстрого распространения дипломатического кризиса вне всякой зависимости от расчетов и усилий политических лидеров. Ко- нечно, нельзя утверждать, что в 1914 г. европейскими странами руково- дили монархи, премьер-министры, парламенты и партии, глубоко и ус- тойчиво преданные делу мира, как нельзя не принимать во внимание наличие определенных империалистических амбиций, торговых проти- воречий, гонки вооружений, политических союзов и жестких военных планов – все это сыграло свою роль. Однако эти и многие другие атри- буты международной системы 1914 г., определяющие и ограничиваю- щие возможности европейской дипломатии, не отменяют того факта, что война стала результатом политических решений, принятых (или не принятых) государственными деятелями Вены, Белграда, Берлина, Санкт-Петербурга, Парижа и Лондона. И понятно, что мировая война 1914 г. не была целью европейских лидеров: тех, кто проводил риско- ванную дипломатию, и тех, кто рассчитывал на ограниченный кон- фликт, и тех, кто лелеял широкомасштабные амбиции, которые невоз- можно было удовлетворить без применения оружия.

В конечном счете, количество и содержание документов об этом кризисе превосходит, наверное, все, что можно найти о сходных ситуа- циях за всю историю. Таким образом, события 1914 г. дают исключи- тельную возможность исследовать эффекты стресса по выбранным ас- пектам разработки политики.

# Тема 11

## ПСИХОЛОГИЯ ТЕРРОРИЗМА

**Вопросы:**

1. Терроризм как социально-политический и психологический феномен; сферы и виды терроризма.
2. Мотивация терроризма.
3. Личностные особенности террористов.

## Интеллектуальная разминка

1. *Страх* – эмоция, возникающая в ситуациях угрозы биологиче- скому социальному существованию индивида и направленная на источ- ник действительной опасности. В отличие от боли и других видов стра- дания, вызываемых реальным действием опасных для существования факторов, страх возникает при их предвосхищении. В зависимости от характера угрозы, интенсивности и специфики переживания страх варь- ирует в достаточно широком диапазоне оттенков (опасение, боязнь, ис- пуг, ужас). Если источник опасности является неопределенным или не- осознанным, возникающее состояние называется *тревогой.* Функцио- нально страх предупреждает субъект о предстоящей опасности, позво- ляет сосредоточить внимание на ее источнике, побуждает избегать ее. В случае, когда страх достигает силы *аффекта* (панический страх, ужас), он способен навязать стереотипы поведения (бегство, оцепене- ние, защитная агрессия). В социальном развитии человека страх высту- пает как одно из средств *воспитания*: например, сформированный страх осуждения используется как фактор регуляции поведения. Поскольку в условиях общества индивид пользуется защитой правовых и социаль- ных институтов, повышенная склонность человека к страху лишается приспособительного значения и традиционно оценивается негативно. Сформировавшиеся реакции страха являются сравнительно стойкими и способны сохраниться даже при понимании их бессмысленности. По- этому воспитание устойчивости к страху обычно направлено не на из-

бавление от него человека, а на выработку умений владеть собой при его наличии.

1. *Стресс* (от англ stress – давление, напряжение) – термин, ис- пользуемый для обозначения обширного круга состояний человека, воз- никающих в ответ на разнообразные экстремальные воздействия. В зави- симости от вида стрессора и характера его влияния, выделяют разные ви- ды стресса, в наиболее общей классификации – физиологический и пси- хологический стрессы. Последний подразделяется на информационный и на эмоциональный стресс. Информационный стресс возникает в ситуаци- ях информационных перегрузок, когда человек не справляется с задачей, не успевает принимать верные решения в требуемом темпе при высокой степени ответственности за последствия принятых решений. Эмоцио- нальный стресс появляется в ситуациях угрозы, опасности, обиды1.

# Терроризм как социально-политический и психологический феномен, сферы и виды терроризма

В настоящее время терроризм стал широкомасштабным явлени- ем, представляющим угрозу безопасности и жизненно важным интере- сам личности, общества и государства.

Терроризм как социально-политическое и психологическое явле- ние представляет собой совокупность преступлений, совершаемых с ис- пользованием насилия отдельными лицами, специально организованными группами и сообществами. Терроризм можно рассматривать как социаль- но-политическую, правовую и психологическую проблему. В современ- ных условиях терроризм – это один их методов политической борьбы. Суть терроризма заключается в применении крайних мер насилия или уг- розы с целью устрашения политических противников, принуждения вла- стных структур к определенным действиям или отказу от них. Он может проявляться в шантаже государственных деятелей, убийствах людей и нанесении телесных повреждений, в захвате заложников, преступных вмешательствах в деятельность транспортных средств.

Политический контекст терроризма проявляется в следующем:

* терроризм, по определению, подрывает систему государст- венной власти и управления, пытаясь влиять на управление обществом и на регулирование социально-политических процессов;

1 Психология: Словарь / Под ред. А.В. Петровского. – М., 1990. – С. 386–

387.

* ослабляя государственные и общественные структуры, тер- роризм является средой для образования и поддержки оппозиционных и антиконституционных образований;
* активизируя морально-психологическое воздействие на насе- ление, терроризм вызывает хаос, беспорядки, ожесточенность людей по отношению друг к другу, что опять-таки используется террористами в политических целях;
* выходя за пределы государственной границы, терроризм приобретает международный характер и представляет опасность для международного сообщества.

Существуют разные типологии терроризма. Одна из наиболее из- вестных принадлежит В. Луневу, который исследовал проблему в усло- виях существования СССР и на современном этапе. По его утвержде- нию, в недалеком прошлом нашей общей страны СССР существовали следующие специфические формы политического и идеологического терроризма:

* революционный и контрреволюционный («белый» и «крас-

ный» террор) терроризм в период революции и гражданской войны;

* государственный внутренний терроризм в период сталинских политических и последующих репрессий;
* государственный международный терроризм в течение всего периода существования советской власти.

В настоящее время, по мнению В. Лунева и Д. Ольшанского, ре- альны иные формы терроризма и террористической деятельности, кото- рые имеют разные виды.

*Терроризм по политическим мотивам* – это террористическая деятельность, которая направлена на оказание давления на политиче- ских лидеров, на власть и на проводимую ею политику, на изменение решений или принятие диктуемых террористами условий. В отдельных случаях политический терроризм направлен на физическое устранение неугодных политических лидеров.

Мишенью политического терроризма часто являются символы государства, культурные, материальные и нравственные ценности обще- ства. Наиболее частым методом в последние годы стал захват заложни- ков с целью обмена на уступки со стороны властей.

*Уголовный терроризм* организованных преступных групп (внут- ренних и международных). Этот вид терроризма направлен против го- сударства и его представителей, чтобы помешать расследованию уго- ловных дел, воспрепятствовать ведению жесткой уголовной политики или ликвидировать представителей правоохранительных органов и т.д.

*Информационный терроризм* направлен на психику и сознание людей в целях формирования нужных мнений и суждений. Этого доби- ваются откровенно тенденциозной информацией, формирующей отно- шения людей к требованиям терроризма. Дополнительным средством является распространение слухов, вызывающих у людей негативное на- строение, тревогу, испуг и страх. Многократно повторяясь, слухи соз- дают неустойчивое эмоциональное состояние индивидов, групп, масс, порождая условия для манипулирования настроениями масс.

*Экономический терроризм* проявляется в дискриминационных экономических действиях, чтобы оказать давление, влияние на эконо- мических конкурентов, группы, слои населения, а также на лидеров и государства в целом ради достижения конкретных экономических вы- год. Этот вид терроризма осуществляется на разных уровнях и в разных формах: игра на понижении стоимости акций конкурента, скупка, дове- дение до банкротства, создание экономических барьеров, экономическая блокада, запрет на ввоз и вывоз каких-либо товаров – в совокупности представляют собой средства экономического насилия.

*Социальный (бытовой) терроризм* имеет свои особенности. С бы- товым терроризмом люди сталкиваются повседневно на улице, дома, в бытовом общении. Это разгул уличной преступности, нарастающий криминалитет, это общая социальная нестабильность и массовая неуве- ренность. Это шайки подростков, обилие беженцев, маргиналов, это но- вый ужас – скинхеды, рэкетиры, терроризирующие торговлю и пред- приятия, вымогающие плату за «охрану» от самих себя. Перечислять можно долго, но в целом это социальная ситуация, держащая всех в страхе и напряжении. Эскалации напряжения способствует и избыток криминальной информации в СМИ. Только на телевидении каждый ка- нал имеет свою программу, настойчиво повторяющую хронику уголов- ных событий за день. Количество специфических программ («Прото- кол», «Шок-факт», «Криминальная Россия», «Преступление в стиле…»,

«Дежурная часть» и другие) создает у потребителей информации впе- чатление о криминальной интервенции, безысходности положения, не- победимости уголовщины. Концепции передач преследуют обратную цель, но вызывают, как правило, «эффект зеркала». Уголовная хроника подкрепляется художественными сериалами, содержание которых мож- но квалифицировать как «методическое пособие для совершения пре- ступлений».

В целом, социально-бытовой терроризм в психологическом плане вызывает у людей ощущение утраты неуверенности в том, что «будет завтра», при этом в сознании происходит искажение – появляются страх, безнадежность, незащищенность и неверие в правоохранительные

органы. Нагнетанию такого состояния способствует и показ орудий, с помощью которых совершаются физические насилия. Это повседнев- ные, обычные бытовые, спортивные и другие предметы, такие, как нож, труба, железный прут, бита и т.д. Причем не ясно, где может произойти нападение – в своем доме, в подъезде, в автобусе – практически форми- руется вероятность нападения «везде, всегда и чем попало».

Такая «перспектива» порождает массовый страх, подрывает дове- рие к правоохранительным органам, а в целом – неприязнь к власти, ко- торая не в состоянии обеспечить безопасность жизни, здоровья и иму- щества граждан.

Помимо указанных, существуют и другие виды терроризма: эт- нический, националистический, «воздушный», индивидуальный, идео- логический, международный. Каждый из этих видов имеет не только свою «мишень», но и конкретную цель, свои особенности воздействия на психологию людей.

*Политический терроризм* направлен на устранение политическо- го противника и его сторонников разными средствами, вплоть до убий- ства активистов.

*Государственный терроризм* устрашает собственное население до полного подавления и порабощения. Иллюстрацией могут служить тер- ракты после 1917 г., организованные Лениным для ликвидации свергну- того класса, Сталинский террор против «врагов народа», террор нацист- ской Германии, ею же организованный геноцид некоторых народов,

«культурная революция» в Китае и т.д.

*Религиозный терроризм* имеет целью заставить признать свою церковь и ослабить другую конфессию. Но этот вид терроризма прояв- ляется и внутри одной религии среди приверженцев разных ее ветвей. Действия террористического характера между шиитами и суннитами мы можем сегодня наблюдать в режиме реального времени в Ираке, Паки- стане, фанатизм ваххабитов – в Центральной Азии, на Северном Кавка- зе, сектантский терроризм – повсеместно.

*Военный терроризм* обычно осуществляется во время войны, и направлен не только на экономическое и военное ослабление противни- ка, но и на психологическую деморализацию населения (вызвать ужас и панику). Массовый террор был осуществлен оккупантами в годы Вто- рой мировой войны на территории СССР и в концлагерях самыми жес- токими средствами. Такой же комплексный смысл запугать и отомстить имели англо-американские бомбардировки территорий фашистской Германии (например, тотальная бомбардировка Дрездена).

*Националистический террор* преследует цель путем устрашения вытеснить другую нацию, избавиться от ее власти, иногда захватить тер-

риторию, имущество, иногда отстоять национальное достоинство и т.д. В современных политических процессах национализм часто принимает форму крайне нетерпимого отношения к другим национальным общно- стям или преследует сепаратистские устремления. Террористы-нацио- налисты отстаивают свои интересы в основном, агрессивными средства- ми, что еще более усиливает вражду между сторонами.

Описанные виды терроризма тесно взаимосвязаны – терроризм одного вида нередко влечет за собой другой, и прежде всего терроризм сказывается на политической сфере, в которой интегрируются все его виды. Терракты влекут за собой политические последствия, а они, в свою очередь, отражаются на социальных, экономических и других сфе- рах. Но главные последствия терроризма – это страх, ужас, неуверен- ность, недоверие к власти и другие чувства, которые могут серьезно из- менить общественное настроение и иметь далеко идущие последствия.

# Мотивация терроризма

Психологический подход к проблеме терроризма дает возмож- ность понять, какие побудительные мотивы лежат в террористических действиях отдельных лиц для решения возникшей проблемы крайними средствами. Без учета умонастроений, психологического состояния, мо- рально-этических установок, которые предопределяют готовность лю- дей к использованию самых жестоких средств для достижения своих политических целей невозможно понять природу возникновения терро- ристических действий, и, следовательно, определить механизмы воздей- ствия на террористов. Без уяснения этих проблем невозможно также по- лучить целостное и законченное представление о системе предпосылок и механизмов формирования психологии террориста.

Для объективного понимания личности террориста следует выяс- нить его внутреннюю мотивацию. В общем виде (Д. Ольшанский, Ю. Антонян) мотивы участия в терроре делятся на два блока: корыстные и бескорыстные. Корыстные мотивы не требуют особых комментариев, так как достаточно понятны: террор (т.е. его осуществление) – это рабо- та, за которую так хорошо платят, что сама возможность «заработать» такие деньги затмевает воображение террориста о возможных последст- виях для самого себя. Правда, как отмечает Д. Ольшанский, сами терро- ристы склонны себя считать не убийцами за плату, а «санитарами леса» или «социальными критиками общества». Таким образом террористы стремятся отделиться от криминала, пытаясь представить себя борцами за справедливость. На самом деле – это способ заработать деньги, явно прослеживаются *меркантильные мотивы.*

Действиями террористов управляют также *идеологические моти- вы.* Они основаны на совпадении собственных идеологических ценностей индивида с идеологическими ценностями определенной политической группы, партии, силы. Причем общий идеологический мотив включает как чисто политический, так и религиозный, социокультурный, социаль- ный мотивы.

Понимание несовершенства мира и существующей несправедли- вости порождает *мотив изменения мира* насильственным способом, ибо по-другому, по убеждению террористов, этот мир нельзя изменить.

*Самоутверждение* личности террориста может также служить мотивом. Обрести власть над людьми, заставляя их испытывать страх, ужас, унижение, чувство беспомощности, – вот что вселяет в террориста уверенность в своем превосходстве над ними, позволяет манипулиро- вать массовыми настроениями в свою пользу.

*Фактор риска* может стать также мотивом совершения террори- стического акта. Этот мотив присущ личностям, которые в терроризме видят необычность и возможность риска; испытать острые чувства, раз- работать план теракта и проверить возможность его реализации и т.д. В целом террористы – это экстремалы, для которых важен не результат, а процесс его осуществления. Мотивом традиционного участия в терро- ризме является также мотив мести за погибших руководителей, товари- щей, родственников, соплеменников. Громкие заявления отомстить за убитых лидеров или совершить другой теракт мы часто слышим от уча- стников Палестино-Израильского конфликта, как с одной стороны, так и с другой.

Помимо политических мотивов мести, существуют эмоциональные. Объясняет террористические действия и мотив *самореализации*, которым часто руководствуются несостоявшиеся личности, не видящие иного спо- соба изменить мир и заявить о себе, кроме как с помощью террора.

# Личностные особенности террористов

Личностные особенности террористов заметно различаются в за- висимости от конкретного вида террористической активности.

Готовность к насилию вообще (в том числе и к терроризму) орга- нически связана с присущей человеку склонностью к агрессивности и разрушительным инстинктам. По-своему накопление «агрессивной мас-

ли, для которых она предназначена, она не всегда затухает или рассеи- вается, а так сказать “прокисает”, превращаясь в агрессивность и свар- ливость»1.

Как бы в продолжение темы вступает в объяснение природы агрес- сивности некоторых людей Ю. Рюриков, показывая значение темпера- мента в поведении людей: «У человека есть два вида механизмов поведе- ния – мирные и боевые. В опасности, когда спасает лишь мгновенный ры- вок, срабатывают самые природные, самые экстренные пружины – авто- матические пружины нервной системы. В долю мига, и без всяких разду- мий, они выхватывают человека из-под удара или вздымают его на защи- ту. Но они видят только один шаг вперед и потому часто бросают челове- ка из одной ямы в другую, ввергают из одной опасности в худшую. В трудных, неприятных положениях темперамент может быть и спаси- тельным и губительным, и палочкой-выручалочкой и ядром на ногах. Спасет он, когда нами движут его сильные созидательные стороны – вы- носливость, решительность, интуиция. Губит, когда включаются слепые силы отталкивания, не созидающие, а разрушающие – раздражение, злость, упрямство»2. Готовность к насилию с различной силой выражена у разных людей, в зависимости от «окультуривания» правовыми и нрав- ственными нормами, воспитанием. Лица, в психологическом складе ко- торых преобладают эмоции над разумом, первичность активных реак- ций на действительность, а не на ее осмысление, лица, у которых на- блюдается низкий порог терпимости и предвзятость, легко сживаются с идеей насилия. К этому типу часто относятся внутрицентристы, испы- тывающие эмоциональный разлад: внутри себя и между собой и миром. Подобный тип отмечен узким полем восприятия, твердостью эмоций – ненасытных и воинственных.

По мнению Ю. Антоняна, есть основания считать существование террористического типа личности с определенными качествами, необ- ходимыми для совершения террора. Основные качества личности терро- риста выступают как требования к членам террористических организа- ций, и в ожидании организации, как утверждает Д. Ольшанский, суще- ствует в основном шесть требований: 1) преданность своему делу (тер- рору); 2) готовность к самопожертвованию; 3) выдержанность и дисци- плинированность; 4) «конспиративность»; 5) повиновение; 6) коллекти- визм3.

сы» в человеке объясняет Ж. Бешлер: «По всей вероятности, есть какой-

то биологический механизм, позволяющий держать наготове некоторое количество энергии, достаточное для отражения угрозы хищников. Ко- гда среда не предоставляет случаев израсходовать эту энергию на це-

1 *Бешлер Ж.* Демократия: Аналитический очерк. – М., 1994. – С. 21.

2 *Рюриков Ю.* Мед и яд любви. – М., 1990. – С. 272.

3 *Ольшанский Д.В.* Психология терроризма. – СПб., 2002. – С. 124.

В описании личности террориста присутствует и патологический компонент. В указанной работе Д. Ольшанский выделяет характеристи- ки, которые имеют пограничный характер «норма – аморальность». Од- ним из таких состояний отрицания норм и законов, является аномия (от фр. anomie – отсутствие норм; греч. – отрицание законов), в котором пребывает большинство террористов. Аномичность части террористов объясняется нарушением равновесия между требованием соблюдения норм, и невозможностью достичь успехов, придерживаясь их.

Существует три типа террористов аномичного характера: чело- век, вынужденный прибегать к насилию, чтобы достичь целей, которы- ми его «заразило» общество, но не дало возможностей для их достиже- ния; второй тип – человек готовый к насилию, чтобы изменить сами це- ли, с его точки зрения изначально неверные, прибегает к насильствен- ному переустройству мира; третий тип – человек, готовый к насилию для уничтожения неприемлемых для него и целей и средств их дости- жения (исламские террористы – ненавидящие Запад, его культуру, цен- ности; это также внешняя политика Дж. Буша-младшего – не менее пылко ненавидящего ценности Востока и навязывающего свою «демо- кратию»).

*Ущербность.* Анализ личности террориста позволяет вскрыть общий фактор в развитии личности террориста – это *психологическая ущербность,* возникшая в силу различных причин (Д. Ольшанский). В первую очередь это стрессы, испытанные в детстве. У многих терро- ристов на глазах погибли родители, родственники, что сформировало стремление к мести. На становление агрессивной направленности лич- ности будущего террориста может повлиять и комплекс «установления справедливости» – освободить свои территории, вернуть украденную государственность и т.д. Психологическая ущербность порождается и социально-экономическими факторами: низкий уровень жизни может вызвать желание отнять богатство у тех, кто, по мнению террориста, разбогател за их счет. Имеют значение и интеллектуальные параметры личности террориста. Чем ниже образование, тем больше замкнута культурная среда, тем больше шансов на формирование узконаправлен- ного мировоззрения террориста.

Все эти факторы по-своему влияют на личность террориста, но вместе, они сводятся к одному – внутренней невозможности преодолеть психологическую ущербность. Когда не хватает сил на компенсацию дефицита адекватными средствами, возникает негативная, деструктив- ная потребность преодолеть барьер силой.

высокую миссию, при этом не допуская мысли о необходимости аргу- ментов и доказательств. Искаженная логика не позволяет террористам выходить на диалог, они подчиняются только тому, кто для них автори- тетен. Мышление террористов часто противоречивое – от излишне кон- кретного до абстрактного. Все, о чем думает террорист, он связывает с террором: «как этот предмет использовать при совершении теракта, кто этот человек – его сторонник или противник и т.д.». Логику террористов невозможно однозначно охарактеризовать – она либо изощрена, либо прямолинейна, а в целом искажена. Эмоциональное обычно преобладает над рациональным, а психология их действий – «все или ничего».

Немаловажную роль в характеристике террориста играет его представление о самом себе, его «я». Обычно террорист представляет себя самым справедливым, храбрым, значительным. Такое представле- ние о самом себе – это проявление нарциссизма. О своей исключитель- ности – национальной, религиозной, особых правах – часто заявляют террористические организации (ирландские, например). Хотя нарцис- сизм в аспекте терроризма пока не исследован, но Э. Фромм в «Анато- мии человеческой деструктивности» показал это явление в причинном комплексе человеческой деструктивности, а терроризм определил, как явление составной части этого комплекса. По определению Э. Фромма, нарциссизм «такое эмоциональное состояние, при котором человек ре- ально проявляет интерес только к своей собственной персоне, своему телу, своим потребностям, своим мыслям, своим чувствам, своей собст- венности. В то время как все остальное, что не составляет часть его са- мого и не является объектом его устремлений, – для него не наполнено настоящей жизненной реальностью, лишено цвета, вкуса, тяжести, а воспринимается лишь на уровне разума. Мера нарциссизма определяет у человека двойной масштаб восприятия. Лишь то имеет значимость, что касается его самого, а остальной мир в эмоциональном отношении не имеет ни запаха, ни цвета, и потому человек-нарцисс обнаруживает сла- бую способность к объективности и серьезные просчеты в оценках»1. Далее Э. Фромм совершенно обоснованно отмечает, что часто человек- нарцисс достигает чувства уверенности не ценою своих трудов и дости- жений, а благодаря своей субъективной убежденности в своем совер- шенстве, в своих выдающихся личных качествах, и превосходстве над другими людьми. Нарцисс-террорист черпает силы не только в твердой уверенности своей исключительности, но доказывает это себе и другим действиями – нападением, уничтожением, дерзостью.

*Логика и мышление.* По утверждению Д. Ольшанского, логика

террориста – это логика верующего человека – он верит в идею и свою

1 *Фромм Э.* Анатомия человеческой деструктивности. – М., 1973.

Чувство исключительности нации, религии, культуры порождает групповой нарциссизм. Групповая исповедь своей исключительности и

«успехи» в терроризме порождают эпидемию агрессивного нарциссизма.

Показателем синдрома нарциссизма у террористов является их потребность в огласке своих действий. Это чисто психологическая по- требность – в реакциях СМИ, политиков и людей они видят свое при- знание и подтверждение своей исключительности. По мнению Ю. Ан- тоняна, многие террористы прекратили бы свою деятельность, если бы ее так активно не отражали СМИ, а репрессии против них совершались бы тайно, чтобы не создавать им ореол мучеников.

Особый мотив, встречающийся у отдельных людей, в том числе и у террористов – влечение к смерти, к уничтожению. Оно может быть адекватно влечению к жизни у других людей. Подобный тип людей опи- сал Э. Фромм в своей работе «Душа человека», где и назвал подобное стремление к разрушению *некрофилией.* Некрофилы живут прошлым, и никогда будущим, считает Э. Фромм. Это утверждение часто находит подтверждение в деятельности националистических террористов, кото- рые восхваляют прошлое и пытаются вернуть ушедшие традиции. Для некрофила характерна установка на силу1. В работе «Анатомия челове- ческой деструктивности» Э. Фромм как бы завершил описание некро- фильной сущности некоторых террористов: «Когда мы говорим о страстях, то речь идет не об отдельных чертах, а о неком синдроме. Любовь, солидарность, справедливость, рассудительность выступают в конкретных людях в разных сочетаниях и пропорциях. Все они яв- ляются проявлением одной и той же продуктивной направленности личности, которую я хотел бы назвать жизнеутверждающим синдромом. Что касается садомазохизма, деструктивности, жадности, зависти и нар- циссизма, то все они тоже имеют общие корни и связаны с одной прин- ципиальной направленностью личности, имя которой синдром ненавис- ти к жизни»2.

Особо следует отметить, что смысл террора – в устрашении лю- дей. Устрашения общества можно добиться либо террористическим ак- том против отдельных представителей, либо массовым террором.

В основе террора лежит страх людей, и терракт направлен на то, чтобы вызвать это чувство. Страх – это негативная эмоция особой ин- тенсивности, вызванная надвигающимся бедствием, сильное отрица- тельное переживание. На начальном этапе страх вызван боязнью физи- ческой боли, опасением смерти и связаны эти чувства с инстинктом са-

1 См.: *Фромм Э.* Душа человека. – М., 1996. – С. 31.

2 *Фромм Э.* Анатомия человеческой деструктивности. – М., 1973.

мосохранения. Страх обычно не исчезает вместе с прекращением опас- ной ситуации, а спустя некоторое время, в схожих ситуациях он вновь повторяется с той же силой. Как определяет Д. Ольшанский, это – действующий механизм «отложенного страха», на чем и играют терро- ристы. Так, по описанию Д. Ольшанского, близкие люди тех, кто попал в беду (заложники), внезапно попадают в ситуацию «психологического раскачивания», и мечутся от надежды к отчаянию. Эти люди обнаружи- вают острые реакции на стресс – шок, горе, подавленность, страх, недо- верие, обмороки и т.д.

Поведение самих заложников проявляется в трех типах: 1) рег- рессия, подчинение, страх, ужас; 2) активно-приспособленческая реак- ция – услужить террористам, демонстративная покорность; 3) хаотич- ные протестные действия, демонстрация гнева, провоцирование кон- фликта с террористами. Все три вида поведения заложников вызваны *страхом* боли, смерти, унижения.

Для террористов важно вызвать крайнюю степень страха – ужас. В отличие от страха (сигнал об угрозе), ужас вызван уже случившейся бе- дой. Ужас вызывает другие реакции и действия нежели страх: оцепене- ние, стремление бежать, паралич ориентировочных рефлексов. Жертва в состоянии ужаса не испытывает, в отличие от состояния страха, ни удив- ления, ни интереса.

Поведенческими следствиями страха и ужаса являются *паника, агрессия и апатия.* Паника, возникшая как следствие отсутствия или из- бытка информации о пугающей ситуации, может создать панические толпы со свойственным им поведением.

Другим заметным видом стихийного агрессивного поведения яв- ляются враждебные действия по отношению к террористам уже со сто- роны тех, кто пострадал от них. Испытанный когда-то жертвами террора страх, ужас, паника, формируют массовую агрессию, которая может привести к геноциду, массовым убийствам (немалую роль здесь играет и чувство мести). Фрустрация, вызванная террором, может быть направ- лена на самих террористов.

Апатия или смирение – это также реакция на террор. Проявляют- ся в случае, когда не приходит спасения извне, или не устраняют терро- ристов. Апатия – это эмоциональное истощение, которое проявляется в отсутствии двигательной и психической активности человека.

В заключение следует отметить, что терроризм, как целостное яв- ление, действует по цепочке «террорист – террористический акт – тер- рор». Терроризм – это устрашение людей, осуществляемое насилием. Насилие существует в самых разных формах: физическое, политическое, социальное, экономическое, информационное и др.

При наличии множества конкретных видов насилия наиболее продуктивной на данном этапе является их сложная типология, осно- ванная на двух параметрах: степени массовости и мере организованно- сти насилия. Пересечение этих двух координат позволяет выделить че- тыре этапа насилия: массово организованное и массово стихийное, ин- дивидуально стихийное и индивидуально организованное. Каждый из типов имеет свою специфику и особенности.

Главной проблемой человечества является исторически сложив- шаяся двойственная оценка терроризма. В зависимости от того, кто и, главное, против кого использует террористические методы, терроризм обычно утилитарно подразделяется на «наш» (полезный, продуктивный, направленный на противников) и на «не наш» (вредный, деструктивный, направленный против нас нашими противниками). Из такой утилитар- ной трактовки следует пресловутый «двойной стандарт» в оценке тер- роризма, от которого все призывают друг друга отказаться.

На самом деле не может быть «хорошего» и «плохого», «полезно- го» и «вредного» терроризма. Это всего лишь наши субъективные оцен- ки, вносящие путаницу в понимание действительности. Реально терро- ризм – политически нейтральный инструмент. Это набор методов наси- лия, направленный на достижение определенной цели. Оценку он при- обретает в зависимости от того, кто им пользуется, кто направляет и кто его оценивает.

Эскалация терроризма, с некоторыми исключениями, шла по це- почке: индивидуальный – групповой – локальный – массовый терро- ризм. По-настоящему, не метафорически, а реально массовый террор – достижение последнего столетия, и даже его последней четверти. В раз- ные исторические эпохи, при разных формах организации социальной и политической жизни (например, диктатура и демократия), терроризм обладал определенными особенностями. Еще недавно террор считался обязательным инструментом тоталитарных диктатур. В современном мире терроризм оказывается обратной стороной демократии.

Терроризм как специфический инструмент борьбы всегда вызы- вал к себе неоднозначное отношение. Будучи оружием слабых, индиви- дуальный, групповой и даже локальный терроризм часто опирался на определенное сочувствие со стороны тех, кто не был жертвами. Но были случаи, когда жертвы террористов начинали им сочувствовать по мере общения с ними. Такое состояние отношений террористов и их жертв получило название «стокгольмский синдром».

В силу неоднозначного отношения к терроризму, продолжают множится ряды террористов. Однако, становясь по-настоящему массо- вым, терроризм и террористы противопоставляют себя слишком боль-

шому числу людей и поэтому постепенно уходят за грань приемлемых способов борьбы. Хотя, наверняка, всегда будут находиться люди, со- чувственно относящиеся к насилию. На современном этапе развития терроризм оценивается как все более бесчеловечный и даже античело- веческий способ социального действия.

# Иллюстрация к лекции

## Персональный взгляд на тему

*Ольшанский Д.В.* Школа выживания. Психология терроризма. –

СПб. 2002. – С. 260–268.

**Как справиться со страхом?** Лучше всего для начала не подда- ваться ему. Причем главное – не поддаваться самому сильному, «отло- женному» страху. В первые минуты, как мы уже видели, страх обычно не настолько силен: он не успевает быстро и целиком овладеть челове- ком, противостоять ему помогает инерция предыдущего состояния. А вот потом, часто уже после исчезновения конкретной угрозы, прихо- дится тяжело. Но и с этим страхом можно справиться. Для этого надо, прежде всего, научиться легко переключаться, не «застревать» на уже прошедших ситуациях, не «переживать» их слишком долго, многократ- но возвращаясь к одним и тем же событиям. И просто… не бояться. Особенно не следует бояться того, вероятность чего не столь уж велика. Между прочим, очень часто люди, напротив, не умеют бояться того, че- го опасаться следует.

По американским данным, около трети людей, опрошенных социо- логами, говорят о боязни ходить ночью по улицам в своем районе, и что преступлениями, внушающими им наибольшие опасения, являются напа- дения с применением физического насилия. В своей основе опасение ока- заться жертвой такого преступления является результатом страха перед незнакомым человеком, что, в свою очередь, усиливает недоверие к лю- дям и, в целом, социальную нестабильность. И дело не только в том, что публика больше всего боится преступлений с применением насилия – то есть таких, которые случаются наименее часто. Гораздо большую опас- ность представляют собой другие случаи повседневной жизни – такие, как автомобильная авария или катастрофа на транспорте, несчастный случай дома или даже неправильно оказанная первая медицинская по- мощь. Мы почему-то не боимся, например, укола в поликлинике – а ведь таким образом очень даже просто можно заполучить ВИЧ-инфекцию, за- болеть СПИДом.

Значит первое правило, которое обычно помогает справиться со страхом, – умение правильно оценить реальность и масштабы угрозы, а также возможность получить помощь. Никогда не зажмуривайте от страха глаза – наоборот, постарайтесь пошире их раскрыть и оглядеться вокруг. Здесь нет мелочей, все может иметь большое значение: один ли преступник, вырывающий у вас сумочку; не видно ли выходящего из-за угла случайного прохожего, способного вам помочь; не слышно ли чьих-нибудь шагов по лестнице, и т.д. Для вас же это – шанс на то, что- бы вырваться, поднять тревогу, получить необходимую помощь и со- действие.

Но если уж вы не справились с собой, поддались страху и оказа- лись временно «ослепленными», то постарайтесь побыстрее справиться с этим состоянием. Для этого полезно знать хотя бы самые простые пси- хологические техники. Например, существует такой, наиболее простой психологический прием: почувствовали страх – начните медленно и глубоко дышать: глубокий вдох – медленный выдох. Еще раз, еще и еще разок. И так хотя бы раз десять. Даже если сумочку вырвали и преступ- ник уже убежал далеко, это поможет вам быстрее прийти в себя и под- нять тревогу. Если же возникшая угроза имеет другой характер (скажем, преступник не сумочку вырывает, а требует выкупа за вашего ребенка), и события развиваются не настолько уж стремительно, то подобного ро- да «кислородное успокоение» будет иметь еще больший смысл. Таким образом, вы сможете эффективно использовать имеющееся время, что- бы полностью адаптироваться к возникшей ситуации и включить в ра- боту ошеломленное было сознание. А там, глядишь, пробудившийся ра- зум уже сам придумает что-нибудь полезное.

Еще один прием рассчитан на более сложную ситуацию. Допус- тим, что вы оказались под завалом в результате взрыва. Вокруг обломки бетона, а между ними – маленькая ниша, и в ней – вы. Положение слож- нейшее, прежде всего – своей неопределенностью и неустойчивостью. Поддадитесь панике, начнете «дергаться» в разные стороны – задвига- ются окружающие вас бетонные плиты, и нынешнее сравнительно тер- пимое положение станет уже немыслимым. Значит, надо прежде всего успокоить себя – так, чтобы не совершить лишних непроизвольных движений. Для этого очень полезным бывает просто поговорить с самим собой, причем назвав себя несколько раз по имени. Разговор с собой по- лезен тем, что он переводит во внешний план внутренние, часто запу- танные переживания – он их как бы распутывает, выстраивает в строй- ную цепочку причинно-следственные связи, объясняет то, что произош-

тивные проявления. Называя себя по имени, вы обращаетесь к памяти детства – ведь именно в детстве мы в максимальной степени защищены, находимся в безопасности, и именно в детстве нас называют по имени.

Есть еще один полезный прием. Вспомните девушку Джулию из описания К. Изарда: она разозлилась на преступника, вырвавшего су- мочку, и весь страх куда-то прошел. Разозлитесь посильнее на что- нибудь или кого-нибудь: на ситуацию, на себя и т.д. Злость вытеснит страх, вам захочется немедленно действовать, и тогда вы перестанете бояться.

Страх можно вытеснить страхом. Приведем пример из несколько иной сферы, свидетельствующий о возможности такого эффективного вытеснения.

«Бывший военный разведчик А., отличавшийся по мнению его коллег, «абсолютным бесстрашием», рассказал нам, что после первых пребываний среди врагов (в роли одного из них) он стал бояться, что ко- гда-нибудь может быть разоблачен. «Однажды, когда я готовился к оче- редной заброске на вражескую территорию, чувство тревожности было особенно сильным. Тогда я нарочно стал усиливать его, уверяя себя, что я когда-нибудь буду разоблачен и погибну. Напало чувство страха, оно было таким сильным, что я как бы пережил в мыслях и чувствах собст- венную смерть. После этого я уже не испытывал страха. Дважды, когда я был на грани провала, моя невозмутимость смущала моих противни- ков и давала мне время уйти от опасности».

Известны способы дзенского (чаньского) тренинга, ведущие, в частности, к ликвидации тревожности и к самообладанию через пережи- вание в мыслях и чувствах собственной смерти1. Техники такого рода достаточно сложны и не доставляют большого удовольствия, однако час- то они оказываются вполне эффективными.

**Не поддавайтесь ужасу.** Конечно, легко сказать – «не поддавай- тесь ужасу», – а как ему не поддаться, если он тихо подползает и охва- тывает вас, как удав – липкий, противный, парализующий…

Как учит русская поговорка, клин клином вышибают. Если вы вдруг чувствуете, что вас действительно охватывает ужас, постарайтесь вытеснить его… не меньшим, а лучше, большим ужасом. Для этого представьте себе самое страшное, что вообще может случиться в жизни с близкими, дорогими вам людьми – детьми, супругом, родителями. Представьте себе их находящимися на грани, буквально – между жиз- нью и смертью. И тогда для их спасения мобилизуется ваш организм и страх вытеснит прежний демобилизующий ужас.

ло и в каком положении вы оказались. Такая размеренная беседа с са-

мим собой успокаивает, нормализует сердечный ритм, другие вегета-

1 *Китаев-Смык Л.А.* Психология стресса. – М.: Наука, 1983. – С. 262–263.

Ужас – это всего лишь сильный страх. Объясните себе это, разъ- ясните, что на самом деле единственно ужасное в жизни – это смерть. Значит, пока вы еще живы, нечего заранее ужасаться – надо что-то предпринимать, надо действовать.

Любопытный пример преодоления сильнейшего страха смерти, дошедшего до крайней степени эмоционального состояния – состояния ужаса, приводит свидетель поведения советских заложников, захвачен- ных в свое время в Бейруте. Для одного из них психологически эффек- тивным оказалось внутреннее отчуждение от ситуации заложничества.

«Так, Спирин, как он признался позже, подавлял страх смерти це- ленаправленным самоотчуждением, дающим возможность восприни- мать себя как бы со стороны и осознавать малозначимость своей, от- дельно взятой жизни по сравнению с глобальными явлениями и поня- тиями и осознанием естественности и неотвратимости смерти вообще. На этом фоне предстоящая гибель казалась лишь некоторым ускорением неизбежного перехода в небытие. И наконец, положительно ориентиро- ванные мысли о том, что отведенный последний отрезок жизни был прожит, в общем-то, неплохо и интересно (а это само по себе немало), что после тебя что-то останется – результаты твоего труда, потомство, твой духовный след в памяти других»1.

В преодолении страха (ужаса) смерти имеют значение многие факторы. Среди них и способность отвлечься от кажущейся неизбежной перспективы, и единство переживаний, обнаруживаемое при откровен- ных разговорах с товарищами по несчастью, и даже ожидаемый способ умерщвления.

«Ожидаемый способ умерщвления – расстрел – воспринимался ими как наиболее подходящий, поскольку он мгновенный и безболез- ненный. «Свою пулю не услышишь». После многократного проигрыва- ния варианта расстрела он сделался как бы более «привычным» и менее пугающим. Человек ведь чаще всего боится неизвестного, здесь доля неизвестного была сведена к минимуму. Поэтому они продолжали жить в плену относительно нормальной, насколько это возможно жизнью, не думая постоянно о худшем, спокойно, и с внутренней готовностью от- носились к его вероятному приходу»2.

Что касается сугубо индивидуальных способов преодоления ужа- са, то надо помнить: практически все основные психологические техни- ки усмирения ужаса те же, что и в случае страха. Выровняйте дыхание, поскорее насытьте кровь кислородом – станет спокойнее. Поговорите с

1 *Перфильев Ю.* Террор. Бейрут – жаркий октябрь. – М., 2000. – С. 105.

2 Там же. – С. 105.

собой, что называется, «про себя», называя себя по имени, – восстано- вится самоидентификация, постепенно «всплывет» чувство защищенно- сти. Наконец, разозлитесь посильнее хотя бы на самого себя – за то, что ухитрились «влипнуть» в такую ситуацию.

Не помогает? Все еще стоите, открыв перекошенный рот, и не можете ни рукой, ни ногой двинуть, столб столбом? Значит, нервы у вас действительно не в порядке. Когда (и если) выкрутитесь из такой жут- кой ситуации, обязательно сходите к невропатологу – тут нужны меди- цинские рекомендации. Обычный человек вполне может овладеть собой и регулировать свои эмоциональные состояния без помощи врачей.

**Как остановить панику?** Воздействие на паническое поведение, в конечном счете представляет собой всего лишь частный случай психо- логического воздействия на любое стихийное поведение – прежде всего, на поведение толпы. Здесь действует единое по отношению к любой толпе правило: прежде всего, необходимо снизить интенсивность эмо- ционального заражения, вывести людей из-под гипнотического воздей- ствия данного состояния и рационализировать, индивидуализировать его психику. В толпе любой человек лишен индивидуальности – он представляет собой всего лишь часть массы, разделяющую ее эмоцио- нальное состояние, подчиняющую ей все свое поведение.

Вот почему террористы любят осуществлять свои акции именно в толпе, в местах массового скоплении людей: в толпе достаточно испу- гать лишь несколько человек даже небольшим взрывом, как страх, ужас, а вместе с ними и паника быстро овладеют всей массой. Именно поэто- му следует избегать массовых сборищ, концертов, дискотек, митингов, демонстраций в периоды повышенной опасности терроризма. Необхо- димо специально предупреждать людей о возможных сложных ситуаци- ях и провокациях, чтобы свести к минимуму фактор неожиданности и испуг. Наконец, желательно отвлекать внимание людей от возможных источников страха и стараться не взвинчивать, а снимать эмоциональное напряжение.

В мировой практике накоплен опыт создания специальных про- тивопанических систем и служб. Они включают в себя и кризисное (ре- зервное) руководство – как для отдельных мероприятий, так и для стра- ны в целом; размещение в толпе специально проинструктированных людей, умеющих выполнять команды и не поддающихся панике; подго- товку средств звуковещательной техники для немедленного воспроизве- дения ритмичной музыки или популярных хоровых песен.

Рассуждая о необходимости выработки специальных антитерро- ристических мер, мало кто подумает о необходимости создания «анти- панический службы». А ведь борьба с паникой – одна из основных задач

Министерства по делам гражданской обороны и чрезвычайным ситуа- циям. Для ее решения нужно иметь и заранее подготовленные теле- и радиопрограммы, и разработанные эвакуационные маршруты, и подго- товленных специалистов – не в пугающей ОМОНовской форме, а с про- стыми белыми повязками, мегафонами и плакатами типа «следуйте за мной».

В панике, как особом состоянии психики большого скопления людей, есть и некоторые специфические моменты. Сама ситуация поро- ждает определенные вопросы, ответы на которые дают возможность прогнозировать поведение и останавливать действия охваченной пани- кой толпы. Во-первых, этот вопрос о том, кто станет образцом для под- ражания собравшихся. После появления угрожающего стимула (звук сирены, клубы дыма, первый толчок землетрясения, первые выстрелы или разрыв бомбы), всегда остается несколько секунд, когда люди «пе- реживают» (точнее «пережевывают») происшедшее и готовятся к дейст- вию. Здесь им можно и даже нужно «подсунуть» желательный пример для вполне вероятного подражания. Кто-то должен первым крикнуть

«Ложись!» или «К шлюпкам», или «По местам». Соответственно, те, кто первыми исполнят эту команду, становятся образцами для подражания со стороны других. Жесткое, директивное управление людьми в паниче- ские моменты – один из наиболее эффективных способов прекращения паники.

Такие методы бывают особенно эффективны в сочетании с экс- тренным введением нового, причем достаточно привычного, знакомого людям стимула, вызывающего привычное, спокойное и размеренное по- ведение. Это может быть появление вождя на телеэкране, исполнение национального гимна или, по особой советской традиции, фрагментов балета «Лебединое озеро». Важно еще и то, чтобы такой привычный стимул носил ритмичный характер – ведь паника аритмична по самой своей природе.

Ритм в случаях паники, как и стихийного поведения вообще, иг- рает особую роль. Стихийное поведение – это неорганизованное, ли- шенное внутреннего ритма действие. Если такого «водителя ритма» нет в толпе, его должно задать извне. Широкую известность приобрел слу- чай, происшедший в 1930-е годы после окончания одного из массовых митингов на Зимнем велодроме в Париже. Люди, ринувшись в выходу, начали давить друг друга, и все шло к трагическому концу. Однако в проеме лестницы оказалась группа приятелей-психологов, которые со- образив, что может сейчас начаться, начали громко и ритмично сканди- ровать потом уже знаменитое: «Не – тол-кай!». Скандирование было мгновенно подхвачено большинством, и паника прекратилась. Другой,

политический, пример действия того же механизма – постоянное, в те- чение ряда десятилетий, использование американскими борцами за гра- жданские права афроамериканцев известной песни «Мы победим!» при противостоянии полиции или национальной гвардии.

Известен эпизод и с пожаром в парижской Гранд-опера, когда толпа также готова была броситься вон из задымившегося здания, сме- тая все на своем пути, однако была остановлена необычным образом. Несколько отчаянных смельчаков, встав во весь рост в одной из лож второго яруса, начали орать (пением это было трудно назвать) нацио- нальный гимн. Через несколько секунд к ним стали присоединяться со- седи. Постепенно и остальные начали если не петь, то все-таки останав- ливаться – национальный гимн все же. В итоге, театр встретил как все- гда припоздавших пожарных исполнением гимна, к которому они также присоединились… Затем людей вывели, а пожар потушили.

Роль ритмической и, отдельно, хоровой ритмической музыки имеет огромное значение для регуляции массового стихийного поведе- ния. Например, она может за секунды сделать его организованным. Вспомните многократно проклятые субботники и воскресники, демон- страции и прочие массовые и псевдомассовые акции советской эпохи. Не случайно все они встречали нас бравурной, маршевой, зажигающей музыкой. «Нас утро встречает прохладой…», – помните? Роль хорового пения солдат во время марша (знаменитое «Запевай!») вообще известна испокон веков. Не случайно большинство революционных песен, напи- санных в разные времена, разными людьми, в разных странах, имеют очень сходную внутреннюю ритмическую структуру. Возьмите такие из них, как чилийская «Venceremos», американская «We shall overcome», французская «Марсельеза», польская «Варшавянка» или наша «Вихри враждебные веют над нами». Сам их внутренний ритм, наряду с боевым словесным содержанием изначально был своеобразным средством про- тивостояния страху и панике в критических ситуациях.

Соответственно, известны и противоположные приемы. Хотите сорвать митинг политических противников? Подгоните к его месту ра- диофицированный автобус и начните транслировать что-нибудь типа

«Вы жертвою пали…» или любого реквиема. Для начала ваших оппо- нентов-ораторов станет просто очень плохо слышно. Вместо их зажига- тельных речей людьми будет овладевать траурное настроение. Через не- сколько минут народ начнет расходиться. Тем самым, вместо мажорных усилятся минорные и в частности, панические эмоции и чувства. Раз- личных примеров такого рода можно привести немало.

«Самое главное: если началась паника… необходимо избавить людей от ощущения «загнанности в угол». Надо открыть все двери и

проходы, громко, через мегафоны, объявлять о том, куда и как надо вы- бираться из толпы. Трагедия в Тбилиси в апреле 1989 года произошла во многом из-за дикой, воинствующей некомпетентности (рука не подни- мается написать – злого умысла) властей, перекрывших все пути отхода с площади перед Домом правительства, все улицы и переулки, кроме одного-единственного проспекта Руставели, по которому как раз и были пущены навстречу толпе БТРы»1.

Это принципиально важно. Если вы чувствуете, что начинается или только может начаться паника, поспешите выбраться из толпы, на открытое пространство и покажите пути выхода другим. Паника страш- на тем, что всем становиться страшно, а тем, что в состоянии паники люди давят друг друга.

**Умерим агрессию.** Агрессия – пожалуй, наиболее «горячая» форма поведения: она содержит в себе чрезвычайно мощный эмоцио- нальный заряд. Сами выражения «выведенный из себя», «несдержан- ный», «доведенный до белого каления» подчеркивают это. Значит, глав- ной задачей является снизить этот эмоциональный накал, умерить его.

Разумеется, агрессия бывает разной. Холодное насилие террори- ста трудно называть агрессией – это, скорее, просто нападение. Об эмо- циональной агрессии говорят в случаях ответных эмоций – например, об агрессии человека, который до этого был сильно испуган, но горит жаж- дой отмщения обидчику. Конечно, заранее рассчитанную и давно сфор- мировавшуюся агрессию террориста обычным людям в обычных ситуа- циях умерить трудно. Однако иногда и это возможно и, безусловно, по- лезно. Как говорится, попытка – не пытка, в самом буквальном смысле этих слов.

Иногда бывает достаточно сильно удивить нападающего на вас человека. Известный прием – вовремя задать самый странный и неожи- данный вопрос. Например, «а что это у вас за ухом?». Обычно человек хватается за ухо или переспрашивает, что вы имеете в виду. Тему можно развить: «Я врач, и точно знаю – так начинается рак кожи». Как прави- ло, в ответ следует замешательство, которым можно воспользоваться: попытаться ускользнуть, ударить, обезоружить противника. Выбить его из равновесия – это бывает достаточно для того, чтобы приглушить аг- рессию. Известно, что многие женщины сумели избежать насилия, бук- вально ошеломив насильника заявлениями типа: «У меня сифилис».

Неплохой прием – резкое демонстративное подчинение. Как пра- вило, агрессивный человек настроен на ваше сопротивление, которое

1 *Ольшанский Д.В.* Психология современной Российской политики. – М., 2001. – С. 475.

ему придется преодолевать. Если вы ведете себя противоположным, не запрограммированным им способом, он может растеряться. Этим можно воспользоваться.

Не менее важной проблемой является снижение агрессии значи- тельного количества окружающих вас людей. Даже если агрессия на- правлена вовсе не на вас, она все равно опасна: трудно бывает вырвать- ся из такой толпы. Захватив вас, она может причинить вам реальный ущерб. Да и вообще: ходи потом (после разгона такой толпы милицией, например), разбирайся, доказывай, что тебя «здесь не стояло», что ты здесь ни при чем, и вообще, случайно оказался.

Экспериментально установлено: часто одного лишь простого присутствия человека, демонстрирующего модель неагрессивного пове- дения, бывает достаточно, чтобы нейтрализовать агрессию, исходящую от других или провоцируемую другими людьми. Аналогичное действие обычно оказывает возможность или угроза мести – немедленной или от- сроченной, «обещаемой». Чем выше вероятность возмездия по отноше- нию к нашему обидчику, тем ниже вероятность отмщения, тем менее агрессивным становится обидчик.

Наконец, важным является умение умерить собственную агрес- сию. Она редко бывает полезной. Скорее наоборот: агрессия порождает агрессию, и неизвестно, чем закончится ваше столкновение со столь же агрессивным человеком. Гораздо полезнее сохранять холодную голову, не поддаваться эмоциям и тем самым перехитрить врага. Хотя, безус- ловно, иногда полезной бывает имитация сильного агрессивного со- стояния (типа «я вас всех сейчас разорву»). Это то, что в криминальном мире называется «брать на понт», и подчас дает эффективный результат. Снижению уровня агрессии способствует общее снижение уровня возбуждения человека. Не зря советуют: «попей водички», «расслабь- ся», «не напрягайся». Считается, что агрессию снижают или сдержива- ют три основных фактора: атрибуция, смягчающие обстоятельства, оп-

равдания или выяснение причин.

*Атрибуция* – это наше восприятие причин, объяснение себе того, что происходит. Вас раздражает, если важный телефонный разговор внезапно прерывается. Но имеет значение, почему это произошло. Бро- сил ли собеседник трубку или просто случились неполадки на линии? Если вы вообразите первое, то ваша встречная агрессия будет оправдан- ной и, естественно, усилится. Если же вы допустите второе, то уровень агрессивности сразу снизится. В жизни часто бывают ситуации, которые можно толковать по-разному. Действительно ли продавец в магазине хотел обидеть вас или же он просто неуклюже выразился? Неужели дру- гой водитель намеренно подрезал вас на повороте или же он просто не

заметил вас? В таких ситуациях мы пытаемся определить, почему дру- гие ведут себя так, а не иначе. Выводы, к которым мы приходим, оказы- вают сильнейшее влияние на склонность прибегать к агрессивным дей- ствиям.

*Смягчающие обстоятельства* – это те объяснения, которые вы сами можете найти в действиях другого человека, или же то, что он мо- жет привести в свое оправдание. Экспериментально установлено, что предварительное объяснение и объяснение постфактум способствуют снижению уровня агрессии. Стоит нам заранее узнать, что человек на- ходится в состоянии гнева, то это подавляет желание агрессивно отве- тить на его оскорбительные слова в ваш адрес. Однако для этого, разу- меется, вы сами не должны поддаваться эмоциям – иначе это снизит ва- шу способность к переработке сложной информации о других людях. Не зря говорят: когда в дверь стучатся эмоции, разум выпрыгивает из окна. Не будьте импульсивны – найдите и оцените должным образом смяг- чающие обстоятельства.

*Извинения и оправдания, «возмещение ущерба».* Известно: если приносимые вам извинения искренни, а приводимые доводы убедитель- ны и к тому же готовы возместить нанесенный ущерб, то вы можете бы- стро «растаять». Тогда ваш гнев «улетучится». Если же извинения ка- жутся неискренними, а оправдания фальшивыми, это может даже уси- лить гнев. Однако здесь многое зависит от вас: как вы воспримете эти извинения и объяснения? Если вам захочется смирить агрессию, они вас удовлетворят*.* Если нет – вряд ли что-то поможет. Известны, однако, бытовые примеры, когда на требование «дай закурить!» (привычное на- чало для бытовой агрессии со стороны уличной шпаны, которой требу- ется эмоционально «разогреть» себя вашим прогнозируемым отказом) человек начинал искренне приносить свои извинения и объяснить, по- чему он не может этого сделать («вчера бросил курить», «забыл купить» и т.д.). Ошеломленные таким поведением агрессоры обычно сразу теря- лись, испытывали смущение, медлили или вовсе даже отказывались от своих намерений. Проверьте на себе: смогут ли вас удовлетворить изви- нения и оправдания в той или иной ситуации? Если да, то попробуйте применить этот прием – повредить он, по крайней мере, не сможет.

Хорошими средствами предотвращения агрессии обычно являют- ся демонстрация сопереживания (эмпатия), удачная шутка и призыв к сексу. Известно: человек не способен осуществлять две несовместимые реакции в одно и то же время. Невозможно одновременно находиться в состоянии восторга и депрессии. Значит, можно снизить гнев и агрес- сию, вызывая чувства, несовместимые с ними. Прежде всего, это юмор, демонстративное сопереживание («разделение проблем») и пробужде-

ние сексуального возбуждения. С одной стороны, известны случаи, ко- гда женщинам удавалось избавиться от домогательств насильника, вы- смеяв его («Очень хочется? Давно никто не давал? Не получается?»). С другой, – известны и противоположные примеры: некоторым женщи- нам, попавшим в заложники, удавалось избежать немедленной смерти, склонив террориста к интимной близости. Иногда удавалось снизить аг- рессию террористов, демонстрируя готовность понять и разделить их проблемы. Известно, что «стокгольмский синдром» связан не только с возникновением привязанности жертвы к террористу, но и, напротив, с возникающей привязанностью террориста к жертве. Такое сближение как раз происходит за счет «снятия» агрессии через демонстрацию по- нимания причин, принуждающих человека к агрессии.

# Тема 12

**ПРИКЛАДНОЕ ЗНАЧЕНИЕ ПСИХОЛОГИЯ ПОЛИТИКИ**

## Вопросы:

1. Специфические приемы вмешательства политической психоло- гии в реальную политику

а) Психологическое обеспечение переговоров,

б) Психология создания коалиции и политических группировок.

1. Скрытые политические феномены и их психологические осо- бенности

а) Психология политической интриги,

б) Особенности политического заговора,

в) Психология политической провокации, шантажа и анекдота в реальной политике

## Интеллектуальная разминка

*Блеф.* Выдумка, ложь, рассчитанная на запугивание кого- нибудь1.

*Взаимодействие* (в психологии) – процесс непосредственного или опосредованного воздействия объектов (субъектов) друг на друга, по- рождающий их взаимную обусловленность и связь. Взаимодействие вступает как интегрирующий фактор, способствующий образованию структур. Например, в процессе между членами вновь созданной груп- пы появляются признаки, характеризующие эту группу как взаимосвя- занную устойчивую структуру определенного уровня развития. Струк- турированность группы проявляется в статусных отношениях, функ- ционировании признаваемых всеми членами группы нормах поведения и в групповых целях и ценностях. Особенностью взаимодействия явля- ется его причинная обусловленность. Каждая из взаимодействующих

1 *Ожегов С.И.* Словарь русского языка. – М., 1972. – С. 50.

сторон выступает как причина другой и как следствие одновременного обратного влияния противоположной стороны, что обусловливает раз- витие объектов и их структур.

Если в процессе взаимодействия обнаруживается противоречие, то оно выступает источником самодвижения и саморазвития структур1.

*Заговор* – тайное соглашение о совместных действиях против ко- го-нибудь в политических и других целях2.

*Интрига –* происки, скрытные действия, обычно неблаговидные, для достижения чего-нибудь3.

*Коалиция* (от лат. сoalescere – соединяться) – блок, союз двух или нескольких государств, народов, политических партий и др. организа- ций для совместного вступления или действий, чаще всего политическо- го или военного характера4.

*Мимикрия* (< англ. mimicru – подражательность) – один из видов покровительственной (защитной) окраски и формы, полезное для данно- го вида животных сходство по цвету и (или) форме с др. животным

,растениями или предметами окружающей среды.

*Мистификация* (гр. mystes – посвященный в тайну, знающий та- инства + лат (tacere делать) – обман, намеренное введение кого-либо в заблуждение.

*Шантаж –* вымогательство путем угрозы: распространение све- дений, компрометирующих жертву шантажа; сведения могут быть под- линными или вымышленными.

*Провокация –* лат. (рrovocatio) – предательское поведение, под- стрекательство, побуждение кого-либо к заведомо вредным для него действиям5.

# Специфические приемы вмешательства психология политики в политику

Если обратиться к методам политико-психологических исследо- ваний, некоторые из них можно рассматривать как прямое вмешательст- во психология политики в практику политики. Примером этого, как

1 Психология: Словарь / Под общ. ред. А.В. Петровского. – М., 1990. –

С. 51; 232.

2 *Ожегов С.И.* Словарь русского языка. – М., 1972. – С. 136.

3 Там же. – С. 232.

4 Дипломатический словарь: В 3 т. – М., 1985. – Т. 1. – С. 51.

5 Словарь иностранных слов. 13-е изд., стереотип. – М., 1986. – С. 314; 400.

указывает Д. Ольшанский, можно привести психологическое обеспече- ние политических переговоров.

### Психологическое обеспечение переговоров

*Политические переговоры* – это обсуждение сторонами полити- ческой проблемы, одинаково представляющее для них интерес с целью найти пути решения, удовлетворяющие разные стороны. М.М. Лебедева рассматривает предназначение переговоров как разрешение споров и организации сотрудничества1. Но ориентация на сотрудничество не ис- ключает возникновения разногласий, что в принципе может привести к конфликту между сторонами (урегулирование конфликта, напротив, способствует, сотрудничеству).

Вместе с тем, переговоры могут выполнять функции, выходящие за рамки только поисков сотрудничества и принятия совместных реше- ний и их исполнения.

Так, переговоры могут проводиться для того, чтобы отвлечь вни- мание партнера, выясняя его позиции, или пропагандируя собственные взгляды. В контексте предмета психология политики следует выде- лит суть психологического обеспечения переговоров. С этой позиции, по мнению Д. Ольшанского, одной из важнейших психологических характе- ристик переговорного процесса является тот факт, что переговоры – это всегда *совместная деятельность.* Следовательно, необходимо учиты- вать интересы партнера и особенностей его восприятия переговорных проблем.

Характер переговоров зависит от соотношения интересов партне- ров. Интересы могут совпадать, расходиться, могут быть взаимоисклю- чающимися или непересекающимися с интересами партнера. Совпаде- ние или несовпадение интересов сторон зависят от конкретной ситуа- ции, но в то же время они присутствуют при любых переговорах. Это обстоятельство отличает переговоры от других видов деятельности как с конфликтными (спорт, война), так и с совпадающими интересами (раз- личные виды сотрудничества). При совпадении интересов сторон, нали- чии понимания обсуждения не требуется, и стороны переходят к совме- стным действиям. При полном расхождении интересов возникают кон- куренция, противоборство, конфронтация, вплоть до войны. По утвер- ждению ряда авторов, интересы участников переговоров, необходимо отличать от их позиции и переговорных концепций.

Позиции на переговорах – это формулировка сторонами их интере- сов. Они предполагают искусство и тактику подачи какой- либо стороной

Говорят, если сможешь добиться, чтобы птичка сама вошла в клет- ку, она будет петь намного лучше – необходимо установить контроль над свободой выбора. Одной из таких форм искусно владел Г. Киссинджер. Как описывает Р. Грин «*Правильная подача варианта» было любимым методом Генри Киссинджера. Будучи госсекретарем при президенте Ри- чарде Никсоне, Киссинджер считал себя лучше информированным, чем его босс, и верил, что в большинстве случаев он сам принимает более верное решение. Однако попытайся он самостоятельно определить го- сударственную политику, это обидело бы или рассердило президента, известного своей нерешительностью. Поэтому Киссинджер предлагал ему на выбор: три–четыре варианта действий для каждой ситуации, причем представляя их таким образом, что вариант предпочтитель- ный для него всегда казался явно лучшим решением вопроса по сравне- нию с другими. Раз за разом Никсон попадался на наживку, не подозре- вая, что всегда движется туда, куда подталкивает его Киссинджер»1.* Хотя этот пример иллюстрирует искусство взаимодействия пре- зидента и его министра, но сам прием универсален и вполне может об- служивать переговорный процесс. «*Как только вы встанете на нашу точку зрения, мы с вами полностью согласимся»2* – остроумно пояснил Моше Даян свое желание Сайрусу Венсу во время арабо-израильских переговоров 1977 г. В этой фразе наиболее четко прослеживается тай- ный смысл искусства и тактики установления контроля над свободой

выбора.

В отличие от переговорного процесса, переговорная концепция менее изменчива, так как она обеспечивает общий подход к данным пе- реговорам. Переговорный процесс и его основной смысл – это согласо- вание интересов. Как отмечает Д. Ольшанский, согласование интересов возможно при «торге» или совместном с партнером анализе проблемы.

Торг в данном случае рассматривается сторонами как одно из средств реализации своих интересов в наиболее полном объеме, при торге каждая сторона пытается получить максимальную выгоду, причем откровенно игнорируя интересы своего партнера. Совместный же ана- лиз проблемы нацелен на разрешение противоречий и удовлетворение интересов сторон.

Существуют два типа решений, достигаемых в результате перего- воров. Первый тип – компромиссное решение, при котором стороны де- лают уступки, идут навстречу друг другу по отдельным вопросам, или

своего варианта предполагаемого результата переговоров, в свою пользу.

1 *Грин. Р.* 48 законов власти. – М., 2003. – С. 349.

1 См.: *Лебедева М.М.* Вам предстоят переговоры. – М., 1993. 2 *Душенко К.В.* Большая книга афоризмов. – М., 2003. – С. 580.

увязывают их в один пакет. Второй тип – это когда находится новое ре- шение и снимаются противоречия путем включения их в более широкий контекст.

Структурно переговорный процесс можно разделить на три ста- дии – подготовка переговоров; анализ результатов переговоров и вы- полнение договоренностей. В свою очередь, стадии проведения перего- воров проходят ряд этапов, таких, как взаимное уточнение позиций, ин- тересов, точек зрения; обсуждение возможных вариантов решений и т.д. Сами переговоры реализуются через различные способы подачи пози- ций и тактические приемы1.

### Психология создания коалиций и политических группировок

По утверждению Д. Ольшанского, создание коалиций есть при- мер прямого вмешательство в политику. Без понимания психологиче- ской сути этого явления, коалиции, как правило, оказываются неустой- чивыми и быстро распадаются.

С психологической точки зрения, в основе любой коалиции лежит несколько факторов. Одним из них является осознание дефицита собст- венных ресурсов и желание компенсировать его за счет чужих ресурсов, если это приведет к достижению цели. Другим фактором создания коали- ций является наличие общего врага и общей опасности (так возникла ан- тигитлеровская коалиции во время Второй мировой войны). Наконец, го- товность перешагнуть через существующие разногласия и противоречия, если создание коалиции обусловлены выше указанными двумя фактора- ми. В создании коалиции важен еще один момент – признать «своим» любую политическую силу, если она помогает достичь политической це- ли в конкретных политических обстоятельствах. Ф. Рузвельт на негатив- ную характеристику Никарагуанского диктатора Самосы отреагировал так: *«Может быть – это сукин сын, но это наш сукин сын»*.

Классическим примером готовности отказаться от разногласий, если это выгодно национальным интересом, служат суждения Черчил- ля: *«На протяжении четырех столетий внешняя политика Англии за- ключалась в том, чтобы противостоять наиболее сильной, наиболее агрессивной, наиболее доминирующей державе на континенте. Для по- литики Англии не имеет значения, что представляет из себя государ- ство, стремящееся к господству в Европе. Для нас не имеет значения, является ли им Испания или Французская монархия, Французская или*

*в этом случае никакого значения и тот, кто возглавляет эти государ- ства и какие народы их заселяют.*

*Речь идет о любом могущественном и стремящемся к господ- ству государстве. Поэтому нас не страшат обвинения в том, что мы проводим профранцузскую или антигерманскую политику. Если об- стоятельства изменятся, мы будем с таким же успехом проводить прогерманскую или антифранцузскую политику. Мы следуем законам политики, а не простой выгоде, диктуемой случайными обстоятельст- вами, симпатиями, антипатиями или подобными эмоциями»1.* Несмотря на кажущуюся циничность, рассуждения Черчилля дают точную харак- теристику психологической сущности коалиции. Традиционную при- верженность английской внешней политики к созданию коалиции под- твердил и Г. Киссинджер: *«Конечно, многочисленные разовые союзники Великобритании преследовали собственные цели, как правило, заклю- чавшиеся в расширении сфер влияния или территориальных приобре- тениях в Европе. Когда, они, с точки зрения Англии, переходили за грань приемлемого, Англия переходила на другую сторону или организо- вывала новую коалицию против прежнего союзника в целях защиты равновесия сил. Ее лишенная всяких сантиментов настойчивость и замкнутая на себя решимость способствовали приобретению Велико- британией эпитета “Коварный Альбион”. Дипломатия такого рода, возможно, и не отражала особо возвышенного подхода к международ- ным делам, но зато обеспечивает мир в Европе»2.*

Психологическим мастером создания коалиции был И.В. Сталин, но все его договоренности носили временный и тактический характер. В целом высшие политические коалиции подчиняются и зависимы от конкретной политической ситуации. Таким же зависимостям подчиня- ются и внутриполитические процессы.

Во внутриполитической сфере в процессе и результате формиро- вания коалиции могут возникать политические группировки, которые также имеют скрытую, политико-психологическую основу.

***Политические группировки и их взаимодействия.*** По определе- нию Д. Ольшанского, понятие «политические группировки» использу- ется в трех значениях: 1) взаимодействие двух и более разнородных центров политической детальности на основе соглашений демократично общего характера; 2) взаимодействие на основе сговора, скрываемого от

*Германская империи, гитлеровская Германия или кто-то еще. Не имеет*

1 *Churchill W.S.* The Catherine Storm. V. I. The Second wored w.ar. – Boston, 1949. – Р. 186, 187.

1 См. тему № 10. 2 *Киссинджер Г.* Дипломатия. – М., 1997.

общественности без формального соглашения или сговора; 3) согласо- ванные или совместные акции на основе временного совпадения инте- ресов. Таким образом, группировки делятся на демонстративные, тай- ные и временные.

Решающим фактором создания группировок является наличие общих позитивных интересов, иначе они могут просто распасться. Но в случае необходимости сплотиться перед лицом общей опасности груп- пировки могут трансформироваться в относительно устойчивую коали- цию. Например, создание группировок в период выборных кампаний. В таких группировках четко прослеживается как общий позитивный инте- рес (пройти, например, в парламент), так и негативный (не проиграть, не остаться за бортом, политической жизни). И в самом парламенте посто- янно возникают временные группировки, особенно в период распреде- ления постов между фракциями. Наряду с временными возникают и сравнительно долговременные группировки. К ним относятся в основ- ном оппозиционные или откровенно антиправительственные группи- ровки.

Подобные группировки (движения, партии военные формирования и др.), ставящие целью свержение правительства силой, либо принуж- дающие власти к выполнению требований, возникают и действуют в ус- ловиях гражданского противостояния или фактической гражданской вой- ны. Особенностью этих группировок является их ориентация на неле- гальные средства борьбы, такие, как применение террора или приемов психологической войны. Социальная база таких группировок может быть неоднородной, включая маргинальные слои и «социальное дно», а в неко- торых ситуациях и этнические группы, подвергающиеся дискриминации. Психологически ключевым мотивом возникновения и существо-

вания таких группировок является известный мотив: «Против кого бу- дем дружить». Обычно такие группировки представляют собой коали- ции разнородных сил объединенных общей враждебностью к власти и предпочитающие экстремистские методы борьбы. Эта характеристика объясняет внутреннюю неустойчивость таких группировок и склонность их к распаду после овладения властью (достижения цели).

# Скрытые политические феномены, их психологические особенности

### Психология политической интриги

Понятие «интрига» помимо значения, приведенного в начале те- мы, означает еще и психологический способ построения фабулы, сюже-

та, схемы развития событий при помощи сложных перипетий действия, переплетения и столкновения интересов персонажей, особенностей об- стоятельств, обеспечивающих динамичное развитие.

Политическая интрига имеет внешние и внутренние различия. Внешне политическая интрига – это сложное и запутанное, иногда зага- дочное сплетение обстоятельств с плохо прогнозируемыми последст- виями. По внешней характеристике интрига представляет собой соеди- нение во времени и пространстве разнопорядковых политических собы- тий или процессов, которые придают качественно новое направление политической ситуации.

Внутренне, как поясняет Д. Ольшанский, – это политико-психоло- гическая игра политических сил или отдельных политиков. В этом случае интрига ведет политическое событие к нужным результатам, создавая видимость спонтанного, самопроизвольного развития этих событий. Наи- более отчетливо эти механизмы проявляются в политическом заговоре.

Психологическая интрига – один из самых исторически древних способов борьбы за власть, влияние и способа «делания политики»1. Первые попытки аналитического осмысления места и роли интриги в политике были предприняты в Италии. А одним из признанных теоре- тиков интриги считается Н. Макиавелли. Обратимся к одному и самых известных его сочинений «Государь»

*Политическое учение Макиавелли* – это непрерывное стремление освободить политику от нравственных оценок, постоянное противобор- ство сущего и должного, аморальные рекомендации осуществления по- литической власти. Названные нравственные коллизии получили обоб- щенное наименование «макиавеллизма», ставшего синонимом ковар- ства, двуличия, жестокости в политике. Примеров подобного рода кол- лизий в «Государе» немало. Вот некоторые из них: «удержать завоёван- ное нетрудно, в особенности, если новые подданные и раньше не знали свободы. Чтобы упрочить над ними власть, достаточно искоренить род прежнего государя»; «обиды нужно наносить разом: чем меньше их распробуют, тем меньше от них вреда; благодеяния же полезно оказы- вать мало-помалу, чтобы их распробовали как можно лучше»; «сколько мирных договоров, сколько соглашений не вступило в силу и пошло прахом из-за того, что государи нарушали своё слово и всегда в выиг- рыше оказывался тот, кто имел лисью натуру. Однако натуру эту надо ещё уметь прикрыть, надо быть изрядным обманщиком и лицемером. Люди же так простодушны, так поглощены ближайшими нуждами, что обманывающий всегда найдёт того, кто даст себя одурачить»; «добрыми

1 См.: *Плутарх.* Избранные жизнеописания: В 2 т. – М., 1987.

делами можно навлечь на себя ненависть точно так же, как и дурными, поэтому государь нередко вынужден отступать от добра ради того, что- бы сохранить государство», «благоразумному государю следует избе- гать тех пороков, которые могут лишить его государства, от остальных же воздерживаться по мере сил, но не более. И даже пусть государи не боятся навлечь на себя обвинения в тех пороках, без которых трудно удержаться у власти, ибо, вдумавшись, мы найдем немало такого, что на первый взгляд кажется добродетелью, а в действительности пагубно для государя и, наоборот: выглядит как порок, а на деле доставляет госуда- рю благополучие и безопасность»1.

Уже только из этих суждений Н. Макиавелли можно понять, по- чему до сих пор «макиавеллизм» служит синонимом выраженной склонности политика к интриге и интриганству.

Целенаправленная политическая интрига как процесс складыва- ется из трех компонентов – завязка, кульминация, разрешение (дости- жение цели). Интриги бывают быстротечные и долгосрочные по време- ни, по целям – персонально направленные и социальнополитические. Направленные персонально преследуют цель физического устранения политика, отстранение от власти или компрометацию политика. Соци- ально-политические интриги ставят целью устранение или компромета- цию группы, ликвидацию социального слоя (например, в годы станов- ления советской власти).

Инструменты интриги не претерпели почти никаких изменений с древнейшего времени до наших дней. Это в основном физическое уст- ранение, компрометация моральная и террористические акты. Послед- ние стали одним из частых способов политического давления и шантажа в современной политике.

Действенным политическим оружием интриги являются обвинения политиков в нарушении морали, семейных ценностей и др. (Б. Клинтон, Б. Ельцин и целый ряд политиков, попавших под огонь психологической войны).

Политическая интрига может носить как внешнеполитический, так и внутриполитический характер. Обычно внутриполитическая ин- трига направлена на изменение баланса политических влияний внутри государства, внешнеполитическая интрига имеет ту же цель, но на ре- гиональном уровне или в мировом масштабе. (Пакт Молотова-Рибен- тропа и секретные протоколы, например.)

Склонность к использованию интриги как политического инст-

даром интриги». Известными мастерами интриги были кардинал и пер- вый министр Франции А. де Ришелье, один из основателей британской секретной службы Д. Дефо, драматург М. Бомарше, министр Франции А. Талейран.

В истории Российской политики даром интриги обладал Б. Году- нов. В ХХ в. – это Сталин, Мао Дзедун, адмирал Канарис и др. Не скры- вая негативного отношения к интриге как таковой, хотелось бы пре- достеречь рьяных любителей этого политического жанра: «Подставляя другому ногу, посмотри, на чем стоит твоя вторая нога».

### Особенности политического заговора

*Заговор* – особая разновидность интриги – отличается особой конспирацией, деструктивностью результатов, поскольку всегда на- правлен «против», а не «за», и должен быть малочисленным по количе- ству заговорщиков, чтобы достичь цели.

В реальности, заговор – один из эффективных средств борьбы за власть. В истории первые заговоры были направлены на физическое уничтожение политического противника, по мере демократизации и гу- манизации политики, заговоры стали более «человечнее» – вместо фи- зического устранения стали применить политическое отстранение, ссылки или отставки. В советской истории путем заговора был отстра- нен от власти Н.С. Хрущев (заговор возглавлял Л.И. Брежнев), в ре- зультате «опереточного» заговора ГКЧП в Форосе был изолирован М.С. Горбачев. Позднее ему же суждено было уйти в отставку уже в ре- зультате государственного переворота1.

Роль заговора как инструмента политики зависит от степени де- мократизации общества. Менее значительна роль заговора при автори- тарных и тоталитарных режимах, когда власть сосредоточена в руках узкой политической элиты, а вопросы власти решаются не в правовом поле, а келейно и в межличностном взаимодействии. В таких системах часто происходят дворцовые перевороты, террористические акты.

В демократической системе, где право является главным спосо- бом организации социально-политической жизни, роль заговоров сни- жается, т.к. борьба за власть носит открытый и гласный характер при участии большого количества людей. Этому способствует также сниже- ние концентрации власти, разделение ее на ветви.

румента присуща многим политикам, обладающим «психологическим

1 См. *Цуладзе А.* Политические манипуляции или покорение толпы. – М.,

1 *Макиавелли Н.* Государь. – М., 1990. – С. 46; 52; 59.

1999.

### Психология политической провокации, шантажа и анекдота

Психологический смысл провокации в том, что она является ин- струментом воздействия на сознание и поведение людей, побуждающим их к принятию выгодных провокатору решений. Примеров тому доста- точно: провокация немецкой разведки, подбросившей И. Сталину спи- сок якобы предателей военноначальников СССР (агентов Абвера), что привело к их физическому уничтожению; поджог рейхстага и последо- вавшая за этим ликвидация Гитлером оппозиции и др. Провокацией можно считать и публикацию карикатуры на пророка Мухаммеда в Да- нии (2006 г.), вызвавшую массовые протесты мусульман всего мира и в результате – многочисленные человеческие жертвы и разрушения.

*Политический шантаж –* это особая неконвенциальная техно- логия политической борьбы, направленная на склонение объекта шан- тажа к политическим действиям (или бездействию) под угрозой рас- пространения реальных или вымышленных сведений, компрометирую- щих жертву шантажа. В детективных сериалах часто показывают шан- таж как средство давления на преступника: «Хорошо, – говорит следо- ватель, – не хочешь признаваться, мы отпустим тебя, но устроим “утеч- ку информации”, что ты “сдал” нам своих». Против такой перспективы редко какой преступник может устоять – эти посадят, а «свои» убьют. Классический пример использования шантажа.

Шантаж носит многоаспектный характер и многообразные фор- мы проявления, при этом сущностная характеристика остается неиз- менной – запугивание (угроза).

Политический шантаж тесно связан с другими антисоциальными явлениями, родственными ему – вымогательство, манипулирование, на- силие, террор и психологическая война.

Характер шантажирующих действий во многом зависит от психо- логических особенностей личности шантажиста. У такой личности до- минирует негативное содержание ценностно-нормативных установок и политический аморализм, в сочетании эти установки формируют коры- стные мотивы политической деятельности не только аморальными средствами, но и противоправными. Из характерных черт шантажиста наиболее четко выделяются такие, как жажда власти, месть, зависть, стремление уничтожить политического соперника, вынудить его уйти в отставку, изменить политическую позицию и др.

В достижении цели шантажа, исключительно важную роль игра- ет личность объекта шантажа – сила характера, устойчивость политиче-

го плана скомпрометировать Б. Клинтона при помощи шантажа, и о его месте в политической борьбе можно судить по воспоминаниям Б.Н. Ель- цина: *«В конце 1996 года наша разведка прислала на мое имя донесе- ние – шифрограмму, посвященную триумфальному успеху на выборах Билла Клинтона – его только что переизбрали президентом на второй срок. В шифрограмме был прогноз: каким образом республиканцы бу- дут решать возникшие у них крупные политические проблемы. По- скольку известно, говорилось в шифрограмме, что Клинтон проявля- ет особое расположение к красивым девушкам, в ближайшее время противники Клинтона планируют внедрить в его окружение юную провокаторшу, которая должна затем затеять крупный скандал, способный подорвать репутацию президента.*

*Помнится, я покачал головой: вот это нравы! Но в данном слу- чае счел этот прогноз слишком экзотическим. Мне казалось, что если что-то подобное и возникнет, Билл, с его чувством реальности, обла- дая таким аппаратом помощников, сумеет вовремя разгадать ковар- ный замысел.*

*Во время нашей последней встречи хотел было подарить Биллу текст этой шифрограммы на память. Но потом решил не травмиро- вать человека – он и так слишком много пережил во время этой ис- тории»1*.

Вообще, примеров применения шантажа в политических целях можно привести достаточно много, и не во всех случаях этот прием проигрывает политическую задачу.

*Политический анекдот* (от франц. аnecdote – рассказик, забавная история) – краткий смешной рассказ о какой-либо политической ситуа- ции, поведении и чертах характера лидера или представителя какой- либо группы. Анекдот отличается намеренной гипертрофией черт и си- туаций, вплоть до абсурда, способствующей выразительному запомина- нию и выявлению каких-то сторон политической жизни. Героями анек- дотов обычно становятся общеизвестные персонажи. Анекдот является острым средством политической борьбы. Его задачи – дискредитация противников, формирование симпатий к сторонникам, прежде всего, к своим политическим лидерам. Сравним два коротких анекдота.

*Первый:* Брежнев (1980 г.) по бумажке открывает Олимпиаду:

«О! О! О! О! О!» (лист бумаги с его текстом начинается с пяти колец, олимпийской эмблемы).

*Второй:* «Вы слышали, Андропов руку сломал!» – «Кому?».

ской взглядов и установок, интеллектуальные параметры. Так, благода-

ря личностным характеристикам, не имели успеха попытки шантажиро- вать Б. Клинтона скандалом с М. Левински. О грандиозности задуманно-

1 *Ельцин Б.Н.* Президентский марафон: Размышления, воспоминания впечатления. – М., 2000. – С. 158.

Соответственно, рисуются два разных образа руководителя с раз- ным к ним отношением. Терпимо-благожелательное отношение к кос- ноязычию Брежнева резко контрастирует с ожиданием жесткости от пришедшего ему на смену Андропова.

Часто анекдоты складываются спонтанно в массовом обыденном сознании, отражая соответствующее восприятие политики населением, и являются плодом коллективного творчества, частью городского, сель- ского и иного фольклора. Часто, однако, анекдоты конструируются или, по крайней мере, распространяются специально, для выполнения опре- деленных политических функций.

Феноменом начала 80-х годов стали слухи и сплетни о высшей политической элите, ее родных и близких. Больше всего «доставалось» Л. Брежневу. Рассказывали о его фактической недееспособности, по стране гуляли многочисленные анекдоты, связанные с ним. Один из та- ковых претендовал на своеобразную ретроспективу всей советской ис- тории: *Ленин, услышав о сооружении новой железной дороги, подхва- тил на плечо шпалу и вместе с соратниками понес ее на стройку... Сталин ничего не таскал – комфортно ехал по проложенной заключен- ными магистрали. Он ехал, а все вокруг дрожали от страха... Хрущев, узнав, что рельсы почему-то кончились, приказал их позади разбирать и впереди прокладывать... Брежнев же в вагоне закрылся, дал команду шторы опустить, а охране – вагон раскачивать, чтобы казалось, что он едет…*

Обычно у разных слоев населения в зависимости от уровня образо- вания, культуры, а также занимаемых политических позиций стихийно функционируют и укореняются разные типы анекдотов, отличающиеся заметным разбросом (и даже конфронтацией) политических оценок.

# Иллюстрация к лекции

## Персональный взгляд на тему

*Гозман Л.Я.* Возможные направления и методы работы психолога в политической сфере // Введение в практическую и социальную психо- логию / Под ред. Ю.М. Жукова. – М., 1996. – С. 136–144.

Если в силу редкого стечения обстоятельств – одновременное на- личие умного и понимающего свою потребность в квалифицированных психологах политика и заинтересованных в профессиональной работе в политических структурах психологов, да еще и их знакомства друг с другом и взаимного доверия – если в результате всего этого психолог все же оказывается внутри политических структур, ему надо знать что

он может, а главное, чего он не может сделать. Поскольку второе – по- нимание пределов своих профессиональных возможностей – представ- ляется нам принципиально важным, мы сначала обратимся именно к этому вопросу.

Итак, чего не может и не должен делать психолог, работающий в политических структурах или в системе власти?

Многие психологи, ориентированные на такую работу, идентифи- цируют ее с консультированием и психотерапией. Они готовы привнести в новую сферу деятельности методы, приемы и идеологию психологиче- ской коррекции, со всеми их достоинствами и недостатками. Однако ра- бота в сфере практической политики весьма далека от психотерапии. Вера в то, что тренинговая группа или деловая игра, или, наконец, индивиду- альная, терапия являются универсальным средством решения человече- ских проблем, здесь только мешает. Политик не похож на традиционного клиента, нуждающегося в принятии со стороны психотерапевта и озабо- ченного взаимоотношением с окружающими. Политик – это человек, по- бедивший на выборах и переигравший своих конкурентов в закулисной борьбе, человек, принявший на себя огромную ответственность. Он осознает свою силу, считая себя не таким, как все остальные, у него час- то присутствует ощущение своей миссии. Его отношения с людьми, особенно с сотрудниками, в значительной степени инструментальны. Конфликты и барьеры в отношениях с близкими, так же, как и глубин- ные личностные проблемы, если и осознаются, то находятся на перифе- рии сознания и не рассматриваются как ведущие.

За этим комплексом чувств и особенностями жизненного пути могут, конечно, стоять и слабость, и патология – политики вовсе не об- ладают монополией на психическое здоровье и личностную зрелость. Но ведь успешная коррекция возможна только тогда, когда между пси- хологом и его клиентом существует согласие относительно целей и ме- тодов их взаимодействия, то есть клиент сам должен выступить заказ- чиком личностно ориентированной работы. Политик источником такого заказа быть не может. Его трудности не представляются ему связанны- ми ни с его личностью, которую он, кстати, ни в коей мере не склонен корригировать, ни с его коммуникативными навыками. В конце концов, такой, каков он есть, он уже добился успеха, и он не видит никаких ос- нований заниматься изменением самого себя. Иногда он может обра- титься за советом по поводу быстрой и эффективной релаксации, но эту работу специалисты по аутотренингу делают, в общем, лучше социаль- ных психологов.

Итак, даже в случае, когда личностные и коммуникативные про- блемы политика достаточно очевидны, психологу не следует предлагать

свою помощь в их разрешении – это предложение не только будет от- вергнуто, но и заставит сомневаться в возможности дальнейшего со- трудничества. Особенно неадекватны любые попытки психологической интерпретации поведения заказчика – политика осуществляется в на- стоящем, идея поиска корней и внутренних, скрытых пружин собствен- ного поведения бесконечно далека от практического политика.

Необходимо также помнить, что наши традиционные методы требуют от человека и времени, и сил. Ни того, ни другого нет и не мо- жет быть у наших политиков. Можно спорить о том, адекватно или нет организован их рабочий день, делом ли они занимаются и не лучше ли было бы для страны, чтобы хотя бы некоторые из них работали по- меньше, но нельзя игнорировать тот, факт, что большинство из них функционирует на пределе моральных, да и физических сил и любой психотерапии предпочтет возможность нормально выспаться.

Традиционный заказ на личностную коррекцию или коммуника- тивный тренинг может поступить от человека или группы, которые только борются за место в структуре власти, готовясь к выборам или на- ходясь в оппозиции. У этих людей обычно больше времени и они чаще склонны объяснять неудачи своих предыдущих попыток такими под- дающимися, как им кажется, изменению факторами, как коммуникатив- ные навыки или уровень «сыгранности» команды. Правда, такие пред- ставления и, соответственно, такие заказы и у нас, и за рубежом более характерны для тех политиков, которые не имеют шансов на успех. Серьезная оппозиция и реальные претенденты на власть, в общем, раз- деляют менталитет действующих политиков. Надо сказать, что и эффек- тивность такого рода работы не слишком велика. Показателем этого служит, например, тот факт, что лишь очень небольшая часть активно действующих западных политиков считает целесообразной организа- цию психологического тренинга в рамках той подготовки, которую по- литические партии и группировки дают своим молодым активистам.

Как это часто бывает, негативная часть – чего не надо делать – прописывается куда яснее, чем позитивная – чём все-таки следует зани- маться? Мы постараемся наметить несколько возможных направлений и, одновременно, методов психологической работы в политических структурах.

Деятельность профессионального психолога в политических структурах может, как представляется, быть эффективной в следующих направлениях:

1. ***Участие в разработке и принятии решений.*** Хотя ни одно учебное заведение мира не готовит политиков, среди людей, облечен- ных властью, доминирует определенный тип образования и даже миро-

ощущения. На Западе – это юристы, у нас, до Горбачева – профессио- нальные партийные работники и промышленные руководители с техни- ческим образованием, сейчас стали появляться экономисты (имеется в виду – на высших уровнях иерархии власти; профессиональный состав политиков на средних и низших уровнях существенно не изменился). Психологов, как уже говорилось, среди политиков практически нет. В то же время реализация принимаемых политиками решений зависит не только и не столько от объективных социально-экономических условий и от проработанности политических действий по этим параметрам, сколько от факторов сугубо психологических – как граждане интерпре- тируют данный шаг властей, какие мотивы им атрибутируют, поверят ли в благотворность этих акций для общества и в возможность успеха лично для себя. Технократически мыслящие политики часто недооцени- вают имеющуюся у людей свободу выбора, которая проявляется не только в голосовании раз в несколько лет, но и ежедневно — в пассив- ности или в активной поддержке политики властей; в участии в акциях протеста, в сочувственном отношении к незаконным действиям, таким, как блокирование дорог или погромы, или в сопротивлении им.

Задача психолога, участвующего в выработке и принятии реше- ний, двояка. Он должен, во-первых, корректировать рассматривающиеся проекты с точки зрения их психологической грамотности – следить за тем, чтобы в них не было заложено нереалистических ожиданий; оши- бочных представлений о причинно-следственных связях в человеческом поведении, чтобы они не провоцировали людей на деструктивные дей- ствия или не способствовали депрессивным реакциям. Второй не менее- важной задачей психолога является психологизация самого процесса принятия решений. Как человек иной, чем все остальные, профессио- нальной ориентации, он должен способствовать тому, чтобы политики осознавали тот факт, что в любом их действии заложены определенные требования к поведению и чувствам граждан, и чтобы этот психологи- ческий, компонент постоянно присутствовал в их сознаний наравне с экономическими и иными «надчеловеческими» соображениями.

Полностью алгоритмизировать эту работу не представляется воз- можным. Необходимым, но, разумеется, недостаточным условием ее успеха является компетентность психолога в рассматриваемых вопро- сах, будь то экономика или социальные проблемы. Ни у кого из полити- ков, особенно в нашей напряженной ситуации, не будет ни времени, ни желания бесконечно объяснять психологу очевидные, с их точки зрения, истины. Если же говорить о собственно профессиональных приемах ра- боты, то, если ситуация позволяет, могут быть проведены замеры воз-

можных реакций людей в различных регионах или по разным социаль- ным группам.

Однако, поскольку политическая ситуация всегда сложнее любой модели, которую мы можем воспроизвести в эксперименте, более надеж- ным представляется экспертный анализ. Целесообразным является созда- ние экспертной группы, состоящей из психологов, психотерапевтов, пси- хологически ориентированных социологов. Члены группы должны регу- лярно следить за развитием событий, получать соответствующую инфор- мацию и, вообще, быть личностно вовлеченными в политическую ситуа- цию. Собираясь регулярно или по мере необходимости (первое предпоч- тительнее, так как способствует формированию у членов группы и чувст- ва ответственности, и навыков анализа политической ситуации), эти люди могут давать заключения о психологических последствиях тех или иных акций, об их влиянии на общественную атмосферу, поведение людей, их отношение к лидерам и институтам власти.

Эта же группа способна предлагать нестандартные пути решения кризисных ситуаций, прогнозировать возникновение конфликтов. Мо- мент пролонгированности такой работы, участия в группе на постоян- ной основе представляется принципиальным. Опыт показывает, что спорадическое привлечение к экспертизе даже и весьма серьезных, но не владеющих ситуацией во всех деталях специалистов, себя не оправ- дывает.

1. ***Анализ динамики общественного мнения и поиск путей воз- действия на установки и настроения граждан.*** Первая часть этой за- дачи требует тесного взаимодействия с социологами. При этом жела- тельно не ограничиваться анализом данных опросов общественного мнения, а проводить серии интервью, направленные на выяснение моти- вации ответов и психологических механизмов, обеспечивающих то или иное предпочтение. Общественное сознание не менее сложно, чем ин- дивидуальное.

Если при проведении, например, психотерапевтического интер- вью мы не удовлетворяемся ответами на прямые вопросы типа: «Счаст- ливы ли Вы в семейной жизни?», то и в случае анализа социальной си- туации у нас нет никаких оснований оставаться в одномерном простран- стве доверия-недоверия лидеру или одобрения-неодобрения его полити- ки. В случае дефицита времени – стандартной, к сожалению, ситуации для работы в политических структурах – можно ограничиться телефон- ными опросами, которые, при известных навыках интервьюеров, могут дать очень ценные результаты. Следует, кроме того, помнить, что поли- тики обычно и сами достаточно тонко чувствуют (или думают, что чув- ствуют) настроения людей, поэтому их запрос к профессионалам часто

касается не того, что происходит в общественном мнении сегодня, а того, чего можно ожидать завтра. Так что самое важное – не констатация ны- нешнего положения, а прогноз, который невозможен без понимания пси- хологических механизмов, определяющих мнения и настроения людей.

Политики сильно различаются по своему отношению к мнению сограждан. Диктаторы и бюрократы – благополучие и позиция и тех, и других не зависят от того, что думают о них люди, – могут об общест- венном мнении не беспокоиться. Политики же, зависящие от результа- тов выборов, к социологическим данным предельно внимательны. Часть из них, опасаясь за свое будущее, во всем следует настроениям людей, не делая ничего такого, что может привести к падению их популярно- сти. Под эту позицию легко подводится и теоретическая база – «я пред- ставляю моих избирателей и не могу идти против их воли».

В то же время политики более ответственные, понимающие, что они призваны быть не просто трансляторами колебаний общественной атмосферы, а субъектами политического процесса, интересуются не только тем, что и почему люди думают сегодня, но и тем, как изменить их установки, убедить согласиться с тем, с чем они сейчас не соглас- ны, принять то, что сегодня кажется неприемлемым. И все это, разуме- ется, следует сделать так, чтобы в момент выборов они вновь проголо- совали «за».

Собственно, только такие активные политики всерьез заинтересо- ваны в воздействии на общественное мнение. Для политиков, следую- щих за настроениями избирателей, достаточно лишь понимания дина- мики установок людей и прогноза их реакций. Задача воздействия стоит перед ними только в период подготовки к выборам по отношению к собственному образу в глазах избирателей.

Задача воздействия особенно актуальна, как минимум, в двух си- туациях – когда власти приняли или готовятся принять непопулярное ре- шение и когда есть основания считать, что общественное раздражение достигло таких пределов, что может вылиться в беспорядки и насиль- ственные действия. Политики здесь действуют своими методами. Они ор- ганизуют кампании в средствах массовой информации, выступают перед избирателями, пытаются заручиться поддержкой лидеров мнений – все это с целью убедить людей в необходимости и желательности принятых мер. Психологи же должны определять подлинные причины недовольст- ва (как и в межличностных конфликтах, поводы могут быть бесконечно далеки от причин), выяснить какие аргументы будут наиболее эффек- тивны, когда и в какой форме их следует использовать. Наиболее ответ- ственной и сложной является работа по прогнозированию массовых аг- рессивных действий и по поиску путей их предотвращения. Акты наси-

лия часто оказываются неожиданными для политиков. Никто из них, например, не предполагал, что перебои в снабжении сигаретами ока- жутся опаснее для социальной стабильности, чем нехватка хлеба и мо- лока, что люди, выросшие в условиях тотального дефицита и с рожде- ния привыкшие к очередям, именно в этом случае начнут блокировать улицы и призывать к бунту.

Обеспечение правопорядка – дело специальных служб. Однако не менее опасными, чем сами акты насилия и преступления, являются страхи, постоянное ожидание новых несчастий. Вообще, и в социальной сфере, и в экономике образ ситуации является не менее важным, чем сама ситуация. Человек, страдающий манией преследования, убивает не потому, что на него готовились напасть, а потому, что он именно так интерпретировал намерения окружающих. Ощущение хаоса и беспоряд- ка, непредсказуемости ситуации и слабости или равнодушия властей толкают людей и на агрессивные действия, и на самоизоляцию, форми- руют идеологию «войны каждого против всех».

Настроения людей не являются эпифеноменом социально- экономической ситуации в стране. Это так же, как на «американских горках», где уверенность в безопасности, точное знание, что ничего пло- хого с тобой случиться не может, оказывается, по крайней мере, для части людей сильнее психофизиологической обратной связи, сигнали- зирующей о смертельной опасности, и позволяет испытывать от этого комплекса чувств острое удовольствие. Разработка стратегии формиро- вания более позитивного образа текущей экономической ситуации, соб- ственного будущего, истории страны – все это может и должно входить в профессиональную задачу психологов. В конце концов, существенная часть любой психотерапии – формирование у клиента на той же эмпи- рической базе более благополучной картины собственной жизни.

Успешные политики находятся в постоянном диалоге со своими избирателями и в процессе этого диалога имеют возможность карди- нальным образом воздействовать на настроение и позицию людей. Так, 5 марта 1932 г., на следующий день после инаугурации, президент Руз- вельт объявил так называемые банковские каникулы – воспользовав- шись законами военного времени, он своим распоряжением закрыл все банки страны, как государственные, так и частные. Эта мера была пред- принята для того, чтобы остановить массовое изъятие вкладов, которое приняло масштабы национальной катастрофы.

События последних лет и месяцев в нашей стране дают нам воз- можность представить, какова может быть реакция населения на подоб- ные действия властей. Но Рузвельт не ограничился только акциями в сфере финансов. Он выступил перед согражданами с радиообращением,

в котором объяснил причины, побудившие его пойти на столь нестан- дартный шаг, и последствия его для рядового вкладчика и для страны, и наконец, условия, при соблюдении которых банкам будет разрешено во- зобновить операции. Взрыва в стране не произошло, авторитет Рузвель- та укрепился, а когда через десять дней банки стали вновь открываться, граждане уже не снимали деньги, а, наоборот, клали их на свои счета.

Диалог требует понимания того, что волнует людей сегодня, чего они опасаются, чего ждут от данного лидера. В экстремальных ситуаци- ях, как в США в марте 1932 г., это более или менее понятно и без специ- альных исследований. Но в более спокойные моменты или в условиях затяжного кризиса, в котором находимся мы, интуиции уже недостаточ- но. Прояснение психологических механизмов, детерминирующих дина- мику общественного мнения, становится условием конструктивного диалога между властью и обществом.

1. ***Оптимизация образа власти или политической структуры.*** Положительный образ лидера, проводимой им политики и людей, его ок- ружающих, – необходимое условие успеха – политики, особенно полити- ки реформ. Кроме того, при наличии системы регулярных выборов – это еще и условие сохранения позиции и для самого лидера, и для его ко- манды. Надо сказать, что роль специалистов по рекламе в организации предвыборных кампаний на Западе не столь велика, как у нас принято считать. Как и во многих других случаях, политики и те их сотрудники, которые отвечают за организацию предвыборной борьбы, предпочитают доверять здравому смыслу а не специальным приемам, которые не без основания кажутся им искусственными. Разумеется, после любой ус- пешной кампании находится немало людей, готовых приписать успех исключительно себе. Люди, называющие себя «специалистами по имиджу», а среди них есть и профессиональные психологи, не отлича- ются в этом смысле от всех остальных. Правда, доказательств эффек- тивности их работы до сих пор не существует. Как, впрочем, и доказа- тельств обратного.

Роль психологов сводится не к тому, чтобы «сделать» из данного политика человека, который понравится избирателям. Во-первых, это невозможно, переделывать человека бессмысленно, во-вторых, как уже говорилось, у действующих политиков нет ни времени, ни сил на «рабо- ту над собой». Психологи работают с тем «материалом», который есть. Они должны давать политику обратную связь относительно динамики его образа, а также образа его окружения, атрибутируемых ему мотивов, его положительных и отрицательных черт, как они видятся людям и по- даются в средствах массовой информации. При этом основное внимание следует уделять телевидению – газеты ориентируются на свою специ-

фическую аудиторию, с уже сформированными взглядами. Телевизион- ная же аудитория универсальна, любое изменение акцентов в телевизи- онных программах воздействует на группу граждан с еще не сформиро- вавшимися установками, то есть на группу, за симпатии которой и идет борьба.

Каждое выступление политика может стать предметом профес- сионального анализа (оптимальным представляется сочетание контент- анализа и экспертной оценки). Если переделывать человека – задача не- выполнимая, то давать ему обратную связь, показывать, где он упустил возможность пойти навстречу ожиданиям людей, успокоить их или что- то объяснить, когда был излишне формален или высокомерен, а когда проявил действительное понимание аудитории. Дело и возможное, и полезное. Естественно, такая работа бесконечно далека от серьезного коммуникативного тренинга, но при наличии у политика мотивации и таланта к общению она может дать определенные плоды. В нашей про- фессиональной компетенции находится и стратегия формирования об- раза – какую следует давать информацию о семье и детстве, как добить- ся того, чтобы граждане воспринимали лидера не только профес- сиональным, но и честным, не только решительным, но и осторожным.

1. ***Создание психологических портретов оппонентов и поли- тических партнеров.*** Эта несколько экзотическая работа необходима тогда, когда осуществляется подготовка к контакту с малознакомым партнером, будь то союзник или противник. Чаще всего речь может ид- ти о зарубежных лидерах, хотя в некоторых случаях такая работа может быть целесообразна и внутри страны. В зависимости от степени важно- сти проблемы и срочности задания, это может быть и очень серьезное исследование с привлечением самого разнообразного материала, и крат- кий, весьма поверхностный очерк. Цель портрета – помочь лидеру под- готовиться к встрече, представить себе, каких реакций следует ожидать, какие приемы могут быть эффективными в общении с данным челове- ком. Такого рода работа проводится во многих странах, но никто не зна- ет, пользуются ли ее результатами те, для кого она предназначена. Можно предположить, что если и да, то лишь на самом начальном этапе взаимодействия, после чего, как и положено нормальному человеку, по- литик начинает больше доверять собственной интуиции, чем написан- ным заранее инструкциям.

Эффективность использования психологии в политике никто пока не измерял. Вообще непонятно, кто и как может это сделать, – даже тео- ретическая возможность таких замеров вызывает сомнение, а те, кто в принципе могли бы их провести, принадлежат к тому про- фессиональному цеху, который заинтересован в положительном резуль-

тате. Если же говорить о субъективном компоненте этой работы – чув- стве удовлетворения и разочарования у самого психолога – то здесь, как обычно, все зависит от притязаний. Если рассчитывать на стопроцент- ную эффективность – разочарование будет, конечно, доминировать. Ес- ли же не претендовать на чудотворство и не считать, что лишь ты обла- даешь сокровенным знанием, которому все остальные должны неукос- нительно следовать, и к тому же чувствовать вкус к участию в процес- сах социальных преобразований, то баланс чувств может быть и более положительным.

И, наконец, последнее замечание о методах. Отсутствие четко расписанных технологий может, конечно, вызывать раздражение. Но вспомним известное определение: «Политика – искусство возможного». В нем обычно подчеркивается последнее слово. Но первые не менее важны. Политика – это искусство, где лишь интуиция и опыт позволяют эффективно использовать огромный массив знаний и весьма ограничен- ный набор стандартных приемов. Психология в политике – тоже искус- ство. Как, впрочем, и любое ремесло.

# Тема 13

**ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ВОЙНА**

# КАК СРЕДСТВО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА СОЗНАНИЕ И ПОЛИТИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ

## Вопросы:

1. Психологическая война как компонент политических отно- шений.
2. Психология воздействия СМИ на общественное сознание.

## Интеллектуальная разминка

*Коммуникация (*от лат. communico – делаю общим, связываюсь, общаюсь) – смысловой аспект социального взаимодействия. Поскольку всякое индивидуальное действие осуществляется в условиях прямых или косвенных отношений с другими людьми, оно включает (наряду с физическими) коммуникативный аспект. Действия, сознательно ориен- тированные на смысловое их восприятие другими людьми, иногда на- зывают коммуникативными действиями. Различают процесс коммуни- кации и составляющие его акты. Основные функции коммуникационно- го процесса состоят в достижении социальной общности при сохране- нии индивидуальности каждого ее элемента.

В отдельных актах коммуникации реализуются управленческая, информативная, эмотивная и фактическая (связанная с установлением контактов) функции, первая из которых является генетически и струк- турно исходной. По соотношению этих функций условно выделяются сообщения: побудительные (убеждение, внушение, приказ, просьба); информативные (передача реальных или вымышленных сведений); экс- прессивные (возбуждение, эмоциональное переживание); фактическое (установление и поддержание контакта). Кроме того, коммуникацион- ные процессы и акты можно классифицировать и по другим основани- ям. Так, по типу отношений между участниками различаются межлич- ностная, публичная, массовая коммуникация, по средствам коммуника- ции – речевая (письменная и устная); паралингвистическая (жест, мими-

ка, мелодия); вещественно-знаковая коммуникация (продукты произ- водства, изобразительного искусства и т.д.)1.

*Политическое насилие* есть идеологически обоснованная и мате- риально обеспеченная деятельность определенных социальных групп государств с применением средств принуждения, направленная на за- воевание, удержание и использование государственной власти, дости- жение политического режима либо иное изменение социально- политического процесса2.

*Психологическая война* в широком смысле – целенаправленное и планомерное использование политическими оппонентами психологиче- ских и других средств (пропагандистских, дипломатических, военных, экономических, политических и.т.д.) для прямого и косвенного воздей- ствия на мнения, настроения, чувства и в итоге на поведение противни- ка с целью заставить его действовать в угодных им направлениях3.

*Психология пропаганды* (от лат. Propagare – распространять) – прикладной раздел социальной психологии, имеющий своим предметом закономерности взаимодействия людей в системах, образуемых источ- ником пропаганды, и аудитории, а также влияние объективных и субъ- ективных факторов на течение и результаты этого процесса. В психоло- гии пропаганды рассматриваются:

* 1. Процессы распространения сообщений на уровне формиро- вания, закрепления или изменения установок по отношению к объектам, имеющим социальную значимость.
  2. Психологическая сторона процессов возникновения и функ- ционирования общественных настроений и общественного мнения.
  3. Способы побуждения людей к действиям в связи с объектами установок и мнений. Цель психологии пропаганды – выявление соци- ально-психологических характеристик содержания и формы распро- страняемых сообщений применительно к состоянию сознания аудито- рий и возможностям конкретных каналов средств массовой коммуника- ции для оптимального решения определенных социально-политических задач.

Одной из исследовательских задач психологии пропаганды – яв- ляется изучение реальных и потенциальных аудиторий с точки зрения их ценностных ориентаций и потребностей в информации. Кроме того,

1 Психология: Словарь / Под общ. ред. А.В. Петровского. – М., 1940. –

С. 168–169.

2 *Пирогов А.И.* Политическая психология: Учебное пособие для вузов. –

М., 2005. – С. 216.

3 *Ольшанский Д.В.* Политическая психология. – СПБ., 2002. – С. 519–520.

психология пропаганды анализирует процессы, связанные с восприяти- ем сообщении, их дальнейшей переработкой и, наконец, их принятием, или неприятием, индивидом. Важным направлением является выявление критериев эффективности пропаганды1.

# Психологическая война как компонент политических отношений

Понятие психологической войны и психологических операций заимствованы из области внешнеполитического, межгосударственного и военного искусства. Перенос приемов психологической войны во внут- риполитическую сферу реальной политики оправдано масштабностью и накалом современного информационного противостояния. При этом также следует учесть высокую значимость победы для оппонентов, при- чем организационные и целевые структуры предпринимаемых действий тех и других сходны так же, как и наличие общих закономерностей ин- формационного воздействия на психику человека, на групповое и мас- совое сознание.

Приемы психологической войны направлены на подрыв массовой социальной базы политических оппонентов, на разрушение уверенности в правоте и осуществимости их идей, на ослабление психологической устойчивости, морального духа, активности масс, находящихся под влиянием оппонентов.

Главной целью является поворот массового сознания и формиро- вание готовности поддержать оппонентов, вызвать недовольство и де- структивные действия. Достижение цели может выражаться в разных формах – от подготовки и провоцирования массовых выступлений ради свержения политического режима, до возбуждения интереса к полити- ческим программам оппонентов.

В психологической войне широко применяются демонстрацион- ные действия – акции и мероприятия, ориентированные на психологиче- ское давление на людей.

Давление осуществляется не практическими действиями, а, на- пример, угрозой применения каких-либо санкций и мер по отношению к конкретным лицам или организациям. Например, давление на спикера ЖК КР (2006 г.), чтобы заставить его уйти в отставку под угрозой рос- пуска парламента. Достаточно часто в современной политике применя-

1 Психология: Словарь / Под общ. ред. А.В. Петровского. – М., 1990. –

С. 317–318.

ются шантаж, угрозы физического или экономического воздействия в отношении самих оппонентов или их сторонников. Политический шан- таж используется как прием психологической войны.

Одним из современных приемов психологической войны можно назвать и «показательное предупреждение» (*термин автора*). Для уст- ранения политической оппозиции действующая власть, например, ис- пользуя административные ресурсы, устраивает судебный процесс или организует моральную дискредитацию конкретного политического оп- понента. Обвинения могут быть инкриминированы разные – от эконо- мического преступления до использования служебного положения и т.д. Подобные демонстрационные процессы служат как психологическое устрашение и предупреждение для других. Таким способом в свое время был осужден Ф. Кулов, в котором действующая власть видела реаль- ную альтернативу А. Акаеву, в то время президенту КР.

Работа с компроматом становится часто применяемым приемом психологической войны в политической борьбе. В наиболее яркой фор- ме Россия, например, столкнулась с такими аргументами в подавлении политического оппонента, когда во всех СМИ растиражировали исто- рию с выносом коробки с полумиллионом американских долларов во время предвыборной кампании Б. Ельцина1. После этой истории в поли- тическом сленге выражение «коробка из-под ксерокса» приобрела иной смысл и стала означать один из неконвенциальных способов политиче- ской борьбы. Чемодан с компроматом А. Руцкого – тот же прием психо- логической войны с политическими оппонентами. Эти два примера и не имели особого влияния на ход политической борьбы, но с них начинает- ся отсчет применения компромата как оружия в современной полити- ческой истории на постсоветском пространстве.

Приемы психологической войны делятся на три группы (классифи- кация Д. Ольшанского) – это приемы «психологического давления»; приемы проникновения в сознание; приемы скрытого нарушения логики. *Психологическое давление.* Эффект достигается многократным повторением одного и того же ложного тезиса. При этом постоянно ссылаются на авторитеты, не гнушаясь искажения или ссылок на не- существующие источники. Психологическому давлению способствуют манипуляции цифрами и фактами для создания видимости объективно- сти. Так, например, после (или до) поднятия цен на товары или услуги, заинтересованные структуры часто выступают по телевидению и при- водят свои доводы – мы за электроэнергию платим по сравнению с США в два раза меньше, по сравнению с Францией в 3 раза и т.д.

1 См.: *Почепцов Г.* Имиджеология. – М., 2002.

Но при этом не сравнивают ни уровень экономического развития этих стран, ни реальный уровень социальных дистанций в этих или других стран, ни уровень дохода граждан этих стран (зарплата), ни качество услуг и товаров с нашей действительностью. Некорректность сравнения обычно маскируется эффектностью сопоставляемых цен.

С целью психологического давления часто используются и уст- рашающие «наглядные иллюстрации», рассчитанные на создание эмо- ционального дискомфорта. Подобное состояние нейтрализует способ- ность человека рационально мыслить и анализировать информацию. Мастером психологического давления был Геббельс, который утвер- ждал: «*Чем чудовищнее ложь, тем охотнее люди в нее верят».* Ему же принадлежит аксиома его пропаганды: *«Чтобы ложь была эффектив- ной, пропаганда должна быть массированной, крупномасштабной, без- застенчивой и непрерывной»1.*

Одна из задач психологического давления – навязать массам идею наличия врага и вызвать ненависть к нему, поскольку ненависть – самое главное объединяющее средство, и помимо этого, оно помогает человеку отвлечься от собственных проблем. Важной психологической характеристикой ненависти является перенос (проекция) своих негатив- ных черт на врага. Врагу как бы приписываются те коварные замыслы по отношению к нам, которые мы сами готовы совершить по отноше- нию к нему. Фраза «коварный агрессор» одновременно говорит и о том, кто ее произносит2.

*Незаметное проникновение в сознание*. Психологическое давле- ние при помощи этого приема в основном осуществляется через рекла- му образа жизни – красивого, беззаботного, богатого. Посредством рек- ламы транслируются в массовое сознание нужные стандарты, культура, политика. Проводниками этих стандартов выступают не только СМИ, но и одежда с политической символикой, предметы быта и т.д. Амери- канцы помещают свой флаг практически на всем, даже в не подходящих (в нашем сознании) местах: на полотенцах, плавках, боксерских перчат- ках и т.д. Помимо распространения слухов и сплетен о политическом оппоненте в качестве альтернативы официальной пропаганды в массо- вом сознании внедряют политические анекдоты, используют поговорки, пословицы, сюжеты сказок и т. д.

Приемы незаметного проникновения в сознание осуществляется через «социологическую пропаганду». Лишенная явных идеологических признаков и политических целей пропаганда нацелена на постепенное

подсознательное заражение противников привлекательными элементами предпочитаемого образа жизни.

*Скрытое нарушение законов логики*. Психологическая война с ис- пользованием приемов «подмена тезисов», «ложная аналогия», «подмена причины следствием» и др. имеет свою адресную направленность. Эти приемы воздействуют, прежде всего, на малообразованные слои населе- ния. Д. Ольшанский в качестве примера приводит первоначальную ус- пешность соцпропаганды, использование этих приемов в антиколониаль- ной борьбе и др. Оказываясь эффективными на первом этапе, эти приемы носят тактический характер, но по мере развития сознания и роста ин- формированности населения, они утрачивают свою действенность.

В заключение следует отметить, что психологическая война не является автономным компонентом политической борьбы, она входит в систему политических отношений. Следовательно, все приемы психоло- гической войны оказывают сильное психологическое воздействие на общественное сознание и настроение как во внутренней, так и во внеш- ней политике.

# Психология воздействия СМИ на общественное сознание

Средства массовой информации представляют собой учреждения, создаваемые для сбора, обработки, анализа информации и доведения ее с помощью специальных технических средств до различных социальных групп1. Основные социальные функции средств массовой информации: информационная; образовательная; функция социализации; критики и контроля; мобилизационная; инновационная; оперативная; функция формирования общественного мнения. Реализация этих функций в той или иной степени связана с обеспечением информационной безопасно- сти личности, общества и государства.

Одной из наиболее сложных, но вместе с тем и самых древних форм подачи политической информации является печать. Несмотря на значительное падение спроса на печатную продукцию и значительное сужение читательской аудитории, печатные СМИ остаются практически единственным общедоступным источником рациональной, адресной информации.

К основным особенностям прессы можно отнести:

* обобщенность и углубленность комментариев;

1 См.: *Ольшанский Д.* Политическая психология. – СПб., 2002.

2 См.: *Поченцов Г.* Имиджеология. – М., 2002. – С. 438 и далее.

1 См.: *Панарин И.Н.* Информационная война и власть. – М., 2001.

* аналитическую интерпретацию событий;
* свободу выбора места и времени для потребления информации;
* возможность повторного обращения к первоисточнику.

В прессе наиболее полно реализуется адресность информации. Так, с достаточной определенностью можно утверждать, что в отличие от телевидения и радио, ориентированных в большей степени на усред- ненного потребителя, печатные издания адресованы определенной части аудитории. Как следствие, печать выступает в качестве средства иден- тификации читателя с той или иной социальной, региональной, религи- озной и т. д. общностью. В этом плане печатные СМИ можно признать прямым каналом воздействия на информационную безопасность лично- сти и отдельных социальных групп.

Вместе с тем необходимо обратить внимание на те особенности печати, которые можно отнести к негативным:

* отсутствие должной оперативности в подаче информации;
* ангажированность в подаче информации и интерпретации со- бытий;
* достаточная дороговизна издательской деятельности;
* сложность в восприятии информации, которая требует опре- деленного уровня культуры общения с печатным источником, образова- ния, степени социализированности личности.

Радио – преимущественно фоновый источник информации, но по сей день оно может играть первую роль в представлении политической информации в кризисные моменты политического развития общества, превращаясь в подчас единственный источник информации. Так, необ- ходимо отметить практику использования радиоприемников с фиксиро- ванными частотами во время событий 1991 и 1993 годов в Москве. Ра- дио предполагает меньше затруднений для выхода в эфир, чем телеви- дение, к тому же это обстоятельство усиливается в условиях монополь- ного производства и передачи информации, когда облегчен и контроль за ее содержанием. Оперативность радио и его доступность позволяет ему сохранять первенство в формировании изначальных установок лич- ности, что в дальнейшем предопределяет формирование политической ориентации.

Гипертрофированная публичная политика, связанная с поиском лучшего актера, ведет к резкому повышению роли и значения средств электронной информации, прежде всего телевидения. В числе специфи- ческих черт телевидения, отличающих его от других СМИ, отмечаются:

* доступность его использования в качестве источника инфор- мации;
* доступность восприятия сообщения, так как оно не требует особого образовательного уровня потребителя информации;
* одномоментность события и его отображения, сиюминут- ность;
* полисистемность события, то есть воздействие на аудиаль- ную и визуальную систему восприятия;
* эмоциональная насыщенность информации, зачастую в про- тивовес рациональному началу.

Благодаря способности распространять аудио- и видеоинформа- цию на огромные территории, в том числе одновременно с совершением события, телевидение способствует преодолению физических барьеров в виде пространства и времени между источником информации и ауди- торией. Обогащенное наглядностью, зрительской информацией данное качество телевидения приводит к высокой результативности сообщения, формирует у аудитории интерес к информации, увеличивает потреб- ность в приобретении ее из других источников. Поэтому особое значе- ние телевидение и радио приобретают для социализации личности и информационной безопасности в условиях удаленности от главных цен- тров политической жизни и духовного производства.

Телевидение, обладая высокой силой наглядности, ведет к усиле- нию эмоциональных факторов восприятия, что повышает эффектив- ность его влияния на формирование установок личности. Это качество создает предпосылки для большей убедительности, достоверности теле- визионной информации, в том числе политического характера. Важное значение имеет эффект сиюминутности, сопричастности реципиента к политической информации, когда воспитание человека осуществляется на материалах «живых» политических событий. Отсюда и роль телеви- дения в системе информационно-психологического воздействия на об- щественное сознание: за сравнительно небольшое время, вплоть до не- скольких минут, телезритель получает обширную наглядную информа- цию, позволяющую ему самостоятельно сделать выводы, прийти к ка- кому-либо решению, сформировать представления и убеждения, на что в ином случае может потребоваться гораздо больше времени.

Одной из проблем является способность и реальная возможность СМИ манипулировать сознанием человека и общественным мнением. Например, всесторонне описаны характеристики коммуникатора, спо- собствующие повышению эффективности человеческой речи, в частно- сти, выявлены типы его позиций во время коммуникативного процесса. Таких позиций может быть три:

* открытая – коммуникатор открыто объявляет себя;
* сторонником излагаемой точки зрения;
* отстраненная – коммуникатор держится подчеркнуто ней- трально, сопоставляет противоречивые точки зрения, не исключая ори- ентации на одну из них, но не заявленную открыто;
* закрытая – коммуникатор умалчивает о своей точке зрения, даже прибегает иногда к специальным мерам, чтобы скрыть ее.

Естественно, что содержание каждой из этих позиций задается целью, задачей, которая преследуется в коммуникативном действии, но важно, что каждая из названных позиций обладает определенными воз- можностями для повышения эффекта воздействия. Таким образом, лю- бой человек получает вместе с самим индивидуальным сообщением еще и комментарий.

Практически комментарий и является манипуляцией. Манипуля- цией считаются специальные действия по формированию стереотипов и созданию определенного впечатления или отношения к тому или иному факту, событию. Способы манипулирования общественным мнением ориентированы, прежде всего, на средства массовой информации, по- зволяющие корректировать, регламентировать и проектировать массо- вое сознаний и психику людей. При этом упор делается на использова- ние законов психологии, некритическое восприятие, политическую не- опытность.

Газеты оказывают свое информационное влияние (то есть, навя- зывают читателю комментарии-манипуляции), просеивая и отбирая подлежащие опубликованию материалы, преподнося их в нужном виде читателю, акцентируя и соответствующим образом снабжая их броски- ми заголовками и иллюстрациями, печатая их соответствующим шриф- том и форматом, отдавая им бросающееся в глаза место в газете, а также подготавливая к печати и художественно оформляя их на высоком про- фессиональном уровне. В данном случае упор делается на избиратель- ность внимания1.

Так, информация, напечатанная в газете мелким шрифтом, не привлекает такого внимания, как напечатанная крупным или жирным шрифтом. Информация, помещенная на первой и последней полосах га- зеты, имеет значительно больше шансов привлечь внимание читателя, чем помещенная на внутренних полосах. Даже такими простейшими техническими приемами можно придать информации повышенную со- циальную значимость, либо, наоборот, уменьшить эту значимость. Это- го же эффекта добиваются и помещением рядом с «неважной» инфор-

мацией броского материала, фотографий. В радио- и телепередачах сни- жение важности информации достигается тем, что сообщения ставят в конце передачи. Здесь учитывается то, что люди, как правило, ассо- циируют важность информации с порядком ее изложения.

Считается, что наиболее достоверным источником информации является телевидение. Это связано с тем, что телевидение обладает тем качеством, которое социальные психологи именуют «парасоциальным». Суть его – в создании иллюзии «присутствия» при действии, которое транслируют на телеэкране. Соответственно этому, в сознании зрителя формируется устойчивая иллюзия «объективности» и достоверности те- левидения. Подсознательно накладывая свои ощущения на ощущения происходящего на экране, зритель зачастую воспринимает видимую ин- формацию как абсолютно достоверную.

Новости на телеэкране всегда ранжируются в зависимости от их значимости. Телеведущие часто используют пугающие темы и сообще- ния для того, чтобы добиться определенного результата. Про- анализировав, например, «новостные» программы российских телека- налов, можно прийти к выводу, что они очень часто начинаются с осве- щения негативных событий. Комментарии-манипуляции являются нега- тивными информационными потоками, воздействующими на стабиль- ность матриц сознания российской политической элиты и всего россий- ского (и не только) населения.

Среди СМИ наибольшими манипулятивными возможностями об- ладает телевидение. Опять-таки, для российского телевидения харак- терным средством манипулирования является целенаправленное созда- ние языковой среды, информационная операция вытеснения русского языка американизированным сленгом, что можно рассматривать как подрыв ценностно-ментальной безопасности. Один небольшой экспе- римент, связанный с анализом передач телеканалов в течение недели, показал: количество американских художественных кинофильмов на российских телеэкранах составляет абсолютное большинство (в основ- ном триллеры, боевики с традиционными сценами насилия, секса, упот- ребления наркотиков и т. п.). Отдельные телеканалы «разбавляют» про- граммы латиноамериканскими телесериалами.

Методы, используемые средствами массовой информации, зачас- тую носят скрытый негативный характер информационного воздействия на психику человека. Наиболее часты следующие:

* использование компрометирующих сведений в целях созда- ния негативного образа политика или бизнесмена;

1 См. тему 1 настоящего издания.

* специальное доведение определенным образом подобранных полубранных негативных фактов политической действительности, соз- дание специальных телепередач и рубрик в газетах.

Многое в использовании мощного потенциала информационного воздействия на политическую элиту и население зависит от самих жур- налистов, которые далеко не всегда выполняют требования «Кодекса профессиональной этики журналиста», «Хартии телерадиовещателей», с использованием следующих правил и процедур:

* обязательная проверка материала перед публикацией;
* отделение факта от мнения;
* уважение чести и достоинства людей;
* соблюдение принципа «не виновен», пока судом не доказано обратное;
* обязательное исправление ошибки при ее обнаружении, не- допустимо, чтобы выпущенный в свет материал содержал неточности или искажения.

Журналисты должны выполнять требования Закона «О средствах массовой информации», статьи которого требует от представителей СМИ при осуществлении профессиональной деятельности уважать пра- ва – законные интересы, честь и достоинство граждан и организаций1.

Заслуживает внимания точка зрения известного поэта М. Шаха- нова на роль в СМИ в жизни современного общества: *«На Кишиневском форуме ЮНЕСКО кинорежиссер Савва Кулиш сказал:*

*– Дегуманизация телевидения, Агрессивность прессы*

*Создали для общества Опасность,*

*Которую мы еще Не осознали вполне:*

*Если третья*

*Мировая война и начнется, То только из-за людской*

*Отчужденности и нетерпимости, Из-за непримиримой*

*Полярности убеждений, Рождающихся мизантропов И терроризм,*

*Утрату нравственного*

1 См.: *Пирогов А.И.* Политическая психология. – М., 2005.

*Смысла жизни. Возможно,*

*Эту войну начнут Журналисты.*

*Кто-то поддержал:*

*- Да, нужно требовать, Чтобы журналисты, Владетели особо опасного Оружия-пера,*

*Давали клятву*

*В верности гуманизму, Как клятву Гиппократа,*

*Обязательную для каждого врача! А Ваксберг добавил:*

*-Каждый, кто имеет Привилегию или власть, Как правило, перебирает И перебарщивает,*

*Отчего страдает общество. А когда-то ведь в Риме*

*Был принят закон*

*Об ответственности*

*За злоупотребление правом… Армянский художник Игитян, Развивая эту мысль, Признался:*

*-Невозможно стало Смотреть телевизор Вместе с детьми*

*И внуками*

*Из-за боязни увидеть Что-то постыдное, Что-то хамское,*

*Отчего впору провалиться Сквозь землю.*

*На мой взгляд,- Сказал он,- Следует создать*

*Нравственную цензуру, Дабы очистить*

*Информационное пространство От морального террора, Отравляющего сознание масс.*

*Кто-то попытался возразить:*

*– Не противоречит ли это Нормам демократии?*

*Люди сами*

*Во всем разберутся…*

*Но тут вступил в разговор Немецкий писатель.*

*Фридрих Хитцер:*

*– Мы угодили в ловушку, Которую сами себе создали, И стали заложниками Своего хаотического Внутреннего мира.*

*Славный поэт степей – Мой друг Олжас Сулейменов Еще в шестидесятые годы Ввел в обиход*

*Такие крылатые слова:*

*«Возвысить степь, Не унижая гор».*

*Это – формула*

*Взаимодействия людей и культур На все случаи.*

*Без этой мудрости Теряется смысл Нашего бытия.*

*Пока же идет соревнование, Состязание низменных качеств1.*

В контексте темы следует выделить функции массовой коммуни- кации (СМИ). Ольшанский Д. выделяет общие социальные и психоло- гические функции СМИ. Социальные функции в совокупности объеди- няют пять основных в социальном плане – информационную социали- зирующую, организационно-поведенческую, эмоционально-тонизирую- щую и коммуникабельную.

Психологические функции СМИ следует рассматривать более подробно, т.к. они отличаются по своему назначению от социальных функций2.

*Функция формирования массовой психологии.* Массы как субъ- ект социально-политического действия являются стратегической це- лью для СМИ.

*Информационная функция* обеспечивает аудиторию набором ин- формации, создает единую систему координат восприятии массами ин- формации.

*Интегративно-коммуникативная функция* направлена на создание общеэмоционального-психологического настроя (толпы) аудитории.

*Социализирующе-воспитательная функция* формирует единые установки, ценности и ценностные ориентации.

*Функция организации поведения* направлена на стимулирование действия массы в определенном направлении.

В целом роль СМИ в обществе связана с тремя специфическими массово-психологическими функциями: 1) функция общей регуляции психодинамики общества; 2) функция интегратора массового настрое- ния; 3) функция управления циркуляцией психоформирующей инфор- мации. В совокупности эти функции направлены на психологическую регуляцию общества через интеграцию массовых настроений, и на кон- троль информации, не соответствующей этой цели.

# Иллюстрации к лекции

## Персональный взгляд на тему

*Цуладзе А.М.* Пропаганда, или охота на «гусей» // Политические манипуляции или покорение толпы. – М., 1999. – С. 125–136.

Пропаганда является одним из основных средств политической манипуляции. В отличие от рекламы пропаганда не ограничена жестки- ми временными рамками и ее не просто выявить. Мы сталкиваемся с ней ежедневно, но не всегда это замечаем.

Пропаганда – это вид массовой коммуникации. «Какого рода коммуникацией является пропаганда? Отвечая на этот вопрос, исследо- ватель должен заострить свое внимание на следующих моментах: 1) со- держании коммуникативного послания; 2) эффекте послания, оказанном на реципиента; 3) авторе послания и в особенности его мотивах»1. По мнению К. Фридриха, контент-анализ не позволяет выявить основные характеристики пропаганды, поскольку любое утверждение зависит от контекста. Этот контекст создается пропагандистом, который создает

1 См.: *Ольшанский Д.* Политическая психология. – СПб., 2002.

2 Там же.

1 *Шаханов М.* Заблуждение цивилизации (сага о нравах (эпоха). – Алматы, 2000. – С. 37–39.

послание, и аудиторией, которой это послание адресовано. Реципиен- том, которого шутливо называют «пропагусь».

Остановимся немного подробней на этом «забавном» термине. Английское propagoose при дословном переводе несколько теряет свою смысловую нагрузку. В русском языке глупых, одураченных людей, ча- ще называют «ослами» или «баранами». А вот в грузинском языке слово («бати» гусь) как раз применяется по отношению к глупым, несамостоя- тельным людям, позволяющим себя дурачить. Есть еще более интерес- ное слово «гусемозглый». В русском языке этому слову соответствует выражение «бараньи мозги». После таких нелицеприятных пояснений (поскольку все мы в той или иной степени «пропагуси») договоримся пользоваться термином К. Фридриха в первозданном виде. Во-первых, из уважения к автору, во-вторых, все же не так обидно, как, скажем,

«пропабаран» или «пропаосел».

*Как работает пропагандистская машина?* Само слово «пропа- ганда» уже несет в себе негативный оттенок. Во многом это связано с одним из «отцов» современной пропаганды – И. Геббельсом. Выраже- ние «геббельсовская пропаганда» носит откровенно ругательный харак- тер. Но даже без эпитета «геббельсовская» она подсознательно ассоци- ируется с нацистской пропагандистской машиной.

Мощь этого оружия была действительно велика. Гитлер писал в

«Майн Кампф»: «С помощью умелого и длительного применения про- паганды... можно представить народу даже небо адом и, наоборот, са- мую убогую жизнь представить как рай»1.

В фильме «Покаяние», провожая в последний путь диктатора Варлама Аравидзе, один из присутствующих говорит: «Он обладал уди- вительным даром превращать врага в друга, а друга – во врага». Пропа- ганда при диктаторских режимах действительно в состоянии черное представить белым, а белое – черным, поскольку «контрпропаганда или объективная информация совершенно недопустимы»2. В нацистской Германии пропаганда носила тотальный характер благодаря тому, что

«любая организация, союз, учреждение и институт наряду с основой своей работой занимается и пропагандой»3.

Однако в демократическом обществе дело обстоит несколько иначе. К. Фридрих приводит пример взаимной нейтрализации пропаган- дистских усилий двумя общественными организациями, провозглашав- шими противоположные цели и затратившими одинаковые усилия на

1 Цит. по: *Желев Ж*. Фашизм. – М., 1991. – С. 233.

2 Там же.

3 Там. же. – С. 235.

пропагандистские мероприятия. В то же время он отмечает, что подоб- ное равновесие – явление крайне редкое. Как правило, если выгодам, которые сулит пропаганда, не противостоят серьезные аргументы, дока- зывающие невыгодность того, что предлагается, организовать контр- пропаганду невозможно. Если же пропаганда не идет вразрез с одобрен- ными обществом политикой и нормами, то ей будет сопутствовать ус- пех. Этой же точки зрения придерживается В. Амелин: «И пропаганда, и манипулирование предполагают наличие массовой аудитории, прочно ориентированной на определенные стереотипы. Поэтому пропаганда, как и манипулирование, неэффективна в аудитории, настроенной крити- чески, или когда они охватывают одну часть аудитории, а другая остает- ся вне их влияния»1.

Конечно, политическое сознание не является чем-то застывшим. Преодолеть критический настрой аудитории возможно. Но изменения происходят не путем «вытеснения стереотипов неким абстрактным “са- мостоятельным” мышлением, а в результате смены стереотипов»2. Соз- дание новых стереотипов, штампов является отличительной чертой аг- рессивной, наступательной пропаганды.

Пропаганду нельзя сравнивать с рекламой, поскольку «пропаганда стремится, вызвать, скорее коллективное, чем только лишь индивидуаль- ное действие. В этом смысле ее следует отличать от рекламы, так как рек- лама старается влиять на индивидуальное действие. В пропаганде, напро- тив, налицо попытка создать некое убеждение и добиться действия в со- ответствии с этим убеждением... Ясно, что пропаганда, обладая таким ха- рактером, действует для того, чтобы положить конец дискуссии и рассу- ждению»3. Г. Блуммер определяет пропаганду как «умышленно спрово- цированную и направляемую кампанию с целью заставить людей принять данную точку зрения, настроение или ценность»4. Пропаганда «не пре- доставляет беспристрастного обсуждения противоположных взглядов. Цель доминирует, а средства подчинены этой цели»5.

По Блуммеру, есть три основных способа, которыми пропаганда достигает своих целей:

1. Подтасовка фактов и предоставление ложной информации. (О различных уловках мы уже говорили выше.)

1 См.: *Friedrich С.* Ор. cit. – Р. 94.

2 *Амелин В.* Указ. соч. – С. 62.

3 *Бурлацкий Ф.М., Галкин А.А.* Современный Левиафан. – М., 1985. – С. 259.

4 *Блуммер Г.* Коллективное поведение // Психология масс. – Самара, 1998. –

С. 562.

5 Там же.

1. Использование внутригрупповых и внегрупповых установок. (Это позволяет осуществить, например, технологию создания «образа врага».)
2. Использование эмоциональных установок и стереотипов, кото- рыми люди уже обладают, путем выстраивания ассоциаций между эти- ми установками и задачей пропагандиста. В этом случае пропагандист- ский призыв «ляжет» на благоприятную почву1.

С. Московичи считает, что стратегии пропаганды «предназначе- ны для превращения индивидов в толпу и вовлечения их в определенную деятельность. Приемы вождей (или партий!) всякий раз специфичны, по- скольку искомые результаты конкретны и своеобразны. Но они прибега- ют к трем основным стратегиям: представлению, церемониалу и убежде- нию. Первая управляет пространством, вторая – временем, третья – сло- вом»2.

Поскольку пропаганда ориентирована на коллективное бессозна- тельное, ее объектом является толпа. В современном мире воздействие осуществляется большей частью на «психологическую толпу», а не фи- зическую. Ж. Желев считает, что превращению народа в толпу способ- ствовала система, созданная Гитлером, а не его ораторские таланты3. Пропаганда в нацистской Германии носила всеохватывающий характер.

«Без монополизации пропаганды невозможно торжество демагогов типа Гитлера, ибо оппозиционные партии и пресса разоблачили бы и высмея- ли их немедленно». Сходной точки зрения придерживается и Г. Блум- мер: «Пропаганда вредна и опасна только тогда, когда налицо лишь од- на пропаганда»4. Значит ли это, что пропаганда бывает полезна? Можно ли говорить о пропаганде не только как о какой-то напасти, но как о вполне приемлемой технологии воздействия на массовое сознание?

***Типы пропаганды***. В определенном смысле, пропаганда обречена на существование в современном обществе, поскольку толпа не воспри- нимает рациональные аргументы. Гитлер в свое время подметил это об- стоятельство и использовал на практике. Он «жаловался» Д. Раушнингу:

«Когда я обращаюсь к массе с разумными аргументами, она не понимает меня, стоит только затронуть ее чувства – она сразу начинает восприни- мать лозунги, которые я выдвигаю. На массовом собрании нет места мысли... А то, что вы скажете народу, когда он представляет собой мас-

1 *Блуммер Г.* Коллективное поведение // Психология масс. – Самара, 1998. –

С. 562.

2 Там же. – С. 563.

3 Там же. – С. 188.

4 Там же. – С. 564.

су, когда пребывает в состоянии восприимчивости и фанатичной пре- данности, запечатлевается и остается как гипнотическое внушение; оно устоит перед любыми разумными доводами»1.

Таким образом, пропаганда прежде всего воздействует на эмоции людей. Значит ли это, что она может нести только вред? Ведь эмоции бывают разные. Есть эмоции негативные, разрушительные, а есть эмо- ции позитивные, созидательные. Иисус Христос тоже был пропаганди- стом. Но он учил (убеждал) людей любить друг друга, а не ненавидеть, созидать, а не разрушать. Наносил ли он такой пропагандой ущерб ок- ружающим, своим последователям? По-видимому, нет, скорее наоборот. Поэтому когда речь идет о вреде или пользе пропаганды, то нужно пре- жде всего разобраться, какие эмоции возбуждает эта пропаганда. Ведь А. Пушкин тоже занимался пропагандой. Не случайно он написал стро- ку: «И чувства добрые я лирой пробуждал». Таков, на мой взгляд, глав- ный критерий оценки пропаганды.

В основе нашего поведения лежат определенные убеждения. По- этому если люди усваивают разрушительные убеждения, то и предпри- нимаемые ими действия будут соответствующими. Если не распознать истинных целей пропагандиста вначале, то потом может оказаться уже поздно.

Среди пропагандистов, «пробуждавших добрые чувства» у своих сторонников и добившихся политических результатов, виднейшее место занимает Махатма Ганди. Успех его деятельности доказывает, что для организации массового движения и даже для смены политического ре- жима вовсе не обязательно призывать людей к насилию и разрушению. Ганди был толстовцем. Странная ирония истории: родина Льва Толстого так и не усвоила его идеи, предпочтя европейскую теорию (марксизм), а в Индии эти «утопические», как их называл Ленин, идеи стали реально- стью. Вот уж действительно нет пророка в своем отечестве.

Исходя из вышесказанного, я предлагаю провести различие меж- ду позитивной и негативной пропагандой.

Задача позитивной (конструктивной) пропаганды – довести до потребителя те или иные убеждения в доходчивой форме. Не случайно Христос рассказывал своим ученикам притчи. В образной, запоминаю- щейся форме он доводил до них свое учение. С этой точки зрения, Хри- стос был блестящим пропагандистом. Цель позитивной пропаганды – cпособствовать социальной гармонии, согласию, воспитанию людей в соответствии с общепринятыми ценностями. Позитивная пропаганда выполняет воспитательную и информационную функции в обществе.

1 Цит. по: *Желев Ж.* Указ. соч. – С. 186.

Она осуществляется в интересах тех, кому адресована, а не ограничен- ного круга заинтересованных лиц. Позитивная пропаганда не преследу- ет манипулятивных целей.

Негативная (деструктивная) пропаганда навязывает людом те или иные убеждения по принципу «цель оправдывает средства». Цель нега- тивной пропаганды – разжигание социальной вражды, эскалация соци- альных конфликтов, обострение противоречий в обществе, пробуждение низменных инстинктов у людей и т. д. Это позволяет разобщить людей? сделать их послушными воле пропагандиста. Технология создания «об- раза врага» позволяет сплотить толпу вокруг пропагандиста, навязать толпе выгодные ему убеждения и стереотипы. Основная функция нега- тивной пропаганды – создание иллюзорной, параллельной реальности с

«перевернутой» системой ценностей, убеждений, взглядов. Негативная пропаганда активно пользуется низкой критичностью и внушаемостью масс с целью манипулирования этими массами в интересах узкой груп- пы лиц.

Некоторые могут возразить, что попытки разграничить «хоро- шую» и «плохую» пропаганду уже были и закончились неудачей Речь идет о концепции «социалистической» пропаганды, которая якобы в корне отличалась от «буржуазной». Л Войтасик пишет, что «в социали- стической пропаганде недопустимы, например, приемы манипулирова- ния сознанием людей, которые широко применяются в буржуазной про- паганде»1. Теоретики социалистической пропаганды критиковали своих буржуазных оппонентов за то, что они рекомендовали использовать приемы внушения, воздействовать на подсознание людей. В то время, как «социалистическая теория пропаганды, в отличие от буржуазных теоретиков, при формулировке своих положений использует фактор убеждения... Пропаганда, таким образом, должна быть направлена на объяснение окружающей действительности»2.

Социалистическая пропаганда должна была, по мысли ее идеоло- гов, убеждать, объяснять, воспитывать, а буржуазная пропаганда мани- пулировала людьми в интересах господствующего класса. Однако тот же Л. Войтасик признаёт, что в пропагандистском воздействии рацио- нальные аргументы зачастую малоэффективны. Без создания соответ- ствующего эмоционального фона пропагандистское сообщение не будет воспринято и, следовательно, не достигнет своей цели. «С помощью коммуникации пропагандистское сообщение поступает к реципиенту, а его содержание становится сообщением именно тогда, когда оно вос-

принимается реципиентом»1. Поэтому даже социалистической пропа- ганде на практике волей-неволей приходилось воздействовать на эмо- ции, подсознание людей. В определенный период времени советским вождям это удавалось. Но с 70-х годов советская пропагандистская ма- шина крутилась фактически вхолостую.

Итак, сама природа пропаганды такова, что она достигает своих целей, воздействуя прежде всего на эмоции людей. Но очень важно, на какие именно эмоции она воздействует.

Здесь кроется различие между позитивной и негативной пропа- гандой. Что же касается методов убеждения, которыми хвалились идео- логи социалистической пропаганды, то они тоже имеют место как одна из техник пропагандистского воздействия, но не более того. В конце концов, с помощью рациональных аргументов можно заморочить людям голову не хуже, чем с помощью суггестивных. Вспомним хотя бы древ- них софистов.

Позитивная пропаганда не допускает лжи и сокрытия фактов. В этом ее отличие от негативной (и, кстати, социалистической тоже). И, наконец, самое главное: в чьих интересах осуществляется пропа- гандистское воздействие, какие цели оно преследует? Этот вопрос, по сути дела, ключевой. Марксистские теоретики рассматривали эту про- блему с точки зрения классового подхода. Проводя грань между социа- листической и буржуазной (империалистической) пропагандой, они за- ключали, что в основе различий между ними «лежит классовая сущ- ность различных систем»2. Классовый подход позволяет, конечно, дос- тичь определенных результатов. Но мы прекрасно помним все «прелес- ти» социалистической пропаганды, и объяснить их только с помощью классового подхода невозможно.

Мне кажется, что вопрос должен быть переведен в несколько другую плоскость. Все споры вокруг пропаганды и того, чьи же интере- сы она выражает, подводят нас к проблеме соотношения частного (кор- поративного) интереса и интересов общества. Когда эти интересы сов- падают, то ситуацию можно считать идеальной. Например, фирма, про- изводящая спортивные тренажеры, начинает активно пропагандировать здоровый образ жизни с весьма корыстной целью – увеличить объемы продаж. Но если этой фирме удастся действительно убедить часть поку- пателей в преимуществах здорового образа жизни, то в выигрыше и фирма (продажи растут), и общество (здоровая нация).

1 *Войтасик Л.* Указ. соч. – С. 41.

2 Там же. – С. 42–43.

1 *Войтасик Л.* Указ. соч. – С. 47.

2 Там же. – С. 42.

Когда векторы интересов направлены в противоположные сторо- ны, то, естественно, пропаганда несет вред обществу. Более того, пропа- гандист вынужден идти на сознательный обман, чтобы скрыть реальные последствия тех действий, которые он призывает совершить людей. Сюда можно отнести, например, табачные компании, создающие при- влекательные, мужественные имиджи, которые убеждают потребителей, что сигареты такой-то марки курят только «крутые ребята». О вреде ку- рения предупреждает разве что сиротливая надпись «Минздрав преду- преждает – курение опасно для вашего здоровья». Но «крутой» имидж действует сильней. Здесь, конечно, очевидно, что обществу наносится ощутимый вред. Компании не идут на откровенный обман, они лишь умалчивают о последствиях курения. Между тем статистика дает весьма тревожные цифры. Но кто читает статистику?

Однако на практике векторы частного и общего интереса чаще всего находятся друг к другу под неким «углом». Описанные выше крайности встречаются реже. Чем больше этот «угол», тем шире приме- няются манипулятивные методы убеждения, тем вероятнее опасность быть обманутым. Конечно, «измерить» его на практике довольно про- блематично. Мало того, его еще надо обнаружить. Но если мани- пуляцию удалось раскрыть, то она уже в значительной мере утрачивает свою силу. Манипуляции предполагают скрытое воздействие. Они, как вампиры, не выносят дневного света. Поэтому едва ли не единственный способ бороться с негативной пропагандой и манипулятивными мето- дами – это выявлять их и выставлять на свет божий. Подобной экзеку- ции они, как правило, не выдерживают.

***Методы пропаганды.*** В числе приемов пропаганды можно на- звать: предварение оценочных суждений перед изложением фактов, умалчивание фактов, искажение фактов, предвзятую интерпретацию фактов и т. д.

Среди основных способов воздействия на аудиторию С. Моско- вичи выделяет утверждение и повторение. «Первое условие любой про- паганды – это ясное и не допускающее возражений утверждение одно- значной позиции, господствующей идеи». Вспоминая свое советское прошлое, мы можем привести массу примеров однозначных, не подле- жащих обсуждению утверждений, которые внедрялись в массовое соз- нание: советское общество – самое справедливое, СССР – оплот мира, марксизм – единственно верное учение и т. д.

«Повторение является вторым условием пропаганды. Оно придает утверждениям вес дополнительного убеждения и превращает их в навяз-

воположных мнений. Таким образом оно сводит к минимуму рассуж- дения и быстро превращает мысль в действие, на которое у массы уже сформировался условный рефлекс, как у знаменитых собак Павлова».

Вновь мысленно возвращаясь в советское вчера, точнее, в 70-е годы, нельзя не задаться вопросом: почему советские лозунги, несмотря на то, что их повторяли на каждом углу, перестали воздействовать на людей? Может, С. Московичи заблуждается? Нет. Дело в том, что задача пропаганды – перевести слова в действия, поскольку пропаганда вы- ступает инструментом осуществления политической воли какого-либо лица или группы лиц. В 70-е годы советская пропаганда уже не ставила перед собой таких задач. Если в 30-е годы пропаганда призывала бороться с вредителями и предателями и люди доносили друг на друга, в 60-е годы призывали осваивать целину и люди ехали и за копейки работали, то в 70-е годы призывы и лозунги партии превратились из руководства к дей- ствию в некий атрибут власти, в своего рода вывески, за которыми ниче- го не стояло. Советская пропаганда 70-х годов служила успокоению са- мих властей предержащих, но утратила свое влияние на население стра- ны, поскольку перестала побуждать к действиям.

«Повторение имеет также функцию связи мыслей. Ассоциируя зачастую разрозненные утверждения и идеи, оно создает видимость ло- гической цепочки. Складывается впечатление, что за фразами вырисо- вывается система, за частой связью несовместимых понятий стоит принцип... Человеческое существо имеет особенность быть привлечен- ным и соблазненным упорядоченным представлением о мире, который его окружает»1. Замечательным образчиком подобной системы является марксизм-ленинизм – учение, которое было создано специально в про- пагандистских целях! Современным политическим технологам еще учиться и учиться у советских вождей. В. Ленин изобрел великолепную пропагандистскую формулу: «Учение Маркса всесильно, потому что оно верно». Блестящий образец политической софистики! Сегодня мно- гие посмеиваются над Сталиным, который на склоне лет даже занялся языкознанием. Но Сталин знал, что делал. Он заботился о целостности создаваемой картины мира и в ряде случаев лично латал «идеоло- гические дыры». В конечном итоге все области советской науки, куль- туры, искусства были поставлены на рельсы марксизма. Как это ни па- радоксально, столь впечатляющая победа марксизма стала началом его идейного конца.

чивые идеи... Повторение имеет двоякую функцию: будучи навязчивой

идеей, оно также становится барьером против отличающихся или проти-

1 *Московичи С.* Указ. соч. – С. 191.

## Персональный взгляд на тему

*Маклюэнн М.* Средство само есть содержание // *Кукаркин А.В.*

По ту сторону расцвета. – М., 1974. – С. 332–337.

Средство (или технологический процесс нашего времени – элек- тронная техника – придает новую форму и перестраивает схемы соци- альной взаимозависимости, а также каждый аспект нашей личной жиз- ни…).

Общественная жизнь зависит в большей мере от характера средств, при помощи которых люди поддерживают между собой связь, чем от содержания их сообщений. Азбука, например, – это техническое средство, которое усваивается совсем маленьким ребенком почти бес- сознательным образом, так сказать посредством осмоса1. Слова и их значения предрасполагают ребенка думать и действовать автоматиче- ски. Азбука и книгопечатание поддерживали и поощряли процесс разъ- единения, специализации и обособления. Электронная техника питает и поощряет процесс объединения и спутывания. Не зная действия средств коммуникаций, невозможно понять общественные и культурные изме- нения.

Прежнее обучение наблюдательности в наши времена стало бес- полезным, потому что оно основано на психологических реакциях и по- нятиях, обусловленных прежней техникой – механизацией.

Шоковое смятение и глубокое отчаяние неизменно возникают в великие переходные периоды развития техники и культуры. Наш «век тревоги» является в значительной степени результатом попытки выпол- нять сегодняшние обязанности с помощью вчерашних оружий – вче- рашних концепций.

….Наше время – это время преодоления барьеров, отказа от ста- рых категорий, время повсеместных поисков… Мы уже достигли той точки, когда осуществляется корректирующий контроль, рожденный знанием средств информации и их общего воздействия на всех нас. Как новая среда будет программироваться сейчас, когда мы столь связаны друг с другом, когда все мы невольно стали движущей силой общест- венных перемен?

…Электронная связь низвергла господство «времени» и «про- странства» и втягивает нас немедленно и беспрестанно в заботы всех других людей. Она перевела диалог в глобальные масштабы. Его мисси- ей является всеобщая перемена, кладущая конец психической, социаль- ной, экономической и политической изоляции. Недействительными ста-

1 Осмос – явление медленного проникновения, просачивания.

ли старые гражданские, государственные и национальные группировки. Ничего не может быть дальше от духа новой техники, чем «место для всего и все на своем месте». Вы не можете, как прежде, укрыться дома.

Мир различий лежит между современной домашней средой, объ- единенной электронной информацией, и классной комнатой. Сегодняш- нее телевизионное дитя настроено на самые последние «взрослые» но- вости – налоги, преступления, на красоток в купальниках – и сбито с толку, когда вступает в среду XIX в., которая все еще характеризует учебное заведение, где информация скудна, но упорядочена и построена по отдельным классифицированным планам, темам и графикам. Эта среда по своей сущности более похожа на любую фабричную структуру с ее инвентарем и сборочными конвейерами.

…Пришел конец публике – в значении великой согласованности отдельных и отличных точек зрения. Сегодня массовая аудитория (пре- емница «публики») может быть использована в качестве творческой, причастной силы. Вместо этого ей просто дают пачки пассивных раз- влечений. Политика предлагает вчерашние ответы на сегодняшние во- просы.

Возникает новая форма политики, причем такими путями, кото- рых мы еще не заметили. Жилая комната стала кабиной голосования. Участие с помощью телевидения в маршах Свободы, в войне, револю- ции, надругательствах и других событиях изменяет все…

Электронная система является продолжением центральной нерв- ной системы.

Средства коммуникаций, изменяя среду, вызывают в нас необыч- ные соотношения чувственных восприятий. Расширение любого чувства изменяет образ нашего мышления и деятельности – нашего восприятия мира. Когда изменяются эти соотношения, изменяются и люди.

Доминирующим органом ощущений и общественной ориентации в доалфавитных обществах было «ухо-слух был верованием». Фонети- ческий алфавит вынудил магический мир уха уступить нейтральному миру глаз. Место уха у человека занял глаз.

Западная история почти на три тысячи лет была сформирована введением фонетического алфавита – средства получения информации, зависящего лишь от глаза. Алфавит является сооружением, состоящим из отдельных кусков и частей, у которых нет собственного семантиче- ского значения и которые должны быть нанизаны, подобно бусам, в од- ну линию в предписанном порядке. Его использование питает и поощ- ряет обычай воспринимать всякую среду в визуальных и пространст- венных рамках пространства и времени, которые однородны, постоянны и взаимозависимы…

Видимое пространство однородно, постоянно и связано. В нашей западной культуре рациональный человек является визуальным челове- ком. Для него не существенно, что наиболее здравый опыт обладает не- большой «видимостью». Рациональность и видимость долго были взаи- мозаменяемыми терминами, но мы не живем более в преимущественно видимом мире.

Разделение видов деятельности или привычка мыслить кусочками и частями – «специализация» – отражала ступенчатый линейный бюро- кратизирующий процесс, внутренне присущий алфавитной технике.

До того как было изобретено письмо, человек жил в акустическом пространстве: лишенный границ, направления, горизонта в умственном мраке, в мире эмоций, при посредстве первобытной интуиции, ужаса. В этом болоте речь являлась социальным путеводителем.

Гусиное перо положило конец господству языка: оно уничтожило тайну; оно породило архитектуру и города, дороги и армии, бюрокра- тию. Это была коренная метафора, с которой начался цикл цивилизации, шаг из темноты в свет ума.

Рука, которая заполняла пергаментную страницу, строила город. Книгопечатание утвердило и усилило новый акцент на видение.

Оно обеспечило появление единообразного размножаемого «товара»,

первый сборочный конвейер – массовую продукцию.

Оно создало портативную книгу, которую люди могли читать в уединении и изолированно от других. Теперь человек мог внушать убе- ждения – внушать предубеждения. Подобно станковой живописи, напе- чатанная книга много прибавила к нашему культу индивидуализма. Стала возможной личная устанавливающаяся точка зрения, и грамот- ность даровала возможность обособленности, изоляции.

Моментальный мир электроинформационных средств включает нас целиком и сразу. Невозможно обособление структуры…

«Время» прекратилось, «пространство» исчезло. Мы теперь жи- вем во всемирной деревне… в единовременном происшествии. Мы пе- реместились вновь обратно в акустическое пространство. Мы начали снова испытывать первобытные чувства, племенные эмоции, от которых нас отдалили несколько веков грамотности.

Нам мало переместить центр внимания с действия на реакцию. Теперь мы должны заранее знать последствия любой политики или по- ступка, поскольку результаты проявляются без промедления…

При высоких скоростях электронных коммуникаций более невоз- можны чисто визуальные средства постижения мира; они слишком мед- ленны, чтобы быть своевременными.

….Замкнутая связь через электросистемы крепко соединяет лю- дей друг с другом. Информация изливается на нас мгновенно и непре- станно. Как только информация получена, она тут же замещается еще более свежей. Наш сформированный электроникой мир вынудил нас отойти от привычки классифицировать факты и способы узнавания по типам. Мы не можем более строить секционно, камень за камнем, шаг за шагом, потому что немедленная информация обеспечивает сосущество- вание в состоянии активного взаимодействия всех факторов окружения и опыта…

Печатная техника создавала публику. Электронная техника соз- дала массу.

Публика состоит из отдельных индивидуумов, бродящих вокруг с собственными, установившимися взглядами на мир – точками зрения. Новая техника требует, чтобы мы отказались от роскоши этой позы, этих отрывочных наблюдений.

Метод нашего времени заключается в том, чтобы использовать не частичные, а комплексные модели для исследования-техника изобрета- тельства является открытием ХХ в., так же, как техника изобретатель- ства является открытием ХIХ в…

Сейчас настали трудные времена, потому что мы являемся сви- детелями сокрушительного столкновения двух великих технических эпох. К новой эпохе мы приближаемся с психологическими предубеж- дениями и чувственными реакциями, рожденными старой. Это столкно- вение неизбежно происходит во все переходные периоды: например, в позднем средневековом искусстве мы видели страх перед новой книго- печатной техникой, выраженный в теме «Пляска смерти».

Сегодня подобные страхи выражены в театре абсурда И то и дру- гое одинаково бесплодно: попытка осуществить при помощи старых орудий то, чего требует новая обстановка.

… Телевидение завершает цикл чувственного восприятия мира человеком. С вездесущим глазом мы уничтожили письмо – акустико- визуальную метафору, которая определила динамику развития западной цивилизации.

Телевидение вводит в практику активный исследовательский подход, который включает в себя все чувства одновременно, а не одно зрение. Вам приходится быть «с» ним… В телевидении образы проек- тируются на вас. Вы служите экраном. Образы обволакиваются вокруг вас. Вы являетесь точкой исчезновения. Это создает своего рода направ- ленность вовнутрь, обратную перспективу…

Реальная тотальная война стала информационной войной. В ней сражаются при помощи утонченных информационных средств как в ус-

ловиях «холодной войны», так и постоянно. «Холодная война» является реальным военным фронтом-окружением, включающим всех во все вре- мена и везде…

Информация, обработанная вашей средой, есть пропаганда. Про- паганда кончается там, где начинается диалог. Вы должны обращаться к средству информации, а не к программисту. Говорить с программистом все равно, что жаловаться продавцу булочек с сосисками у входа на ста- дион на плохую игру вашей любимой команды.

# Тема 14

**ПСИХОЛОГИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ И PR**

## Вопросы:

1. Психология политической рекламы, ее направленность и структура.
2. Методы политической рекламы и структура.
3. Психология PR, функции и технологии.

## Интеллектуальная разминка

*Общение* – 1) сложный многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый *потребностями в со- вместной деятельности* и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, и понимание другого че- ловека; 2) осуществляемое знаковыми средствами взаимодействие субъ- ектов, вызванное потребностями совместной деятельности и направлен- ное на значимое изменение в состоянии, поведении и личностно- смысловых образованиях партнера. В самом общем виде – форма жиз- недеятельности. Социальный смысл общения состоит в том, что оно вы- ступает средством передачи форм культуры и общественного опыта1.

*PR (паблик рилейшнз)* от англ. Public relations – буквально «отно- шения с общественностью») – специализированная деятельность соот- ветствующих подразделений государственных, корпоративных, полити- ческих, общественных, экономических и др. структур, направленная на установление взаимопонимания и доброжелательности между структу- рами, осуществляющими PR, и обществом, населением, группами, людьми на которых направлена эта деятельность2.

*Политическая реклама* (от лат. reklamane – «выкрикивать») – сис- тема политических коммуникаций, призванных изменить сознание и по-

1 Психология: Словарь / Под общ. ред. А.В. Петровского. – М., 1990. –

С. 244–556.

2 *Ольшанский Д.В.* Политическая психология. – СПб., 2002. – С. 555–556.

ведение людей в соответствии с политическими целями рекламодателя

(в широком контексте – политической партии, движений, лидеров)1.

*Слоган* (англ. slogan – лозунг, призыв, девиз, а когда-то боевой клич шотландских горцев) – рекламная формула, броская, запоминаю- щаяся фраза2.

# Психология политической рекламы, ее направленность и структура

Впервые политическая реклама появилась в рабовладельческом обществе, а точнее в рабовладельческой демократии Древней Греции, где на народных собраниях открыто избирали на ответственные госу- дарственные посты. Рекламная кампания проводилась в то время сами- ми претендентами или их сторонниками в устной форме. Рекламирова- лись богатство, происхождение, красноречие. Особо ценилось красно- речие (собственно главное средство рекламы), ибо побеждал тот оратор, который был более искусен. На значение искусства оратора указывает Марк Цицерон: «Ибо наилучший оратор тот, который своим словом и научает слушателей, и доставляет удовольствие, и производит на них сильное впечатление. Учить – обязанность оратора, доставлять удоволь- ствие – честь, оказываемая слушателю, производить же сильное впечат- ление необходимо»3.

В «Избранных жизнеописаниях» Плутарх рассказывает, что увле- чение красноречием у Демосфена началось, когда он будучи еще ма- леньким, слушал выступление оратора Каллистрата: «Каллистрат бле- стяще выиграл дело, стяжав всеобщее восхищение, и Демосфен позави- довал его славе, видя, как толпа с восторженными восклицаниями про- вожает победителя домой, но еще больше поразился силе слова, кото- рое, как он ясно понял, способно пленять и покорять решительно всех»4. В Древнем Риме уже использовались письменные рекламы – лозунги и призывы. Затем реклама перешла в торговлю, чтобы в двадцатом веке вновь вернуться в политику.

В отличие от коммерческой рекламы (при наличии общих функ- ций), политическую рекламу характеризуют два принципиальных отличия:

* ограниченное время рекламной кампании;

1 *Ольшанский Д.В.* Политическая психология. – СПб., 2002. – С. 53.

2 Там же. – С. 539.

3 *Марк Цицерон.* О наилучшем роде ораторов. Об ораторском искусстве.

М., 1973. – С. 65.

4 *Плутарх.* Избранные жизнеописания: В 2-х т. – М., 1987. – Т. 2. – С. 499.

* главная цель – победить конкурента (даже перевес в один го- лос может свести на нет усилия рекламодателей).

Основной целью политической рекламы является воздействие на массы (электорат) путем противопоставления, ослабления, усиления существующих в обществе стереотипов. Реклама, во-первых, призвана сделать политика известным, привлечь к нему внимание, а во-вторых, создать отрицательный образ оппонента. По мнению Р. Грина, «если вы занимаете невысокое положение, и оно не дает особых шансов привлечь к себе внимание, эффективным приемом станет атака на самую замет- ную, самую сильную, самую знаменитую личность, до какай только вы сможете “дотянуться”».

Когда в начале шестнадцатого столетия Пьетро Аретино, который в юности был всего лишь учеником печатника в Риме, захотел привлечь к себе внимание как к сочинителю стихов, он решил опубликовать се- рию сатирических стихов, высмеивающих Папу Римского и его привя- занность к ручному слону. Это нападение принесло Аристотелю извест- ность. Клеветнические нападки на сильных мира сего обычно имеют сходный характер. Оказавшись на виду, вы сможете поддерживать ин- терес к себе, варьируя и приспосабливая к обстоятельствам свой метод привлечения внимания. Если этого не делать, публике станет скучно и она перенесет свой интерес на другой объект. Игра требует постоянной бдительности и творческого подхода.

Пабло Пикассо никогда не позволял себе слиться с фоном. Когда его имя начинали привычно связывать с каким-либо определенным сти- лем, он поражал публику серией новых неожиданных работ. Лучше вы- вести из равновесия безобразным творением, думал он, чем позволить зрителям слишком привыкнуть к моему стилю (узнаваемая тактика Жи- риновского – *Т.К.*). Следует понимать: люди испытывают чувство пре- восходства по отношению к тем, чьи действия могут предсказать. Если вы покажите им, кто находится на высоте положения, играя *против* их ожидания, вы разом добьетесь уважения и станете объектом еще более пристального внимания1.

Может быть в этих «хитрых» советах прослеживается некая экс- центричность, но психология привлечения к себе внимания общества схвачена точно, тем более, что политическая реклама построена по оп- ределенным законам, эксцентрики в том числе.

Следующая направленность политической рекламы – выстраива- ние благоприятных для лидера (претендента) ассоциаций. Примером

1 *Грин Г.* 48 законов власти. – М., 2003. – С. 91–92.

подобного манипулятивного приема А. Цуладзе приводит фрагмент рек- ламного фильма «Это Жириновский»: «Идет перечисление «Великих сы- нов России»: Пушкин, Толстой, Королев, Эйзенштейн и … Жириновский! Владимира Вольфовича поставили в один ряд с действительно великими сынами России. По мысли авторов рекламы, здесь должно сработать

«правило переноса», то есть часть лавров великих предков должна пере- пасть и Жириновскому. Но уж очень плохо он вписывается в предложен- ный ряд. На мой взгляд, ассоциативная репутация Жириновского, это скорее эпатаж публики, чем тонкая манипуляция. И слава богу!»1.

В целом политическая реклама обречена быть манипулятивной. Она служит драматизации избирательного процесса путем преувеличе- ния достоинств рекламируемого и принижением таковых у конкурента.

Реклама ориентирована на систему оперативных связей с электо- ратом и имеет свою структуру и этапы создания.

*Структура политической рекламы включает в себя*

* субъекты политической рекламы (претенденты, партии, дви- жения),
* объекты политической рекламы (избиратели).
* предмет политической рекламы (платформы, программы, личности),
* цели политической рекламы (завоевание власти, формирова- ние общественного мнения),
* задачи политической рекламы.
* средства политической рекламы (передачи, публикации, встречи, плакаты, массовые акции и др.),
* прямые и обратные связи (опросы, выявление массового на- строения, выявление отношения к кандидату и т.п.).

Политическая реклама включает три психологических компонента: *когнитивный компонент* (дающий новые знания, информацию); *аффек- тивный компонент* (формирующий эмоциональное отношение); *регу- лятивный компонент* (побуждающий к действиям).

С точки зрения Д. Ольшанского, А. Пирогова и др., политическая реклама строится поэтапно. *На первом этапе* исследуются (базовые ис- следования) политический рынок, маркетинг, проводится анализ элек- тората; *на втором этапе* идет разработка концепций, стратегии реклам- ной компании, определение комплекса мероприятий*. На третьем этапе* выбираются виды рекламы, средства и «география» охвата электората.

1 *Цуладзе А.* Политические манипуляции, или Покорение толпы. – М., 1999. – С. 117.

Наконец, *на четвертом этапе* проводится собственно сама рекламная кампания.

Наиболее важным является разработка концепции политической рекламы (второй этап). Она должна включать стратегические, тактиче- ские, перспективные и оперативные цели и задачи; формы и методы по- дачи рекламы; структуру имиджа лидера; средства рекламы (СМИ, пря- мые контакты, наглядность и т.д.); виды психологического воздействия с учетом особенностей ситуации и электората. Как определил Марттни Ларни: «Реклама – это средство заставить людей нуждаться в том, о чем они раньше и не слыхали».

# Методы и структура политической рекламы

Среди основных методов нужно назвать: почтовую рассылку, те- левизионные ролики, радиоролики, наглядную агитацию (плакаты, рас- тяжки, щиты т.д.), сувенирную продукцию (значки, вымпелы, бейсбол- ки, флаги, футболки и т.д.), концерты и другие развлекательные меро- приятия.

*Почтовая рассылка.* Очень эффективна для создания *иллюзии общения* с кандидатом персонально. Политик демонстрирует внимание к конкретному избирателю, указываемая в письме или открытке имя и отчество получателя. Подпись кандидата свидетельствует о том, что он лично обращается к потенциальному избирателю. Технологи рекомен- дуют, когда это возможно, ставить «живую» подпись, а не факсимиле.

«Живая» подпись свидетельствует об интересе политика к адресату. Ко- нечно, при массовой рассылке приходится отказываться от «живых» подписей. Этот недостаток компенсируется количеством писем.

*Телевизионные ролики.* Этот вид рекламы получил довольно ши- рокое распространение. Прежде всего – это престижный вид рекламы. Считается также, что телевидение – самый мощный канал воздействия на избирателя.

Эффективность телерекламы зависит не только от качества, но и от таких факторов, как частота показа, время показа, интервалы между пока- зами, циклы показов, контекст показа (до фильма или программы, во вре- мя фильма или программы, после фильма или программы), популярность канала, общая направленность канала (адресность рекламы) и т.д.

*Наглядная агитация.* В основном это плакаты. Их можно разде- лить на два вида: с изображением политика; без изображения политика.

*С изображением политика.* На этих плакатах избиратель видит лицо кандидата. Играет роль ракурс съемки, расположение фотографии, качество печати. Последнее очень важно. С одной стороны, избиратели

подозрительно относятся к цветам, выполненным на другой бумаге пла- катам. Хрестоматийный пример – «провал» Е. Мавроди, жены «велико- го комбинатора» С. Мавроди. Для нее заказали дорогие цветные плака- ты, чем вызвали недоверие избирателей, задавшихся вопросом: «На ка- кие деньги она их печатала? Уж не на наши ли кровные, которые мы до- верили «МММ»?»

Однако, если плакат напечатан плохо, неряшливо, изображение не четкое, то вызвать положительные эмоции такое «произведение» не мо- жет. Следует придерживаться, как и в большинстве случаев, принципа

«золотой середины» – добротная полиграфия, но без излишеств и «наво-

ротов». «Изюминка» должна заключаться в способе подачи материала.

*Без изображения политика.* Как правило, такие плакаты содержат слоганы компании. Здесь главное внимание уделяется тому, чтобы: при- влечь внимание избирателя; зафиксировать внимание, побудить ознако- миться с плакатом; внедрить в сознание избирателя основную идею пла- ката1.

Вообще, визуальные средства и методы политической рекламы ли- дируют по эффективности их воздействия. Одним из свойств наглядной рекламы является невозможность построения равноценного ответа плака- ту, а иногда и неоднозначность содержания. Заслуживает внимания вывод Г. Почепцова по этому поводу: «Визуальный диалог авторитарен по своей сути. Зритель не в состоянии заговорить в ответ языком памятников или языком телевизионного сообщения». Профессор И. Крылов приводит ин- тересный пример. В период президентских выборов в Москве стояли рек- ламные щиты с рукопожатием Ельцина и Лужкова и слоганом «Москви- чи сделали свой выбор». Неоднозначность этого вербального текста вы- яснилась следующим образом. На одной из пресс-конференций Зюгано- ва, на которой присутствовал автор этих строк, Геннадий Андреевич мастерски «отыграл» эту рекламу в свою пользу: «Вот Ельцин завесил всю Москву щитами, на которых с ним прощается Лужков». Пришлось президентской команде за ночь наклеить на все щиты прозрачную плен- ку со слоганом – «только вместе». Можете представить, во сколько обошлась удачная шутка Зюганова бюджету столицы2.

*Сувенирная продукция и символы* используются для популяриза- ции логотипов партии, изображений кандидата и основных лозунгов кампании. Здесь политическая реклама взяла за основу опыт коммерче- ской сувенирной продукции обеспечить запоминаемость кандидата или

1 *Цуладзе А.* Политические манипуляции, или Покорение толпы. – М., 1994. – С. 122–123.

2 *Почепцов Г.* Имиджеология. – М., 2002. – С. 235–236.

партии, уложить в сознание избирателя рекламируемый образ, пользу- ясь определенными знаками символами. О значении символа в образе политика говорится в воспоминании Шпеера о возникновении любимо- го цветка Фюрера: «Шпеер знал, что Фюрер глубоко безразличен к цве- там вообще, и сказал, что у Гитлера нет любимых цветов. Тогда было решено: любимыми цветами Фюрера должны быть эдельвейсы, так как они растут на горных вершинах. С того дня все считали, что эдельвейс – любимый цветок Фюрера. Подчиняясь строгим требованиям ритуала, Гитлер полюбил эдельвейс»1.

В политической рекламе наиболее эффективна новая комбинация – сплав зрительных образов и cимволов. Зрительные образы часто появля- ются в определенной последовательности, и тогда порядок, в котором они возникают, сам по себе символичен. То, что появляется первым, например символизирует власть, образ, расположенный в середине кажется имею- щим центральное значение. Политики всегда пытаются использовать эти особенности, о чем свидетельствует следующий пример.

Незадолго до окончания Второй мировой войны генерал Эйзен- хауэр отдал приказ американским войскам первыми войти в Париж по- сле его освобождения от фашистов. Французский генерал Шарль де Голь, однако понимал, что такая последовательность событий может привести к тому, что американцы получат право распоряжаться даль- нейшими судьбами Франции. Ценой множества ухищрений и манипу- ляций де Голь добился того, чтобы первыми во главе освободителей появилась Вторая французская бронетанковая дивизия и он сам. Замы- сел удался, и после удачно проведенной операции союзники стали счи- таться с ним как с новым лидером независимой Франции. Де Голь знал, что лидер должен находиться в буквальном смысле впереди армии. Эта зрительная ассоциация безошибочна, вызывает желаемую эмоциональ- ную реакцию»2.

Другой пример с другими участниками еще раз подтверждает не- преложность эффекта зрительного восприятия визуальных символов в политике: «Жан Батист Изабэ был неофициальным живописцем Напо- леона. Во время Венского конгресса 1814 года, когда свергнутый Напо- леон находился в заточении на острове Эльба, участники конгресса, ко- торым предстояло решать судьбу Европы, пригласили Изабэ, чтобы увековечить это историческое событие на эпическом полотне. Как толь- ко живописец прибыл в Вену, ему нанес визит Талейран, основной пред- ставитель французской стороны. Учитывая его, Талейрана, роль в

1 *Почепцов Г.* Имиджеология. – М., 2002. – С. 202.

2 *Грин Д.* 48 законов власти. – М., 2003. – С. 421.

переговорах, объяснил Талейран, он считает, что должен занимать цен- тральное место на картине. Изабэ охотно согласился. Спустя несколько дней с художником говорил представитель Англии герцог Веллингтон и сказал примерно то же, что и Талейран. Еще более вежливо Изабэ отве- чал, что полностью согласен и что великий герцог действительно дол- жен быть центром всеобщего внимания.

Вернувшись в студию, Изабэ обдумал дилемму. Отдавая пред- почтение одному из двоих, он мог вызвать разлад в дипломатических сферах, самые непредсказуемые последствия, опасные для Европы в момент, когда ей необходимы мир и покой.

В конце концов художнику удалось почтить обоих политиков, так что и Талейран, и Веллингтон были удовлетворены. Полотно представ- ляло огромный зал, заполненный дипломатами и политиками со всей Европы. С одной стороны герцог Веллингтон входит в зал, и все глаза устремлены на него, он в центре внимания. Между тем в самом центре картины находится Талейран1.

Возвращаясь к знакам и символам в политической рекламе, сле- дует отметить, если избиратель принимает символику кандидата или действующего политики, он как бы становится частью команды, или выражающим поддержку лидеру и его политической деятельности. Символы, как своего рода *метки,* навязываются массам. Если они сде- ланы качественно, привлекают внимание, вызывают эмоциональные от- клики – цель политической рекламы достигнута.

По мнению Д. Ольшанского, стремлением политической рекламы и главным фактором ее эффективности считается «уникальное полити- ческое предложение». Такое предложение состоит из нескольких сла- гаемых: *первое слагаемое* – предложение, ясно объясняющее избирате- лю, что будет, если он сделает то, что ему предлагают. *Второе слагае- мое* – неповторимость того, что ему предлагают (уникальный шанс). *Третье слагаемое* – привлекательность предложения, побуждающая из- бирателя сделать то, что ему предлагают. Наконец существует *четвер- тое* слагаемое – предупреждение (утрирование возможного), если вы вдруг проголосуете за того кандидата. Обычно, это достигается обыгры- ванием слоганов, плакатов, программ конкурента. Психология выборов в данном случае предполагает возможные негативные события, если выиграет конкурент.

«В Американской кампании 1952 г. символом идентификации была фотография Адлая Стивенсона с дыркой в его туфлях (демонстри- руя туфлю с дыркой, кандидат идентифицировал себя с бедными слоями

общества «Я знаю ваши проблемы, и я их решу» – означал плакат). В от- вет противник выпустил значки с дыркой в ботинке, который ассоцииро- вался с их риторикой, не допускай, «чтобы подобное не случилось с то- бой. Голосуй за Айка»1.

Чтобы «уникальное политическое предложение достигло своей цели, Д. Ольшанский определяет ряд необходимых требований к его форме и содержанию:

* символичность – соответствие традициям и типу политиче- ской культуры;
* концептуальность – наличие идеи соответствующей потреб- ностям общества;
* персонификация – качества лидера, обеспечивающие его уз- наваемость;
* эксклюзивность – отличительность от рекламы других поли- тиков;
* широта воздействия на избирателей;
* доступность – насколько «предложение» понимается избира- телями».

Тональность политической рекламы должна быть мажорной, на- ступательной (иногда агрессивной), вселять чувство уверенности, со- провождаться соответствующей атрибутикой (слоган, цвет эмблемы, форма, музыка и т.д.)

*Слоган* (призыв, лозунг) – это рекламная формула, броская, запо- минающаяся. Обычно носит ситуативный и тактический характер. Что- бы эффективно воздействовать на сознание и поведение масс, лозунги должны соответствовать следующим требованиям: обещать «все и сра- зу; принимать ответственность за исполнение на себя; предлагать про- стые способы решения сложных проблем; использовать элементы ми- фа; быть лаконичным и образным; нести общедоступный смысл; легко запоминаться. В качестве примера можно привести негативный лозунг, направленный на конкурента – «*Мост он уже запланировал, осталось запланировать реку» –* такой текст вряд ли кто забудет, но помимо вну- шения, этот лозунг дает полную характеристику конкуренту.

1 *Грин Д.* 48 законов власти. – М., 2003. – С. 256–257. 1 *Почепцов Г.* Имиджеология. – М., 2002. – С. 288.

# Психология PR, функции и технологии

В современном обществе PR – это особый инструмент организа- ции коммуникативного пространства, который постепенно становится одним из средств управления обществом.

Цель PR – установление двустороннего общения для выявления общих представлений или общих интересов и достижения взаимопони- мания между субъектом и его аудиторией, или между двумя или более субъектами.

На западе (родине PR), как в деловом мире, так и в политике, ог- ромное значение придается поддержанию хорошей репутации в общест- ве. PR приобретает важное значение.

С. Блэк приводит список сфер приложения PR:

1. Консультирование на основе законов поведения человека.
2. Выявление возможных тенденций и предсказание их послед- ствий.
3. Изучение общественного мнения, отношения и ожидания со стороны общественности и рекомендации необходимых мер для форми- рования мнения и удовлетворение ожидания.
4. Установление и поддержание двустороннего общения, осно- ванного на правде и полной информированности.
5. Предотвращение конфликтов и недопонимания.
6. Содействие формированию взаимного уважения и социальной ответственности.
7. Гармонизация личных и общественных интересов.
8. Содействие формированию доброжелательных отношений с персоналом, поставщиком и потребителем.
9. Улучшение производственных отношений.
10. Привлечение квалифицированных работников и снижение текучести кадров.
11. Реклама товаров и услуг.
12. Повышение прибыльности.
13. Создание собственного имиджа1.

Честность, открытость, полная информативность, установление гармоничных отношений – все эти понятия лежат в основе деятельно- сти PR-менеджеров. Это не просто красивые слова. «Залог успеха PR – в правдивой и полной информации, в непрерывной деятельности».

Мы рассмотрим, прежде всего, коммуникативную функцию PR. Она должна обеспечивать гармонизацию интересов коммуникатора и реципиента. Мероприятия PR могут быть ориентированны как на реше- ние временных, краткосрочных задач, так и на долгосрочную перспек- тиву. В первом случае PR, как правило, выступает одним из элементов избирательной компании. Задачи PR в период выборов – *создание, кор- рекция* имиджа кандидата, информирование избирателей, налаживание обратной связи и т.д. Во втором случае PR-мероприятия направлены в основном на *поддержание имиджа* политика.

Важнейшей задачей PR-команды является умение адекватно реаги- ровать на непредвиденные ситуации, резкие выпады конкурентов и т.д.

PR-мероприятия должны способствовать консолидации общества при возникновении угроз, при решении важных общественных проблем. Основа PR – психология делового общения с элементами искус-

ства общения. Постепенно PR расширял свои возможности, и эти воз- можности связаны с психологической природой PR.

Технологически PR призван создавать благоприятные для объек- та контексты. Как утверждает Д. Ольшанский, эффективность PR зави- сит и начинается от коммуникативного аудита. Существует три основ- ных коммуникативных потока – потока внутри организации; из органи- зации; те, в которых упоминаются организации. Коммуникативный ау- дит должен ответить на три вопроса: «Кто?» (кому мы нравимся, кто бу- дет нас «покупать»). «Что?» (что привлекает покупателя?). «Как?» (как передать покупателю нужные нам характеристики).

Треллаван определяет рекламную стратегию PR также с ответа на три вопроса: «Что именно мы хотим передать – самый важный вопрос. Когда мы найдем на него ответ, вся последующая реклама должна нести то же самое сообщение, а также оцениваться, исходя из того, насколько четко и запоминающе она передаст его.

* *Как* мы скажем то, что хотим передать? Какими словами, какой аудио- и видеотехникой, в каком смысле, с какой интонацией;
* *Где* нам следует разместить рекламное сообщение, чтобы оно представляло большинство избирателей в наиболее эффективном виде и за наименьшую стоимость?1

Следует отметить, что использование PR-отрицательной инфор- мации в ряде случаев может работать на позитив. Так, В.Ш. Шендеро- вич рассказывал, что миллионер-фармацевт давал ему миллион долла- ров за появление в программе новой куклы в период предвыборной

1 *Блэк С.* Паблик Рилейшенз: Что это такое? – М., 1990. – С. 13–15. 1 *Почепцов Г.* Имиджеология. – М., 2002. – С. 660.

борьбы1. Известно, что слава и известность принадлежат тем, кто узна- ваем, кого можно легко пародировать из-за узнаваемости. Отрицатель- ные последствия появления политического персонажа в виде куклы ни- велируются положительными.

Немаловажное значение для PR имеет снятие (или ослабление) границ между лидером и обществом В. Ключевский, описывая начало царствование Павла, пишет: *«Со времени Петра законодательство все увеличивало расстояние между верховной властью и подданными, строго запрещая непосредственные отношения последних с первыми: строгим наказанием грозили за подачу прощения прямо государю; до царя стало далеко, и новый император хотел уничтожить это рас- стояние. В Зимнем Дворце назначено было одно окно, в которое всякий желающий мог бросать прощения на высочайшее имя; ключ от комна- ты находился у самого государя, который аккуратно каждое утро сам собирал поданные просьбы, читая их, клал на них резолюции, которые потом печатал в газетах»2.*

Этот фрагмент показывает четкую отработку понятия обратной связи, которая является весьма важной для эффективного решения про- блем PR.

Выше мы приводили коммуникативные функции PR. При этом существуют конкретные функции PR, которые специалист PR реализует в процессе перевода личных целей клиента в приемлемую для общест- венности политику. Вкратце эти функции предполагают: 1) планирова- ние и конструирование взаимоотношений между организацией и обще- ственностью; 2) организацию мониторинга сознания, отношение и пове- дения как внутри организации, так и вне ее; 3) анализ влияния политика, процедур и действий на общественность; 4) модификацию влияния;

1. установление и поддержку двусторонних отношений (организация- общественность); 6) организацию специальных действий, направленных на изменение отношений и мнений (внутри организации и вне); 7) воз- действие на новые или устоявшиеся отношения между организацией и общественностью; 8) консультацию по введению новых приемов в по- литике.

В ряду новейших технологий *спин-мастер* считается стержнем политического PR. Слово spin означает черчение, кружение. Наиболее часто спин-мастер занят корректировкой освящения событий в СМИ по- сле того, как информационное развитие приняло неблагоприятный ха-

рактер. И тогда спин-мастер начинает информационное «перекручива-

ние» событий в более благоприятном свете.

Существуют два основных типа спин-мастера.

Первый тип стремится организовать ожидания события («спин- мастер»); второй – занят исправлением ситуации после того, как собы- тие получило неправильное освящение («спин-доктор»).

В политическом PR часто, после того, как событие получило PR, используют вторичный PR. «Продолжение жизни события» возможно с помощью специально сконструированного цикла новостей и способом

«торможения ситуации». Так, в период «Моникагейта» команда прези- дента США Б. Клинтона выдала долго ожидаемую отрицательную ин- формацию после того, как в печати опубликовали большое количество документов из другого источника. Команда президента (уже ничего не теряя) создала ситуацию «перепроизводства компромата» и тем самым снизила интерес к ней общественности. Произошло наложение волн ин- тереса, которые частично «погасили» друг друга1. В технологии спин- мастера входит также метод управления событиями. Отбираются те, ко- торые выгодны для освящения. Используются также приемы утаивания информации, или «выпячивание» ее. Спин-мастер работает в режиме отбора той или иной информации. Технология отбора определяется ценностными критериями, никогда не являясь полностью правдивой. Как пишет Г*.* Почепцов: «Для Горького выпускался свой экземпляр га- зеты «Правда», где сообщения об арестах заменялись рассказами о лов- ли крабов. И та и другая информация соответствует действительности»2. Таким образом, PR – важная составная часть государственной и негосударственной управленческой деятельности, призванная обеспе- чить взаимопонимание между управляющими и управляемыми подсис-

темами.

# Иллюстрация к лекции

## Персональный взгляд на тему

*Почепцов Г.* Негативная реклама в современном мире // Имид- жеология. – М., 2002. – С. 449–463.

В список имиджей, с которого мы начинали наше рассмотрение, следует, вероятно, добавить и тип отрицательного имиджа, создаваемый оппонентом, соперником, врагом, то есть вариант сознательно конст-

1 *Почепцов Г.* Имиджеология. – М., 2002.

2 *Ключевский В.* Курс русской истории. – М., 1937. – С. 227.

1 См. *Ольшанский Д.* Политическая психология. – СПб., 2002. – С. 565.

2 *Почепцов Г.* Имиджеология. – М., 2002. – С. 190.

руируемый, а не возникающий спонтанно. Вот как шутил актер М.М. Тарханов: *«МХАТовскому актеру недостаточно, чтобы его по- хвалили. Ему еще надо, чтобы партнера поругали» (Известия,1994, 14 сентября).*

О таком бытовом отрицательном имидже упоминал еще Лев Тол- стой в «Войне и мире»: «*Когда Пьер уехал и сошлись вместе все члены семьи, его стали судить, как это всегда бывает после отъезда нового человека и, как это редко бывает, все говорили про него одно хорошее*». Для политики, вероятно, это еще более редкий пример, поэтому обратимся к примерам более характерным. Мы уже упоминали пример отрицательного имиджа, который запускался против Леонида Кучмы в период предвыборной борьбы 1994 г. Он строился на двух тезисах: «в случае его избрания Украину охватит гражданская война между западом и востоком страны» и «комфортные условия оборонного завода, где он был директором, не позволяют ему быть настоящим президентом». То- гда это не сработало, но есть и примеры работающей отрицательной информации, например, Р. Бейкер уходит в отставку с работы в сенате, когда не смог объяснить, как с зарплатой 20000 долларов в год он стал

обладателем имущества в два миллиона долларов.

Интересно, что и паблик рилейшнз как наука вырастает из необ- ходимости бороться с негативным имиджем (порождение негативного имиджа как бы становиться более поздней задачей). Впервые эта задача была сформулирована как вариант самозащиты бизнеса. Это случилось в 1908 г., когда компания «Белл» стала бороться против возникшей во- круг нее определенной враждебности, причиной чему было направлен- ное против нее антимонопольное законодательство. «Белл» попыталась воздействовать на общественное мнение серией реклам. Эта ситуация открыла дорогу для других компаний по построению лоббистских ком- муникаций, воздействующих на общественное мнение.

Первым ярким примером отрицательно «заряженного» клипа в США был ролик, направленный против Барри Голдуотера. Девочка об- рывала лепестки ромашки, считая от одного до девяти, потом суровый мужской голос начинал считать в обратном порядке, и на цифре ноль экран закрывался грибом ядерного взрыва. И на этом фоне ужасающего образа смерти голос Линдона Джонсона произносит: «Вот что постав- лено на карту. Либо мы сделаем мир годным для божьих детей, либо уйдем в преисподнюю. Мы должны либо любить друг друга, либо уме- реть». Были подготовлены еще два ролика. В первом – девочка ест мо- роженое, а голос за кадром сообщает, что при президенте Голдуотере в нем будет полно стронция. Во втором – беременная женщина с дочерью прогуливаются по парку, а голос за кадром сообщает о вреде, который

нанесут еще не родившемуся ребенку ядерные испытания, инспириро- ванные Голдуотером. Правда, последний ролик был снят с показа, по- скольку не было научных доказательств именно такого воздействия. Общий лозунг компании Джонсона был таков: «Ставки столь высоки, что вы не можете оставаться дома».

Однако исторически американцы отсчитывают первое реальное использование негативной рекламы в президентской кампании 1956 г. против Дуайта Эйзенхауэра, когда пытались припереть его к стенке за предвыборные обещания в кампании 1952 г. Именно оттуда берет свое начало ряд приемов, используемых в политической рекламе до сего- дняшнего дня. Во-первых, использование реальных кадров самого оп- понента против него самого. Во-вторых, в негативных клипах присут- ствует не сам кандидат, а лицо его заменяющее. В то же время кандидат активно появляется в позитивных клипах. С семидесятых годов острота негатива понемногу спадает.

Стратегии Дж. Буша в кампании 1992 г. в создании отрицатель- ной рекламы опирались на интересный феномен использования юмори- стических реклам. Такой более мягкий подход был связан с тем, что лю- бая критика кандидата Клинтона в тот период легко могла вызвать в сознание избирателей ошибки и неудачные ходы действующего прези- дента Буша. Юмор выступил в роли разрешения на критику Клинтона. Традиционным форматом для негатива у команды Буша был показ точ- ки зрения «человека с улицы», акцент ставился на том, что этот год для настоящих людей. Реклама Буша также активно вводила положитель- ную оценку своего кандидата, предполагающую негатив другого пре- тендента.

Например, обедающая рабочая семья обсуждает последние ново- сти и муж говорит: «Я видел вчера теледебаты и понял, конечно, это Буш». В своей самой последней негативной рекламе команда Буша уже отошла от юмора, а посвятила ее результатам работы Клинтона как гу- бернатора Арканзаса. Они показывали черно-белые картинки дождливо- го дня, а женский голос за кадром говорил, что Арканзас относится к числу наихудших штатов для жизни. Ролик завершался словами: «И те- перь Билл Клинтон хочет сделать с Америкой то, что он сделал с Ар- канзасом. Америка не может так рисковать». Эта реклама подняла нега- тив оценки Клинтона до 41 %.

При запуске такого отрицательного имиджа возникает проблема адекватного его опровержения. В соответствии с определенными зако- нами коммуникации сделать это весьма сложно: считается, что легче за- пустить новый стереотип, чем опровергнуть имеющийся. Поэтому одна из возможных стратегий состоит в показе заинтересованности оппонен-

та именно в таком представлении события. Например, министр атомной энергегики России Виктор Михайлов говорит: *«Наконец пришло время сказать откровенно: в кампании против российской атомной промыш- ленности виден след газонефтяного комплекса… Надо ли говорить, на- сколько мощные лоббисты действуют в его интересах. Я, например, не удивлюсь, если узнаю, что тот же “Гринпис” финансируется в том числе на “нефтедоллары”. В Европе такая атака отчасти удалась» (Московские новости, 1995, №9).*

Еще один пример – выступление заместителя секретаря Совета безопасности РФ Валерия Манилова против сопоставления Совета безо- пасности в России и Политбюро в СССР: *«Никакого политбюро в Крем- ле не существует, поверьте мне. Все разговоры на эту тему – от не- знания подлинных функций Совета безопасности, ложных толкований его статуса» (Известия, 1995, 16 февраля).*

В письме, адресованном Н. Хрущевым А. Микояну, перечисля- ются негативные ярлыки, которые приклеивали к нему:

* *и что я новоявленный Наполеон, державший бонапартист- ский курс;*
* *у меня нарастали тенденции к неограниченной власти в ар- мии и стране;*
* *мною воспрещена в армии какая-то бы ни было партийная критика в поведении и в работе коммунистов-начальников всех степеней;*
* *и что я авантюрист, унтер Пришибеев, ревизионист и тому подобное».*

Сложность опровержения – и в выборе канала, по которому мо- жет пойти это опровержение. Ярким примером последнего времени ста- ла чеченская война в России, когда официальная политика признала не- достаточность подготовки общественного мнения. Но как бороться с

«не тем» мнением, если есть следующие данные опроса городского и сельского населения, проведенного фондом «Общественное мнение». На вопрос «Каким источником вы доверяете больше?» (Московские ново- сти, 1995, №7) были получены следующие ответы:

правительственным – 14%

неправительственным – 46%

затрудняюсь ответить – 40%.

Отсюда вытекает невозможность борьбы с «неправильным» мне- нием по каналам, которым не доверяет население. Дополнительную сложность в решении этой проблемы создает и недостаточная информи- рованность тех лиц, которые принимают решения. В ответ на обвинения в односторонности информации, которая привела к началу военных

действий в Чечне, бывший руководитель администрации Бориса Ельци- на Сергей Филатов заявил: *«…Информация…поступала из разных ис- точников. Президент всегда перепроверяет информацию. Хотя надо признать, что отчасти мы все были дезинформированы. Прежде всего относительно боеспособности дудаевских отрядов и подготовки к та- кой акции российской армии» (Московские новости, 1995, №9).*

Или такой пример: неприятие активной роли Хиллари Клинтон Америкой. *«Хиллари платит прессе взаимностью: “Меня бесят все эти мелкие, убогие писания о моей работе в Белом доме. Эти люди ничего не желают анализировать. Их интересует только спальня”. И в своих претензиях к прессе она права: вместо того, чтобы всерьез проком- ментировать ее идеи относительно медицинской страховки или уни- верситетского образования, пресса без устали обсасывает отношения между нею и Биллом. Если Клинтон вообще не реагирует на критику, то Хиллари ведет досье и не прощает ничего» (Всеукраинские ведомо- сти, 1995, 7 марта).*

Мы не умеем сегодня достойным образом ответить на негатив- ную информацию, даже в случае ее несоответствия действительности. Бывшая советская система слишком болезненно реагировала на негатив, разрешая выдавать «на гора» только позитивную информацию о первых лицах. Болезненность нашего восприятия отражает следующая цитата из интервью автора «Кукол» (НТВ) В. Шендеровича: *«Появление в «Кук- лах» резинового Александра Коржакова привело к первому закрытию программы. Выяснилось, что над Ельциным и Черномырдиным шутить можно, а над Александром Васильевичем – нельзя. Тогда я понял, кто самый главный в нашей стране, или, во всяком случае, с кем опаснее все- го связываться. Прошло два месяца, прежде чем руководство канала позволило мне показать коржаковскую куклу. Сейчас нет человека, ко- торого нельзя было бы критиковать, зато появилась целая каста не- прикосновенных. Это духовенство. Вот с кем обостряться рискованно! Место идеологического отдела ЦК КПСС заняли эти ребята. Лица те же, только с бородами» (Факты и комментарии, 1998, 19 марта).*

В печати также проскальзывала информация, что сам Борис Ель- цин программу не смотрит, вместо него это делает Наина Иосифовна. А главный редактор «Комсомольской правды» В. Сунгоркин на конфе- ренции по кризисным паблик рилейшнз (Москва, 1998) заявил, что они могут критиковать и Березовского, и Чубайса, но поняли, что нельзя трогать поп-звезд, поскольку после этого начинаются настоящие бан- дитские разборки с газетой.

*Западные специалисты предлагают следующие пять стратегий опровержения негатива:*

* 1. Признавайте его.
  2. Объясняйте его.
  3. Извиняйтесь за него.
  4. Игнорируйте его
  5. Нападайте на источник.

Однако медиа-консультант Боб Доу приводит примеры ситуаций, где все эти стратегии оказываются неэффективными:

1. В 1980 г. сенатор штата Айова использовал этот вариант оп- ровержения, заявив: «Да, я либерал. Я признаю это. И горжусь этим». Он проиграл, поскольку кампания имеет достаточно времени и денег для изложения своей собственной истории, а не истории, предлагаемой оппонентом.
2. Объяснение съедает еще больше времени и денег, чем просто признание.
3. Аргументы практически те же.
4. Люди ожидают от политика наихудшего, так что такая стра- тегия только поддержит нападение.
5. Источник сообщения может быть даже более значим для из- бирателей, чем сам кандидат.

Сам Боб Доу предлагает свою – шестую стратегию: *атаковать в ответ слабые места самого оппонента.* Смысл данной стратегии со- стоит в следующем: все пять стратегий представляют собой борьбу с оппонентом на его же поле. А там кандидат как бы заранее ослаблен, его победа возможна лишь с определенной долей вероятности. В то же вре- мя шестая стратегия переводит борьбу на поле, более выгодное для са- мого кандидата. В этом случае уже сам кандидат задает «повестку дня», а когда такие дебаты пойдут по спирали, то кандидаты по очереди будут контролировать «повестку дня» дебатов.

Примером неудачной стратегии опровержения следует считать принятый в странах СНГ вариант перевода «личностных обвинений» в разряд государственных. Его можно назвать завышающим аргументом. Так, экс-президент Л. Кравчук в ответ на обвинения о взятках сразу стал говорить, что это нападение на государственность Украины. Егор Гайдар в ответ на акцентирование его неофициальных связей с официальными лицами США написал следующее: «*Хочу посоветовать тем, кто будет готовить и разворачивать новую кампанию по выявлению врагов народа: перечитайте отечественную историю. Может быть, тогда сумеете понять – поднятая волна общественной истерии и опирающихся на нее репрессий не останавливается на первых жертвах. С течением времени она докатывалась и до тех, кто выбивал показания, готовил показатель-*

*ные процессы, взахлеб писал о них. Известно, история почти никого ни- чему не учит» (Комсомольская правда, 1997, 4 марта).*

Вариантом реакции может стать непрямой ответ от другого лица (английский термин *surrogate speaker).* Например, в этой роли выступил в то время губернатор Нижегородской области Борис Немцов против обвинений губернатора Приморского края Е. Наздратенко, высказанных в адрес министра экономики Е. Ясина. Это огромная статья – ответ, из которой мы приведем только небольшой фрагмент.

*«Чем он оперирует? Ясин, мол, предсказывал рост инвестиций, а его не случилось. Он говорил, надо ввести валютный коридор, и вы, мол, видите, к чему это привело. Но вина Ясина в этом такая же, как, к примеру, Госкомстата, который нельзя же обвинять в том, что у нас идет спад производства. Мне непонятно, почему Наздратенко набро- сился на Ясина. Найти козла отпущения не сложно. Вот если бы выпад был, скажем, против Потанина или премьера, которые, в отличие от Ясина, принимают решения, я бы это понял…» (Труд, 1997, 21 февраля)* Журнал «Форбс» так оценивает аргументы Б. Березовского по по-

воду выдвинутых против него в журнале обвинений: *«Мы оперативно распространили официальное заявление по поводу пресс-конференции представителей Березовского, в котором указываем, что весь пафос их выступлений к приписыванию журналу “Форбс” того, что он никогда не публиковал. Так что и “разоблачали” люди господина Березовского в основном собственные фантазии. Что же касается большинства кон- кретных фактов, содержавшихся в статье, то о них предпочли умол- чать» (Комсомольская правда, 1997, 18 февраля).*

Дж. Форд проигрывает свою избирательную кампанию в 1976 г. из-за того, что прощает Никсону уотергейт. Именно это, по мнению изби- рателей, вызывает негативные оценки. Интересно, что Картер, со своей стороны, подходил к этому прощению только косвенно, чем, наоборот, вызвал позитив к себе, а не предстал перед избирателями как мститель- ный кандидат, моментально воспользовавшийся оплошностью своего оп- понента. Как отмечает К. Джеймисон, слоганы кампании Дж. Форда прак- тически вступили в противоречие с этим событием прощения. С одной стороны, прозвучали лозунги, что преступники должны сидеть в тюрь- ме, на которых соответственно прореагировали определенные слои электората. С другой, слоган кампании: «Он сделает нас снова горды- ми» несомненно также должен был коррелировать с наибольшим «позо- ром» Америки в виде уотергейта. Образовалась, если воспользоваться терминами нейролингвистического программирования, определенная неконгруэнтность.

В истории есть и другие варианты разрешения негативных кам- паний. В президентской кампании 1944 г. в США противник Рузвельта Дьюи мог опереться на информацию о дешифровке американскими ВМС военно-морского кода Японии. «Одним из главных аргументов республиканцев в предвыборной кампании было обвинение правитель- ства США в том, что его непростительная инертность позволила япон- цам осуществить успешное нападение на Пирл-Харбор. Делались даже намеки на то, что президент Рузвельт, учитывая сильные настроения в американском обществе в пользу изоляционизма, умышленно вызвал нападение, чтобы втянуть Америку в войну. Для подтверждения обви- нений распространялись сведения, что американцы вскрыли японские шифры еще до Пирл-Харбора». Обеспокоенный этим начальник штаба сухопутных войск США Маршалл обратился к Дьюи с письмом о неже- лательности распространения таких сведений. Дьюи ответил отказом. Второе письмо оказалось более убедительным, и Дьюи решил не упо- минать в своих публичных выступлениях о вскрытых японских шифрах. В результате он проигрывает выборы, но все равно поступает благород- но. Кстати, на обложке этих секретных сводок было написано: «Нельзя предпринимать никаких действий на основании сообщенной здесь ин- формации, несмотря на временную выгоду, если такие действия могут привести к тому, что противник узнает о существовании источника».

Сходная ситуация с Никсоном – проникновение в 1972 г. «водо- проводчиков» в штаб-квартиру конкурентов – приводит к его уходу из Белого дома. Это также оказалось результатом избранной стратегии по- ведения после того, как возникло судебное расследование этого эпизода. А. Хейг и Г. Киссинджер пытались убедить Никсона прервать свои свя- зи с тремя сотрудниками, попавшими под прицел судебного преследо- вания. «Вместо этого президент строил свою юридическую защиту во взаимоотношении с этими тремя лицами, продолжал встречаться с ни- ми, говорил с ними по телефону. Все лето 1973 г. Киссинджер старался убедить президента дезавуировать его бывших помощников публично и принять определенную степень ответственности за Уотергейт».

Существует также интересный анализ телевыступления Р. Ник- сона, сделанный известным итальянским семиотиком Умберто Эко. Это случилось 30 апреля 1973 г., Никсон пытался оправдаться в глазах об- щественного мнения. Автор пишет, что в случае итальянского общества не было бы нужды в таком оправдании перед 200 миллионами телезри- телей. Требования американского контекста иные. Однако телевыступ- ление Никсона не сработало. Если до него небольшой процент амери- канцев не верил своему президенту, то после произошел скачок недове-

рия и таких стало более 50%. Выступление становится сообщением, ре- зультат которого был прямо противоположным задуманному.

Риторическая задача выступления состояла в оправдании Никсо- на. Причем У. Эко сопоставляет речь Никсона с тремя возможными дру- гими сюжетами, находящимися в массовом сознании: сказкой о Красной Шапочке, нападением японцев на Пирл-Харбор и моделью поведения прессы, созданной в виде вестерна. Во всех этих сюжетах действуют ге- рои и злодеи, поэтому они могут служить моделью для построения но- вого «оправдывающего» сюжета. Все четыре сюжета раскладываются в следующую таблицу, в сильной степени сближающую их.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Функции | Красная  шапочка | Пирл-  Харбор | Модель прессы  по типу вестерна | Речь  Никсона |
| Герой | Красная  Шапочка | Американцы | Американцы | Президент |
| Ценность | Безопасность | Безопасность и сила | Контролируемое правительство | Американ- ский способ  жизни |
| Запрет | Не останав- ливаться  в лесу | Быть наготове | Не вступать в кор- рупцию, не шпионить | Следить за своими  сотрудниками |
| Злодей | Волк | Японцы | Президент | Беззаботные  сотрудники |
| Наруше- ние запрета | Красная Шапочка  заговаривает с Волком | Самона- деянность | Уотергейт | Недоволь- ство в Китае и Вьетнаме |
| Неудача | Красную Шапочку об-  манывают | Пирл-Харбор | Злоупотребление властью | Потеря доверия |
| Спаситель | Лесорубы | Американцы | Пресса и суд | Президент |
| Борьба | Преследова- ние Волка | Вторая миро- вая война | Журналистское расследование | Правительст-  венное рассле- дование |
| Победа | Волк убит | Японцы сдаются | Белый дом попадает под расследование | Плохие сотрудники  уволены |
| Ценности  восстанов- лены | Безопасность | Безопасность и сила | Контроль над прави- тельством | Американский способ жизни |
| Оценка фактов | Герой был неосторожен, но его спа-  сают | Герой был неосторожен, но смог сам  себя спасти | Злодей пытался лгать обществу, но общест- венные герои наказа-  ли его | Герой был не- осторожен, но смог сам  спасти себя |

Как видим, разница между третьим и четвертым сюжетом состоит в том, что злодей, каким его представляет пресса, на самом деле оказы- вается героем. Конечно, президент допустил неосторожность в подборе сотрудников, но он был слишком занят государственными проблемами, ведя международные переговоры с Китаем и Вьетнамом, потому не мог лично следить за всей избирательной кампанией.

В чем же причина неуспеха так тщательно построенного текста? У. Эко считает, что победа была бы возможной в случае выхода на ау- диторию печатного текста. Но на экранах предстал напуганный Никсон.

«*Перепуганный от начала и до завершения. Речь Никсона стала визу- альной репрезентацией небезопасности, произведенная “гарантом безопасности”. Именно этот страх американцы ощутили на своих эк- ранах».*

То есть вербальная конструкция при всей ее идеальности оказа- лась не поддержанной визуальной конструкцией, откуда шла полностью противоречащая первой информация.

Негативная кампания, как правило, атакует оппонента, представляя его некомпетентным, непоследовательным, нечестным, неспособным представлять интересы людей. В основе этой стратегии лежит мнение, что если кандидат получает негативные оценки в диапазоне 30–40 процентов, он проигрывает. Однако удар по оппоненту должен также быть правди- вым. Так, опросы в октябре 1992 г. показали, что 50% оценивали рекламу Буша как неправдивую, сравнительно с 35% по отношению к Клинтону.

Ряд политических консультантов следующим образом оценивают возможности отрицательной рекламы.

*Майкл Голдман* (Бостон): «Негативная реклама в основе своей яв- ляется работой с избирателем с помощью острого ножа». Если в процес- се кампании обнаруживается, что оппонент запускает сообщения, полу- чающие ответ в аудитории, следует строить сообщения-ответы. Инте- ресно и следующее мнение: «негативная реклама информирует публику о вопросах и мнениях, которые максимально разделяют потенциального кандидата и избирателя».

*Ден Пейн* (Бостон): «Любой серьезный кандидат, стремящийся к успеху, должен учесть использование негатива». Или такое мнение:

«Кампания с приоритетом негатива часто становится очень личностной». Отдельный полюс занимает высказывание *Билла Робертса:* «Я ду-

маю, что у меня есть право солгать вам, если я считаю, это поможет мне выиграть». Это подтверждает и достаточно распространенное мнение из- бирателей, считающих негативную рекламу нечестной.

Однако менеджеры кампании готовятся заранее к будущим фак- там негативной рекламы. Так, Р. Верслин в своем предвыборном интер-

вью прогнозировал, что против Р. Рейгана будет запущена реклама, пред- ставляющая его в упрощенном виде как «милитариста», который хочет использовать военную силу (The review of the News, 1980, Sept. 10). Сама же эта сторона также готовилась к тому, чтобы сфокусироваться на нега- тивах руководства Картера. Можно процитировать следующее характер- ное высказывание: «Когда американские избиратели подойдут в ноябре к избирательным кабинкам, они должны понять, что голос за Картера – это голос за дополнительные четыре года бедствий». Результаты голо- сования показывают, что американские избиратели это поняли, в чем им и помогла негативная реклама.

Р. Верслин также упоминает интересную закономерность: против того, кто предстает как честный, искренний и находящийся над полити- кой кандидат, очень трудно вести негативную кампанию. «Мы позицио- нировали Рональда Рейгана как президента. Когда Картер начал свою атаку, она потеряла достоверность».

И. Бунин, директор Центра политических технологий, говорит, что в случае президентской кампании Б. Ельцина достаточно четко были сформулированы недостатки президента, с которыми предстояло бо- роться (программа «За и против», RenTV, 1998, 10 апреля). Это были:

1. зависимость от окружения,
2. старость,
3. зависимость от алкоголя.

Существенным позитивом было восприятие Б. Ельцина как поли- тика и лидера, который способен дальше руководить. И чем сильнее вы- пячивался этот признак, тем слабее ощущался негатив. По поводу же Б. Немцова он говорит, что того воспринимают как легковесного чело- века. Отсюда следует, что ему не хватает таких характеристик, как со- лидность, весомость, способность быть президентом.

Один из руководителей президентской кампании Л. Кравчука 1994 г. В. Матвиенко назвал в качестве одной из целей кампании – не- обходимость доказательства южно-восточному избирателю, что Кравчук не националист, а патриот своей страны, что он с особым вниманием от- носится к этому важному промышленному региону (День, 1998, 20 фев- раля). Планировались специальные мероприятия с участием Л. Кравчука, но он старательно уходил от них. Наиболее сильным ходом со стороны оппонентов, нацеленным на создание негативного имиджа, В. Матвиенко называет внесение в порядок дня Верховного Совета за несколько дней до второго тура голосования вопроса о пароходной компании «Бласко», где все выступления депутатов сводились к одному: П. Кудюкин и Л. Кравчук продали торговый флот Украины. После этого, как пока- зали опросы, от Л. Кравчука «ушло» 5–8% избирателей – пенсионеров.

К этому следует добавить и то, что Л. Кравчук также ничего не сделал, чтобы наладить контакты с региональной элитой, потеряв на этом, по подсчетам В. Матвиенко, также 2–2,5 миллиона голосов.

В создавшихся негативных отношениях между Сталиным и Мао, пребывавшим с визитом в Москве, достичь позитива удалось благода- ря… проведению приема. Вот что вспоминал И. Ковалев, бывший лич- ным представителем И. Сталина при Мао Цзэдуне: (Дуэль, 1997, №7):

*«Обстановка накалялась. Перелом в отношении к Мао со стороны Сталина наступил во второй половине января, после приема, устроен- ного Мао в ресторане гостиницы “Метрополь”. Прием, между прочим, состоялся потому, что я Сталину доложил, что Мао собирается уез- жать. Сталин заволновался и спросил: “Каким образом можно его за- держать?”, я и посоветовал, чтобы Мао устроил прием. Сталин пере- спросил: “А как это вы можете сделать?” Я говорю: “Поеду к нему и переговорю с ним”. “Поезжайте, если вам это удастся…” И я поехал. Я приехал к Мао и говорю ему о том, что не годится так главе государ- ства присутствовать в Москве и нигде не появиться. И государства другие, дипломатические миссии желают обнародования вашего при- сутствия здесь. Да и наш народ хотел бы знать, что вы тут присут- ствуете, и на приеме поприсутствовать у нас многие хотят. Мао го- ворит: “Если согласен Сталин”. Я говорю: “А мы его спросим”. И тут же, от Мао позвонил Сталину, что Мао Цзэдун хотел бы устроить прием».*

Особую значимость приобретает негативная информация в пери- од военных действий. Немецкие пропагандисты в 1942 г. стали собирать вырезки из западной прессы с сообщениями о советских партизанах, чтобы доказать, что большевики нарушают правила ведения войны. Они же активно внедряли страх среди своего населения как элемент негатив- ной кампании.

*«К геббельсовской кампании по нагнетению страха перед больше- виками, проводившейся в конце зимы и весной 1943 года, подключились все журналы и иллюстрированные периодические издания, а также дру- гие средства массовой информации. Их главным редакторам регулярно рассылался информационный вестник «Лозунг борьбы» и материалы, относившиеся к теме «Большевизм – смертельный враг Европы».*

Предложены и более формальные модели по определению необ- ходимости негативной рекламы. Так, по одной из них ресурсы, которые X посвящает атаке на Y являются функцией от значений X и Y, и идео- логического расстояния между ними. Чем больше это расстояние, тем менее вероятно, что атака X убедит сторонников Y голосовать за X.

Негативная кампания может приносить и положительный ре- зультат, заставляя объект негатива менять свое поведение, свою точку зрения. В этом плане интересная информация прозвучала из уст внучки Б. Ельцина, связанная с выходом книги А. Коржакова. Отвечая на во- прос, могут ли женщины в семье (бабушка, мама, Т. Дьяченко, сама внучка Катя) советовать что-то деду, она говорит: «Приходится. Нам даже случается обсуждать качества людей, которые окружают деда. В последние месяцы, и особенно после выхода книги Коржакова, де- душка чаще спрашивал наше мнение» (Факты и комментарии, 1998, 16 января).

В целом, следует отметить, что кампании, построенные на нега- тиве, имеют большие успехи в современном мире, иногда доходя по объему до половины всей рекламы кандидата. Они также становятся обязательным элементом политики, сопровождая все существующие в ней действия и назначения. Полковник Генштаба России В. Баранец пишет: *«Громов еще не знал, что, после того как Ельцин приблизил его к себе, с бешеной скоростью стали плестись вокруг него тонкие сети компромата, подозрений, “заслуживающих доверия” сигналов. Все это стекалось в Кремль и доводилось до “государева уха”. Чему-то Ельцин верил, чему-то нет» (Комсомольская правда, 1998, 14 января).*

А.С. Кириенко с удивлением заявил, что за неделю после объяв- ления о своем назначении и.о. премьера России он узнал о себе очень много нового.

*ЛИТЕРАТУРА*

1. *Алмонд Г.* Гражданская культура. Политические установки // Анто- логия мировой политической мысли: В 5 т. – М., 1997. – Т. 2.
2. *Антонян Ю.М.* Терроризм. – М., 1998.
3. *Аристотель*. Политика // Антология мировой политической мысли. В 5 т. – М., 1997. – Т. 1.
4. *Берггольц О.* Дневные звезды. – М., 1975.
5. *Бешлер Ж.* Демократия: Аналитический очерк. – М., 1994.
6. *Блумер Г.* Коллективное поведение. Психология масс: Хрестоматия /

Ред.-сост. Д.Я. Райгородский. – Самара, 1998.

1. *Вебер М.* Политика как призвание и профессия // Антология миро- вой политической мысли: В 5 т. – М., 1997. – Т. 7.
2. *Вундт В.* Психология народов. – М., 1998.
3. *Григорьева Т.П.* Японская художественная традиция. – М., 1979.
4. *Грин Р.* 48 законов власти. – М., 2003.
5. *Гоббс Т.* Левиафан // Антология мировой политической мысли: В 5 т. –

М., 1997. – Т. 1.

1. *Гозман Л.Я., Шестопал Е.Б.* Политическая психология. – Ростов- на-Дону, 1996.
2. *Грушин Б.А.* Массовое сознание. – М., 1987.
3. *Дилигенский Г.Г.* Социально-политическая психология. – М., 1994.
4. *Ельцин Б.Н.* Президентский марафон: Размышления, воспоминания, впечатления. – М., 2000.
5. *Здравомыслов А.Т.* Социология конфликта. – М., 1996.
6. Историки Рима. Библиотека античной литературы. – М., 1970.
7. *Канетти Э.* Масса и власть. – М., 1997.
8. *Ковалев А.Г.* Личность, её структура и направленность // Общая психология / Под ред. В.В. Богословского и др. – М., 1973.
9. *Коржаков А.* Борис Ельцин: От рассвета до заката. – М., 1997.
10. Краткий словарь по социологии / Под ред. Д.М. Гвишиани. – М., 1998.
11. *Лебон Г.* Психология народов и масс. – М., 1998.
12. *Лебедева М.М*. Политическое регулирование конфликтов. – М., 1997.
13. *Ленин В.И.* Полное собрание сочинений. – Т. 39.
14. *Леонтьев А.Н.* Деятельность. Сознание. Личность. – М., 1997.
15. *Макиавелли*. Государь. – М., 1990.

330

1. *Мельников О.Т.* Фокус группы как классический метод в приклад- ных социально-психологических исследованиях. Введение в прак- тическую социальную психологию / Под ред. Ю.М. Жукова и др. – М., 1996.
2. *Московичи С*. Век толпы. – М., 1996.
3. *Одайник В.* Психология политики. – М., 1996.
4. *Ольшанский Д.В.* Политическая психология. – СПб., 2002.
5. *Ольшанский Д.В*. Психология терроризма. – СПб., 2002.
6. *Платонов К.К.* Структура и развитие личности. – М., 1998.
7. Политология / Под ред. М.А. Василика. – М., 2001.
8. *Почепцов Г.* Имиджеология. – М., 2002.
9. Психология. Словарь / Под ред. А.В. Петровского. – М., 1990.
10. *Пугачев В.Н., Соловьев А.И.* Введение в психологию. – М., 1996.
11. *Пушкин А.С.* Собрание сочинений: В 10 т. – М., 1981. – Т. 4.
12. Пятьдесят политических портретов / Под ред. Э. Карабаева, Т. Кочкаровой. – Бишкек, 1993.
13. *Рубинштейн С.Л.* Основы общей психологии. – М., 1996.
14. *Руденский Е.В.* Социальная психология. – М.; –Новгород, 1998.
15. *Садохин А.П.* Этнология. – М., 2000.
16. Словарь иностранных слов. – 13 изд., стереотип. – М., 1998.
17. Социальная психология / Под ред. Г.П. Предвечного, Ю.А Шеркови- на. – М., 1975.
18. *Степанов А.И.* Психология деятельности. Общая психология / Под ред. В.В. Богословского и др. – М., 1973.
19. Теория международных отношений: Хрестоматия / Сост. П.А. Цыган- ков. – М., 2002.
20. *Флоренский П.А.* Столп и утверждение истины: Собр. соч. – Т. 1. –

М., 1990.

1. *Фрейд З.* Массовая психология и анализ человеческого «я». – Тби- лиси, 1991.
2. *Фромм Э.* Анатомия человеческой деструктивности. – М., 1993.
3. *Фромм Э.* Душа человека. – М., 1996.
4. *Цуладзе А.* Политические манипуляции или покорение толпы. – М., 1999.
5. *Цыганков П.А.* Теория международных отношений. – М., 2002.
6. *Шестопал Е.Б.* Личность политика. – М., 1988.
7. *Шестопал Е.Б.* Политическая психология. – М., 2002.