

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

КЫРГЫЗСКО-РОССИЙСКИЙ СЛАВЯНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра международных отношений

Т.Ч. Кочкарова

ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ

Курс лекций

Бишкек • 2008

УДК 32

ББК 88.4

К 75

*Рекомендовано к изданию решением УМО
Министерства образования Кыргызской Республики
в качестве учебного пособия*

Печатается по решению кафедры международных отношений
и РИСО КРСУ

Рецензенты:

Н.М. Омаров – докт. ист. наук,

Н.М. Галкина – канд. ист. наук

Кочкарова Т.Ч.

К 75 ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ: Курс лекций. – 2-е изд., доп. –
Бишкек: Изд-во КРСУ, 2008. – 329 с.

ISBN 9967-05-144-2

В предлагаемом учебном пособии рассмотрен комплекс важнейших теоретических и практических аспектов политической психологии, включая их современную интерпретацию. Курс лекций «Политическая психология» прошел апробацию на международном факультете КРСУ. Рекомендуется в качестве учебного пособия для студентов международных отделений вузов.

К 0303030000-05

ISBN 9967-05-144-2

УДК 32

ББК 88.4

© КРСУ, 2008

СОДЕРЖАНИЕ

Тема 1. Политическая психология как наука	4
Тема 2. Становление науки «Политическая психология».....	29
Тема 3. Политическая психология личности.....	43
Тема 4. Политическая психология лидерства	62
Тема 5. Психология малых групп в политике	85
Тема 6. Политическая психология больших социальных групп	105
Тема 7. Политическая психология массовых настроений.....	124
Тема 8. Политическая психология стихийного поведения	145
Тема 9. Психология власти	163
Тема 10. Психологические аспекты урегулирования социально-политических конфликтов	185
Тема 11. Психология терроризма	216
Тема 12. Прикладное значение политической психологии.....	240
Тема 13. Психологическая война как средство воздействия на сознание и политическое поведение	262
Тема 14. Психология политической рекламы и PR	289
Приложение.....	314
Литература.....	327

Тема 1

ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ КАК НАУКА

Вопросы:

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

Интеллектуальная разминка

Виды политики: внутренняя, внешняя, международная.

Направления политики: экономическое, социальное, демографическое, 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 существует. 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 совокупность процессов познания и исполнения, направленных на достижение ближайшей осознанной цели.**

В зависимости от цели, различают следующие виды действий:

Двигательные действия, совершаемые с целью удержать или переместить 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; гностические действия подразделяются на перцептивные (восприятие), мнемонические (запоминание), логические. С помощью перцептивных действий воспринимаются факты действительности; мнемонические и логические действия, иногда объединенные под названием *интеллектуальных*, составляют сущность *мыслительной деятельности*.

Социально-коммуникативные действия, направленные на установление, поддержание или прекращение взаимоотношений между людьми или взаимодействия между ними. В пределах социально-коммуникативных действий различают собственно *коммуникативные* действия, совершаемые 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; *обслуживающие* действия, направленные на удовлетворение потребностей других людей. Некоторая часть социально-коммуникативных действий, выражающих 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 представляет собой внешне наблюдаемую систему действий (поступков) людей, в которых реализуются внутренние побуждения человека. Категория поведения по своему объему есть категория деятельности. Деятельность может носить как реально-преобразовательный, так и идеально-преобразовательный характер, а потому быть недоступна внешнему наблюдению. Если деятельность – это самая общая категория, характеризующая 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.

Выделяются два вида поведения: вербальное и реальное. *Вербальное поведение* есть система высказываний, мнений, суждений, доказательств 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, нормативной¹.

1. Предмет и задачи политической психологии

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

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

Всей политической деятельности соответствует мотив управления человеческим поведением. Политическим действиям соответствуют определенные цели согласования или отстаивания политических интересов отдельных групп или отдельных индивидов. Частным политическим операциям соответствуют отдельные акции разного типа.

Центральным элементом предмета политической психологии является субъект политической деятельности. Субъектом политики могут выступать отдельные политики, большие и малые группы.

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

Предметом анализа политической психологии являются внутренние психологические механизмы политического поведения людей – субъектов политики.

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 политической психологии. Первой задачей предмета политическая психология является понимание и разъяснение психологических компонентов политики, осмысление роли «человеческого фактора» в политических процессах. Эта задача связана с аналитической функцией политической психологии.

Вторая задача предполагает предвидение дальнейшей роли «человеческого фактора» и роли всех психологических аспектов политики. Этой задаче соответствует прогностическая функция науки – необходимо 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, спрогнозировать, но еще и направить развитие в нужную для политики сторону.

2. Методы и принципы политической психологии

Как утверждает Е.Б. Шестопап, в исследовании психологических аспектов политики соблюдается явный плюрализм методов¹. В конкретных исследованиях представлены психологические тесты, социологические опросы, экспертные оценки и др.

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

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

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

¹ Шестопап Е.Б. Политическая психология. – М., 2002.

² См.: Мельникова О.Т. Фокус-группы как качественный метод в прикладных 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 наблюдения, то изучают тексты его выступлений, видеозаписи, мемуары и других источники. Чтобы оценить отдельные качества личности используется *метод экспертных оценок*.

Политическая психология использует также *метод эксперимента* в лабораторных или естественных условиях. Например, этим методом можно экспериментально проверить теоретические положения о закономерностях поведения человека в политике.

Помимо указанных в политической психологии широко используется и метод *коррекционного воздействия* на политическое поведение и сознание личности.

В целом, особенностью политической психологии является комплексный подход к выбору методов исследования из разных научных сфер, который образует общенаучный системный метод исследования социально-политических феноменов.

Современная политическая психология, как автономное направление исследования конкретных политических явлений исходит из следующих принципов:

- *Принцип взвешенности и научного объективизма*, который требует чтобы в центре исследования была «зона взаимодействия политических и психологических явлений», чтобы избежать узкополитических или упрощенно-психологических объяснений объекта исследования.

- *Принцип гласности и публичности* утверждает, что объектами политико-психологических исследований должны быть значимые для всей общественности проблемы, и которые привлекают ее внимание. Гласность и публичность результатов исследования позволит избежать их применения в негативных целях;

- *Принцип учета социально-политического контекста* призывает уделять максимальное внимание политическому и социальному контексту 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. Ольшанского, 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 нейтралитета* учитывает, что современная политическая психология политически и идеологически нейтральная наука. Она терпимо и взвешенно оценивает политику, людей в политике, политические институты и организации. Попытка превратить политическую психологию в средство политического и идеологического обслуживания уничтожит ее как науку.

3. Объекты, категория и понятия политической психологии

Политическая психология выделяет четыре основных объекта политики в исследовании их психологических аспектов, четыре основных круга и пятую «межгрупповую» группу проблем.

Основные политические объекты политической психологии – это психология внутренней политики; психология внешней и международной политики; военно-политическая психология; психология политического терроризма.

Политическая психология внутренней политики исследует:

- психологию личности «политического человека»;
- проблемы социализации и социальных установок как психологических 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 лидера и его психологические особенности. В этом контексте исследуются механизмы, мотивации политического поведения лидера, способы принятия 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. Проблемными исследования являются:

- степень вовлеченности «среднего человека» в политику (апатичность, конформизм, активность);
- изучение конкретных типов политической вовлеченности (лидер, присоединившийся, принимающий решения, исполнитель);
- «качество» участия в политической деятельности (гибкость, ригидность, креативность);
- ролевые ориентации личности, механизмы привязанности к политической системе (сентиментальный, инструментальный, виды лояльности);
- социальные установки и стереотипы.

Социальная установка и стереотипы изучаются политической психологией как ведущие механизмы политического поведения. Они рассматриваются как организованная предрасположенность личности к определенному восприятию ситуации, ее оценке и последующим действиям.

Установки включают в себя когнитивную (познавательную) и эмоциональную составляющие. Политическая психология в 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, коммуникативность. Они не только имеют значение, но и оказывают прямое воздействие на политический процесс, а многие политические события объясняют проявления личностных качеств участников политических процессов.

Политическая психология внешней и международной политики. Проблемными исследования психологии внешней и международной политики являются:

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

Внешнеполитические процессы имеют ряд особенностей, которым 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 документы носят личный и авторитарный характер, поскольку в основном они определяются руководителем внешнеполитического ведомства;
- межгосударственные отношения – это в первую очередь межличностные отношения лидеров государств. Успех внешней политики 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 человеческий контекст взаимоотношений не менее важен, чем политический.

В целом динамика популярности политиков, их победы и поражения во многом зависят от личностной психологии и от того, насколько они отвечают идеалам и представлениям народа, от его восприятия своих лидеров.

Многих политиков нередко подводят те проявления личности, которые массовое восприятие отвергает – высокомерие, снобизм, подчеркнутые аристократизм, отчужденность. Массы воспринимают образ лидера целостным – его деятельность, его внутренние достоинства, его внешность и внешние проявления. Последние носят особо впечатляющий характер, и часто выступают как установка восприятия – положительного или отрицательного. Особую роль в личностной характеристике политика играют умение управлять своими эмоциями, чувствами, настроением; адекватно воспринимать и оценивать ситуацию, место и время; умение подавлять порывы, сдерживать негативные эмоции и проявлять волю. В целом эти качества являются психологическими составляющими личной этики политика.

Военно-политическая психология в рамках политической психологии ставит акценты на проблемы борьбы с реальными или потенциальными противниками – армиями, например; исследует психологию лидеров армии, вождей движения, вожakov мятежников и т.п. Военно-политическая психология также ведет практические разработки психологических механизмов предательства, специальных операций. Сюда же относится подготовка подрывных психологических мероприятий, совершенствование тактики и техники допросов и «психологической войны».

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

В целом объекты политической психологии представлены в «мишени», которую разработал Д. Ольшанский, которая представляет четыре основных круга, и пятый – «межгрупповая» группа проблем¹:



Таким образом, политическая психология выстраивает объект своего внимания на четырех уровнях:

1. Анализ психологии личности в политике.
2. Анализ психологии малых групп, где рассматриваются психологические 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-психологические механизмы крупномасштабного давления больших групп на принятие политических решений (забастовки, пикеты, межэтнические конфликты).
4. Анализ психологии масс и массовых политических настроений: проблемы массовых политических организаций и движений, массовые коммуникативные процессы; к этому уровню относятся поведение толпы, паника, агрессия и другие формы стихийного поведения.

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

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

Эта категория раскрывается в комплексе связанных между собой понятий:

1. *Политическое сознание* – одно из центральных понятий политической психологии и определяется как восприятие субъектом той части действительности, которая связана с политикой. В эту действительность включен и сам субъект – его действия, эмоциональное состояние, связанные с политикой. Сознание и деятельность – это две стороны одного целого.

2. *Политическое самосознание* – это процесс и результат выработки относительно устойчивой и осознанной системы представлений субъекта о самом себе в социально-политическом плане. На основе этих представлений субъект строит свои отношения с другими субъектами и объектами политики как внутри социально-политической системы, так и за ее пределами. Таким образом, политическое самосознание – это осознание себя в политике как самостоятельного деятеля, целостная оценка своей роли, целей, интересов, идеалов, и мотивов поведения.

3. *Коллективное бессознательное (иррациональное)* – это совокупность 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 политическая психология определяет как массовое стихийное поведение.

4. *Политическая культура* – это понятие рассматривается как основа всей политической деятельности. Политическая культура определяет характер, особенности, уровень развития в политической деятельности. Содержание политической культуры – это исторический опыт, память социальных общностей и отдельных индивидов в сфере политики, это их ориентации, навыки, которые влияют на политическое поведение. В целом этот опыт содержит в обобщенном и преобразованном виде впечатления и предпочтения во внутренней и внешней политике.

Известны три основных типа политических культур – патриархальная, подданническая, активистская, (гражданская – смешанная).

4. Три блока психики в политике

В общем виде психика как внутренняя сторона политической деятельности 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. Влияние стереотипов и установок очень часто проявляется на неосознанном уровне. Человеческое восприятие избирательно и селективно, следовательно и политическое восприятие также селективно. Такая избирательность формируется в процессе политической социализации. С детства человек вырастает в политический мир, впитывает, копит информацию, впечатления.

2. *Политическое мышление* – это форма сознательного отражения человеком процессов и явлений, окружающих политическую реальность, которая происходит в форме суждений, выводов, решений, анализа и умозаключений. Главной функцией политического мышления 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 аргументы в газетных статьях, разное понятие терминов в политике). Помимо этого политическое мышление оперирует перцептивными категориями – образами, мифами и верованиями. Они влияют на политическое сознание, политическую культуру, а в общем – на содержание политического мышления.

3. *Политические эмоции* – это форма чувственного, часто неосознанного, но продуктивного отражения человеком процессов, явлений политической реальности в виде аффективных процессов и реакций.

По утверждению польского психолога Яна Рейковского, понимание отношения между политическими событиями и факторами их вызвавшими, настолько сложны, что превышают возможности дилетанта. Эта сложность толкает индивида на эмоциональное отношение к политическим 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 состояние 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, ригидности, 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. Инертность мышления – это обычно свойство авторитарной личности или лидера тоталитарного режима.

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

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

1. Попытка компенсировать потери как результат первоначально ошибочного политического решения; стремление отыграться и взять реванш за материальные и территориальные потери в результате неверного 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 конкретных лиц за неверное решение и политический курс. Чем вероятнее возможность ответственности и наказания, тем настойчивее руководители продолжают вести свою линию в надежде на вмешательство случая.

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

формация призвана создать у масс впечатление положительной динамики развития общества.

Инерция поддерживается и отягощается временем. Чем длительнее ошибочный курс, тем труднее его радикально изменить, поскольку уже созданы объективные, организационные, субъективные и психологические условия, такие, как политические организации, сформированное политическое сознание, направленность деятельности на реализацию 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» влияет на принятие политических решений, при этом следует учитывать возможность группового конформизма при сильном лидере группы); *на обобщенном уровне* – проявляется в инерции психики социальных классов, слоев, этнических групп, а иногда и общества в целом.

5. Политические установки и стереотипы

Политические установки и связанные с ними стереотипы проявляются в функционировании трех блоков психики в политике. Они включены в политическое сознание, самосознание, коллективное бессознательное и в содержание политической культуры.

Установка – это готовность субъекта реагировать конкретным 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 политической психологии понятие «установка» используется для объяснения отношения личности к политическим явлениям. Эти отношения проявляются в устойчивом и согласованном поведении в политике (внутренняя согласованность).

Установки выполняют ряд функций:

- выступают как механизм стабилизации деятельности, и позволяют сохранить ее направленность в меняющейся ситуации;
- освобождают человека от необходимости принимать решения и контролировать свою деятельность в стандартных ситуациях;
- могут выступать как фактор инертности, затруднять адаптацию к новым условиям.

В политической психологии наиболее важными являются смысловые 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 сохранить статус-кво в напряженной ситуации.

Стереотип (греч. «твердый отпечаток») в политической психологии – это стандартизированный, схематизированный, эмоционально окрашенный образ какого-либо социально-политического явления, который обладает значительной устойчивостью. В широком смысле стереотип – это традиционный канон восприятия, оценки и поведения, это способ действия в заданной последовательности, единообразии 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 сокращают процессы познания происходящего в мире и процессы принятия решений;

- стереотипы ускоряют поведенческую реакцию на основе эмоционального принятия или неприятия информации;

- в повседневной жизни человек не может постоянно подвергать сомнению правила, традиции, нормы социально-политического поведения, он не всегда располагает информацией обо всех событиях, о которых надо иметь личное мнение, поэтому в обыденной жизни часто поступают в соответствии со сложившимся стереотипом, так им проще руководствоваться 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, стереотипы ведут к построению примитивного и плоскостного политического сознания. Оно формируется на предубеждениях, что приводит социально-политическое поведение к набору неадекватных эмоциональных реакций;

- безотчетные стандарты поведения играют негативную роль в ситуациях, когда нужна полная или объективная информация, анализ и оценка, необходимо самостоятельное решение и социально-политический выбор личности. По этой причине в массовом сознании часто складываются стереотипы, которые способствуют возникновению и закреплению предубеждений и неприязни к политическим инновациям.

Стереотипы имеют свои источники формирования. Первый источник – ограниченный, индивидуальный или групповой опыт, неполные сведения, субъективная избирательность и влияние социально-политических слухов. Некоторые аспекты стереотипов случайны и второстепенны – они концентрируют разрозненный, индивидуальный и групповой опыт, отражают относительно общие и повторяющиеся свойства и особенности социально-политических явлений. Опыт этот недостаточно информативен, и при этом отсутствует его анализ – когнитивный компонент.

Второй источник – это средства массовой информации и пропаганда. Законы массовой коммуникации требуют усредненного стереотипного общения с потребителями.

Стереотипы социально-политического характера формируются по законам масс-медиа. Но при этом следует учитывать, что каждый источник информации имеет свои психологические особенности воздействия на потребителей информации. Например, три основных информационных источника, формирующих установки и стереотипы, – радио, телевидение и печать.

Радио сообщает, что случилось, какое произошло событие. Потребитель не видит коммуникатора, его невербальных оценок информации. 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 выступает зрительное восприятие, сопровождающее картинку, текст отступает на второй план. Лично увиденное дополняет услышанную информацию и эмоционально окрашивает ее, тем самым формирует к информации 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 политическое мышление, поскольку предлагает варианты, версии, различные аргументы 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 интеллектуальная деятельность потребителя информации.

В целом эти источники информации влияют на три блока психики в политике:

- политическое восприятие (информации);
- политические эмоции (чувственная реакция на событие);
- политическое мышление (знания, рассуждения, анализ, выводы).

Дополняя друг друга, эти источники дают возможность потребителю 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 использование информационных стереотипов, создают соответствующие психологические и поведенческие стереотипы.

Стереотип имеет свою структуру, включая «центр» и «периферию». В «центре» стереотипа располагаются несколько заметных, эмоционально ярких и визуально воспринимаемых стереотипов. Например, это могут быть этнополитические стереотипы – такие, как черты внешности людей, цвет кожи, цвет волос, форма глаз, размер носа, особенности одежды, по которым легко узнается нация и ее культура. Если это социально-политические стереотипы, то ими могут быть флаг, герб, лозунг, девиз, по которым также легко узнается объект. Например, девиз «один за всех, и все за одного» – моментально ассоциируется с мушкетерами, эпохой, героями романа.

С «центром» стереотипа связана «периферия» – за внешними узнаваемыми 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 внешним приметам в реальной жизни явление или человека, люди автоматически домысливают, добавляют свое восприятие, так как характеристики «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 подхода 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 совокупность таких стереотипов составляет идейно-политическую основу общества. Всякая политическая система создает набор стереотипов, потому что они создают условия успешного функционирования политической системы.

Стереотипы поддерживаются на трех уровнях:

- 1) стереотипы индивидуального сознания и поведения поддерживаются через позитивные или негативные санкции;
- 2) стереотипы группового политического сознания и поведения поддерживаются традициями этноса, через уставы всевозможных партий и движений через инструкции и групповые нормы;
- 3) стереотипы политического сознания и поведения члена общества в целом.

По утверждению политических психологов, в постсоветской истории переход от тоталитаризма к демократии невозможен без разрушения таких стереотипов, как «общенародные» и «партийные интересы», укоренившиеся в сознании масс. Необходимо разрушение такого стереотипа, как «общий» интерес, который подчиняет себе каждого человека, а вместо него укоренить в сознании и поведении человека индивидуальные интересы и личные взгляды на политику. В результате возникает модель общества, состоящего из индивидов с максимально высоким уровнем политического сознания и поведения. Именно такие индивиды способны на самостоятельный и осознанный политический выбор.

6. Политическое поведение в политической психологии

Политическое поведение является одним из основных понятий политической психологии.

Политическое поведение – это процесс взаимодействия политических субъектов с политикой. Это совокупность действий, поступков, акций субъектов политики в отношении политических институтов в рамках 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 индивидам, группам, организациям. Политическое поведение обусловлено его психологическими составляющими. Психологи различают три формы проявления человеческой активности, которые применимы и в объяснении политического поведения¹.

Инстинкты представляют собой врожденные модели, детерминированные 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 самосохранения могут спровоцировать политика на иррациональные поступки, вплоть до применения силы для сохранения власти. Жестокость, насилие, 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 самосохранения иногда приводит к солидарности даже оппозиционные группы.

Навыки. В отличие от врожденных инстинктов, человеческое поведение в большей части является результатом научения. Политические навыки – это определенные умения для выполнения своих ролей и функций участниками политического процесса, привычки, образованные 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 достижения цели.

Все политические системы заинтересованы в том, чтобы население обладало набором политических навыков. Для этого создаются институты, формирующие политические навыки через просвещение и организации 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 критериев разумности может быть ее эффективность (цель – результат), другой критерий – степень осознанности политических действий. Третьим критерием может быть соответствие политических действий политическим ценностям проводимой политики. Но, как утверждает Е.Б. Шестопал, главным критерием разумных действий в политике является выраженное *целесолагание*.

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

В целом, в реальной политической жизни все три формы проявляются в политическом поведении, поскольку разделить где проявляются сознательные, а где бессознательные элементы в поведении не всегда возможно.

Политическое поведение осуществляется на разных уровнях.

На высшем уровне – это деятельность по координации чужих потребностей и интересов локально или в рамках целого общества (деятельность профессиональных политиков).

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

На низшем уровне – это деятельность по усвоению норм и ценностей политической системы, усвоение политической культуры (деятельность рядовых граждан).

На политическое поведение оказывает влияние ряд факторов политико-психологического характера.

- Так, политическое поведение зависит от ее общего мотива (мотив – как фактор).

- Поставленные цели побуждают и регулируют политическую деятельность (цель – как фактор).

- Ситуации, которые побуждают принять самостоятельное решение (ситуация – как фактор).

- Мировоззрение – как фактор побуждения политического поведения. От характера мировоззрения, его особенностей зависит направленность, политический смысл и ценность политического поведения.

Регуляция политического поведения. Политическое поведение регулируется, прежде всего, речевыми сигналами. Человек в процессе общения усваивает речевые сигналы и они создают предпосылки для пе-

ревода внешних компонентов поведения во внутренние. Происходит интериоризация внешнего во внутреннее. Речь как побуждает, так и регулирует политическое поведение во внешнем и внутреннем плане. Благодаря интериоризации, у индивида формируется способность строить в своем сознании образы будущего, проверять самооценку, реализовать самоконтроль. Исходя из них, индивид уделяет политическому поведению большее или меньшее внимание.

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

Аксеологические регуляторы политического поведения. Ценностные регуляторы политического поведения проявляются в том случае, если действие принимает характер поступков. Политические поступки – это лично значимые и осмысленные политические акты, которые контролируются, либо отвергаются системой принятых норм. Поступок – высший уровень политического поведения, социально оцениваемый акт поведения, побуждаемый осознанными мотивами. В поступке человек через сознательное действие утверждает себя как личность по отношению к самому себе, группе или обществу в целом. Политическая психология определяет поступок как основную единицу социально-политического поведения. Личность, например политика, определяют его поступки, воля, способность противостоять, отстаивать. Поступок может быть осуществлен 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 оценивается позитивно в одной группе, может осуждаться другой группой или средой.

Политическое поведение может быть адекватным и неадекватным (патологическим). Можно назвать две причины неадекватного (патологического) 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 (конформизм). В этих случаях у индивидуума происходит рассогласование меж-

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

Иллюстрация к лекции

Персональный взгляд на тему

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

Сегодня уже для многих становится очевидной взаимозависимость 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 понимать важность учета психологического фактора, равно как и значимость участия в политической сфере специалистов-психологов самого разного профиля. Растет осознанное представление об общественных проявлениях расизма, национализма, религиозного нетерпения, мужского или женского шовинизма, о поиске социальных «козлов отпущения» разных мастей: от «жидо-масонов» и «агентов ЦРУ» до «лиц кавказской национальности», как психологической проблеме. Понимание психопроективной сущности этих общественных явлений служит более углубленному развитию социальной психиатрии и психотерапии. Поэтому, культурная специфика того или иного общества, группы, профессиональной организации и др. начинает осознаваться как психологическая проблема. Для россиян это особенно актуально сейчас в условиях утраты многих общественных и личностных ценностей, возвращавшихся десятилетиями в атмосфере тоталитаризма.

Оказавшись, подобно Приаму на развалинах идеологической Трои, бывший «строитель коммунизма» вынужден искать новые и прежде всего свои собственные личностные ориентиры, которые с разной степенью драматичности формируются и в области политического сознания. Вспышка политической и экономической активности в постперестроечный период сама по себе приобрела скорее психологический, нежели политический характер.

Другое дело, что этот психологический характер носил и продолжает носить черты спонтанной аморфности, концептуальной неартикулированности. И одновременно с этим мы часто оказываемся свидетелями полного пренебрежения психологическим фактором со стороны общественных 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 слушают и относятся к ним порой как к городским сумасшедшим? Отчасти это происходит потому, что государство, привычно узурпирующее властные политические функции, ведет себя «против человека», образуя устойчивую 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 психологическое живет в самом человеке, оно равноценно индивидуальному человеку, поскольку пребывает внутри него самого. Отчасти в этом виноват 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 политических решений или даже остающиеся в роли сторонних наблюдателей, но так или иначе переживающие в полномочном «обывательском» смысле судьбу того или иного политического процесса, очень часто бывают обижены или огорчены грубым и плоским психологическим редукционизмом, к которому любое политическое явление, конечно же, никак не сводимо.

Ясно, что недостаточно объяснить, скажем, профессиональное вовлечение в политику комплексом власти или бессознательной гомосексуальной ориентацией. Объяснения такого рода неизбежно будут порождать профессиональную глухоту и пренебрежение со стороны, в частности, самих политиков. И все же мало кто сегодня будет отрицать важность психологического подхода в области политической жизни, политического дискурса, психологии тех или иных политических лидеров. Иррациональные комплексы, одержимость героизмом, отрицание собственных теневых качеств и многолика проекция, приобретающая форму параноидальной убежденности – обычные составляющие «нормальной» психики многих «цивилизантов». Неудержимое стремление к власти, за которым стоит желание подчинить других, чтобы доказать свое героическое превосходство самим себе и окружающему миру, потребность иметь внешних врагов и «козлов отпущения», дабы приписать последним все нежелательные качества, которые мы не способны углядеть в самих себе, – вот лишь некоторые образцы такой «психопатологии политической жизни», составляющей главную опасность для межличностных и межнациональных взаимоотношений.

Интересно, что общественное мнение зачастую приветствует такую «норму» и рассматривает того или иного представителя политической элиты как «больного», если узнает, что последний имел дело с

психотерапевтическим консультированием или психоанализом, тем самым автоматически его дисквалифицируя. Со стороны властных структур, потенциальных носителей подобных «психопатологических» факторов, часто наблюдаются попытки создавать коллективную атмосферу массовой истерии и параноидальной одержимости. Наша общественная и политическая история последних десятилетий полна подобными примерами.

Глубинная психология издавна отличалась стремлением понять суть общественных процессов, которую Фрейд относил к «загадкам мира». Карл Юнг в ряде своих работ прямо говорил о том, что психологическая точка зрения на политику оказывается весьма ценным приобретением в обществе. «Мы живем во времена великих потрясений: политические страсти воспламенены, внутренние перевороты привели национальности на порог хаоса, и даже сами основы нашего мировоззрения сотрясаются. Такое критическое состояние дел оказывает огромное влияние на индивида, так что аналитический психолог должен принимать 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 психотерапевт 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 убежища. По этой причине психолог не может избежать схватки с современной историей, даже если его собственная душа страшится политического 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 воспринимаемым сегодня с ощущением огромной значимости, можно лишь добавить, что от степени их понимания обществом сегодня зависит уже наше коллективное выживание, и проблема приобретает все более отчетливый экзистенциальный характер. К месту будет упомянуть, что и сам Юнг не избежал вышеупомянутых издержек психологии. Он действительно был склонен видеть все и вся сквозь призму архетипической динамики 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 единственными, кто может ограничить себя от бездумного расширения границ психологической инфляции и наивного энтузиазма, и являются сами психологи. Корпоративный психологический рост означает в этом смысле утверждение самоограничения, установления концептуальных и доктринальных границ. А из этого следует, что необходимо рассматривать само психологическое как один из факторов личностного и коллективного наряду с факторами социальными, историческими, культурными и политическими. В равной степени это касается социологов, историков, культурологов и политиков, претендующих на целостное описание картины мира.

Поскольку сегодня самые разнообразные политические вопросы вызывают отчетливый психологический интерес, важно дать определение самой политики. Здесь просматривается два четких уровня: первый – политика 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 средства массовой информации, систему образования и все те социальные институты, которые контролируют явления социальной жизни. Второй уровень политики – личностный. Он представляет собой сам способ, которым первый уровень актуализируется в индивидуальном сознании, как он проявляется в личности, в семье, во взаимоотношениях людей, в профессиональной деятельности, а также в восприятии человеком произведений литературы и искусства, в религиозном самоощущении, в решении социальных проблем и отношении к самому себе и другим людям. Эти уровни тесно связаны друг с другом, и практическому психологу не составляет труда наблюдать повсеместное пересечение публичной, официальной, основанной на власти политики и политики индивидуальной, субъективной, незаметной во внешних проявлениях.

Незримый процесс интернализации, тем не менее, дает о себе знать в атмосфере консультационных кабинетов. Практические психологи, психотерапевты и психоаналитики наряду с журналистами и социологами являются теми немногими людьми, которые имеют активный доступ к подобному 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, становятся 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 индивидуальное развитие. Здесь мы выделяем, например, физическое, сексуальное, психическое, речевое, профессиональное, социальное, духовное и другие области развития. Уместно включить сюда и развитие политическое. В сегодняшней образовательной сфере этому виду развития в российском обществе уделяется весьма скромное место. Образовательный и рефлексивный уровень подавляющей части населения в этой области, как это ни печально, удручающе низок.

Тема 2

СТАНОВЛЕНИЕ НАУКИ «ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ»

Вопросы:

1. Американская и Европейская школы политической психологии.
2. Политико-психологические идеи России в XIX в. Советские и постсоветские исследования политической психологии.
3. Политическая психология в 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 поведения, понятого как совокупность реакций организма на стимулы внешней среды.

Гуманистская психология – направление западной (преимущественно американской) психологии, признающее своим главным предметом *личность* как уникальную целостную систему, которая представляет собой не нечто заранее данное, а «открытую возможность» самоактуализации, присущую только человеку. Основные положения гуманистической психологии: человек должен изучаться в его целостности; каждый человек уникален, поэтому анализ отдельных случаев не менее оправдан, чем статистические обобщения; человек открыт миру, переживания человеком мира и себя в мире являются главной психологической реальностью; человеческая жизнь должна рассматриваться как единый процесс становления и бытия человека; человек наделен потенциями 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, интенциональное (интенция – от лат. intentio – стремление) – направленность сознания, мышления на какой-либо предмет), творческое существо.

Психоанализ (от греч. psyche – душа и analysis – разложение, расчленение) – совокупность способов выявления в психотерапевтических целях особенностей переживаний и действий человека, обусловленных неосознаваемыми мотивами¹.

1. Американская и европейские школы политической психологии

Как утверждают Л. Гозман и Е. Шестопап еще не написана подробная история политической психологии, начиная от Платона и до наших дней. Но одно не вызывает сомнения – историю этой науки делали выдающиеся политические мыслители.

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

Аристотель эти проблемы описал в «*Политике*», *Макиавелли* в «*Государе*» и «*Истории Флоренции*», *Жан Жак Руссо* в «*Об общественном договоре, или принципах политического права*», *Гоббс* в «*Левиафане*», *Гегель* в «*Философии права*», *Вебер* в «*Политике как призвании и профессии*» и т.д.

Это не все личности, чьи труды легли в основу науки «политическая психология». Естественно, эти мыслители в своих теоретических работах 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 (историки, философы, политологи, социологи) обратили внимание на то, что в самой политике появилось совершенно новое явление: помимо королей, царей, вождей в политике стали играть заметную роль массы. Первым, 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 «Преступная толпа», затем «Социальная логика», «Мнение и толпа» француз 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, национальный характер*. Исследователи пытались *соединить знания о личности с анализом культурных и социальных явлений*, в том числе и *политических*. 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 политической психологии стали идеи *психоанализа*. Известная работа Г. Лассуэлла «Психопатология и политика», в которой он утверждает: «политология без биографии подобна таксидермии – науке о «набивании чучел», следовательно, описание политического процесса без его творцов скучно и неверно. Одно из первых исследований личности политика принадлежит З. Фрейду и послу У. Буллитту, 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 деятелей*. Объяснения находил в особенностях их детского развития и во внутренних конфликтах. Власть таким политикам, по его утверждению, необходима для вытеснения и компенсации психологических травм, и в результате вывел тип «политического человека», который свои личные мотивы рационализирует через общественный интерес.

Системно и фундаментально разработка политической психологии 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 издавать журнал «Политическая психология». И ныне большая часть исследователей, 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 политической психологии. А. Ашкенази (Германия), С. Московичи (Франция), А. Сэмюэль (Великобритания) и другие внесли свой вклад в исследование психологических аспектов политики.

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

развития этой науки, и определила направление для дальнейшего исследования политической психологии.

Особый вклад внесла М. Германн (США), которая в своих работах выделила следующие главные проблемы современной политической психологии:

1. Изучение проблем должно быть сосредоточено на взаимодействии политических и психологических феноменов.

2. Объектом исследования политической психологии должны быть значимые политические проблемы, которые привлекли внимание общественности.

3. Следует особо уделить внимание политическому и социальному контексту анализируемых политических явлений.

4. Необходимо изучать не только результат психологических воздействий на политику, но и процесс формирования политических убеждений.

5. Следует применять разные методы сбора данных для исследований – соблюдать методологический плюрализм¹.

2. Политико-психологические идеи России XIX века. Советские и постсоветские исследования политической психологии

Основу Российской дореволюционной школы политической психологии следует искать в названной ранее работе народника Н.К. Михайловского. До сих пор представляют интерес концепции ряда русских мыслителей и исследователей, такие, как «*Очерки по истории русской культуры*» П. Милокова, в которой он показал не только этапы развития 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, свобод и прав человека, осмысливая эти проблемы не только как социолог, но и как психолог, то есть анализируя исторический опыт России с точки 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 политической психологии рассматривает как принципы политической психологии. См.: *Ольшанский Д.В. Политическая психология*. – СПб., 2002. – С.51–52.

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

Определенный вклад в историю становления науки политической психологии внес русский врач-физиолог В.М. Бехтерев. В монографии «Коллективная рефлексология», в отличие от Н.К. Михайловского, В.М. Бехтерев объяснил политическое поведение масс «коллективными рефлексиями», а не только воздействиями героя толпы. Ранее известный русский историк В.О. Ключевский создал исторические портреты политических деятелей России, описав их психологические особенности. Далее В.О. Ключевский исследовал и показал влияние массовой психологии на развитие политических процессов и кризисов в обществе.

Советский период развития политической психологии характеризуется застоєм в её исследовании и умалчением роли психологии личности, групп и масс в политике. Но идеи психологии воздействия на политические взгляды и убеждения масс очень искусно использовал В.И. Ленин. Можно утверждать, что первые политические слоганы, ориентированные на социально-политические потребности масс принадлежат именно ему. Его знаменитый призыв-обещание – «землю крестьянам, фабрики – рабочим, власть – советам» воздействовал на сознание масс сильнее, чем какие-либо другие программы большевиков. Игнорирование 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 приоритетность, ценности и интересы. В целом, психологические аспекты политики в советской науке прямо не исследовались и не развивались. Марксистско-ленинские обществоведческие науки утверждали *определяющую роль масс в политических процессах*, и при этом недооценивали значение личностного фактора и деятельности индивида, групп в политике.

Но ...парадокс, на практике правящая партийная верхушка опрокидывала 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 индивидов, 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 психологии, – *не было реального знания о политическом сознании и поведе-*

*нии отдельных представителей этой массы, да и самой массе, в силу отсутствия 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 психологии», «Общественные настроения», Б.Ф. Поршнев «Социальная психология и история».

Эти и другие исследователи ввели в научный оборот проблемы политической деятельности в ее человеческом измерении, то есть показали психологические аспекты политики. В эти же годы публикуются труды западных ученых по политической психологии, естественно, с комментариями в контексте советской идеологии. Но проблема политической психологии оставалась невостребованной и развивалась в отдельных отраслях знаний. Как например, в рамках *страноведения*. Политологи-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 политологии и отчасти политической психологии, заложили советские политологи 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 период вошел под названием «перестройка». Уже явно наметился запрос политической реальности на исследования психологии политики, и появились работы А. Асмолова, Г. Дилигенского, А. Ольшанского, Ю. Шерковина.

Особый импульс к развитию политической психологии получила в 90-е годы. Появилась потребность в исследованиях электорального поведения; восприятия образов власти и политиков; психологии лидерства; психологических факторов становления многопартийности; политической социализации; организации выборов.

В 1993 г. образовалась Российская ассоциация политических психологов. Были изданы учебные пособия по политической психологии:

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 гуманизм // Сумерки богов. – М., 1989. С. 319–344; *Карякин Ю.* «Ждановская жидкость» или против очернительства. Иного не дано / Под ред. Ю.Н. Афанасьева. – М., 1988. – С. 412–423.

Е. Шестопаля «Очерки политической психологии»; А.И. Юрьева «Введение в политическую психологию»; Г.Г. Дилигенского «Социально-политическая психология»; Л.Я. Гозмана, Е.Б. Шестопаля «Политическая психология».

В настоящее время в России ряд исследователей ведет фундаментальные и прикладные исследования по этой проблеме, одновременно развивается аналитическая и консультативная деятельность политпсихологов.

3. Политическая психология в теоретических моделях. (Ведущие школы и направления политической психологии)

Современная политическая психология представлена разными теоретическими моделями. Их можно разделить на два направления¹.

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

Вторая тенденция основана на том, что человек является не только объектом политического воздействия, но и целью развития политической системы и ее основным субъектом (*антипозитивистские теории*).

Теоретические представления политических психологов *позитивистского типа* моделей представлены в нескольких *функционалистских теориях*. Рассмотрим некоторые из них.

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

Основные идеи теории: политика – это такая система, которая построена на принципах «входа» и «выхода». На «входе» граждане предъявляют определенные требования к власти, но при этом обязуются подчиняться правилам, предложенным элитой. На «выходе» – власти принимают решения, выполнять которые будут граждане. Исследователи обнаружили, что и на «выходе» и на «входе» сбой в политической системе объясняется человеческим фактором. Следовательно, надо найти способ чтобы система не давала сбоя. Д. Истон и Дж. Деннис нашли выход в следующих идеях: сбой системы уменьшаются, если граждане

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

принимают предложенные им системой правила игры *без сопротивления и добровольно*. А для этого нужно, чтобы требования системы впитывались с раннего возраста, по мере социализации. Тогда запросы граждан *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 предыдущего научения. И эти научения в первую очередь определяют их поведение. Базовые детские чувства труднее вытесняются и изменяются, чем те, что приобретены позже – утверждают они.

Разумеется, политика не является центром детской психики. Гипотеза исследователей основана на предположениях, что основой политических убеждений взрослого человека являются общие (неполитические) установки, корни, которых можно найти в *детском опыте – это тип семьи, опыт взаимодействия с властью отца или учителя*. Теоретики политической поддержки выводили из этого опыта дальнейшее отношение гражданина к власти в государстве. Если ребенок вырос в авторитарной семье, то впоследствии это может сформировать его отношение 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 политической 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 разлагивается. А в случае широкого распространения негативного образа власти, начинаются негативные движения, такие, как протесты, экстремизм, терроризм, апатия и др.

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

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

Другой разновидностью функционалистской теории стала «ролевая теория политики». Ролевой подход к анализу политики был заимствован функционалистами из социологии и психологии. Появление теории было вызвано периодом модернизации политических систем (1970–1980-е годы). Это потребовало мобилизации новых слоев населения, ранее политически малоактивных. Основные идеи ролевой теории политики 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 эффективное включение человека в роль происходит посредством идентификации личности с системой в целом и с отдельными политическими институтами (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 ролевые рамки, за которые исполнитель не должен выходить, и поэтому правящая элита вынуждена была искать способы политического участия без конфликтов. Но поскольку полное бесконфликтное участие недостижимо, следовательно, надо искать способы сосуществования с конфликтами. Поэтому стала доминировать идея консенсуса, которая позволяла не только сосуществовать в согласии, но и управлять конфликтами. Ролевая теория оказалась наиболее эффективной для решения этой задачи. Так, получила распространение идея разрешения международных 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 – созревшая идея». – Дармштадт, 1993, в которой теория обмена ролей рассматривается 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 политического бихевиоризма*. Теория политического бихевиоризма относится к более психологизированным теориям политики, которая оказала большое влияние на современное понимание поведения человека в политике.

Основная задача этой теории – изучение индивидуального поведения 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 личности только как послушного исполнителя воли власти. Подобный подход к пониманию роли человека, объясняет нарастающее нежелание инвалидов 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 политической отчужденности, бихевиористы предлагали формулу **S** (социальные условия) →**P** (политическое поведение).

Исследователям следует измерить **S**, найти ответ и провести корреляцию – между показателями первого и второго, учитывая, что плохие условия порождают отчуждение; хорошие условия – вызывают правильное 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 открыто поставил задачу – ошибочно полагать, что проблема заключается в том, чтобы освободить людей. Она состоит в том, чтобы усилить контроль над ними.

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

Антипозитивистские концепции. Противники политических бихевиористов как в Европе, так и в США поставили под сомнение *позитивистские трактовки личности*. Критика шла не столько от теоретиков, сколько от практиков, которые нуждались в более *эффективных моделях управления* поведением человека. В противовес позитивизму (непосредственное влияние на поведение), возникло новое направление – антипозитивизм, представители которого обратились к изучению сознания (когнитивизм, гуманистическая психология) и бессознательных структур психики – психоанализу.

Когнитивистское направление политической психологии исследует процесс мышления. Общие взгляды психологов этого направления можно представить так: выбор модели политического поведения опосредуется теми взглядами и ценностями, которые составляют содержание сознания человека. Иначе, это то, чем руководствуется взрослый человек, делая свой политический выбор.

Английский психолог А. Химмельвайт предложила *«потребительскую модель»*, в которой проводит аналогию между принятием политического решения и решением покупателя выбрать тот или иной товар.

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

Работа когнитивистов показала, что в странах со стабильной политической 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 *«потребительскую модель»* в современном постиндустриальном обществе. По мнению исследователей, *политическое сознание* англичан, например, 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 престижных магазинах или на распродаже. Эти *субъективные линии* являются не менее *важными* для *политического выбора человека*, чем объективная классовая принадлежность или *уровень доходов*. Следовательно, 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 человека 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 потребностей. В своих исследованиях представители гуманистической психологии исходили из того, что важным мотивом политического участия является не просто выгода или политическая сделка, а глубинные потребности личности, которые и образуют основу убеждений личности. Именно эти базовые потребности являются фундаментом собственно политических установок.

Американский психолог С. Реншон применил теорию потребностей при исследовании проблем демократии. По его утверждению, только та система, которая удовлетворяет базовые человеческие потребности, может эффективно вовлекать граждан в политическую активность и рассчитывать на их поддержку. Одной из таких потребностей, важных для становления демократии, 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 политического мышления, которые определяют программу сознательных рациональных действий, индивидов политики.

Иллюстрация к лекции

Персональный взгляд на тему

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

Противоречивость политической психологии. Политическая психология – внутренне противоречивое явление. В отличие от идеологии, стремящейся подвести политические взгляды людей под некий общий знаменатель, политическая психология отражает политическую реальность во всем ее многообразии, допуская одновременное сосуществование самых разноречивых и даже противоположных эмоций.

Одной из причин такой противоречивости выступает многообразие механизмов идентификации. Ведь человек отождествляет себя с самыми разными группами и ролями. Поэтому в психологии присутствуют 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 приблизительно у одной трети рядовых граждан (как идеологически сориентированной 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. социологического исследования, большинство респондентов, придерживаясь установки «так жить нельзя», все же в 54,6% случаев признало удовлетворенность своей жизнью.

Противоречивость политической психологии выражает противоречивость человека политического. Под влиянием какой-либо информации 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 ослабляющая его мотивацию.

Сосуществование разнонаправленных чувств и эмоций обуславливает неравномерный и даже скачкообразный характер развития реальных политических процессов. Благодаря этому свойству политической психологии, в политику привносится элемент стихийности, непрогнозируемости событий. Способность же психологии побуждать человека в кратчайшие сроки менять свои оценки придает ей особую силу воздействия на его поведение.

Рациональное и иррациональное в политической психологии. Еще одной причиной, обуславливающей внутреннюю противоречивость, а равным образом и особенность политической психологии, является 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 политическая психология включает в себя:

- социализированные чувства и эмоции, связанные с отображением интересов человека и формированием мотивов его политической деятельности;
- индивидуально-психические свойства (воля, память и т.д.);

- биохимические и биофизиологические механизмы, обусловленные врожденными свойствами человека (возбуждением, нервными окончаниями, наследственностью) и проявляющиеся в психико-физических свойствах, регулирующих темперамент, демографические и половозрастные черты, здоровье и прочие его аналогичные характеристики.

Таким образом, в политической психологии содержатся как осознанно-рациональные, так и бессознательно-иррациональные духовные элементы. Благодаря этому психология соединяет логику социального взаимодействия с логикой инстинктов, рефлексивность, осмысленность и рефлекторность, характеризующую бессознательные формы мышления. Такой симбиоз показывает, что в политической жизни человек может 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 человек понимает суть и причины политических событий. Более того, в определенных условиях физиологические чувства способны вообще вытеснить 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 иррациональных влечений. Так, актуализированная потребность в порядке, дисциплине, сплочении в жестко управляемую общность могут помочь людям преодолеть страх, неуверенность в себе, пессимизм.

Из истории известно, что многие системы и правители специально возбуждали в людях иррациональные эмоции и чувства, которые использовали для усиления приверженности властям и идеологическим доктринам. Нацисты, в частности, использовали для этих целей разнообразные театрализованные сборища, ночные факельные шествия, сложную политическую символику, которые своей таинственностью и величиим должны были помочь им сформировать безотчетное поклонение обывателей фюреру и рейху. Целям активизации подсознательных чувств и эмоций может служить чрезмерное насаждение в обществе монументальной скульптуры, величественная архитектура государственных учреждений, устройство пышных политических церемоний и ритуалов, а также другие действия властей, добывающихся такими методами повышения политической лояльности граждан.

Тема 3

ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ ЛИЧНОСТИ

Вопросы:

1. Политическая социализация с точки зрения политической психологии.
2. Системы политической социализации и ее результаты.
3. Политическое участие: особенности в системах, мотивы, варианты.
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 негосударственных структур, в анализе которых выделяются два уровня – институциональный (политические институты) и ориентационный (политическая культура). Модель Алмонда учитывает психологические, личностные аспекты политических взаимодействий, импульсы, поступающие не только извне, от народа, но и от правящей элиты. По мнению Г. Алмонда, при исследовании политической системы необходимо учитывать, что каждая система имеет свою собственную структуру, но все системы осуществляют одни и те же функции. Важной особенностью политической системы является ее многофункциональность и смешанность в культурном смысле, выделенные Г. Алмондом.

Входные функции политической системы:

1. Функция политической социализации.
2. Функция мобилизации населения.
3. Функция артикуляции интересов (анализ существующих интересов).
4. Функция агрегирования интересов (обобщение и интеграция интересов).

5. Функция политической коммуникации (распространение, передача политической информации элементами внутри политической системы, 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 (практическая деятельность правительства по осуществлению внешней и внутренней политики).
5. Функция контроля за соблюдением правил и норм (истолкование законов, пресечение действий нарушающих правила, урегулирование конфликтов и наложение наказаний).

В модели Алмонда политическая система предстает как совокупность политических позиций и способов реагирования на определенные политические ситуации с учетом множественности интересов. Важнейшей 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.

1. Политическая социализация с точки зрения политической психологии

Политическая социализация с точки зрения политической психологии предполагает ответы на следующие вопросы: 1) какие психологические 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) индивидуальность – выраженное психологическое своеобразие человека, склад его физических и психологических черт, которые отличают его от других людей; 3) личность – это уже индивидуальность, усвоившая нормы социальной среды и принятые социальные роли².

¹ Политология / Под ред. М.А. Василюка. – 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 известного социолога Ю.Б. Рюрикова: «Личность – это свое лицо человека, психологическое и социальное, своя манера чувствовать, думать, говорить, действовать. Это особый у каждого человека сплав всех его черт – психологических, нравственных, умственных, деловых. Это особый склад человеческого характера и темперамента, мироощущения и мировоззрения, особый склад потребностей, интересов, взглядов, поведения»¹.

Личность – это человек, в котором личное своеобразие пересиливает серийность, стандартность, обезличенность. Чем больше социальности 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 своего рода титул за верность интересам, ценностям, нормам данной общности. Быть или не быть личностью зависит от самого человека, потому 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 стремятся усвоить индивид.
2. Формирует представление о приемлемых способах политического поведения.
3. Определяет отношение индивида к среде и политической системе.
4. Вырабатывает отношение к политической символике.
5. Формирует интерес, потребности, способности к познанию окружающего мира.

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

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

С точки зрения политической психологии, политическая социализация – 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 наблюдаются два процесса, которые имеют одну конечную цель:

- система сохраняет и воспроизводит себя, рекрутируя и приспособляя к себе новых членов. Играя роль механизма сохранения политических ценностей и норм, политическая система сохраняет преемственность поколений в политике;
- во взаимодействии индивида с политической системой, требования этой системы переводятся в структуры индивидуальной психики и становятся политическими свойствами личности, то есть человек приобретает «политическое лицо».

В целом, оба процесса обеспечивают политическую социализацию, 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 институты; 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 макрополитические 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 ценности общества транслируются через малые группы на человека и его окружение. В общении и контактах с ними человек приобщается к политической системе, её элементам, вырабатывает эмоциональное отношение к ним в соответствии с принятыми ценностями группы.

Индивидуальный – на этом уровне механизмом политической социализации выступают уже психологические структуры личности, на

основе которых формируются мотивы и потребности. Уместно напомнить 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, мышление, эмоции, память.
4. Биопсихические свойства – темперамент, свойства пола и возраста¹.

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 взаимодействующих потребностей, мотивов и интересов, идейных и практических установок;
2. Возможности личности – способности;
3. Характер – стиль поведения в социальной среде, моральные, духовные, волевые свойства;
4. «Я» личности – (система управления) контроль, коррекция своих поступков, планирование своей деятельности, развитость внутренней цензуры².

2. Системы политической социализации и ее результаты

Д.В. Ольшанский приводит три вида систем социализации, которые комплексно воздействуют на человека:

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

Политическая социализация личности осуществляется в несколько этапов. *На первом* – этапе политизации – у детей под влиянием родителей, 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 психология / 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 политическим фигурам приписываются определенные качества, на основе которых образуются устойчивые эмоциональные отношения к политической системе.

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

Изучение особенностей политического мышления у детей позволило выделить неравномерность политического развития личности. В 11–13 лет происходит стремительное развитие политических представлений, с 16 до 18 лет этот процесс замедляется. Мышление 15-летних подростков отличается значительно большей степенью абстракций, нежели мышление 11-летних детей (персонификационный возраст). В подростковом возрасте начинают складываться представления о некоторых коллективных, надиндивидуальных целях действий отдельных политических институтов. В отроческий период жизни закладываются мировоззренческие принципы личности. К наиболее распространенным чертам политического мышления относятся скептицизм, осторожность, трезвость оценок¹.

Сформированные в детские и юношеские годы политические предпочтения и установки являются наиболее устойчивыми. Продолжающаяся в течение всей жизни социализация не оказывает сколь-нибудь серьезного влияния на трансформацию базовых ценностей, сложившихся в ранние периоды жизни. Процесс же радикального изменения ценностей, сформировавшейся политической культуры (ресоциализация) является весьма болезненным и может сопровождаться острыми внутриличностными конфликтами и даже разрушением структуры личности.

В процессе социализации участвуют и взаимодействуют между собой несколько субъектов: *социализант* (на него направлена социализация); *агентуры социализации*, или институты ее осуществляющие (школы, вузы, партии, СМИ, общественные организации); *агенты социализации* (социализаторы); «проводники» социализирующего воздействия (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 являются: семья, школа и макрофакторы. Системная модель чаще всего характерна для англо-американской культуры.

Гегемонистская модель. Целью этой модели является формирование негативного, или враждебного отношения к любой социальной и политической системы, кроме «своей». Важнейшими агентами являются СМИ радикального агрессивного характера. Эта модель характерна для стран незападной цивилизации.

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

Конфликтная модель. Цель – формирование лояльности к определенным группам, готовность поддержать их в борьбе против других групп. Агентурами социализации являются агитации, представляющие интересы групп. Модель характерна для закрытых авторитарных политических систем.

Результаты политической социализации. В современных политических процессах наметились две противоположные тенденции, характеризующие 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 институтов и поддержание порядка. На индивидуальном уровне – это активность, 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 проявленные эмоции, чувства, установки, стереотипы, убеждения относительно политических событий. Эти проявления формируют пассивное политическое 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 населения или даже общества в целом;
- если наблюдается резкий спад активности, то это признак отрицательного отношения к власти. Но это может быть еще и признаком начальной формы протестного поведения.

Политическое отчуждение – политико-психологическое следствие бюрократизации. Чрезмерная бюрократизация обезличивает человека, лишает инициативы и свободы действий. Политическая власть, пользуясь демократическими процедурами формирования власти, часто приводит к власти собственников или же приходит к власти при их помощи.

Рядовые граждане не могут стать субъектами властных отношений и повлиять на принятие политических решений. Вследствие этого массы воспринимают власть как отчужденный феномен. При постоянном 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 политической социализации в современных условиях ведет от снижения роли механизмов внешнего контроля к возрастанию роли внутриличностного контроля поведения (человек идет в политику под знаком осознанного и индивидуального выбора).

3. Политическое участие: особенности в системах, мотивы, варианты

Главным результатом политической социализации является реальное ее поведенческое следствие. В процессе социализации происходит когнитивное и эмоциональное взаимодействие индивида с политической 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 политической деятельности людей, посредством которой они выражают свои политические интересы и достигают их. В разных политических системах политическое участие имеет свои особенности.

Авторитарное общество – это власть немногих, и они создают условия для частичного или полного отстранения от участия в политике определенных слоев населения. Большинство граждан таких режимов ограничены в гражданских и политических правах и политические процессы 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 политике и массовой поддержке власти.

Демократическое общество допускает протесты, и эти формы политического поведения одновременно выполняют функции формирования политической культуры.

Мотивы политического участия. Если обобщить все исследования мотивов участия индивидов в политике в политической психологии разных научных школ, то можно выделить главные и повторяющиеся 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 человек усваивает политическую картину мира. Политические знания дают преимущества над другими людьми и они делают человека престижным.

Мотив власти над людьми.

Идеологические мотивы – происходит совпадение идеологических ценностей индивида с идеологическими ценностями политической системы.

Мотив преобразования мира вызван пониманием несовершенства порядка и настойчивым стремлением его изменить. Этот мотив свойственен 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 семьи, группы.

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

Псевдомотивы – отклик на какую-либо пропаганду, эмоционально окрашенный призыв.

Потребность в аффилиации – как мотив политического поведения.

Политическая психология делит политическое участие на два вида: 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 политические права;
- политическое участие в деятельности политических организаций 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 развития политической культуры граждан, групп или общества в целом;
- политическое самоисключение – проявляется в нигилизме, как результат отсутствия связи политической системы с гражданским обществом; люди испытывают разочарование ходом политических процессов;
- политическая апатия – неприятие политической системы, названной «сверху»;
- сознательный бойкот – выражается в форме враждебности к системе.

4. Психология протестных форм поведения

Среди форм политического поведения протестная форма занимает особое место.

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

Депривация – состояние недовольства субъекта, вызванное расхождением между ожиданием и реальностью. Когда эти расхождения становятся значительными, недовольство приобретает массовый характер 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 успехом других.

Особый «взрыв» протестных форм поведения часто происходит в период перехода от экономического подъема к спаду в условиях экономических 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 протестное поведение. Росту депривации и активизации протестных действий способствуют лозунги, символические акции, публичное выражение недовольства к власти. К протесту люди прибегают в случае безрезультативности традиционных способов выражения требований.

К насильственным неконвенциональным способам выражения относятся и терроризм – оппозиционная деятельность экстремистских организаций или отдельных личностей. Целью терроризма является систематическое 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 вытеснении общепринятых норм культуры. Личность начинает воспринимать мир за рамками своей субкультуры как чуждый;
- высокая степень удовлетворения личных интересов (способность личности самостоятельно справляться со своими проблемами, достигать определенных высот, порождает ощущение ненужности политики; но с другой стороны, если появляется угроза состоянию личности со стороны других групп, то возникает стремление обратиться к политике);
- чувство собственной беспомощности в решении сложных проблем, недоверие к политическим институтам, которые открыто игнорируют нужды населения;

- ощущение невозможности повлиять на процесс выработки и принятия решений;
- распад групповых норм, утрата чувства аффилиации.

5. Теории политического участия

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

Критики теории рационального выбора заметили, что, преследуя ситуативные взгляды, индивиды могут не считаться с возможными нежелательными, но отдаленными по времени последствиями. И было предложено заменить принцип выгоды на принцип избежания последствий, 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 политических установок может вызвать иногда резко негативное или враждебное отношение к государству и его политической системе.

Нормативный мотив регулирует политическое поведение правилами, которые диктует политическая система без учета личностных установок и ценностей индивида. Поведение индивида мотивируется добровольным признанием силы власти, но власти легитимной, которую он сам выбрал. По этой теории подчинение политической системе показывает высокий уровень политического сознания и самосознания личности, а в целом – политической культуры конкретного человека.

Ролевые мотивы связаны с социальной ролью индивидов в политической системе, с социальным положением человека и с его собственной самооценкой. Чем ниже социальное положение человека, тем вероятнее его настрой против существующей власти.

Иллюстрация к лекции

Персональный взгляд на тему

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

Настоящая книга – это исследование политической культуры демократии и тех социальных структур и процессов, которые поддерживают демократию. Вера в неизбежный триумф человеческого разума и свободы, порожденная эпохой Просвещения, была дважды потрясена в последнее 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 народы континентальной Европы найдут стабильные формы демократических процессов, подходящие для их культур и социальных институтов.

(...) Сравнивая политические культуры пяти современных демократий, 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 отбрасываем психологические и антропологические теории, политические взгляды и позиции с другими компонентами личности, и не потому, что мы отбрасываем теории, акцентирующие связь между детским развитием вообще и вхождением детей в политические роли и воспитанием ими политических взглядов и позиций. На самом деле это исследование было бы невозможным без предварительной работы историков, социальных 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 политических феноменов (...).

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

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

необходимо отделить первые (политические) от последних (неполитических), даже если граница между ними не столь четкая. Термин «политическая культура» в таком случае относится именно к политическим ориентациям – взглядам и позициям относительно политической системы 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 совокупность ориентаций относительно определенной совокупности социальных объектов и процессов.

Но мы выбрали политическую культуру вместо других социальных аспектов, так как это позволяет нам использовать концептуальные схемы и подходы антропологии, социологии и психологии. Мы обогащаем наше мышление, используя, например, такие категории антропологии и психологии, как социализация, культурный конфликт, культурная интеграция. Аналогичным образом наши возможности в понимании происхождения и трансформации политической системы возрастают, когда мы используем структуру теории и спекуляций, касающихся общих 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 преимуществами. Мы подчеркиваем, что используем термин «культура» только в одном смысле: психологических ориентаций относительно социальных 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 системы. 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 разъединяющих и объединяющих тенденций культурных изменений вообще.

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

Используя концепцию политической социализации, мы можем идти дальше простого принятия подхода психокультурной школы относительно 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 ориентаций относительно политических объектов среди членов нации. Перед тем как определить это распределение, нам необходимо систематизировать индивидуальные ориентации относительно политических объектов. Другими словами, нам нужно определить и обозначить модусы (модели) политической ориентации и классы политических объектов. Наши определения и классификации типов политических ориентаций следуют из подхода Парсонса и Шилза. «Ориентации» относятся к интернализированным аспектам социальных объектов и отношений. Ориентации включают:

- 1) «когнитивные ориентации», то есть знания и веру относительно 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);
- 2) «аффективные ориентации», или чувства, относительно политической системы, ее ролей, ее работы и вовлеченности в нее людей;
- 3) «оценочные ориентации», суждения и мнения о политических объектах, которые обычно представляют из себя комбинацию ценностных стандартов и критериев, информации и чувств.

Классификацию объектов политической ориентации начнем с «общей» политической системы. Мы здесь имеем дело с системой в целом и говорим о таких чувствах, как патриотизм или отчужденность, таких знаниях и оценках нации, как «большая» или «маленькая», «сильная» или «слабая», и политики, как «демократическая», «конституциональная» или «социалистическая». Мы различаем ориентации относительно «себя» как политического актора (деятеля); содержание и качество норм личных политических обязательств, содержание и качество чувства персональных отношений с политической системой.

Трактую компоненты политической системы, мы различаем, во-первых, три широких класса объектов: 1) специфические *роли* или *структуры*, такие, как законодательные органы, исполнители или бюрократия; 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 политический, «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 процессом, или процессом «на выходе», мы понимаем процесс, посредством которого политика осуществляется и подкрепляется. В этот процесс прежде всего включены такие структуры, как бюрократии и суды.

Мы понимаем, что любое такое разграничение ограничивает реальное содержание политического процесса и многофункциональность политических структур. В более широком смысле политика делается в основном в бюрократиях и в судах; и структуры, которые мы обозначили «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 вовлечены в исполнительную или принудительную функции и что специализированная административная структура вовлечена в исполнение функций «на выходе». Для нашей классификации важно то, на какие политические объекты и как ориентированы индивиды и включены ли эти объекты в «восходящий» поток «делания» политики или «нисходящий» поток политического принуждения.

То, что мы сказали об индивидуальных ориентациях относительно 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 ориентации индивидов, если мы установим следующее:

1. Каким знанием обладает индивид о своей нации и о политической 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.

2. Что знает индивид о структуре и ролях разнообразных политических элит и о политических предложениях, инициативах, которые вовлечены в «восходящий» поток «делания» политики. Каковы его чувства и взгляды относительно этих структур, лидеров и политических предложений и инициатив.

3. 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.

4. Как осознает себя индивид к качеству члена политической системы. Что знает он о своих правах, возможностях, обязанностях и доступе к влиянию на систему. Как оценивает он свои возможности. Какие нормы участия и исполнения усваивает и использует он при формировании политических суждений и взглядов.

Характеристика политической культуры нации по сути представляет собой заполнение табл. 2 для репрезентативной выборки населения. Политическая культура – это разнообразные, но устойчиво повторяющиеся, когнитивные, аффективные и оценочные ориентации относительно политической системы вообще, ее аспектов «на входе» и «на выходе», 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 ориентаций относительно специализированных политических объектов не выделяются (отсутствуют) и мы обозначаем их нулями, то такую политическую культуру мы называем патриархальной. Политические культуры африканских племен и автономных местных общин, описанные Колеманом, подпадают под эту категорию. В этих обществах нет специализированных политических ролей. Лидеры, вожди, шаманы – это

смешанные политико-экономико-религиозные роли. Для членов таких обществ политические ориентации относительно этих ролей неотделимы от религиозных или социальных ориентаций. Патриархальные ориентации также включают в себя относительное отсутствие ожиданий перемен, иницируемых политической системой. Члены патриархальных культур ничего не ожидают от политической системы. Так, в централизованных африканских племенах и княжествах, на которые ссылается 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 дифференцированные политические системы могут иметь в основе патриархальную культуру. Но относительно чистый патриархализм более вероятен в простых традиционалистических системах, где политическая специализация минимальна. Патриархальная культура в более дифференцированных политических системах скорее аффективна и нормативна, чем когнитивна. Это означает, что люди в племенах Нигерии или Ганы могут смутно осознавать существование центрального политического режима. Но их чувства относительно этого режима неопределенные или негативные, и они не интернализировали (не восприняли) формы отношений с ним.

Подданническая политическая культура. Второй важный тип политических культур, показанных в табл. 2, – это подданническая культура. В ней существуют устойчивые ориентации относительно дифференцированной 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 «нисходящем потоке», это отношение в основе своей пассивное, это ограниченная форма знания и участия, которая соответствует подданнической культуре. Мы говорим о чистых подданнических ориентациях, которые наиболее вероятны в обществах, где нет сформировавшихся и дифференцированных от других элементов системы структур «на входе». Подданнические ориентации в политической системе, имеющей развитые демократические институты, скорее будут аффективными и нормативными, чем когнитивными. Так, французский роялист знает о существовании демократических институтов, но не считает их легитимными.

Политическая культура участия. Третий основной принцип политических культур – культура участия – такая культура, в которой члены 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 политической системы. Индивидуальные члены такой политической системы могут быть благоприятно или неблагоприятно ориентированы на различные 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 отрицания.

(...) Гражданская культура – это прежде всего культура лояльного участия. Индивиды не только ориентированы на «входные» структуры и «выходные» процессы. Другими словами, используя введенные нами термины, гражданская культура – это политическая культура участия, в которой политическая культура и политическая структура находятся в согласии и соответствуют друг другу.

Важно, что в гражданской культуре политические ориентации участия сочетаются с патриархальными и подданническими политическими ориентациями, но при этом не отрицают их. Индивиды становятся участниками политического процесса, но они не отказываются от своих подданнических или патриархальных ориентаций. Более того, эти более ранние политические ориентации не только поддерживаются ориентациями участия, но они также и соответствуют ориентациям участия. Более традиционные политические ориентации имеют тенденцию ограничивать 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. Поддержка таких более традиционных установок и их слияние с ориентациями участия ведут к сбалансированной политической культуре, в которой политическая активность, вовлеченность и рациональность существуют, но при этом уравновешиваются покорностью, соблюдением традиций и приверженностью общинным ценностям.

Тема 4

ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ ЛИДЕРСТВА

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. Адэрно.
7. Психологическая природа имиджа политика.

Интеллектуальная разминка

Мотив (от лат. *motivus* – приводить в движение, толкать) – 1) побуждение к деятельности, связанное с удовлетворением потребностей субъекта; совокупность внешних или внутренних условий, вызывающих активность субъекта и определяющих ее направленность; 2) побуждающий и определяющий выбор направленности деятельности предмета (материальный или идеальный), ради которого они осуществляются; 3) осознаваемая причина, лежащая в основе выбора действий и поступков личности¹.

Навык – действие, сформированное путем повторения, характеризующееся 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, обеспечиваемый 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 действия не только в привычных, но и в изменившихся условиях¹. Умением называют и самый элементарный уровень выполнения действий, и мастерство человека в данном виде деятельности².

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

1. Лидеры разных уровней, их задачи

По утверждению Д. Ольшанского, в политике обычно различают лидеров трех уровней: лидеров малой группы (МГ); лидеров общественных 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 лидера группы: «деловой лидер»; «интеллектуальный лидер»; и «лидер общения».

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 требования 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 деятельности и условия их достижения; 2) идентификация – помощь в самоопределении каждого члена МГ и установление внутригрупповой иерархии; 3) аксеологическая задача – формирование групповых ценностей, приоритетов и стереотипов поведения.

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

жает потребность в лидере, которому доверяют свои интересы. Лидерство на этом уровне осуществляется в условиях одинакового социального статуса людей в общественных движениях, партиях. Лидер здесь является 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 санкций за нарушение норм.

Репрезентативная задача заключается в объединении и представлении притязаний и потребностей разнородных групп, т.е. агрегирование в общем виде, в результате которого формируется психология социального слоя. Средства формирования психологии слоя – это обобщение мнений, организация как масштабных опросов, так и дискуссий на конкретные темы.

Политический лидер – это глава государства, руководитель партии или массового движения. Политическими лидерами являются наиболее 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 должен 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 существующими социальными отношениями, нормами, процедурами принятия решений.

2. 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;

¹ Психология: Словарь. – С. 414.

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

³ Психология: Словарь. – С. 436.

управленческая – процесс выработки и принятия решений;

мобилизационная – мобилизация масс на достижение целей, распределение социальных ролей и функций в обществе; на инициирование и на социальные инновации;

интегративная – интеграция общества и объединение масс. Лидер должен обеспечивать национальное единство в масштабе государства или структуры, в которой он лидерствует;

коммуникативная – организация связи между обществом и властью и убеждение общества в правильности решения власти;

функция легитимизации – обеспечение поддержки власти на основе личного авторитета и влияния на массы.

Политическая психология выделяет свои функции лидерства в соответствии с психологией управления: 1) определение целей развития; 2) обеспечение ведомых средствами достижения целей; 3) помощь ведомым или лидерам в их действиях и взаимоотношениях; 4) сохранение целостности своей ведомой группы (Д. Ольшанский).

Для реализации лидерских функций в политической психологии используются понятия «доминирование» и «подчинение».

Доминирование – отношения неравенства, которые определяются статусом и должностными функциями лидера. Доминирование реализуется 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 доминирование; 4) политическое доминирование.

Система отношений «доминирования и подчинения» реализуется тремя способами:

- регулирование норм – это нормирование поведения подчиненных;
- определение лидером ценностей, инициатива исходит от лидера, он осуществляет вовлечение ведомых в определенную систему ценностей;
- демонстрация образцов поведения. За этим должно последовать подражание ведомых и принятие этих образцов.

Влияние лидера на подчиненных – это совокупность особых способов взаимодействия, которые представляют суть психологических механизмов лидерства и реализуются в их основных формах:

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

внушение – волевое воздействие. Производится оно целенаправленно, 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 ведомыми.

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 какой-либо из этих вариантов). Каждый из вариантов имеет несколько разновидностей, более конкретно и узко определяющих индивидуальные особенности конкретных лидеров.

3. 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, выносливость – способность работать в условиях физических и эмоциональных перегрузок.

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

Социально-психологический уровень структуры лидера рассматривает 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 рассмотрения 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 интересов;
- способность к разумному риску в политике, расчетливость, терпение и терпимость;
- инициативность, твердость политических решений;
- психическая устойчивость при «давлении» и нереальных политических проектах;
- способность к адаптации в изменившейся ситуации к новым политическим условиям и вызовам;
- надежность в политическом партнерстве при соблюдении интересов 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 готовность нести ответственность за свое решение;
- гибкость мышления и политического поведения.

Политический лидер должен совмещать в себе также и противоположные качества:

- широко и глобально мыслить, но приоритет отдавать интересам своего государства;
- принимать и использовать политические идеи, не теряя принятого политического курса;
- не поддаваться политическому давлению, в то же время сохранять 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 хотел 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 получилось, что каменная глыба, на покупку которой была затрачена немалая сумма, пылилась теперь в темной зале мастерской.

Так обстояли дела до тех пор, пока флорентийские друзья великого 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 искаленный участок. Содерини возражал, что это пустая трата времени, – никому не удастся справиться с этим, – но все же согласился разрешить художнику поработать. Микеланджело решил ваять юного Давида с пращей в руке.

Спустя некоторое время, когда Микеланджело заканчивал работу над статуей, Содерини посетил мастерскую. Немного рисуясь и изображая 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 фигурой и видит ее в искаженной перспективе. Не говоря ни слова, он жестом пригласил Содерини подняться с ним на леса. Оказавшись на уровне 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 выпрямился 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 способствовал 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 человека эпохи Возрождения. Он прекрасно знал математику, астрономию, физику и физиологию. За долгие годы своей деятельности он стал одним из самых прославленных архитекторов Англии. И все же нередким 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 Вестминстера. Мэра, однако, проект не удовлетворил: мэр нервничал. Он поделился своими опасениями с Реном: второй этаж небезопасен и может обрушиться прямо в его кабинет на первом этаже. Он попросил Рена 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, мэру чувствовал себя счастливым и благодарным. Только годы спустя реставраторы, поднявшись в люльке под потолок, увидели, что колонны по высоте чуть-чуть не достают до потолка. Это был обман. Но двое получили, что хотели: мэру 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 «Евгений 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 проблемы взаимоотношения лидера со своим окружением, и поведения этого окружения, извлеченные из публикаций АКИ press:

«Недопустимо делать из вчерашнего союзника, пусть даже плохого, 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 потенциал для конструктивных взаимоотношений, нужно уметь договариваться¹». Последнее суждение можно взять в качестве установки.

4. «Я-концепция» политического лидера

«Я-концепция» политика – это осознание им себя, его представление о самом себе, от чего зависит его политическое поведение. Сравнивая себя с окружающими, он в целом дает себе самооценку. Исследователи выделяют шесть компонентов, позволяющих составить целостную 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 качестве отражено в его социальном «Я». В набор умений совместной деятельности входят: 1) умение выявлять и стимулировать деловые и нравственные качества людей; 2) владение навыками межличностных отношений; 3) умение эффективно работать с лидерами других государств; 4) умение вести переговоры.

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

¹ См.: АКИ press. – 1999.

«Г. Киссинджер доводил до слез своих оппонентов за столом переговоров. Монотонным голосом, невыразительным видом, бесконечным 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.

«А.А. Громыко был хорошим переговорщиком, особенно для времен “холодной войны”. Если у него имелась какая-либо запасная позиция, то он пускал ее в ход именно тогда, когда партнер, потеряв все остатки терпения, в гневе собирался встать из-за стола, прервав переговоры. В своей памяти он удерживал массу дат, фактов, позиций, которые 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 окружающими.

Преодолевающее конфликты «Я» – это представление политического лидера о своих способностях преодолеть конфликт, найти решение проблемы. Чтобы воспринимать проблему правильно и предвидеть ее последствия, лидер должен обладать конкретными знаниями – политической 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 интеллектуальные возможности и изменить его поведение. Стресс лидера может вызвать негативные последствия для страны в исторические моменты, 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 политику страны? Если в течение жизни у лидера сформировалась заниженная самооценка, то его внутреннее недовольство собой является стимулом на взятие новых высот как во внутренней, так и внешней политике. По мнению Е. Егоровой-Гантман, среди советских лидеров низкой самооценкой обладали Сталин, Хрущев. О бессознательном проявлении низкой самооценки Сталина свидетельствует эпизод, приведенный Ю. Антоняном: «Бессознательное переживание чувства неполноценности могло проявиться самым неожиданным образом, неожиданным для самого Сталина».

У. Черчилль рассказывал о таком случае, происшедшем на Потсдамской конференции: «Во время обеда “мой грозный гость” поднялся со своего места с карточкой меню в руках и пошел вокруг стола, собирая автографы многих из присутствующих. С такой же просьбой он обратился к Черчиллю, при этом его глаза искрились весельем и юмором». Психолог Ранкур-Лаферриер, комментируя этот случай, отмечает, что это было не только странно, но выглядело жалким. Даже в зените влияния и почта, 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 причине отсутствия обратной связи. Но может быть и другой вариант: столкнувшись с недооценкой своей политики, лидеры с завышенной самооценкой страдают от аффекта неадекватности и могут сделать такие ошибки в политике, как неожиданные шаги, и неоднократно повторить свои ошибки и обострить ситуацию до предела.

Лидеры с адекватной самооценкой – это лучшие партнеры на политической арене, потому что их политика мотивирована не личным успехом, а интересами страны. Такие лидеры не страдают комплексом неполноценности, не считают, что их унизили и обошли, или не так приняли и т.д.

Одной из задач и функций политической психологии 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 характеристики лидера.

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

Системная модель составления психологических характеристик политического лидера¹

I. Потребностно-мотивационная сфера лидера

1. Мотивы и потребности во власти:

- инструментальная мотивация лидера – определить концепцию развития страны, выработать тактику интеграции различных групп;
- синдикативные мотивы – мобилизация команды вокруг государственных интересов;
- мотив самовыражения, самоутверждения и личные амбиции;
- прагматические мотивы – например, преодолеть кризис, осуществить реформы.

II. 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 политических решений;
- профессиональное мышление – способность активно принимать социальные и политические знания, руководствоваться категориями политики и управления;
- гибкость мышления – способность использовать альтернативные политические идеи, умение адаптировать, вписывать новые идеи в политический курс страны;

- аналитическое мышление – способность синтезировать множество фактов и выходить на обобщенное политическое решение;
- оперативное мышление – способность своевременно реагировать 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 психического насилия;
- отношение к неформальным лидерам;
- скептичность, оптимизм, пессимизм;

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

- адаптивность, инициативность;
- объективность в оценке людей и событий;
- корпоративность, контактность, замкнутость.

Поведенческие характеристики политического лидера:

- наличие выраженных признаков лидера в групповой деятельности;
- спонтанность (планирование) поведения;
- мотивация смены поведения;
- доверчивость (недоверчивость) к групповой деятельности или к отдельным персоналиям;
- способность к объективной самооценке;
- способность к критической самооценке своих политических неудач;
- корректность или грубость поведения;
- участие или организация интриг, или пресечение их;
- характер оценки людей – собственное или навязанное, объективное 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 потребности 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 политика» Г. Лассуэл заметил, что лидеры обладают потребностью во власти, как форме компенсации личных мотивов.

В целом, эти личные ценности или потребности можно рассматривать 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 наделенного властью;
- возможность осуществить политическое достижение.

Показатели потребности во власти у многих лидеров хорошо развиты. Но уровень потребностей у каждого лидера свой: 1) адекватная возможностям потребность во власти; 2) гипертрофированная; 3) завышенная.

Уже сам пост главы государства должен удовлетворить эту потребность лидера, но лидер взаимодействует с другими лидерами, не являясь 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 политической 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 контролем и политической жизнью. Данная потребность также находит удовлетворение во внешней политической деятельности. Именно эта потребность мотивирует поступки лидера на международной арене.

Если у лидера сильно развита потребность в контроле над международными событиями, и международные отношения видятся как борьба, тогда он проявляет склонность к жесткому курсу и нередко прибегает к военному вмешательству.

Если лидер рассматривает международные отношения как взаимодействие, 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 мастерством, манипулированием, организацией физического и социального ок-

ружения, преодолением препятствий, установлением высоких стандартов 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 мотива направлены на достижение успеха.

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

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

Потребность в аффилиации проявляется чаще всего в заботе лидера о близких отношениях с другими людьми. Лидеры с потребностью в аффилиации оборонительны и неустойчивы с людьми, которые представляют хоть какую-либо угрозу для них. Они взаимодействуют и привязываются к тем людям, которые соглашаются с ними, сходны в избегании, 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, поскольку они пассивны, легко поддаются 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 подвижны во внешнеполитической деятельности, более склонны к соглашению на сокращение каких-либо видов оружия. Для них характерно следующее:

- Поиск одобрения со стороны других людей. Политический лидер рассматривает свою деятельность как способ заслужить одобрение 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 потребность лидеры удовлетворяют, находясь в роли посредников в международных 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 заслужить его, политический лидер опирается на усредненные понятия «хорошо» и «плохо», он может ориентироваться на примитивные образы, отвечающие потребностям масс. Средний гражданин менее политически образован, слабо разбирается в политике, следовательно у таких людей менее сложные требования к внешней политике своего государства и упрощенные 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 необоснованно, 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, чаще всего вынуждены взаимодействовать внутри каких-либо блоков (военных, политических, экономических).

6. Авторитарное лидерство в исследованиях Т. Адарно

Истоки авторитарного лидерства Т. Адарно исследовал на примере малых, затем больших групп, а в целом были изучены психологические особенности фашистского общества Германии гитлеровского периода. В своей работе «Авторитарная личность» Т. Адарно показал трансформацию авторитарной малой группы (создателя НСДАП) и проникновение её в общество. Охватив все общество, авторитарность стала

базовым его качеством, тогда же возникло понятие «авторитарная личность».

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 качество, неизбежно сплачиваются в тоталитарные группы, выдвигая своих фюреров. Феномен гитлеровской Германии, считает Д. Ольшанский, уникален потому, что принцип фюрерства был возведен в принцип государственности. Там каждый был фюрером – кто-то фюрером народа, а кто-то фюрером своей семьи.

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

«Мятежные психопаты», как разновидность авторитарной личности, имеют свои черты. Это – тип хулигана, подонка, бандита без причин, такой тип стремится к грязным поступкам, бесчинствует открыто, 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 способностью к устойчивым отношениям и постоянной работе.

Эмоционально типом «психопата» движет протест против признанных авторитетов и одновременно потребность слепо идти за «сильным человеком». Люди этого типа поддаются самой невероятной пропаганде и слышат то, что хотят слышать. Действия их не подчиняются ясной, осознанной цели, поскольку этот тип не знает чего он хочет, поклоняется силе и грубости. Часто такой тип – садист, но животное трусливый (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-манипулятор» – 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 единственный принцип Г. Гиммлера «Организация, Метод, Порядок», при помощи которого он привел Германию к «идеальному» гитлеровскому порядку с Гестапо, СС, концлагерями. Это – тип холодного игрока. С врагами не любил расправляться сам, для этого он создал «всеобщие» методы – 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 бредовыми 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, постоянно находится в поиске врагов и заговоров, и готов их жестко подавлять. 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 иерархической структуры общества, авторитарная агрессивность, суеверная и стереотипная ментальность, дух разрушения («некрофилия в политике», по определению Э. Фромма) и цинизм, гипертрофированный интерес к сексуальной проблематике, проекция собственных, признаваемых порочными, склонностей на других людей.

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

Совокупность всех исследований Т. Адарно позволяет предположить, что типичной (но не единственно возможной) предпосылкой формирования авторитарных черт является ущербность личности – неблагополучие либо психологическое, заложенное в ее структуру в детстве, либо материальное и социальное, которое человек может испытывать позже. Зависимость от этих факторов обуславливает 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.

7. Психологическая природа имиджа политика

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

Источниками формирования имиджа политика являются:

Прямая имиджеформирующая информация – манера одеваться, держаться, говорить, жестикулировать, компетентность, эрудиция, умение ориентироваться на аудиторию, деловитость, инициатива, политическая программа, программа действий и т.д. Эта информация усваивается 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, родственниках, 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 начинается с составления биографии политика, которая нужна для создания политического образа. Для создания легенды существуют сюжеты, отвечающие ожиданиям масс, такие как: 1) нейтральный сюжет; 2) борец за счастье народа; 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. Лебеда, избирателей приводил в восторг рекламный плакат А. Лебеда:

«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, чтобы выглядеть моложе.

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

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

П. Флоренский говорит о первичности разных каналов восприятия в разных системах, в основу которых кладется слух или зрение. «Различными народами ударение первенства ставилось либо на том, либо на другом: древняя Эллада возвеличивала преимущественно зрение. Восток же выдвигал как более ценный – слух»³.

Одним из условий создания образа политика является идентификация. Она должна учитывать аудиторию, в которой он себя презентует, а также психологию восприятия «восточной» или «западной» модели, и половозрастные характеристики публики. Когда Б.Н. Ельцину (в первые выборы) долго не могли подобрать вице-президента, спичрайтеры во главе с Л. Пихоя предложили кандидатуру А. Руцкого. Аргументы Л. Пихоя в беседе с А. Коржаковым были более чем убедительными (с ее «точки зрения»): «*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 Почетцов 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, ритуалах, программах. Например, хлеб у русских и у восточных народов больше, чем пропитание. Хлеб – это символ *жизни* («хлеб – всему голова»). 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 основных психологических уровня. На первом – внешние параметры образа человека, структуры, события или явления; публично демонстрируемые внутренние качества. На втором уровне находятся собственно политические характеристики, отражающие взгляды, позиции, программные устремления политика, а также его «весомость» в политическом мире. На третьем уровне в такую модель включаются скрытые параметры, вмонтированные для внушения аудитории безусловно позитивного 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 свойствах государей, то надо сказать, что во всех людях, а особенно в государях, стоящих выше прочих людей, замечают те или иные качества, заслуживающие 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 того, 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 прямодушен; этот упрям, тот покладист; этот легкомыслен, тот стеснен; этот набожен, тот нечестив и так далее. Что может быть похвальнее для государя, нежели соединить в себе все лучшие из перечисленных качеств? Но раз в силу своей природы человек не может ни иметь одной добродетели, ни неуклонно им следовать, то благоразумному государю следует избегать 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 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 отображающим краски окружающей его атмосферы – Протеем, способным принимать любую форму, любые очертания. Он должен быть гибким, податливым, неопределенным и вкрадчивым, близким, неуловимым, загадочным 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 качествами, – 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 отъявленного 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 обладал 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 политике, условия внутригруппового взаимодействия.
3. Психология воздействия лидера на группу.

Интеллектуальная разминка

1. *Группа малая* (ГМ) – относительно небольшое число непосредственно контактирующих индивидов, объединенных общими целями или задачами. Особенностью, отличающей малые группы от сложных и больших, является ее относительная «структурная простота». Это означает, что в ГМ имеется, как правило, авторитетный лидер (если группа неофициальная) или авторитетный руководитель (если группа официальная), 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 поддерживать 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 отношения и могут развиваться независимо одна от другой. Если ГМ занята социально ценной и значимой для всех ее членов совместной деятельностью, 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 бесконфликтного 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, выражающаяся 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 последовательности 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, коллективистской идентификации, адекватности возложения и принятия ответственности за успехи и неудачи друг друга, во взаимной *референтности* членов группы.

3. *Сплоченность групповая* – один из процессов групповой динамики, характеризующий степень приверженности к группе ее членов. В качестве конкретных показателей сплоченности, как правило, рассматриваются: 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, относительно небольшой объем группы, ее престиж¹.

1. Особенности малых групп в политике

Малые группы мы будем рассматривать как субъект политики и как объект политической психологии, как носителя и соискателя властных свойств и полномочий, как сообщество, способное воздействовать на принятие политических решений.

Политическая психология определяет малые группы как объединение людей, взаимодействующих ради достижения осознанных политических 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 группах: 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, планирует и управляет деятельностью группы в политике. При этом он проявляет более высокий уровень активности и компетентности, чем члены группы. Таким образом, лидер – это социальная роль определенной личности в группе. Но в группе существуют еще и групповые роли, то есть каждый, кто в нее входит, играет свою роль. Эти роли отражают особенности психологии, способов общения, привычек, характера, интересов каждого члена группы.

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

«Приспособленцы» пассивно и легко приспособляются в группе, не стремятся выделиться и поддерживают любые политические идеи группы.

«Крайний» – характеризуется тем, что отстает от других по разным причинам – от лени до бездарности, от страха публичного выступления до заниженной самооценки и негативного опыта в другой социальной общности. Первым всегда попадает под критику, и самое главное первым попадает под гнев лидера. И всегда выполняет роль «громом отвода».

«Противник» – это оппозиционер лидера, активно выступает против 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 «агрессор», «шут», «провокаатор», «защитник», «нытик», «спасатель», «жертва», «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 единомышленников, но это взаимодействие самых разных характеров, способностей и желаний. При этом роль главного «режиссера» и «дирижера» 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 политической задачи. Его роль не столько нейтрализовать негативное проявление личности, а вытеснить их в ходе политической деятельности, заменив положительно оцениваемыми членами группы качествами. По Д. Ольшанскому, психологические особенности действия малых групп в политике связаны с их характеристиками². При этом существует основной критерий характеристики группы – это направленность ее действий. Следуя этому критерию группы делятся на *экстравертированные* и *интравертированные*.

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 внутригрупповую деятельность, такую, как политическое просвещение членов группы, формирование групповой солидарности, создание психологического комфорта и психологического климата в группе, совершенствование внутригрупповой дисциплины. Деятельность этой группы направлена вовнутрь.

Уровень групповой сплоченности – следующая характеристика группы. Сплоченность группы проявляется в единстве трех следующих составляющих – общность интересов; общность целей; единство действий.

Высокий уровень сплоченности групп обычно наблюдается в тоталитарных режимах или в группах, стремящихся захватить или удержать власть любым путем, и это гомогенные группы. В демократических 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 гомогенных групп в политике. Хотя клики складывались в рамках монархии, но до сих пор они остались атрибутами тоталитарного и авторитарного режимов. Психология клики направлена на захват власти путем переворота, 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 номинален. Но если клика захватывает власть, то внутри начинается борьба за лидерство любыми способами, и групповые нормы, установки не являются 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 более низкого 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 «кликкой», то он трансформирует всю клику в клиентеллу.

Американский социальный психолог Н. Лейтес, выделил гомогенные группы в СССР: группа соратников (Берия, Молотов); группа зависимых (Коганович, Хрущев); группа хитрецов (Ворошилов, Шверник).

Степень проницаемости группы можно рассматривать как противоположность сплоченности, потому что группы согласно этой характеристике делятся на открытые и закрытые. Степень проницаемости можно установить по легкости вступления в группу. Если нет индивидуального 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 реализовать политические программы и т.д.;

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

функциональная – цель которой – осуществление конкретных социально-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 ценности. «Они» – это те, кто не разделяют такие же чувства, эмоции; у них другие программы, лозунги, идеи и методы.

«Мы» обычно наделяются лучшими качествами, идеями, методами. «Они», наоборот, наделяются худшими качествами во всех отношениях. Самоидентификация использует внешние средства, то есть символы «мы» и «они» – знамена, девизы, лозунги, гимны, гербы и др. Эти символы визуально отделяют «мы» от «они» и выполняют психологическую 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 обязанностями каждого члена группы. В формальной группе «человеческий фактор» 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 строятся 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 межрегиональные группы. Вторичные связи в малых группах происходят в основном через СМИ.

Значимость членства в МГ для ее участников также является характеристикой группы. Различают следующие виды:

группы присутствия – в этой группе индивид существует реально, но в то же время мысленно он может стремиться в другую, референтную 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 реальная, в которой индивид хочет быть и стремится принять ее нормы, что вызвано потребностью в аффилиации.

Продолжительность существования группы

краткосрочные группы (ситуативные) – возникают для достижения 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 долгосрочных групп лежат разные цели и интересы участников.

Способ принятия решений. Следуя этой характеристике, различают авторитарные, демократические и охлократические группы. Каждому виду присущи свои способы принятия политических решений, которые зависят от стиля лидерства: авторитарного, демократического или попустительского.

В авторитарной группе задачи ее членов заключаются в выполнении решений лидера. Сами они не принимают участия и не предлагают альтернативных решений.

В демократической группе все члены группы участвуют в принятии 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; группы, 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 эффективно, потому что все действия производит публично. Такие группы относятся к экставертированным, «эспансионистским» типам.

Эффективность группы, ориентированной на поддержание жизнеспособности определяется не внешними результатами, а внутренней способностью 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 существует просто как союз единомышленников, людей, которым интересно и приятно общаться друг с другом. Эта группа обладает особой эмоцио-

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

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

2. Психологические механизмы, объединение малых групп в политике, условия внутригруппового взаимодействия

Малые группы в политике различаются уровнем своего психологического 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 совместного переживания и определяется роль каждого. Уже складывается устойчивая общность интересов, целей, действий группы и, наконец, групповых переживаний. Этот этап характеризуется психологическим единством 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 согласованность действий, наблюдается взаимная ответственность и группа носит самодостаточный характер.

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

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

препятствуют ему. Эти процессы выступают как психологические механизмы 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, адаптируются к ним. Здесь же знакомятся с перспективами группы, распределяют 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 происходит 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 руководство. С появлением микрогруппы начинает действовать механизм политико-психологической саморегуляции группы. Активисты оказывают поддержку лидеру, активизируют исполнителей, психологически влияют на пассивную часть группы, оказывают сопротивление дезорганизаторам. В результате начинает действовать групповое мнение, которое способствует разрешению возникающих в группе конфликтов.

Консолидация группы – третья стадия, в процессе которой развивается совместная деятельность, нарастают позитивные психологические процессы – укрепляются внутригрупповые связи, налаживается положительный 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 принципов, по определению Д. Ольшанского, немного: принцип единства взглядов и убеждений; принцип компетентности; принцип личной преданности лидеру.

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

- обеспечивают единообразие политического поведения членов группы, способствуют координации деятельности всей группы;

- направляют, регулируют, контролируют и оценивают политическое поведение членов группы;

- интегрируют, упорядочивают, сохраняют политическую стабильность группы;

- обеспечивают предсказуемость поведения членов группы, создают 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 групповое сознание.

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

Политическое сознание группы формируется на базе совокупности 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 политической культуры;

- практическая политическая деятельность как компонент политического 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 развития политических чувств членов группы, их отношение к политическим событиям или программам, доктринам, концепциям (чувства одобрения, отвержения, неприязни, вдохновения, радости, надежды, или же сочувствия);

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 закрепляются не только политические умения, но и психологические связи

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

мотивационный блок включает политические потребности, установки, чувства членов группы;

в познавательный блок входят политические знания, информированность, интерес к политике членов группы.

Следующим психологическим механизмом объединения групп является *политическая идентификация* – поиск сходных политических взглядов, идей и отношений с членами группы, выявление психологической 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 потребностей также воздействует на механизм объединения группы. Как возникает групповая политическая потребность? Человек, входящий в малую группу обычно испытывает два момента:

эмоциональный момент как переживание какой-либо политической ситуации или события. Именно эти переживания активизируют его потребность что-то изменить, внести свое, улучшить, совершенствовать;

рациональный момент – интеллектуальное осмысливание, осознание 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 политической групповой деятельности.

Следующим психологическим механизмом объединения группы является *наличие группового настроения, солидарности и психологической совместимости*.

Настроение – это эмоциональная реакция на событие, которая вызывает различные состояния: приподнятое, подавленное, радостное, угнетенное и т.д. В целом, настроение накладывает отпечаток на интеллектуальную 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; готовность к защите групповой деятельности. Особую роль в объединении и эффективности деятельности группы играет психологическая совместимость внутри малой группы, которая обеспечивает возможность бесконфликтного общения и согласованность действий, но которая не ис-

ключают споров, дискуссий, личных мнений членов группы по политическим вопросам. Если после бурной дискуссии и выражения альтернативных мнений члены группы сохраняют отношения и продолжают бесконфликтно 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 связи и закрепляются ролевые функции каждого для общего успеха.

На высшем уровне психологическая совместимость проявляется во взаимной ответственности за успех и неудачу каждого и в эмоциональной поддержке каждого члена группы.

В целом, психологическая совместимость внутри группы – это благоприятное сочетание свойств, характеров, потребностей и интересов членов группы. Психологическая совместимость имеет свои выраженные признаки: политическое поведение одного члена группы вызывает положительную оценку другого или других; члены группы положительно воспринимают способы контакта каждого, что уже является показателем гуманных межличностных отношений, в которых проявляется явное единство политических взглядов, убеждений, сознания, поведения.

Вообще, в политической деятельности психологическая совместимость – одно из проблемных понятий. В политику в основном стремятся сильные личности, волевые, компетентные, амбициозные и готовые добиваться цели всеми средствами. Уже это порождает не только соперничество, но и потенциальный конфликт личностей, идей, политических программ, что может оказать существенное влияние на психологическую совместимость членов группы. Это обстоятельство следует учитывать. Но помимо объективных, существуют и субъективные причины психологической несовместимости. Наряду с достойными личностями, в политику стремятся и те, которые таковыми не являются, но «пораженные» завышенной самооценкой, иногда лишённые чувства ответственности 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». Поэтому в сфере политической деятельности, (а также в искусстве) часто проявляется психологическая несовместимость членов группы, обусловленная их личными качествами и амбициозными устремлениями, но не всегда обеспеченная реальными возможностями личности.

Источниками несовместимости могут быть авторитарность личности, неуживчивость, интриганство, эгоизм, гипертрофированная самооценка, 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 политические 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 – авторитарного и демократического.

3. Психологические механизмы воздействия лидера на группу

Способы стимулирования деятельности членов группы	
Демократ	Автократ
Воздействует на группу через позитивные стимулы: поощрение, положительные перспективы, опирается на сильные стороны личности, ее индивидуальность, интересы и способности.	Обращается к негативным стимулам: наказание, отлучение, предостережение. Ставит всех в зависимость от себя, держит группу в напряжении, тревоге и страхе. Внутри группы возникает дискомфорт, формируется психология покорности и зависимости, что лишает человека индивидуальности и инициативы.
Способы предъявления требований	
Выражает свои требования в конкретной и убедительной форме. Часто прибегает к форме консультаций, советов, рекомендаций.	Действует через указы, директивы, приказы и распоряжения. Внутри группы не допускает возражений, объяснений, других мнений и суждений. Подавляет волю членов группы, постепенно превращая их только в исполнителей.

Демократ	Автократ
Способы контроля деятельности членов группы	
Контролирует ненавязчиво, больше доверяет, поощряет самоконтроль и взаимоконтроль группе.	Стремится контролировать каждого индивидуально. Создает ситуацию зависимости от себя, не допускает самостоятельности, пресекает попытку возражения. В результате формируется психология страха, подавленности, зависимости, теряется личная инициатива.
Характер межличностных отношений лидера и группы	
Создает атмосферу доверительных отношений внутри группы. Держится просто, но уверенно, умеет держать дистанцию, субординацию, не задевая самолюбие членов группы. Облегчает общение между собой и группой. Группа открывается на эмоциональную чуткость.	Избегает эмоциональной близости в группе. Держится только официально и на дистанции. Проявляет холодность, часто высокомерен. Речь, мимика, поза, движения, интонация подчеркивают его главенство. Все эмоциональные и внешние проявления направлены на усиление личного влияния и абсолютной власти.
Способы сплочения группы	
Стремится сплотить группу вокруг решения политических проблем, предупреждает осложнения межличностных отношений внутри группы. Являясь генератором идей, поддерживает инициативу членов группы, участвует в неофициальных меро-приятнях. Учитывает особенности внутри группы, традиции, нормы и ритуалы.	Не заинтересован в единстве группы, не допускает взаимного влияния в группе и ограничения личной власти. Сплоченная группа представляется ему угрозой. Чтобы усилить волевое давление, нередко поощряет раскол группы и создает один тип единения – вокруг себя. Испытывает неприязнь к неформальным лидерам как к потенциальным соперникам. Прибегает к разным уловкам, чтобы сдерживать их рост и авторитет. Взаимодействует с членами группы один на один, «отсекая» их друг от друга. Создает условия для столкновений и конфликтов.
Ориентация на личность в группе	
Учитывает индивидуальные особенности членов группы, подбирает поручения с учетом возможностей, интересов, уровня, стиля политической деятельности. Знает характер каждого, опыт и способы действия.	Воспринимает всех членов группы на «одно лицо». Проявляет стандартный подход и проявляет одинаковые требования. Не учитывает личные и деловые качества членов группы. Поощряет доносы и проявление других негативных качеств некоторых членов группы.

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, рассматриваемые как важный источник ошибок, породили выражение «личное управление». Это понятие может быть использовано более широко, обозначая 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 конвенциональными ролями. Человек и социальная группа – это две разные функциональные 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 приблизительно 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 конвенциональные нормы не обеспечивают адекватного разрешения возникающих требований. Критические ситуации можно расположить в ряд, начиная от таких катастроф, как землетрясения, войны, и кончая такими незначительными событиями, как неожиданное появление кинокумира во дворе колледжа. Когда рутинная повседневная жизнь нарушается, установившиеся нормы временно отбрасываются и присутствующим приходится импровизировать какую-то иную форму кооперации. Все кризисы, следовательно, имеют одну общую черту: люди становятся восприимчивы к новым линиям действия. Поскольку не существует конвенционального способа удовлетворительно встретить такую

ситуацию, участникам остается лишь обратиться к своим собственным ресурсам. Критические ситуации, следовательно, представляют благоприятные 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 присутствующих. При встрече с такими неожиданными обстоятельствами возрастает 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 целую группу. Ценности тех, кто принимает командование, кто может воздействовать на других так, чтобы последние следовали за ними и проводили 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 человеком 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 люди имеют тенденцию доминировать в различного типа ситуациях. В конфликтных 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 героями потому, что попадают в такие ситуации, где находится применение их отличительным способностям; с другой стороны, существуют, по-видимому, другие, которые создают кризис, в ходе которого они выдвигаются¹.

Повторение критических ситуаций приводит к развитию новых способов организации совместной деятельности. Периодические нововведения, вспышки войн и неопределенность поведения противников на атлетических соревнованиях часто имеют своим результатом установление 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 формально 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 уничтожению человеческого рода. Но такие люди редко вольны делать то, что они пожелают; их усилия обычно ограничены многими инструкциями и соглашениями. Сверх того, те, кто занимают такие должности, понимают, что их работа оценивается не в сравнении с людьми вообще, но с теми людьми, кто занимал подобную должность в прошлом. Моделями служат герои прошлого, благодаря чему формируются специфические экспектации.

К третьему типу относятся наиболее общие, повторяющиеся ситуации, когда люди взаимодействуют друг с другом на основе конвенциональных норм. Таково, например, взаимодействие покупателя и продавца в бакалейном магазине. В таких ситуациях у участников имеется некоторая возможность выбора, ибо большинство конвенциональных ролей не предопределяет линии действия во всех деталях и допускает небольшие отклонения. Хотя некоторые вариации могут вызывать недовольство или презрение, они не приводят к серьезным негативным санкциям. Поведение каждого человека может принимать характер мелочного исполнения своих обязанностей или же щедрого, приносимого от всего сердца дара.

Сверх того, широкое разнообразие конвенциональных ролей в современных обществах оставляет благоприятные возможности для выбора. По крайней мере, человек может избежать ролей, которые требуют действий, для него не выполнимых. Даже когда возможности вертикальной 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 конвенциональных ситуациях, следовательно, существует много благоприятных возможностей для проявления личных склонностей.

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

ся путем формальных экзаменов или других беспристрастных процедур. Усилия направляются на то, чтобы культивировать безличные взаимоотношения. Возможности выбора у участников этой системы весьма ограничены. Каждое событие заранее категоризировано, и решение проблемы заключается в том, чтобы отнести ее к какой-то категории и подобрать одну из фиксированных альтернатив. Заявления от посторонних принимаются или отвергаются на основе ограниченного набора мотивов. Чтобы достичь успеха в таких организациях, человек должен подавить себя и приспособить свою личность к нуждам целого. Даже в бюрократической организации, однако, личность может вести себя по-разному. Отдел, порученный робкому, лишенному воображения человеку, вряд ли сможет функционировать так, как другой отдел, руководитель которого отменяет идущие сверху приказания, когда уверен, что они неправильны. Но второй тип администраторов редко удерживается на своем месте продолжительное время. Итак, хотя возможности личного выбора и существуют, они весьма ограничены.

Пятый тип ситуации – это соблюдение групповых ритуалов, в которых действия настолько ясно представлены, что для участника не существует альтернатив. Исполнение происходит почти автоматически, требуется только минимальное приспособление. Когда в США два человека знакомятся, онижимают друг другу руки и говорят: «How do you do?». На этот вопрос ответа не требуется. Королева, участвуя в официальных церемониях, улыбается и делает все, что принято, даже если у нее очень болит голова. Но и в ритуалах обнаруживается индивидуальность, проявляясь в различных стилях. Стиль – это нечто такое, что не поддается контролю. Солдатам может быть приказано маршировать браво, но существует разница между искренним сотрудничеством энтузиастов и внешним приспособлением под страхом наказания. При соблюдении ритуалов, следовательно, участники не имеют большого выбора в отношении того, что следует делать, но они различаются по качеству исполнения.

Из сравнения пяти типов ситуаций становится очевидно, что, по мере того как возрастает степень формализации группы, диапазон выбора сужается, ибо участники сковываются все более четко определенными экспектациями своих коллег. Эти наблюдения могут быть суммированы в несколько более формальном утверждении: *в любом совместном предприятии степень, в которой индивидуальный участник может безнаказанно преследовать свои личные интересы, обратно пропорциональна степени формализации этого предприятия.* Выраженное в бихевиористских терминах, это утверждение превращается в тавтологию, но

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

Если в большинстве случаев человек играет стандартную конвенциональную роль, как же тогда может быть обнаружена его личность? Она проявляется в спонтанных влечениях, во внутренних склонностях, многие из которых сдерживаются и не открываются другим людям. Например, в группе солдат, наказываемых офицером, каждый будет принимать 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 определяют, какого рода существо представляет собой этот человек. Личность может рассматриваться как состоящая из потенциальных действий. Это совсем не то, что люди действительно делают; это направление, 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 опасность быть пойманным с поличным устраняется, некоторые намеренно нарушают правила и могут даже испытывать дополнительное удовольствие 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 нечестное. Итак, сознательно или бессознательно, люди стремятся реализовать те возможности, которые соответствуют их основным ценностям.

Когда человек переходит от одной конвенциональной роли к другой, шаблоны его явного поведения изменяются, но личность остается во многом той же самой. Тот, кто был стеснительным и робким ребенком, вероятно, будет во многом таким же и сорок лет спустя. Внешне он может стать общительным и даже властным, но его внутреннее предрасположение останется тем же самым. Если в юности он был склонен считать виновным во всех неудачах других, но воздерживался от высказывания этих взглядов вслух, став преуспевающим финансистом, он может уже не бояться предъявлять обвинения открыто. Это не означает, конечно, что человеческая личность обязательно фиксирована на все время. Она возникает путем адаптации, кристаллизации последовательных приспособлений к условиям жизни. В некоторых отношениях она напоминает средство для

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

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

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

Тема 6

ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ БОЛЬШИХ 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 условная общность людей, выделяемая на основе определенных социальных признаков (классовой принадлежности, пола, возраста, национальности); 2) реальная, значительная по размерам и сложно организованная общность людей, вовлеченных в ту или иную общественную деятельность. В ГБ вырабатываются нормы поведения, общественные и культурные ценности и традиции, общественное мнение и массовые движения, которые через посредство малых групп доводятся до сознания каждого 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 производства; по их отношению (большей частью закрепленному и оформленному в законах) к средствам производства, по их роли в общественной организации труда, а следовательно, по способам получения и размерам той 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.

гой, благодаря различию их места в определенном укладе общественного производства»¹.

3. *Люмпены* (нем. lumpen – лохмотья) – деклассированные слои – бродяги, нищие, уголовные элементы, бомжи².

4. *Маргиналы* (лат. marginalis – находящийся на краю) – личности и группы, находящиеся за рамками характерных для данного общества основных структурных подразделений или господствующих норм и традиций). Процесс маргинализации сопровождается утратой индивидом субъективной идентификации с определенной группой, сменой социально-психологических установок³.

5. *Нация* (лат. natio – народ) – исторически складывающийся тип этноса, представляющий собой социально-экономическую целостность, состоящую из связанных *производственными отношениями* общественных классов. Нации складываются и воспроизводятся на основе общности территории, экономических связей, языка, некоторых особенностей культуры, политического склада и этнического (национального) самосознания⁴.

1. 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 порождает 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 способам и мотивам их воздействия.

Первый вид объединяет большие социальные общности, сложившиеся в ходе исторического становления и развития общества, они занимают определенное место в системе общественных отношений, устойчи-

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 возрастные группы, классы.

Второй вид больших групп – это искусственно организованные общности, такие, как партии, профсоюзы, массовые социальные и политические 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 устойчивой структуры и организации.

Четвертый вид составляют особые социальные общности – маргиналы и люмпены, с особой психологией и особыми причинами возникновения.

Наконец существует единая общность, которая объединяет все виды больших групп, – Отечество или Родина. На особенность этой общности указывал еще Цицерон: «Много есть степеней общности людей. Но самой тесной, самой близкой и дорогой оказывается та связь, которая возникает в силу принадлежности к одной и той же гражданской общине. Родина – и только она вмещает в себя общие привязанности»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 сложились 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 общности. В то же время общие свойства, общие черты в группах не являются абсолютными и наделены присущими только им признаками, обусловленными экономическими, географическими, культурными, климатическими факторами. Поэтому сквозные характеристики больших групп одного вида наполняются специальным для каждой группы своим внутренним содержанием.

Ведущая деятельность больших групп порождает их особую психологию, сознание, идеологию и поведение. По определению Д. Ольшанского, социально-групповое сознание – это исторически обусловленный уровень сознания членами большой группы своего положения в

¹ Цицерон. Об обязанностях. Историки Рима // Библиотека античной литературы. – М., 1970. – С. 9.

системе разделения труда, общественных отношений, своих групповых интересов и потребностей. Содержание группового сознания складывается из осознаваемых элементов групповой психологии, которые приобретают более четкие рационализированные формы¹. Особенность группового 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 потребностей, целей и интересов данной группы, обобщенных и выраженных в научной форме. В идеологию входят ценности, нормы и образцы поведения группы. Групповая идеология развивается последовательно: от групповой психологии – формируется групповое сознание и через него – 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. Групповое сознание в своем развитии проходит три фазы.

В первой фазе происходит стихийное развитие потребностей большой группы, которое зависит от положения группы в системе разделения труда.

Вторая фаза отражает противоречия между прошлым опытом группы и её новыми потребностями и ориентациями. Преодоление противоречий 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 противостоять другим идеологиям.

Помимо фаз, групповое сознание проходит три уровня развития.

Первый уровень – «внешне-типологический». На этом уровне представители большой социальной группы идентифицируют себя и друг друга 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 См.: Ольшанский Д.В. Политическая психология. – СПб., 2002. – С. 294 и далее.

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

Продвижение группового сознания по уровням зависят от объективных и субъективных факторов и от состояния группы – «группы в себе» или «группы для себя». «Группа в себе» – это группа, представители которой, выполняя определенные функции в обществе, еще не могут осознать свою роль, свое особое положение и действовать в соответствии с ними. «Группа для себя» – такая группа, часть представителей которой осознают преимущества своего положения и инициируют политические процессы, отражающие потребности, интересы своей группы. Следовательно, в этом случае группы создают институты и перестраивают социально-политическое устройство «под себя».

2. Психология классов, наций, ее проявление в политике

Большие социальные группы имеют свои политико-психологические 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 состав потребностей. Основообразующими классовой психологии являются следующие компоненты.

Набор социальных ролей. Эти роли вытекают из социального положения личности, они формируют соответствующее им поведение.

Социальная ориентация – это, прежде всего, внутреннее ощущение принадлежности личности к какому-либо классу и стремление усвоить нормы этой общности.

Ценностная ориентация. Личность признает и исповедует те политические, 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 классовую психологию, проявляются в эмоциональном самоощущении, свойственном группам разных классов («Мы – буржуазия», «мы – рабочий 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, поведение, привычки, традиции бытия.

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

Психология наций. Для анализа психологии больших национально-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, сложившуюся 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 общественной психологии больших групп.

Национально-этническая психология как политико-психологический феномен представляет собой единство двух основных факторов – национального характера и национального сознания. Первый характеризуется как иррациональное, а второе – как рациональное проявления. Это двухуровневое образование в совокупности образует национальный характер, который отличает одну нацию от другой. По определению Д. Ольшанского, *национальный характер* – это совокупность наиболее устойчивых характерных для данной нации, особенностей восприятия 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 национальной общности. Общие черты национального характера возникают это вследствие психического отражения общности и условий жизни на одной территории.

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

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

Проблема стереотипа и этноцентризма связана с национальным сознанием. Национальное сознание – это совокупность социальных, политических, 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 национальным характером (Д. Ольшанский, Г. Предвечный), и оно более рационально. Национальное сознание включает в себя отношение конкретной нации к своим ценностям.

В целом национальное сознание – это продукт длительного исторического развития нации, в результате которого сформировались следующие 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 – чувство принадлежности к данной нации, чувство носителя языка и культуры, 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 формированием и укоренением в психике противопоставления «мы» и «они», которое носит оценочный характер и способствует формированию национального стереотипа и этноцентризма.

Национальный стереотип. В сознании каждого народа в стереотипной форме присутствуют представления о типичных качествах представителей 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 модели поведения по отношению к какой-либо нации, к отдельным её представителям. Например, дискриминационное и эксплуататорское отношение 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 нации сквозь призму культурных традиций и достижений, ценностей собственного народа. Этноцентризм – это совокупность массовых иррациональных представлений о собственной этнической общности как о центре, вокруг которого сконцентрированы остальные национальные группы. Эти представления являются психологическими образованиями массового сознания. Они выступают в виде образов своего народа, щедро наделенного положительными чертами. В самооценке нации эти черты намного превосходят аналогичные черты других национальных общностей. 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 субкультура». В конфликтных ситуациях следует больше ожидать проявления национальной переговорной культуры, основанной на национальных особенностях.

По утверждению Д.С. Лихачева, корни различий кроются в особенностях 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, Германии, Италии, народов Востока и Кавказа. Поэтому, по его утвержде-

нию, русская культура универсальна и терпима к культурам других народов. Если эту характеристику применить к политическим переговорам, то терпимость означает высокую адаптивную способность русской переговорной культуры. Д.С. Лихачев отметил и отрицательную черту русского национального характера, которая проявляется в стремлении все доводить до крайности, до пределов возможного, и после жесткой позиции неожиданно перейти на почти полное принятие предложений другой стороны. 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. Стереотипы самовосприятия египтян, например, сформировали в их сознании склонность рассматривать Египет как один из древнейших очагов цивилизации, а себя – продолжателями исторических традиций страны, как свою историческую миссию. Поэтому, утверждает У. Квант, 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 особенности сторон. Эти особенности следует учитывать в ходе ведения переговоров и, по возможности, даже извлекать из них свою пользу¹.

3. Психология маргинальных групп и люмпенизированных слоев

Наряду с исторически сложившимися устойчивыми и организованными большими группами, существуют группы и слои со специфическим статусом.

Маргинальные группы составляют люди, оказавшиеся на «обочине», «окраине». Американский социолог Р. Парк включил в это понятие социально- и политико-психологические последствия неадаптации мигрантов к требованиям новых социальных групп. Иначе говоря, это люди, которые оказались за рамками привычных для себя социокультурных норм.

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

Какую нишу они занимают в политической жизни общества? Исследуя маргинальные группы, Э. Стоунквист установил, что у представителей маргинальных групп две судьбы, либо им уготована роль лидеров 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. Потеряв связи со своим слоем, они не могут полноценно войти в новые культурные слои. В результате возникает промежуточная «барачная субкультура» с соответствующей ей психологией поведения. Поскольку маргинальные группы отчуждены от общества, то часто их характеризует подавленное или агрессивное настроение. Система ценностей у них деформирована и они могут навязывать окружающим антиценности. Политическое сознание таких элементов находится на низком уровне, все интересы замкнуты на себе, слабо развита рефлексия и саморефлексия.

Неадаптированность к новой культурной среде при потере прежней зачастую формируют у людей маргинальных групп комплекс неполноценности, озлобленность или полную апатию к социально-политической жизни. В последнее время, как утверждает Д. Ольшанский, появились попытки маргинальных слоев свои антиобщественные организации превратить в доминирующие – захват власти, например хунтой, кликой и т.д. А в целом, многие исследователи видят в маргинальности истоки будущего политического радикализма.

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

Первоначально люмпенами называли представителей низших слоев общества, деклассированных и деморализованных, неспособных к организованному и самостоятельному самовыражению в рамках социальных норм. В дальнейшем этот термин характеризовал состояние сознания и поведения людей разных слоев, но с набором первоначальных признаков люмпенов. Факторами формирования люмпенизированных слоев обычно является стремление осуществить быстрые реформы, сопровождающиеся разрушением прежней социальной структуры. Так, резкое деклассирование населения и дестрафикация общества в ходе политических и социально-экономических реформ в России в 1990 г. выделили 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 статус в ходе реформ, не сумевших психологически выжить и приспособиться к новым условиям и постепенно «скатившихся на дно».

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

В определенной мере люмпенизированные слои опасны для общества непредсказуемостью своего поведения. Неустойчивая психика, отсутствие межличностных отношений, слабая роль эмоций, отсутствие групповых норм, ценностей и сплоченности, отсутствие цели и перспектив лучшей жизни формируют антиобщественное поведение и, как следствие, нарушается логика человеческого существования. Обычно локус контроля слоя – экстерналистский, следовательно он направлен на поиск «внешних врагов». Причину своего положения обычно объясняют только условиями внешней среды. В редкие моменты саморефлексии представители этого слоя перекладывают ответственность за свое положение на внешние силы. Отсюда формируются безнадежность, неуверенность, тревожность, апатия, агрессивность, подозрительность и конфликтность, которые и находят выход в антиобщественном поведении. Нередко негативные состояния людей этого слоя деструктивные силы используют для дестабилизации общества в политических целях.

4. Психология элит

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

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

В. Парето считал, что элиту составляют люди, получившие в своей 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 способностями обладают в высшей степени». Г. Моска считал элитой людей, наиболее активных в политике и ориентированных на власть¹.

В науке выделяются три основных критерия оценки политической элиты: 1) позиционный – объясняет степень влияния представителя политического слоя (элиты) в зависимости от его места во власти; 2) репутационный – 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 неодинаковые способности и возможности участвовать в политической деятельности.
- Закон разделения труда – необходимость профессионализма и управленческой компетентности.
- Престиж – высокая общественная значимость принадлежности 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 политических решений, разработка планов); изучение и анализ интересов разных групп, интегрирование их; формирование политических институтов, координация их деятельности; осуществление кадровой политики во всех сферах и ветвях власти. Главная функция политической элиты – это вы-

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 источники политического капитала, как экономические, культурные, социальные, психологические, силовые, символические средства подчинения. Можно попытаться составить обобщенный портрет элиты, который характеризуется такими качествами: высокий уровень личной политической культуры, глобальность восприятия и оценок происходящих событий, 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 взаимоотношениях, одинаковые представления о средствах достижения цели и правилах поведения.

Существуют разные способы формирования элит, которые являются показателями проницаемости или непроницаемости группы, прозрачности 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 политическими характеристиками. Политические убеждения, установки, поведение, сознание претендентов должны совпадать с требованиями селектората и демонстрировать готовность подчиняться групповой установке. Поскольку конкурентной борьбы нет, то личностные достоинства 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 политического сознания и корпоративности поведения.

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

необходимы в политической деятельности. Эта система имеет ряд достоинств, 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, общении и связях. На этой почве формируются одинаковые (или общие) представления о целях политической деятельности, социального статуса участников власти, психологии участия в политической деятельности и стиля поведения. Сплоченность и кооперативность, часто наблюдаемые в среде политической элиты, являются показателями примерно одинаковых качеств интеллекта и стремления 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 процессы этногенеза, антропогенеза и расогенеза, существующие концепции 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 подчиняться 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 биогеохимической 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 загадочных, буквально взрывных популяций – стай саранчи, леммингов, вдруг появляющихся в гигантских количествах, чтобы броситься в воды океана. Подобные влияния испытывает и человек, реакция на них становится 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 определенного типа космического излучения, которое вызывает пассионарный толчок – мутацию гена человека, отвечающего за восприятие энергии организмом из внешнего мира. Особенность этих толчков – их кратковременность. За последние три тысячи лет было достоверно зафиксировано девять пассионарных толчков: четыре до нашей эры и пять за последние два тысячелетия.

Суть явления пассионарности состоит в следующем. До мутационных изменений человек получает из окружающего мира энергии ровно столько, сколько ему необходимо для нормальной жизнедеятельности. 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 – пассионарностью. Избыточная энергия может быть направлена на организацию завоевательных подходов или научных экспедиций, создание новой религии или научной теории. Если же люди, обладающие этим признаком, соберутся вместе, объединенные одной целью, находясь при этом в благоприятных географических условиях (необходим разнообразный ландшафт), появится зародыш нового этноса, начнется бурный процесс этногенеза, 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 стереотипы. Именно эти стереотипы и создают пассионарии.

Таким образом, процесс этногенеза Гумилев связывает с пассионарностью – появлением внутри старого этноса или нескольких этносов людей с повышенной тягой к действию. Это становится пусковым механизмом этногенеза.

По Гумилеву, этногенез – энергетический процесс получения однократного 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 составляют цикл жизни этноса продолжительностью около полутора тысяч лет, если этнос не гибнет раньше по внешней причине. Фазы развития этноса связаны с определенными уровнями пассионарного напряжения, что внешне выражается в специфических для каждой фазы стереотипах поведения.

1. После пассионарного толчка наступает *фаза подъема* продолжительностью 200–300 лет, связанная с экспансией нового этноса, который создают пассионарии, ставящие перед собой задачу формирования нового сильного государства и идущие для этого на любые жертвы. Окружающие народы воспринимают новый этнос как общность крайне активных людей, появившуюся как бы вдруг, на месте нескольких незначительных племен и активно отстаивающих свои интересы, часто за счет соседей. Основной императив поведения на этой фазе: «Будь тем, кем ты должен быть». Примером могут служить все молодые народы: предки современных англичан и французов в IX в., монголы в XII в. и т.д.

2. Затем наступает *акматическая фаза*, когда пассионарное напряжение 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 избытком пассионарности часто вводит этнос в состояние пассионарного перегрева, когда избыточная энергия, тратившаяся в фазе подъема на бурный рост и экспансию, уходит на внутренние конфликты. Акматическая фаза, продолжающаяся следующие 300 лет, – одна из самых тяжелых 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 предыдущей фазы – создание великого государства – уже достигнута. Примером 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 напряжения 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 – бродяги, люмпены, босяки, бомжи. Эти признаки означают наступление *фазы надлома* – кризисной фазы, продолжающейся 200 лет. Жизнь в фазе надлома очень тяжела. Мы это знаем на собственном опыте, так как наша страна находится в конце этой фазы. Западная Европа пережила ее в период реформации и контрреформации, уплатив за свое нынешнее спокойствие не менее кровавую дань, чем Россия в XX веке.

4. 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 снижение уровня пассионарного напряжения. При этом укрепляется государственная власть, социальные институты, интенсивно накапливаются материальные и духовные ценности, активно преобразуется окружающая среда. В этносе доминирует «тип золотой посредственности» – законопослушного, работоспособного человека. «Будь таким, как я!» – господствующий императив поведения в период инерционной фазы сменяет императив предшествующего периода: «Мы устали от великих». Это означает, что люди, наконец, начинают понимать, что именно индивидуальности, пытающиеся проявиться во всей оригинальности, представляют наибольшую 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 напряжения этноса постоянно снижается, что приводит к неизбежному упадку, скрытому вначале за маской процветания, которая сбрасывается после последнего фазового перехода.

5. Важной причиной кризиса обычно бывает резко возросшее воздействие цивилизации на природу, которая в конце концов не выдерживает этой нагрузки. (Вспомним, например, что все крупные цивилизации древности оставили после себя пустыни, занявшие место прежних плодородных земель – Вавилон, Египет и др.) Наступает *фаза обскурации* – старости этноса, что соответствует возрасту этноса в 1100 лет. В это время пассионарное напряжение падает до отрицательного 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 циничные 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, эмоционально и умственно неполноценные, но обладающие повышенными требованиями к жизни (не выходящими, правда, за пределы того, что нельзя съесть или выпить). Всякий рост становится явлением исключительным, трудолюбие подвергается осмеянию, интеллектуальные радости вызывают ярость. Все продажно, никому нельзя верить, ни на кого нельзя положиться. Происходит настоящий естественный отбор. Но наступает возмездие. Субпассионарии разъедают тело народа, как клетки раковой опухоли – организм человека, но победив, т.е. умертвив соперника, 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 незначительная здоровая часть этноса.

6. Иногда бывает возможна *фаза регенерации* – временное восстановление этнической системы после обскурации за счет пассионарности, сохранившейся на окраинах ареала. Примером может служить Византия в последний период своей истории. Казалось, что после падения Константинополя 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 великой 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.

7. Но в любом случае – это короткий всплеск активности накануне завершения процесса этногенеза, которым является *мемориальная фаза*. К этому времени этническая система уже потеряла пассионарность, и лишь отдельные ее члены продолжают сохранять культурную традицию. Память 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 пуэбло и других, некогда могучих этносов, превратившихся в малочисленные «племена». Кристаллизованная пассионарность – искусство – спасло 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 большинством были пассионарии, многим мешавшие, но придававшие этносу сопротивляемость и стремление к переменам. Агрессивность этнической системы исчезает, но снижается и ее резистентность (сопротивляемость). А это значит, что взамен приобретенных идут утраты.

Дальше все зависит от соседей. Если они не будут нападать, то остатки этноса будут продолжать меняться, превращаться в милых, безобидных людей, гостеприимных и доброжелательных. Они продолжают терять память о прошлом, а вместе с ней и ощущение времени. На конечном 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, члены которых не знают даже, сколько им лет (хотя прекрасно ориентируются в джунглях). Но эти этносы живут в контакте с более пассионарными 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 *этнической гомеостаза* происходит очень плавно и выглядит как постепенное забвение традиций прошлого. Жизненный цикл повторяется из поколения в поколение, система сохраняет равновесие с ландшафтом, не проявляя каких-либо форм целенаправленной активности. Этнос в это время состоит почти целиком из гармоничных людей, достаточно трудолюбивых, чтобы обеспечить всем себя и свое потомство, но лишенных потребности 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.

Тема 7

ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ НАСТРОЕНИЙ

Вопросы:

1. Массовое настроение и политическое сознание масс.
2. Массы, их виды и характеристика.
3. Способы организованного формирования массового сознания.
4. Политическая психология массовых 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, проявляющиеся в качестве положительного или отрицательного эмоционального 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 непосредственные эмоциональные реакции по поводу происходящих событий, меняя соответственно направление мыслей, восприятие человека. В зависимости от степени осознанности причин, вызвавших то или иное настроение, 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 времени. Оно представляет собой не только самое массовое явление социальной психологии, но и одну из наиболее значительных сил, побуждающих 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 демонстрациях и митингах, в мирное и военное время. Одной из его форм является массовое настроение, способное захватить и объединить в одно социальное или политическое движение самые различные социальные слои, группы и классы общества¹.

1. 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 определений массы разных авторов:

1. Массы как недифференцированное множество людей, гетерогенное по составу для СМИ (Г. Блумер).
2. Массы как механизированное общество, а человек в нем – придаток 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 общества со своей психологией (Д. Ольшанский). Она возникает ситуативно и проявляется в разных формах поведения. Главным элементом психологии 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 совпадения, совмещения, пересечения каких-либо значимых компонентов политического сознания индивидов. Содержание массового сознания составляют знания и представления, нормы, ценности, образцы поведения, которые одинаково разделяют множество индивидов – масса. Немаловажную роль играют идеология и религия, которой придерживаются индивиды, 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 образования, так как само понятие «массы» изменчиво и ситуативно. Динамика развития масс зависит от степени охвата людей тем или иным общим психическим состоянием. Массовое сознание первоначально может созреть в рамках «индивид – группа – массы».

В структуре массового сознания различают два уровня.

Эмоционально-действенный уровень характеризуется эмоциональным 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 привычные 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 компонентов, таких, как знания и массово обсуждаемая социально-политическая информация. Компонентами здесь выступают и ожидания множества людей от политики, и оценка ими своих возможностей влиять на политику, быстро меняющееся мнение, настроение в оценке текущих политических и социальных событий, власти в целом или лидера. Наконец, рациональный уровень массового сознания формирует социально-политические, мировоззренческие, культурные и религиозные ценности и предпочтения, составляющие базу политического выбора масс.

Массовое сознание проявляется в массовом поведении, чаще всего стихийно, ситуативно, временно, как ответ на особые события. Формами стихийного поведенческого следствия массового сознания являются агрессия и паника. Массовому сознанию свойственны эмоциональность, подвижность и изменчивость, аморфность, противоречивость и размытость, а индивид когда становится частью массы, действует под властью инстинктов и иррациональных чувств. Особые свойства массового сознания описал Б.А. Грушин, основным из которых является «самопожертвование», способность возникновения и изменения в процессе их общественного бытия, то есть основы массового сознания формируют свою массу, а она в свою очередь формирует свое сознание¹.

Массовое сознание возникает в силу того, что люди, даже в отсутствие 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 психологии Д. Ольшанский выделил в качестве оснований для дифференциации 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 – неразвитое); характер выраженности (сильный, средний, слабый);
- ✓ особенности языковых средств (нормативные, ненормативные)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), направленность чувства и фантазий, способность эмоционально реагировать на действительность.

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

Третий уровень – *это общий объем информации, циркулирующей в обществе*, в том числе и информация, которую специально направляют в массы через различные каналы – СМИ, образовательные и воспитательные 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 неупорядоченные 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 профессии.

✓ Масса может состоять из индивидов, принадлежащих к разным крупным и локальным группам.

✓ Между членами массы почти нет взаимодействия и обмена переживаниями. 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 деятельности.

Таким образом, масса состоит из конгломерата обособленных, изолированных индивидов в политике, но однородных по своему сознанию, 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 трансформирует, 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 позы действовать 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 положены границы. Если границы ставятся искусственно, то есть путем создания институтов, применяемых для сохранения закрытых масс, то всегда существует опасность извержения массы, которое время от времени и происходит. Инструментов, которые навсегда и гарантированно предотвратили бы рост массы, не существует.

2. Внутри массы господствует равенство. Оно абсолютно и неоспоримо и самой массой никогда не ставится под вопрос. Оно фундаментально важно, настолько, что массовое состояние можно было бы определить именно как состояние абсолютного равенства. Голова – это голова 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 заслуживает внимания. Все требования справедливости, все теории равенства, 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.

¹ См.: Канетти Э. Масса и власть. – М., 1997.

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

4. Масса требует направления. Она в движении и движется по направлению к чему-то. Направление, общее для всех участников, усиливает ощущение равенства. Цель, которая лежит вне каждого отдельного индивида и для всех одна и та же, отменяет и уничтожает неравные частные цели, признание которых для массы смертельно. Для ее постоянного направления необходимо. Страх перед распадом, всегда бодрствующий 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. 3. Фрейд дал характеристику массы, в которой просматриваются эти причины: «Масса легковерна и чрезвычайно легко поддается влиянию, она не критична, неправдоподобного для нее не существует. Она думает образами, порождающими друг друга ассоциативно, – как это бывает у отдельного человека, когда он свободно фантазирует, – не выверяющимися разумом на соответствие с действительностью. Чувства массы всегда 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 поведения. Это поднимает вопрос о том, каким образом ведет себя масса. Ответ обусловлен стремлением каждого индивида ответить на собственные нужды. Форма массового поведения парадоксальным образом выстраивается из индивидуальных линий деятельности, а не из согласованного 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 Фрейд З. Массовая психология и анализ человеческого «я». – Тбилиси, 1991.

вытекающие из сдвигов в избирательных интересах массы. Из-за подобных 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 упорядочении 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 сохраняется сравнительно недолго. В случае, если упустить момент, массовое сознание становится неуправляемым, и рациональное в поведении масс уступает эмоциональному уровню и становится стихийным и неуправляемым, остановить которое может уже только сила.

3. Способы организованного формирования массового сознания

Массы в данном контексте рассматриваются как спонтанно возникшие, временно функциональные, с особым сознанием, имеющие чаще всего негативные поведенческие следствия. Как правило, негативно настроенное сознание масс возникает под влиянием совместного переживания социально-политической информации, или события, вызывающие массовую озабоченность, так как эти факторы могут иметь реальное негативное воздействие на условия жизни масс. Эта тревога формирует сходные эмоции, переживания и призывы что-то делать у множества индивидов, и они предпринимают какие-либо действия для защиты своих интересов. Вместе с тем, масса является не только стихийным субъектом социально-политических отношений, но и объектом целенаправленного воздействия, направленного на формирование сознания 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 системы, и поведение в поддержку ценностей этой системы.

Одним из множества способов воздействия на массы является символическая политика (СП) как особый род политической коммуникации. Символическая политика особенно эффективно влияет на чувства, 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) посредством инценирования визуальных эффектов и эстетизации политики. Перечисленные действия осуществляются с помощью символов, которые составляют экспрессивно-смысловую основу политики. Символическая политика служит эмоциональным рычагом для масс, так как она формирует чувства, настроения и как ожидаемую реакцию – поведение масс (в начале ситуативное и временное, но постепенно переходящее в установки и стереотипы).

Вызвать экспрессию (эмоциональную поддержку) у масс необходимо любому политику и политической системе, для того, чтобы привлечь 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 менее важных причин, символический аспект является морально легитимным, а зачастую и необходимым элементом политики.

Символическая политика наиболее эффективно воздействует на массовое сознание и настроение, когда другие средства малоэффективны, утратили интерес, или утратили 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 мобилизации 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 инценирует 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 значимого события в жизни нации в форме массового праздника с сопутствующими ему зрелищностью и совместным участием в нем масс. В такие моменты происходит психологическое единение масс изнутри и с властью, вырабатываются одинаковые чувства, вызванные общезначимым праздником. В таких мероприятиях политические характеристики событий вытесняются эстетическими. Массы оценивают не столько значимость празднуемого события, сколько его внешние выражения – зрелищность, развлекательность, испытывают при этом чувство единства и благодарности властям за праздник. В этом ряду формирующую функцию выполняют парады. Особый настрой, четкость, филигранная синхронность действий участников парада, музыка, знамена, чеканный шаг и строй – создают впечатляющую атмосферу восхищения, гордости, уверенности, чувство защищенности, и возвышенного настроения. Совместные положительные эмоции формируют в сознании масс патриотические чувства. Помимо этого, военные зрелищные мероприятия выступают и как устрашающие факторы, демонстрируя силу и организованность.

За использованием символических ресурсов политики кроются прагматические мотивы системы: апеллируя к эстетическим, патриотическим чувствам масс, система одновременно формирует положительное 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 помощью которых производится и демонстрируется значение и смысл политической 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. Известные 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 таких запоминающихся в массовом восприятии, зрелищным массовым событием стала манифестация молодежи к первой годовщине президентства В.В. Путина на Васильевском спуске у Кремля в поддержку политического курса своего президента. Тысячи молодых россиян из движения «Идущие вместе» выстроились в футболках цвета Российского флага. На футболках – портрет ВВ. Путина и надпись «Все путем». Без воз-

званий, речей, агитаций эта надпись продемонстрировала полную поддержку и одобрение деятельности президента и власти в целом. Используя молодежную субкультуру, организаторы манифестации воздействовали на массовое сознание эстетически привлекательной демонстрацией политического выбора молодого поколения России.

Использование презентативных символов – также один из ресурсов символической политики. Особый смысл этого способа заключается в подаче политических идей для массового восприятия. Трансляция на массовое сознание социально-политических идей и смыслов, их значение производится визуальными средствами и в материализованной форме. Социальная память и сознание формируются художественными средствами, такими как картины, кино, монументы, памятники, мемориальные комплексы и музеи. Эти символы былой славы, совместной борьбы за отечество и настоящих достижений играют консолидирующую общую роль, вырабатывают в массовом сознании чувство не только исторической преемственности поколений, но и совместную ответственность за будущее. Особенность воздействия на психологию масс этих символов в том, что они постоянно находятся на виду, в целом формируя историческую память нации (сообщества).

Семантические ресурсы политики – также эффективная форма воздействия на массовое сознание и настроение. Воздействие осуществляется 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, перестановка смысловых акцентов. Эти действия направлены на придание информации того содержания, которое выгодно политической системе или политику, или политической ситуации. Но подобное манипулирование политическим языком одновременно направлено и на удовлетворение глубинных инстинктов масс (индивидов их составляющих) и на удовлетворение желаний публики (как в известной песенке – «а потом полюби, а потом обмани»). Наиболее запоминающимся примером насильственного изменения первоначального смысла слов в памяти масс остался телекомментатор С. Доренко, которого народ метко прозвал «телекиллером». В период морального «расстрела» Ю. Лужкова, С. Доренко настойчиво 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 антинародную 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 необходимости является политикой не чуждой фантазии. Она должна опираться на какую-то высшую идею (нации, родины даже на идею фикс). Эти идеи внедряют, возвращают в сознании каждого человека массы, пока не внушат. Потом они превращаются в коллективные образы и действия»¹.

4. Политическая психология массовых настроений

Массовое настроение в социально-политической действительности – это психически однородное состояние множества людей как реакция 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 составляющие, испытывают психологический комфорт или дискомфорт:

✓ степень удовлетворенности или неудовлетворенности масс социально-политическими условиями своей жизни;

✓ субъективная оценка массами своих возможностей для реализации 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 осознанному мнению, носящим обобщенный характер, рационализированный условиями жизни, ее нормами и устоями. Массовые политические настроения при их явной выраженности, могут захватить и объединить в одно социальное или политическое движение самые различные слои, группы, классы общества. Природа массовых настроений обусловлена двумя факторами: с одной стороны, – притязаниями множества людей, связанных с массовыми потребностями и интересами; с другой, – несоответствием этих притязаний и ожиданий реальным условиям жизни.

Спектр переживаний формирует у масс самые разнообразные настроения, которые выражаются в различных формах. Наиболее замет-

ные – это активные настроения психологической готовности к политическим 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 положение людей, так и в форме восторга по отношению к тем силам, которые обеспечивают реальное достижение притязаний масс. Особая форма проявления настроений масс – «пассивные настроения». Они выражаются через безразличие и апатию масс, вызванные неверием в возможность преодоления разрыва между «должным» и «сущим», то есть между потребностями и возможностью их достижения. Подобное настроение масс можно определить как своеобразный паралич притязаний, мотиваций и активных действий.

Особую форму приобретает скептическое настроение масс, переходящее в политический нигилизм. Подобное настроение сопровождается риторическими вопросами: «Ну и что изменят в нашей жизни ваши новые постановления (программы, концепции)?». Такое настроение неверия масс формируется прошлым опытом несоответствия обещания власти с реально ожидаемым. Скептическое настроение масс («все равно обманут») парализует их стремление и желание к активной политической деятельности в своих интересах. Значительная часть общности теряет веру не только во власть, 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 появляются противопоставления «мы» и «они» – это первый признак отчуждения масс от власти, что опять-таки парализует их мотивацию активных действий за свои права.

Возникновению противопоставления «мы» – «они» есть объяснение. Массовые настроения крайне заразительны и быстро распространяются по закону «циркулярной реакции». Этому способствует также трудность прямого контроля за сознанием масс. Массовые настроения легко и быстро объединяют людей со сходными социально-политическими потребностями, или одинаково значимой для них проблемой. Сходство потребностей, притязаний, ожиданий и невозможность или нежелание властей 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. Подобное совпадение вселяет веру в перспективу положительной динамики

¹ Московичи С. Век толпы. – М., 1996. – С. 124.

социально-политических процессов, а следовательно, – в перспективу улучшения положения. В целом, массовое настроение в социально-политической жизни – это субъективная оценка действительности, пропущенная сквозь фильтр интересов, потребностей, притязаний и ожиданий множества людей. На характер массовых настроений влияют в основном два фактора:

Объективный фактор – это не зависящий от масс реальный, предметный и объективный мир – реальная действительность.

Субъективный фактор – это влияние на формирование настроения масс разных представлений людей о реальной действительности в свете субъективных интересов каждого. Пересечение этих представлений у множества людей рождает соответствующее сходное настроение.

5. 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 недостижимости желаемого.

Этап необходимости перемен. На этом этапе возникает ощущение необходимости что-то изменить. Первоначально на индивидуальном уровне, затем на групповых уровнях, и конкретные группы конкретизируют 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 психологической усталостью, демобилизацией активности масс. Подобное состояние может быть вызвано реализацией желаемого, либо невозможностью изменить обстоятельства в свою пользу и ощущением необходимости смириться и привыкнуть к ним. Эти чувства могут привести к деморализации масс.

Этап нового подъема настроений масс. Со временем наблюдается новый подъем настроения масс. Неудовлетворенные интересы поднимают 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 социального развития, и постоянный источник озабоченности любой власти. Политическая власть вынуждена считаться с феноменом массового настроения, потому что массовая поддержка любой власти обеспечивается постоянным взвинчиванием притязаний людей. Окрыленные обещаниями 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 циклы развития массовых настроений повторяются вновь.

Все виды массовых настроений по их направленности можно разделить на три группы: прогрессивные массовые настроения, реакционные массовые настроения и агрессивные массовые настроения с соответствующими массовыми поведенческими следствиями.

Массовые настроения выполняют определенные функции в социально-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 людей за счет объединения их в массу на основе сходных настроений.

Функция формирования субъекта массовых политических процессов 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 долга, 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 революционных, действий до постепенных, затяжных преобразований по характеру (типу) настроения различаются как конструктивные или деструктивные политические действия, направленные на модификацию системы или ее разрушение.

Функция стратегической политико-психологической оценки связана с отсроченным влиянием массовых настроений. Функция формирует массовое настроение стратегического плана и долгосрочное отношение к политической реальности. Так, масса под воздействием настроения может совершить какие-либо действия, а затем по истечении времени, остановиться, осмыслить и оценить содеянное и при этом может выявить, что ожидания не оправдались.

6. Воздействие на массовое настроение и прогнозирование их развития

Одним из основных способов воздействия на массовое настроение является осуществление притязаний людей в реальной действительности. 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 настроений 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 настроения играет массовая пропаганда. Она воздействует на чувства, сознание, настроение масс, через систему организованного воспитания (школы, вузы, учреждения), массовые коммуникации, массовую культуру, мемориалы, музеи. Этот блок воздействия на массовое настроение проходит через примеры, образы и образцы общественного устройства и обращен непосредственно 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 политическая акция, которая заменила все виды вербальной пропаганды. *В Москве по улице Горького под конвоем провели колонну пленных немцев. 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 мочные машины и потоками воды мыли за колонной дорогу. Это было символично – смоем всех немецких оккупантов с нашей земли. Эта акция сильно повлияла на настроение масс – они воочию убедились, что «непобедимая» немецкая армия вполне реально победима, а победа СССР в этой войне неотвратима, и вселила надежду и уверенность на скорое окончание войны.*

Способы воздействия на массовое настроение достаточно разнообразны. 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 нормативными. Результаты анализа позволяют увидеть и оценить степень политико-психологического единства общества, выявить настроение “pro et contra” (“за” или “против”). Далее, как предлагает Д. Ольшанский, следует оценить содержание доминирующих настроений с учетом интересов политической системы и общечеловеческих интересов. Причины возникновения настроений – также объект предварительного анализа. Важно выявить связь настроений масс с их притязаниями и возможностью их удовлетворения 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 распространенность 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 многофакторности. 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 метод – 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 собеседника или аудиторию.

Уловка 1. Перевод спора на противоречия между словом и делом («зажимание рта»). Когда Госдума стала активно призывать к поддержке Югославии оружием, раздалась 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 непререкаемым авторитетом. В своей речи «О правом уклоне в ВКП(б)» И. Сталин критикует Бухарина как теоретика партии. «Говорят, что Бухарин является 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 доучиваться». 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, поддавшись 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», – примерно в таком духе высказался Жириновский. Непредвзятый просмотр того злополучного эпизода убедительно доказывает, что Жириновский потерял над собой контроль, даже растерялся, не зная, что ответить. Поэтому 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 Лебеда, у которого 7%. Тут же, сопоставляя рейтинги, скажем Примакова и Зюганова, он замечает, что разница между ними в 1% – это допустимая при таких исследованиях статистическая погрешность.

¹ Сталин И.В. О правом уклоне в ВКП(б). Сочинения. – Т. 12. – М., 1949. – С. 69.

² Там же. – С. 69.

³ Там же.

Уловка 5. «Ложный стыд». Г. Зюганов прибег к этой уловке в одной из своих брошюр. «Все честные люди видят ту обстановку, в которой находится наша страна, наше общество, понимают, насколько обстановка подошла к критическому рубежу, и ищут выход из этой драматической 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 каждый 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 делается не на доказательство тезиса, а на эмоции аудитории.

Уловка 8. Внушение. «Убедительный тон и манера часто убедительнее самого основательного довода»². Этой уловкой очень успешно пользовался диктор С. Доренко, который в отличие от своих коллег Е. Киселева, 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 – ответ И. Сталина «Всем организациям и товарищам, приславшим приветствия 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, провозглашая 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».

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 приветствия 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 доводы – 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. «Задача 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,

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.

психологические уловки и «палочные доводы». Кроме того, С. Поварнин выделяет такие уловки, как: отступление от тезиса, лживые доводы, произвольные доводы, «мнимые доказательства», – все эти уловки могут быть отнесены к разделу «преднамеренный обман». В изложении Р. Фишера и У. Юри, в развернутом виде эти три основных приема манипулирования в споре выглядят так:

1. Преднамеренный обман

- ✓ фальшивые факты;
- ✓ неясные полномочия противоположной стороны;
- ✓ сомнительные намерения партнеров по переговорам.

2. Психологическая война

- ✓ создание стрессовой ситуации;
- ✓ личные нападки;
- ✓ уловка «хороший полицейский – плохой полицейский»;
- ✓ угрозы.

3. 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 средством 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».

ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ СТИХИЙНОГО 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 физического или психологического вреда, ущерба либо на уничтожение другого человека или группы людей. В значительной части случаев агрессия возникает как реакция субъекта на фрустрацию и сопровождается эмоциональным состоянием гнева, враждебности, ненависти. От подобной реактивной агрессии в различных ее проявлениях (аффективная агрессия, импульсивная агрессия, экспрессивная агрессия) следует отличать враждебную агрессию, характеризующуюся целенаправленно-осознанным намерением нанесения вреда другому, и инструментальную агрессию, 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 создаваемом «образе врага». Готовность субъекта к агрессивному поведению рассматривается как относительно устойчивая черта личности – агрессивность.

2. *Паника* (от греч. *panikon* – безотчетный ужас) – один из видов поведения толпы. Психологически характеризуется состоянием массового страха перед реальной или воображаемой опасностью, нарастаю-

щим в процессе взаимного заражения и блокирующим способность рациональной оценки обстановки совместного противодействия.

3. *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 отражают также общественное мнение и настроение, более общие социальные стереотипы и установки аудитории и, наконец, информационную ситуацию в регионе. Слухи зачастую являются источником ложной, искаженной информации¹.

1. Механизмы стихийного поведения

Стихийное поведение – это массовое неорганизованное поведение под воздействием каких-либо социально-политических или бытовых явлений. Базовыми механизмами стихийного поведения являются: 1) взаимоподражание; 2) внушение; 3) массовое подражание друг другу.

Вместе эти три механизма обеспечивают эмоциональное взвинчивание индивида, группы, затем охватывают всю массу.

Основу неуправляемого массового поведения составляет «циркулярная» 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 круговую форму, и та или иная эмоция, подхваченная другими, возвращается к вам же. За период кружения этой реакции создается настроение общности. 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 ситуация, когда грубо нарушается привычная форма жизни людей или возникает угроза стабильности группового существования. В целом эти причины можно назвать как социальное беспокойство общества. Обычно социальное 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 «броуновское» движение масс. Суета и тревога вызывают еще большее напряжение и позывы к какому-либо действию.

¹ Психология: Словарь / Под ред. А.В. Петровского. – М., 1990. – С. 9; 266; 365.

2. 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.

3. Постепенно возрастает раздражительность и внушаемость людей. Внимание их становится изменчивым, непостоянным, непоследовательным. Люди становятся более восприимчивыми к другим, но менее твердыми в своем настроении и образе действий. В целом, общность становится «эмоционально заведенной», и происходит деиндивидуализация, частичное исчезновение индивидуальных черт личности, потому что коллективное чувство возбуждения, интенсивно распространяясь, вызывает социальную инфекцию (эмоциональное заражение). Социальная инфекция быстро и бессознательно распространяет коллективное настроение, порывы и формы поведения. В таком состоянии люди испытывают 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 объединения.

2. Психология толпы негативных эмоций, виды толпы

Толпа как субъект стихийного поведения в политической психологии – это множество людей, не связанных между собой общностью целей и единой позиционно-ролевой организацией, но объединенных общим центром внимания, сходством эмоционального состояния и одним типом массового сознания¹.

На существование толпы влияют психические факторы, одним из которых являются негативные эмоции. В данном контексте мы рассматриваем толпу, подверженную негативным эмоциям.

Толпа негативных эмоций – это случайное множество людей без внутренних связей, которые становятся общностью, охваченной одинаково 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-

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 ответственности 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 беседовал 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) сенаторы – 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 характеристику психологии не только толпы, но изменению психики индивида в толпе: «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, образования и культуры человека»³.

Таким образом, люди в толпе «против» ведут себя под одинаковыми 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.

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

✓ отсутствие привычки анализировать свое поведение, безволие, 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 остановились из любопытства, пытаясь выяснить что-то друг у друга, а по закону «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, «выпустив пар», она может мирно разойтись. К этому виду относится экстазическая толпа – всевозможные секты, боевые танцы, карнавалы.

Конвенциональная толпа – люди, составляющие эту толпу, связаны общим интересом, заранее обусловленным массовыми развлечениями, 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 такие мероприятия теряют смысл и назначение. Конвенциональной (законной) толпа называется потому, что на эти мероприятия проданы билеты, есть свои места, присутствует охрана и заграждения. Но границы этой толпы достаточно хрупкие, и любая провоцирующая ситуация может трансформировать ее в агрессивную толпу.

Действующая толпа – это наиболее важный в политике, вид толпы, 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
Кольшется, хрипло сопя.
Зевак и случайных прохожих,
Неслышно вбирая в себя.
Затягивает, как тряпина, -
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 одновременно испытывают неприязнь друг к другу, потому что боятся, что кто-то больше ухватит, чем он, что ему может не достаться, что кто-то может его опередить;

г) *мятежная толпа* – это вид действующей толпы, и обычно действия 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 долговременные причины, так как они порождают и создают психологическую готовность действовать «против». В целом эти причины: 1) создают высокий уровень напряженности в обществе; 2) формируют состояние эмоционального перевозбуждения; 3) нагнетают чувство беспомощности, отчаяния и бессилия; 4) имеют тенденцию накапливаться, трансформироваться в состояние социальной и политической апатии. Если долговременные причины вовремя не будут устранены, они могут создать базу социального взрыва. К таким долговременным условиям-причинам относятся экономические, политические, социальные и культурные факторы.

Политическое поведение толпы поддается контролю, но до определенной 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. Остановить толпу может и шутка, меткое слово, находчивость и самообладание. В Тбилиси в 1989 г. (после известных событий) «Заря Востока» напечатала страшную историю о том, как один из лебедевских десантников 3 км бежал за старушкой и зарубил ее лопаткой. На улице к А. Лебедю 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 бабка, 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 негодю?

Вопросы А. Лебеда сняли проблему и утихомирили толпу¹.

3. Массовая паника и массовая агрессия

Одним из наиболее заметных и политически важных видов поведения толпы является *паника* – эмоциональное состояние, возникающее как следствие дефицита информации о какой-либо пугающей или непонятной 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 пропасть, огонь и воду без видимой причины. Паническое поведение, «начинаясь внезапно, это безумие распространялось с пугающей быстротой и влекло всю массу животных к гибели. Спасаящаяся толпа представляет собой типичный случай панического поведения»².

Паника возникает при определенных условиях и под воздействием следующих причин:

- информационные причины – отсутствие информации о пугающей ситуации или избыток ее;
- психологические причины – внезапный испуг, сильное удивление, изоляция от людей, сознание бессилия перед опасностью, неожиданность событий, неадекватная реакция;
- социально-психологические и политические причины – паника, спровоцированная кем-либо агрессией к власти и ответом власти; отсутствие групповой солидарности, дисциплины и группового действия; отсутствие лидера, способного прекратить панику; слух о каких-либо акциях по отношению к каким-либо группам.

¹ См.: Пятьдесят политических портретов: Практикум по политической психологии / Под ред. Т.Ч. Кочкаровой. – Бишкек, 1999. – С. 63.

² Социальная психология / Под ред. Г.П. Предвечного и Ю.А. Шерковина. – М., 1975. – С. 293.

В результате все эти вместе взятые причины могут создать и вызвать импульсивные действия, потому что страх, вызванный этими и другими причинами, взаимно заражает, блокирует способность рационально оценить обстановку. Паническое поведение нарастает поэтапно: потрясение → замешательство → круговая реакция → эмоциональное кружение → паническое бегство. Параллельно могут произойти два последствия: 1) люди могут проявить агрессию как проявление защитной функции; 2) у них может наступить оцепенение, усталость, безразличие.

Чтобы воздействовать на паническое поведение, необходимо снизить интенсивность эмоционального заражения, вывести человека из гипнотического влияния данного состояния, рационализировать и индивидуализировать его психику. В минуты паники, как советует Д. Ольшанский, одним из эффективных способов повлиять на нее является жесткое управление. Кто-то должен стать образцом для других – дать команду 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, направленные на причинение страдания, физического и психологического вреда, иногда и на уничтожение людей.

Психологию разрушительного поведения объясняет внутренняя агрессивность, которая вырывается во внешнее поведение. Внутренняя агрессия накапливается в результате эмоционального состояния как реакции на переживания социально-политических проблем, невозможность 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 подчеркивают общую закономерность причин, вызвавших ее – это накопившееся чувство безнадежности, массовая безработица, низкооплачиваемая работа, национальное угнетение или неприязнь, провокационные действия власти или зачинщиков агрессии.

Существует ряд условий, которые могут вызвать массовые агрессии.

Физиологические причины – алкоголь, наркотики, которые формируют отрицательные эмоциональные состояния, возбуждают и стимулируют действия.

Психологические причины – состояние безнадежности, фрустрации, убеждения, что уже нечего терять;

Ситуационные причины – наличие предводителя, зачинщика, наличие того, кто действием покажет, как действовать (нападение на полицию, погромы);

Провокации, как причины – преднамеренное или необдуманное действие власти, провоцирующее агрессию масс как ответ.

В целом, чтобы агрессия развилась до массовых действий, нужны: 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 агрессивных намерений, запугивание без физических действий (ритуальные танцы, военные парады в моменты социально-политического напряжения 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 политической точки зрения – это самый бессмысленный вид агрессии. Она лишена 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 целенаправленное нанесение вреда. Это самая сильная форма агрессии в быденном понимании.

Инструментальная агрессия, проявляясь в форме внешней демонстрации 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 осознанными проявлениями агрессии. Они развиваются в таких массовых социально-политических явлениях, как террор, геноцид, в религиозных и национальных столкновениях. Все формы массовой агрессии подчиняются: 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 существовали) свои механизмы и методы по предупреждению насильственных форм поведения в конфликте. М. Мид отмечает, что эскимосы во время специальных церемоний под звуки барабанов наносят оскорбления друг другу. Смысл подобных действий заключается в том, чтобы через театрализованную разрядку предотвратить конфликтное поведение

в реальной жизни¹. Этот церемониал своего рода очищение, катарсис – 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 достигается с помощью СМИ – крупные планы в теленовостях, фиксирующие лица участников съемки, в некоторых странах полиция стала метить активистов 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 толпы. *Вольтер жил в изгнании в Лондоне как раз в то время, когда анти-французские настроения достигли самой высокой точки. Однажды, прогуливаясь 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 рожден англичанином?» В ответ на эти слова толпа разразилась приветственными криками и, не тронув, проводила его до самого дома².*

4. 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 информацией». Возникновению слухов способствует ряд причин.

Интерес аудитории. Этот интерес может стать причиной возникновения слухов, если определенная проблема актуальна для масс и связана с потребностями людей или с ранее известными слухами.

Дефицит в надежной информации. Неудовлетворенность интереса и информационных потребностей может вызвать распространение социально-политических слухов, по-своему объясняющих события. Люди, не найдя официальной информации, начинают сами объяснять, до-

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 пустующий информационный вакуум. По выражению Д. Ольшанского, начинается «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 напряжении, и пытаются снять их коллективно при помощи слухов. Люди сами 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 психологическую нужду – как рассказчика, так и слушателя: рассказчик, передавая слух, делится не только информацией, но и делится тревогой, неуверенностью. Проговорил – уже легче: «тебе половина и мне половина», теперь не только мне тревожно.

Происходят при этом и другие процессы: слушатель испытывает облегчение – хоть что-то стало известно, и тут же передает эту информацию другому слушателю. При этом через слухи компенсируется эмоциональная недостаточность – рассказчик получает удовольствие от реакции 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 других 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. Имиджевразрушающая информация, набирая обороты, обрастая домыслами и «личным вкладом», формирует о «жертве» слухов негативное общественное мнение. Подобная кампания преднамеренной дискредитации политика получила название «черный пиар».

В целом слухи отвечают направленности и потребностям определенных групп людей, каждый из которых верит в то, во что хочет верить. Именно подобная группа с обостренной потребностью в слухах является источником циркуляции социально-политических слухов.

Типология слухов. Известны две основные типологии слухов. Одна базируется на степени их достоверности, другая ставит в центр их эмоциональную окраску.

Информационная типология. В эту типологию входят слухи, основные функции которых – донести информацию, т.е. распространить ее. С этой точки зрения, можно выделить четыре типа: абсолютно недостоверные слухи; недостоверные; достоверные; близкие к достоверным (правдоподобные).

Эмоциональная типология. Слухи этого типа рассчитаны на эмоциональную реакцию, причем как позитивную, так и на негативную. Одним из таковых типов является слух-желание. Он содержит эмоциональное 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 одновременно две функции: у одних – поддерживает надежду их существования, сдерживает негативные эмоции и возможную агрессию. Но с другой стороны, когда слухи-ожидания не осуществляются, могут возникать противоположные эмоции – гнев, ненависть, агрессия к тем, от кого зависело осуществление этих надежд. При любом варианте у заинтересованных сторон появляется возможность манипулировать массами, используя особенности воздействия слухов.

Слухи-отвлечения – тоже один из типов, которые намеренно формируют, 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. Содержание слухов несет ярко выраженную направленность вызвать негативные эмоции. Опять-таки, они должны отражать потребности людей, вызванные какими-либо масштабными событиями (стихийное бедствие, слух о подготовке переворота, о передаче территории другим государствам). 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 стимулирование агрессивных действий. Такие слухи возникают в случаях, например, 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, массовых 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 приводили 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 заряд»¹. Причем слухи сопровождаются призывом отомстить, остановить нелюдей и т.д. И в результате возникает аффективная общность людей, уже бесконтрольных в своих действиях.

Разоблачающие слухи – наиболее опасны, поскольку имеют политический характер и преследуют определенные цели – сломать, разрушить согласованную жизнь общества, взвинтить общественное спокойствие. Примерами могут послужить слухи о зверствах федералов в Чечне, и наоборот. В результате, два народа внутри одного государства испытывают не только неприязнь друг другу, но и призывы 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 обратной связью. Результаты профилактики слухов зависят и от политического руководства. В случае интенсивной циркуляции слухов в обществе, политическое руководство должно незамедлительно отреагировать на психологические нужды и ожидания людей – подтвердить, или разъяснить, 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 ссылок на слухи. Эффективно действует на подавление слухов официальная превентивная информация, опять без ссылок на слухи, но опро-

¹ Ольшанский Д.В. Политическая психология – СПб., 2002. – С. 459.

вергающая их. Превентивная – пока слухи не приобрели массовый характер. В других ситуациях эффективно действует разоблачение замысла слуха как в Римском праве – «кому это выгодно».

Наконец, когда содержание и интенсивность слухов приобретают угрожающий характер для общественной стабильности, применяют меры пресечения и наказания – моральное осуждение, административное наказание и уголовное преследование.

В заключение приведем один пример бесконфликтного пресечения распространения слухов косвенным приемом. Инцидент произошел между В.В. Путиным в период возглавления им ФСБ России и премьером 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 кадрами. Он не раз и не два говорил мне, что Путин убирает опытных чекистов, 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.

5. Сплетни и их психологические функции

Сплетни – одна из разновидностей слухов, но они выполняют несколько другие функции. Сплетни обычно осуждаются, но они живучи, продолжают «питать» определенную категорию людей со специфическими 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 сплетен в общественной жизни Д. Ольшанский, – «слухи касаются всех – в этом залог их массовости. Сплетни касаются немногих, но эти немногие интересны многим»².

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 интимный характер с оттенком пошлости, непристойности. Сплетни непечальны и относятся к разряду информации, о которой нельзя писать. Передача сплетни – это особый способ единения «любителей», она создает ощущение принадлежности сплетников к определенному кругу посвященных, так как информация передается секретно. В какой-то степени сплетни вызывают внутреннее удовлетворение у людей с заниженной самооценкой или комплексом неполноценности, как обладание «тайной» 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 выворачивает информацию наизнанку. Сплетня – особое дополнение к официальной информации и выступает как ее изнанка. Услышав сплетню, человек уже не нуждается в правдивой информации и насыщает эмоциональный голод необъективной информацией – «так хочется клубнички...!». Сплетня не ликвидирует недостаток информации, она дезинформирует.

Аффелятивно-интеграционная функция. Сплетня собирает, интегрирует сходные характерные черты людей с одинаковыми ценностями, обменивающихся сплетнями. Сплетники – это особые люди, подчас с извращенным вкусом, они тянутся друг к другу и создают свое специфическое «мы» – по психологической близости свойств характера, привычек, вкуса. Это чувство можно определить так: «те, с кем мы занимаемся сплетнями – это всегда как бы “свои”». Возникает группа с особым 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 объект не конкурент.

Проекционно-компенсаторная функция. Дословно у Д. Ольшанского: «Сплетня – это художественное творчество в жанре устного рассказа. Жанр диктует свои законы: на объект сплетни проецируются вытесненные 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 приобретают статус факта.

Функция социального контроля. Сплетня, формируя общественное мнение, выступает как скрытый механизм контроля над элитой, т.е. конкретными 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 дискредитации конкурента, чтобы испортить репутацию, вызвать негативные эмоции.

В целом сплетня – ложная или истинная, проверенная или не поддающаяся проверке, пристрастная, хотя и правдоподобная информация о вещах и обстоятельствах, которые могут рассматриваться как личные, но имеют широкий социальный резонанс потому, что касаются закрытых 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 царевича Дмитрия, люди ударили в этот самый колокол, и он загудел набатным 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 человека, 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 история, начавшаяся в Угличе после самосуда над Битяговским. Борис Годунов 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 сброшен с колокольни, лишен крестного знамения, ему отрубили одно ухо, вырвали язык, и на площади публично, при народе, было нанесено ему сто двадцать ударов плетью. Затем корноухий колокол (так отныне стали звать его) был приговорен к ссылке, туда же, куда отправлялись шестьдесят угличских семейств, в Сибирь. Ссылные 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, меняясь в упряжке, тянули очень тяжелый колокол по болотам, по трактам и бездорожью, по лесам и горам. Не раз падал со станка корноухий колокол – края его зазубрились, и весь он потемнел, но трещины не дал. Многие угличане не дошли до Пельмы, 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 поэта. 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 ссылных мятежный колокол прибыл в Тобольск. Тогдашний тобольский воевода, князь Лобанов-Ростовский, велел сдать его в приказную избу, где он был записан так: «Первоссылный неодоушевленный с Углича».

И целых триста лет пробыл корноухий колокол в ссылке. Не раз русские образованные люди, любящие родную историю, просили правительство вернуть колокол на родину – в Углич. Цари – один за другим – упорно отказывали в этом, свыше столетия отказывали. И только в 1892 году, когда юридически удалось доказать, что «первоссылный неодоушевленный» полностью отбыл срок наказания, было разрешено вернуть колокол в Углич.

...Колокол возвращался торжественно, по Волге он плыл на особом, лишь для него предназначенном пароходе, еще в дороге были возвращены ему ухо и язык, и встречали его торжественно – главное духовенство, народ, интеллигенция. А в Угличе, куда колокол прибыл поздно 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 колоколом, 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 духовенство понимало, что возвращена и торжественно принята не религиозная реликвия, а бунтарская, народная. Духовенство и правительство вынуждены были вернуть колокол на родину и почетно встретить его, но к богослужениям этот колокол призвать народ не мог, ему не доверяли этого! 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 политической психологии.
2. Легитимность власти и психология достижения согласия.
3. Психологические характеристики средств власти.

Интеллектуальная разминка

1. *Власть* – это один из важнейших видов социального взаимодействия, специфическое отношение по крайней мере между двумя субъектами, один из которых подчиняется распоряжениям другого, в результате этого подчинения властвующей субъект реализует свою волю и интересы.

2. *Источники власти* – властное первоначало. В качестве источников власти могут выступать авторитет, сила, престиж, закон, богатство, харизма, тайна, интерес и др.

3. *Субъект власти* – воплощает в себе ее активное, направляющее начало. Им может быть государство и его институты, политические организации (партии), политические элиты и лидеры, социальная общность.

4. *Объекты власти* – индивид, социальная группа, масса, класс и т.д.

5. *Функция власти* – государство, руководство, регуляция, контроль, управление, координация, организация, мобилизация.

6. *Ресурсы власти* – принуждение, насилие, убеждение, поощрение, право, традиции, страх, мифы и т.д.

7. *Основания власти* – экономические, социальные, юридические, административные, силовые, культурно-информационные.

Отличительные черты политической власти

1. Легальность в использовании силы и других средств властвования 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 общественную. Государственная власть обеспечивается соответствующими политическими институтами (парламент, правительство, судебные органы и т.д.), органами правопорядка (полиция, армия, прокуратура и т.д.), а также юридической базой. Общественная власть формируется партийными структурами, общественными организациями, независимыми СМИ, общественным мнением.

Политическая власть существует в двух основных формах: официальной, легитимная власть с формализованной структурой и неформальная, неофициальная, нелегализованная власть – власть влиятельных групп и лиц, групп давления, лидеров кланов. В этой форме власть может приобрести теневой, подпольный, мафиозный характер¹.

1. Феномен власти в политической психологии

О власти или хорошо,
или правду.

Малкин

Проблему власти изучают и анализируют многие науки, такие, как политология, юридическая наука, история, социология и политическая 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 отвержение (причины).

В.В. Крамник в работе «Социально-психологические механизмы политической власти» объектами психологического анализа власти считает:

¹ Политология / Под ред. М.А. Василюка. – 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 более эффективную политику, особенно при модернизации, реформах, которые сопровождаются резкими, иногда противоречивыми процессами в массовом сознании. Помимо этого, знание этих проблем повышает социологическую, 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 социальной 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 интересов; открывается доступ к политической деятельности для многих членов общества; формируется общенародный консенсус по основным вопросам внутренней и внешней политики.

Социально-политические отношения заставляют политическую власть учитывать потребности большинства граждан. Это, в свою очередь, дает возможность власти, опираясь на эти потребности, получить поддержку. Без политической поддержки любая власть не может держаться длительное время, поэтому поиск поддержки, создание массовой социальной базы является основой политической деятельности. Степень поддержки власти определяет уровень общественного мнения о политике, которое оказывает реальное воздействие на политическую власть. В демократической системе общественное мнение становится контролирующим фактором, основной силой и опорой власти, а следовательно, и государства.

Поддержка в определении политической психологии есть относительно свободная от принуждения форма политического подчинения.

В отличие от принуждения, она выступает как положительное отношение 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 отношение к власти. Психологические особенности такой поддержки:

- ✓ поддерживают цели, но не борются за них (пассивная поддержка);
- ✓ 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 присутствует 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 отношению к власти, которые проявляются в практической деятельности на стороне власти. Внешняя поддержка в основном проявляется в следующих 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 тактику 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-управленческие отношения в целом представляют собой:

- ✓ настроенную и выверенную совокупность институтов (организаций, учреждений);
- ✓ институты и комплекс действий (методы, приемы, политтехнологии). Этот комплекс власть использует для регулирования и поддержания своих многообразных экономических, социальных, духовных взаимоотношений с социальными образованиями и учреждениями.

При этом должна решаться главная задача – чтобы политико-управленческая система решала политические и другие проблемы, соблюдая 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 оказывают всестороннее воздействие на массовое сознание, формируют «демократическую базу – согласие управляемых» Любое общество нуждается в согласии (гражданском консенсусе), и оно выполняет ряд определенных функций, таких как: 1) тенденцию сдерживания; 2) предотвращение кризисных явлений; 3) регуляцию интересов и ценностей.

Демократия непосредственно строится на согласии, и это согласие 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, недовольствам и выступлениям масс. Система в ответ делает вынужденные уступки. 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, объяснения) команды власти.

Когда власть не способна вызвать эмоциональные и интеллектуальные реакции у масс, то она вынуждена прибегать к насилию. Поэтому деятельность власти по вызову эмоций и реакций масс на свою политику имеет особое значение. В это время формируется система *политической ориентации*. Эти ориентиры по возможности “заземляют” в массовом сознании, переводят внешние императивы власти во внутренние императивы граждан, что демонстрирует – требования власти массы безоговорочно поддерживают и принимают.

Политические ориентации имеют системный характер и свою сложную структуру. Когнитивно-эмоциональная подструктура выступает как совокупность разнообразных установок: общих и особенных; сознательных и бессознательных; критических и догматических; традиционных и инновационных; активных и пассивных; правдивых и ложных; конфронтационных и согласительных.

Политико-управленческие круги влияют на эти установки соответствующими способами. Взаимосвязь и переплетение *установок со*

способами влияния дают различные типы восприятия и понимания и оценки политики.

Мотивация политических ориентаций. Мотивация политических ориентаций предстает как система и имеет свою структуру. В мотивационном плане они предстают как система ценностных ориентаций (мотивов), и как заинтересованных (добровольных) и принудительных мотивов политического поведения.

Добровольные мотивы подчинения – это когда власть вознаграждает за подчинение, то есть происходит обмен: за подчинение власть предлагает гражданам выгоды и привилегии.

Принудительные мотивы имеют другой характер взаимоотношений власти и граждан. В этом случае политическое поведение мотивируется следующими факторами: 1) осторожностью, трусостью; 2) уступчивостью людей под давлением запретов, приказов; 3) угрозами власти применения силы или насилия морального, физического, психологического.

В целом, политическая власть опирается на первый и вторые варианты мотивов подчинения. Власть не может и не должна полагаться только на один из этих мотивов. Каждый из них несет свою политическую нагрузку, выполняет свои психологические функции и имеет свои границы. Только в необходимом сочетании они могут обеспечить эффективное и стабильное функционирование политического механизма.

2. Легитимность власти и психология достижения согласия

Легитимность власти – понятие, характеризующее степень согласия между управляемыми и управляющими. Легитимность – необходимое условие стабильности и эффективности власти. Как утверждает Е. Шестопал, 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 случае, 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 согласия граждан подчиняться существующей власти. Многие системы рушились под ударами восстаний, массовых протестов, хотя к моменту их гибели в распоряжении еще были средства подавления и идеологического воздействия.

Сначала легитимность утрачивается для управляемых. Они перестают 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 традициям собственной легитимности, подкрепленной соответствующими институтами и ритуалами. Кроме того, система обратной связи информирования власти о положении дел в обществе в основном фиксирует такие показатели, как уровень преступности, размах забастовочных и протестных 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, появление 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 представленность в повседневной жизни средств принуждения. Например, большое количество хорошо вооруженных полицейских на улицах заставляет предположить, что граждане не готовы подчиняться ей добровольно, следовательно, не считают ее легитимной. Если же средства принуждения не присутствуют на улицах, то в сознании граждан это свидетельство 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, основанную на традиции; легитимность, основанную на праве; легитимность, основанную на харизме.

Легитимность, основанная на традиции – властные отношения регулируются традиционно сложившимися установлениями.

Легитимность на праве или господство закона означает, что люди 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 существующее в государстве обеспечение социального воздействия.

Легитимность, основанная на харизме, базируется на признании исключительного права конкретного человека или конкретной группы. Легитимность харизматического типа предполагает приписывание носителю власти, или группе, которая осуществляет власть, выдающихся свойств.

На легитимизацию политической власти влияют такие факторы, как фактор времени – люди привыкают к определенному способу правления, к определенному типу власти, к традиционным ритуалам и атрибутике.

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 постоянно 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 соперничество 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 способом являются выборы. Там, где люди выбирают власть и наделяют ее определенными полномочиями, этой власти и принимаемым ею законам принято подчиняться. При этом происходит дистанцирование должности 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 людей о божественном происхождении власти. Но этот способ легитимизации 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, питающейся от исторических корней. Убеждение граждан в том, что именно

эта власть лучшим и единственно возможным способом учитывает, защищает культурно-историческую специфику данного народа и данной страны, также способствует легитимизации власти.

Но следует предупредить, что такой способ легитимизации более характерен для неэффективных и объективно опасных для собственного народа режимов. Потому что ссылаясь на национально-культурную специфику обычно оправдываются бесправие собственного народа и нежелание проводить политические и другие реформы.

Демократические режимы тоже стараются связать себя с национальной символикой и историческим прошлым своей страны. Этой цели служат исторические художественные романы, в которых герои предсказывают 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 предрасположена.

Легитимность власти с психологической точки зрения (Е.Б. Шестопал) представляет собой субъективную законность – т.е. сами люди, а не только юридические, международные и церковные институты признают 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 подчиняться установлениям власти, является суверенитет.

Суверенитет – это право власти управлять конкретной территорией в конкретное время. По утверждению Е. Шестопала, важность этого аспекта властных отношений видна при анализе сепаратистских движений, 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 например, могут приобретать большие полномочия, но до устранения катастрофы 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 суверенитета может породить конфликты и разночтения – должностное лицо может объявить ситуацию чрезвычайной и потребовать особых полномочий, но с этим могут не согласиться рядовые граждане. Подобная ситуация может возникнуть и по поводу определения момента прекращения временного суверенитета.

Легитимность и суверенитет взаимообусловлены. Потеря легитимности неизбежно приводит к отказу в суверенитете власти над данной территорией. (*Потеря легитимности власти КПСС повлекла за собой потерю суверенитета власти Москвы над союзными республиками.*) Вариантов ситуаций может быть много, но роль психологического компонента в изменении отношения граждан к власти нельзя недооценивать. Люди не выступают против того, что считают законным и справедливым.

В любой цивилизованной стране власть всегда ставит задачу достижения легитимности – то есть согласия граждан на управление и на способы управления. Для достижения подобного согласия «власть – общество» существует ряд условий.

Первое условие достижения согласия – *идентификация*: государство должно декларировать популярные и понятные цели, добиваясь того, 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 современном мире источниками опасности могут быть: 1) экологические катастрофы; 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 *происходит консолидация всех групп, интересов и сил*, чего в других условиях бывает трудно достичь. Здесь на уровне не только коллективного сознания, но и на уровне коллективных инстинктов выживания происходит групповая солидарность и сплоченность, и как результат – консолидация на основе общего осознания опасности. Коллективное осозна-

ние опасности, коллективное переживание, инстинкты самосохранения на определенное время нейтрализуют или стирают существующие разногласия народа (или групп) с властью. Коллективный разум, сознание и инстинкты обращаются к власти и одобряют её действия в этой ситуации, что можно обозначить как «ситуативное согласие».

По утверждению Е. Шестопада, условием достижения согласия являются и мессианские цели, которые власть внушает народу о ее особом 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 собеседниками, потому что был уверен, что его голосом говорит весь немецкий народ, а его судьба – озвучить и осуществить чаяния немецкого народа и выполнить свое мессианское предназначение.)

Подобные мессианские идеи живут в сознании и у некоторых политиков: 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 устанавливается эффективная обратная связь с сообществом. При этом власти необходимо знание психологии управления и умение управлять, учитывающая особенности психологии масс, их интересы и потребности.

5. Психологические характеристики средств власти

Сила – как средство власти (она же форма подчинения).

Обладать властью в форме силы означает возможность оказать намеренное влияние на объект, ограничить его реальные и потенциальные возможности противодействовать власти. Такая возможность может быть реализована двумя способами 1) физическое применение силы; 2) воздействие 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 истерию 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 криминальными программами, и по всем каналам в самое «смотрибельное» время показывают боевики и детективные сериалы со сценами сплошных убийств, пыток, насилия.

Принуждение как средство власти и форма подчинения используется при несовпадении интересов субъекта и объекта власти. Источником подчинения здесь выступает угроза применения негативных санкций. Под угрозой следует понимать деятельность по изменению поведения или восприятие объекта. Индивид или группа (объект власти) в угрозе 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 побуждение связано с позитивными санкциями. Но есть и общее, что связывает 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 утилитарных 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 отличаются по своим конечным и побочным эффектам. Так, немедленной реакцией на принуждение являются страх, беспокойство, сопротивление. Побуждение же чаще всего вызывает надежду и ощущение поддержки 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 безразличия, враждебности и жестокости по отношению к объекту. Результаты подобного восприятия санкций людьми тоже противоположные. Позитивные санкции укрепляют стремление объекта власти сотрудничать с ним. Негативные препятствуют этому, ведут к усилению конфликта между субъектом и объектом и в целом к усилению неприязни к представителям власти.

Уже поэтому с помощью позитивных санкций легче обеспечить легитимизацию требований, чем с помощью негативных. Принуждение у людей всегда ассоциируется с насилием, следовательно, осуществление принудительной власти осуждается чаще, чем власть в форме побуждения.

Убеждение. Источником подобных средств власти выступают аргументы, которые власть может использовать для подчинения объекта. Подобную деятельность власти политическая психология определяет 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 мотивируется внешними стимулами.

Подобно другим средствам воздействия власти на массы, убеждение как средство тоже зависит от ресурсов, которые неравномерно распределены между людьми. Власть имущие тоже различаются своим умением убеждать, ораторским талантом, доступом к информации, умением 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 субъекта (т.е. власти) оказать скрытое влияние на сознание и поведение объекта (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 селекции. Селекция – это фильтрование информации, которая то утаивается, то смягчается, то переносится акцент и что-то усиливается, и в результате субъект (власть) выдает массам ту информацию, которая выгодна ей, власти.

¹ Способность убеждать зависит не только от персональных характеристик, 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 желаемую для себя реакцию масс, групп без прямого взаимодействия с ними и без прямого обращения к ним. Манипуляция поведением осуществляется путем корректировки планов, перспектив, программ, инструкций, статей законодательства, изменением системы начисления зарплат, 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 электронных средств. Современные открытия в области биологии и психологии дают власти мощные инструменты скрытого контроля над психикой людей и их деятельностью.

Вообще, манипуляция, как прямое воздействие на психику людей, 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 противника, который ограничивает его свободу. Поэтому этот вид воздействия (манипуляция) является самым бесчеловечным средством власти. Это даже бесчеловечнее физического принуждения, где жертва знает и видит, что является объектом чьей-то агрессии и может предпринять попытку как-то защитить себя.

Существуют различия между убеждением и манипуляцией: *при убеждении* субъект (власть) хочет, чтобы объект принял его точку зрения 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. Следовательно, при убеждении источником подчинения объекта является рациональность (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 воздействия 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 авторитетом и иногда полномочием. Поэтому под авторитетом всегда понимается 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 характеристиках субъекта, которые оценивают объект. Подобный тип авторитета представляет собой неофициальные отношения между субъектом и объектом. Это отношение между людьми, но не с носителями ролей (властных). Любовь, восхищение, дружба, психологическая предрасположенность к господству и покорности является основами персонального авторитета. Субъект (персоналия), имеющий определенные черты и способности, зависит от восприятия и оценки этих качеств объектом. Главная характеристика персонального авторитета – это компетентность, а в политической психологии источником компетентного авторитета является вера объекта (масс, групп) в то, что субъект (власть) превосходит его в знаниях и лучше понимает, как реализовать его интересы.

Традиционный авторитет. По определению М. Вебера «авторитет может называться традиционным, если легитимность обусловлена верой в святость власти и древних законов»¹.

Этот вид авторитета передается субъекту (власти) по традиции и зависит от его персональных характеристик. Примерами традиционного авторитета являются отношения между детьми и родителями; младшими 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 команды». Таким образом, легальный авторитет – это властные отношения, 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 несчастными. 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, небезопасно выглядеть слишком жаждущим власти, не скрывать своего стремления к ней. Нам следует казаться славными, честными и скромными. Так что приходится применять тонкое искусство – быть благонамеренными, но хитрыми, демократичными, но неискренними.

Такая постоянная двойственность более всего напоминает происходившие 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 находились в очень и очень щекотливом положении: необходимо было прислуживать своим повелителям, но если это выглядело откровенным лизоблюдством, слишком неприкрытым заискиванием, другие придворные не упускали случая обернуть это против них. Поэтому приходилось идти на ухищрения, чтобы попытки заслужить милость господина не выглядели слишком откровенными. И даже опытные придворные, способные 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 является собой цвет утонченности и цивилизованности. Грубое и неприкрытое рвение к власти не поощрялось, придворные действовали исподтишка, скрытно противодействуя 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 перехитрить и обойти противника. Удачливый придворный со временем постигал науку извилистых путей, обучался наносить удар в спину противника 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, хитрости, пуская в ход обаяние и интриги, всегда обдумывая план действий на много шагов вперед. Жизнь при дворе представляла собой бесконечную игру, которая требовала от участников постоянной бдительности и тактического мышления. Это была учтивая война.

Сегодня мы сталкиваемся с очень похожим парадоксом: все должно быть цивилизованным, приличным, демократичным и честным – на вид. Но если мы играем слишком точно придерживаясь этих правил, понимаем их слишком буквально, нас сомнут наши противники, если только они не такие же простаки. Как писал великий дипломат и придворный в эпоху Возрождения Никколо Макиавелли: «Всякий, кто старается все время быть хорошим, неизбежно в конце концов окажется погребенным среди огромного множества тех, кто нехорош». Двор воспринимал сам себя как кульминацию изысканности, но под блестящей

оболочкой скрывались темные страсти – алчность, зависть, похоть, ненависть клочкотали, 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 было всегда. Правила остаются все теми же. По видимости вы должны уважать честную игру, но на деле, если только вы не совсем простаки, 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 искусством 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, антиобщественной, 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 высказывают 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 добродетель. Но по-настоящему не имеющий власти человек, не преследующий никаких собственных интересов, не стал бы делать свою слабость достоянием общности, чтобы завоевать симпатии или уважение. Делать зрелище из своей слабости – в действительности очень эффективный прием в игре власти, утонченный и коварный.

Другой прием людей, заявляющих о неучастии во властных играх, – требовать равенства во всех областях жизни. Со всеми нужно обращаться одинаково, независимо от их положения и силы. Но если, избегая пороков власти, вы попытаетесь быть одинаково честным и справедливым со всеми, то столкнетесь с проблемой: оказывается, одно и то же удастся разным людям по-разному. Относиться ко всем одинаково – значит игнорировать различия, превозносить менее умелых, незаслуженно отодвигая тех, кто ведет себя подобным образом, на самом деле применяют совсем другой прием в борьбе за власть, управляя распределением наград.

Еще одним способом не вступать в игру могли бы стать совершенная 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 сочтет ваши откровенные признания совершенно объективными, не имеющими определенной личной мотивации. И они будут правы: в действительности жонглирование честностью – это еще один способ завоевания власти, его цель – убедить людей в появлении на сцене благородного, 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 безыскусственность и простоватость. И снова надо быть настороже, поскольку за наивным видом может стоять изощренная хитрость. Что же до неподдельной наивности, то и она несвободна от ловушек власти. Дети могут быть во многом наивными, но часто и они, ощущая примитивную потребность управлять теми, кто их окружает, действуют в соответствии с этой потребностью. Дети безмерно страдают, ощущая несправедливость 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 удачливы именно потому, что не обременяют себя рефлексией. Повторим: те, кто разыгрывает невинность, наивны менее, чем бы то ни было еще.

Вы сможете распознать таких предполагаемых игроков по тому, как они выставляют напоказ свои моральные качества, щеголяют благочестием, демонстрируют исключительное чувство справедливости и почти все человеческие действия в конечном счете направлены на достижение 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 действовать исподтишка, хотя некоторые из них пользовались ею неосознанно. Они страшно негодуют в случае, если их уловки становятся достоянием публики.

Если устройство мира можно сравнить с невероятным размером монарших дворцов, а другого мира нам не дано, то бессмысленно пытаться не вступать в игру. Это лишит вас какой бы то ни было власти, а от сознания бессилия вы почувствуете себя отверженным. Чем сражаться 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 перестанут 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 неизбежна, 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 практики. 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 власти – умение владеть своими чувствами. Эмоциональная реакция на ситуацию – это самое большое препятствие для власти, ошибка, которая обойдется вам куда дороже, чем любое временное удовлетворение, полученное 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 собственную реакцию на нее.

Гнев – наиболее разрушительная из всех эмоциональных реакций, он полностью затуманивает перспективу, лишает вас способности видеть. В результате вам не удастся удержать ситуацию под контролем, и уверенность врага в своих силах растет. Если вы стараетесь уничтожить врага, который причинил вам зло, гораздо лучше усыпить его бдительность, 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 менее всего подозреваете в участии в играх власти. Никто не в силах подавить гнев или любовь или заставить себя не испытывать их – не стоит и пытаться. Вам следует проявлять осторожность, контролируя их проявления, и, что особенно важно, они никак не должны влиять на ваши планы 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 пришла. Поработайте над созданием такого двойного лица – одно постоянно устремлено в будущее, другое в прошлое.

Девиз для будущего таков: «Всегда настороже». Ничто не должно застать вас врасплох, потому что вы обдумываете проблемы и трудности раньше, чем они возникают. Вместо того, чтобы терять время в мечтах 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 строите 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 мучают и мешают ясно видеть и понимать. Истинная цель обращенного назад взгляда в том, чтобы постоянно развиваться, вы смотрите в прошлое, чтобы учиться у тех, кто был раньше вас. Затем, после обращения к прошлому, вы пристальнее разглядываете собственные поступки и поступки друзей. Это самая важная школа для вас, так как, участь 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 ловушку». Если вы сможете оценивать и наблюдать себя самого таким образом, 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, полный 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 ближневосточном «Гильгамеше» боги пользуются привилегией применять хитрые уловки. Великих людей, например Одиссея, оценивают по их способности противопоставить плутовство могуществу богов и похитить часть их божественной силы, сравнивая 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 дистанцироваться от самого себя – если не приобретете способность быть разным, надевая ту маску, которая требуется в этот день и в эту минуту.

Такой гибкий подход к своему облику позволит вам избавиться от внутренней тяжеловесности, которая тянет людей вниз. Придайте лицу податливость, свойственную лицам актеров, учитесь скрывать от всех свои намерения, учитесь заманивать людей в ловушки. Игру с образами и совершенствование в искусстве обмана можно отнести к числу эстетических удовольствий, которые доставляет нам жизнь. Но это также ключевые 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 врагов, у которых если уж имеется что-то в избытке, так это время. Все хорошее будет происходить – трава вырастет снова, если дать ей время и заглянуть на много шагов вперед. А нетерпение только придает вам облик слабого. Оно противопоставлено 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 оцениваете 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 естественно для людей прикрывать свои действия оправданиями всех мастей, всегда утверждая, что у них были лучшие намерения. Вам следует научиться недоверчиво смеяться каждый раз, как вы это слышите, и вы никогда не обманитесь в оценке чьих-либо намерений и действий, невзирая на набор моральных суждений, которые на самом деле служат оправданием аккумуляции власти.

Идет игра. Ваш соперник сидит напротив. Вы оба ведете себя как джентльмены или как леди, соблюдая правила игры и не принимая ничего близко к сердцу. Вы играете, применяя различные приемы и наблюдая за ходами, которые делает ваш противник, мобилизовав все свое спокойствие. Набейте глаз, научитесь проследивать результаты 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 время 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 понимать мотивации, видеть сквозь пыльную завесу, которой люди окружают 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 манипуляций.

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 не прямой путь к власти. Будьте хитрым. Как у бильярдного шара, который много раз сворачивает, пока не достигнет лузы, ваши ходы должны быть спланированы и выстроены по самому неочевидному маршруту. Тренируясь в умении быть непрямолинейным, вы добьетесь процветания при современном дворе, выходя образцом благопристойности и являясь на деле мастером манипуляций.

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 событий, возникающее при непосредственном воздействии физических раздражителей на рецепторные поверхности органов чувств. Вместе с процессами *ощущения* восприятие обеспечивает непосредственно чувственную ориентировку в окружающем мире. Будучи необходимым этапом 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 противоположные 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, необходим 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, стабилизирующий или неконструктивный¹.

¹ Психология: Словарь / Под ред. А.В. Петровского. – М., 1990. – С. 66, 174.

1. Природа человека и социальный конфликт

Проблема возникновения конфликта включает такие вопросы, как причина конфликтов; роль конфликта в жизни общества и в жизни отдельного человека, и наконец, вопрос о возможностях регулирования конфликтов¹.

Вообще, понимание конфликта связано с пониманием природы самого человека. Существуют две диаметрально противоположные точки 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 племени, 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 соотношении индивида и общества Аристотель отдаёт приоритет обществу. Общество, государство для него первично и целостно, а отдельный человек – 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

¹ См.: *Здравомыслов А.Г.* Социология конфликта. – М., 1996. – С. 20 и далее.

² *Аристотель.* Политика // Антология мировой политической мысли: 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 погубить или покорить друг друга.

Таким образом, из равенства надежд на достижение цели возникает взаимное недоверие и оно является прямой причиной обозначенного 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 утверждению Гоббса, имеет внутри себя тенденцию самоуничтожения. Чтобы эта тенденция не реализовалась полностью, люди приходят к выводу о необходимости заключения между собой договора, результатом которого 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 данного общества. Следовательно, государство существует не от природы, а в силу общественного договора для обеспечения интересов самосохранения, 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 общественное начало, его способность сотрудничать с другими людьми. Он утверждает, что эта способность как бы заложена в самой природе человека, следовательно, это естественное свойство и способность сотрудничеству 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 достижения своих целей.

В зависимости от избранной точки зрения, определяется и подход к пониманию конфликтов. Из того утверждения, что люди способны сотрудничать (Аристотель), не следует, что они не способны к вражде, насилию, ненависти. В «Политике» указаны и источники конфликтов: 1) неравенство имущественное; 2) неравенство получаемых почестей.

При этом Аристотель уточняет, что причина конфликта не в самом 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 факторами возникновения конфликтов.

Главную причину конфликтов Аристотель видит в стремлении государственных 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. Основанием 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 одновременно всем, следовательно, в отношениях между людьми заложен конфликт. Это не означает, что люди не способны к сотрудничеству. Но это сотрудничество они осуществляют не в силу своих природных влечений, а в силу принуждения, страха перед наказанием за нарушение общественного договора, согласно которому власть в обществе передаётся государству.

Гоббс, как и Аристотель, анализирует причины конфликтов. Одной из них, как он считает, является то, что человек, добившийся власти, не использует её в полной мере в интересах мира внутри и защиты государства 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 соотношении свободы и равенства. С точки зрения Аристотеля, государство существует от природы, следовательно, люди от природы не свободны от его установлений и не могут быть равны между собою. Более того, 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 распределении 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 государству 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 состоит, следовательно, в законопослушании и в инициативе в тех случаях, которые в силу многообразия жизненных обстоятельств не могут быть оговорены в законе. Степень законопослушания и инициативы у людей не одинаковы, поскольку они в имущественном положении, знатности, доступе 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, проистекающий из их общественного неравенства. Но и в первом, и во втором случае государство является главным арбитром, судьей, инстанцией, определяющей, кто прав, а кто виноват в конфликте.

Проблемы природы конфликта в общественной жизни не ограничиваются рассуждениями Аристотеля и Гоббса. Начиная с XIX века получили развитие другие точки зрения на проблему, разные интерпретации и теории. Рассмотрение этих теорий не является задачей политической психологии. Она рассматривает психологические аспекты социально-политических конфликтов, в частности, значение восприятия в конфликтах, кризисах, их урегулирования, и в переговорах.

Вначале кратко остановимся на особенностях «конфликтов нового поколения» по комментариям П. А. Цыганкова¹. Особенности современных конфликтов, по его мнению, объясняют четыре причины.

Во-первых, в канун XXI в. изменились как причины, так и источники конфликтов. Они все чаще возникают на этнической и религиозной основе, также часто причинами конфликтов являются экономические 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 терроризма представляют собой ответную реакцию на высокомерную политику безальтернативности либеральной демократии, ничем не ограниченной экспансии рынка, прав человека в их западной интерпретации. Подобная политика стала своеобразной формой этноцентризма с «транскультурными инвариантами», не допускающими никаких возражений.

Ликвидируя подобным образом культурное многообразие, глобализация способствует возникновению «племен», покорности, росту этницизма, взрыву конфликтов идентичности, а отнюдь не мирному сосуществованию 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 выступать негосударственные акторы – экстремистские организации, религиозные течения, преступные группировки (в том числе внутри самого госаппарата), транснациональные преступные синдикаты, террористические формирования и этнокультурные кланы.

В-третьих, изменяются характер и содержание конфликтов. Они все больше становятся внутригосударственными и, как правило, в густонаселенных и высокоурбанизированных и слаборазвитых регионах. Все более распространенными становятся асимметричные, в силу существенного несходства противоборствующих сторон, конфликты. Они приобретают характер раздробленных процессов, с которыми сложно бороться, становятся все более продолжительными, все труднее контролировать 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 международных организаций и, прежде всего, ООН. Деятельность характеризуется сегодня определенной активизацией, ростом операций по поддержке мира и участвующимся вмешательством в кризисы и конфликты.

2. Значение восприятия в конфликте и кризисе

Итальянский исследователь У. Гори заметил, что войны начинаются не только по идеологическим, политическим, но и по психологическим причинам.

По мнению ряда исследователей (Т.Ф. Дмитриев), основные проблемы в переговорах при конфликтах и кризисах лежат в различном восприятии 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 начинать с изменения сознания и восприятия конфликта его участниками. И при этом, как указывает М.М. Лебедева, каким бы далёким от действительности 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 утверждает, что восприятие является не только отражением внешней реальности, но и развивается по собственным законам. Образы восприятия могут усиливать или ослаблять друг друга, возникать и исчезать.

Вообще, наличие противоречий не обязательно ведёт к конфликту. 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 взаимоисключающие, 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 сторона 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 XX веке основными факторами были ошибки восприятия лидеров, которые заключались как в неадекватной оценке собственных возможностей и в неверной оценке личностных черт лидера другой стороны, так и в ошибочном восприятии 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 подписала соглашение, которое полностью отвечало интересам Пруссии. Бисмарку приходилось хитрить, чтобы добиться своего. Участник переговоров с австрийской стороны граф Блуме 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 лицом пригласил Блуме на игру в куинс. Позднее он писал: «С тех пор я никогда больше не садился играть в куинс. Я играл так неосмотрительно, опрометчиво, что все были поражены. Я проиграл несколько тысяч талеров (ден. единица того времени), но мне удалось одурачить (Блуме), 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, непрерывно болтал, показывая, что не может держать себя в руках.

Всё это заставило Блуме думать, что он получает ценную информацию. Он знал об агрессивности Бисмарка – за пруссаком уже закрепились такая репутация, и своим поведением он подтверждал её. А агрессивные люди, как было известно Блуме, обычно глупы и несдержанны. Поэтому к моменту подписания соглашения Блуме был уверен, что у него есть преимущество. Безголовый дурень вроде Бисмарка, считал он, неспособен на хладнокровный расчёт или обман. Поэтому Блуме 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 поверил, 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 – враждебность, недоверие, страх, ненависть к противоположной стороне);
- когнитивный фактор (стремление к упрощению информации, схематизм при оценке фактов, избирательная восприимчивость – воспринимается 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 позиции, либо не замечаются, либо подгоняются под усвоенные стереотипы. 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 источникам. В результате стереотипное восприятие ограничивает варианты выхода из кризиса.

- Следующее следствие стереотипного восприятия в условиях конфликта – его схематизация. В условиях конфликта легче всего вести 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 нацелены на уничтожение врага (знаменитая установка Сталина – «если враг не сдается, его уничтожают», причём не военных, а идеологических врагов).

- Формированию и усилению стереотипов способствует пропаганда, направленная на формирование «образа врага». Каждая сторона делает пропаганду простой, доходчивой с учетом собственной установки. Чем примитивней пропагандистский образ, тем легче он вписывается 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 конкретных феноменов.

«*Приписывающее искажение*» – любые поступки противоположной стороны объясняются её «злым умыслом», причём американский психолог Уайт назвал его созданием «дьявольского образа врага», дьявол, конечно, – противоположная сторона в конфликте. Хорошие поступки стороны осуществляются с умыслом, с тайной целью, а свои поступки – носят мирный и добрый характер. Характерная особенность «приписывающего искажения» каждая сторона свои негативные поступки 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, возрастает психологический барьер в их отношениях, что естественно затрудняет урегулирование конфликта.

Следующий феномен проявляется в том, что в конфликте происходит «обесчеловечивание противника». Выражается это в том, что к противоположной стороне не допускается никакого сочувствия, наоборот, ее сравнивают с темными силами (сатана), либо с животными, которые 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 острый, то отсутствие сочувствия распространяется даже на случаи стихийных бедствий. В других случаях трагедия противоположной стороны вызывает нескрываемое злорадство. В результате такого восприятия усугубляется возможность полного урегулирования конфликта.

Другой феномен проявляется в «гипертрофированном восприятии». Это те случаи, когда незначительные события могут расцениваться сторонами конфликта как критические, а кризис воспринимается уже как ключевой момент отношений. В результате происходит обострение 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 серьезные действия против нее. (Упорное нежелание Сталина верить в нападение Германии.) Результат подобного восприятия ситуации – психологическая и фактическая неготовность сторон к урегулированию конфликта или отражению агрессии.

События и факты	Интерпретация событий и фактов	
	Советская	Американская
1. Роль СССР в Восточной Европе	Лидирующая	Захватническая
2. Размещение советских ядерных ракет на Кубе	В целях предосторожности, в ответ на многочисленные аналогичные действия США	Агрессивные: новый этап «холодной войны»
3. Западный Берлин	Форпост враждебности, центр опасного шпионажа и источник буржуазной пропаганды	Форпост свободы во вражеском окружении

Следующий феномен – «зеркальные образы». Участники конфликта воспринимают и оценивают одни и те же события настолько различным образом, что их восприятие приобретает зеркальный характер – т.е. диаметрально противоположный (в зеркале левое – это правое, и наоборот). Как иллюстрацию феномена, можно привести пример, когда К. Митчелл описал восприятие советской и американской сторон периода «холодной войны» одних и тех же событий.

В результате восприятия по типу «зеркальные образы» усиливаются 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 баланса 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 противников расценивают как провокацию и спланированную акцию. Но логика обеих сторон одинакова – «у нас не было выбора, мы были вынуждены, а у них был выбор, но они пошли на обострение» и т.д.

Результат такого восприятия – кризисная ситуация не только обострена, но стороны начинают применять действия, которых можно было избежать.

Существует и такой феномен как «угрожающий фактор», порожденный наличием двойственности. Участники конфликта подают двойственную информацию и одна из сторон интерпретирует её как угрожающий фактор. Подавая двойственную информацию, участник конфликтных отношений предполагает, что в случае агрессивных намерений другой стороны он может встретить опасность подготовленным. В случае нормальных отношений он сделает акцент на другой части информации и его действия будут представлены как допустимые. Результат восприятия – двойственность информации и её интерпретация может привести к вооружённым конфликтам.

Наконец, при конфликте возникают феномены «групповой идентификации и групповой сплочённости». Проявляются они в том, что каждая 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 различия, 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 самооценка и чувство значимости, безопасности (группа воспринимается как защитник). Желание думать хорошо о своей группе, стране, этносе ведёт к игнорированию положительной информации о противоположной стороне. 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 психологическое снятие с себя ответственности за усиление конфликта, появляется стремление сторон идти «до победного конца», что крайне затрудняет разрешение конфликта политическими средствами. Стороны избегают любых форм контакта, будь то научные, культурные, гуманитарные (родственные). У участников конфликта возрастают негативные стереотипы в отношении друг друга.

В целом, эмоциональная окраска усиливает стереотипное восприятие сторон, и они начинают склоняться скорее к обвинению, чем к аргументированному 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 взаимоприемлемое решение: каждая сторона настаивает на своих условиях, в конфликт втягиваются все новые лица, и все апеллируют к общественному мнению, и вместо разрешения конфликт все более разгорается, втягивая в процесс массы.

3. 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 компонентом 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 позволяет рационально оценить ситуацию и откорректировать образ оппонента.

Снятию негативных моментов восприятия способствует обращение к независимым экспертам (к третьей стороне), которые помогут в оценке ситуации. Необходимо установить, насколько суждения экспертов совпадают с выводами лиц, принимающих решения. Это может изменить 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 слабость 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 воспринимает примирительные действия как вынужденные, по слабости, или маневром (т.е. обманом), то реакция может быть жёсткой, и приведёт к обострению конфликта. Как утверждают психологи, здесь не принципиально, 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 аналитики, 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 воспринимает информацию – ведь прямого обращения не было.

На разрушение негативных стереотипов восприятия может оказать влияние элемент внезапности. Например, стремления Горбачёва в Рейкьявике открыто обсуждать вопрос о стратегических наступательных ядерных вооружениях. Такое поведение лидера СССР выходило за рамки традиционного стереотипа восприятия СССР как «империи зла». Именно этот шаг Горбачёва стал мощным толчком к изменению данного стереотипа.

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 конфликтующих 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 массового сознания. Как отмечает Л.Я. Гозман, даже в тех случаях, когда лидеры осознают необходимость прекращения насилия и начала диалога, это бывает часто трудно реализуемо. Достигнутые договоренности часто нарушаются на практике именно в силу наличия негативных образов. Примером могут служить «горячие» точки, такие, как Абхазия, Южная Осетия, бывшая Югославия, когда возобновляются столкновения и после подписания соглашения о прекращении огня. Одним из возможных способов изменения отрицательных образов на уровне массового сознания является активное использование СМИ: отказ в печати, на телевидении от формирования и поддержания образа врага, показ взаимной выгоды от совместного решения проблемы путем переговоров. 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 насильственной стадии развития конфликта. К таким методам относятся диагностика конфликта и выявление его причин с тем, чтобы не допустить его дальнейшего разрастания.

Пока не разработаны стандартизированные процедуры определения четких критериев определения развития конфликта. Поэтому в основном эту процедуру выполняют институты и механизмы предупреждения насильственных форм развития конфликта. К ним относится широкая сеть государственных и негосударственных консультационных служб, куда можно обратиться с самого начала возникновения конфликта. И, конечно, существенную помощь оказывают СМИ, система образования, общественные организации.

Вторая группа методов направлена на разрешение противоречий, вызвавших конфликт. Основоположник этой группы методов Дж. Бертон утверждает, что разрешение конфликта должно основываться

¹ См.: Гозман Л.Я., Шестопал Е.Б. Политическая психология. – Ростов-на-Дону, 1996.

ся на изменении глубинных структур. Правильно организованное общение между социальными группами, находящимися в конфликте, занимает 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, ориентированные на снятие ложной идентификации с группой только по национальному признаку; специально организованные встречи и дискуссии между конфликтующими группами (этот метод активно использует С. Сорокина в своей авторской программе «Основной инстинкт» на Российском телевидении). В то же время следует учитывать, что полностью разрешить конфликт бывает сложно. Не исключено, что будущие конфликты трансформируются в латентную форму.

Третья группа методов направлена на снижение уровня напряженности 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 полностью 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 рациональное русло – диверсифицировать цели и ценности, сделать так, чтобы конфликтующие стремились к разным, не пересекающимся целям. Далее, стороны могут сформировать и цели более высокого порядка, которые объединят их.

Существуют и другие методы снижения напряженности и уровня противостояния. Американский автор Ч. Осгуд предложил такой способ, как постепенные и взаимные инициативы по сокращению напряженности. Основная проблема в применении данного метода – наличие доверия участников друг к другу, инициатор не должен оказаться в ситуации, когда противоположная сторона отвергнет инициативу. Во избежание этого прибегают к различного рода гарантиям (в качестве гаранта 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 поиску мирных средств решения проблемы. Эти методы не универсальны, и в ряде случаев могут не только не разрядить конфликт, а, напротив, обострить его.

Основная проблема при использовании методов для достижения взаимоприемлемых вариантов решения, заключается в том, что стороны

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 дипломатическое искусство.

В 1975 году, когда Генри Киссинджер участвовал в трудных и нерезультативных переговорах с Израилем по поводу возвращения части Синайской пустыни, захваченной им в 1967, он неожиданно прервал напряженные 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 предпочли самоубийство сдаче римским легионам. Израильяне сразу поняли 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, госсекретаря в администрации Президента США Никсона, ответ на вопрос, что уместно для политики во время кризиса, «зависит не только от академической точности, но и от того, что можно предпринять в состоянии стресса».

Как действуют люди и группы, испытывающие давление и напряжение, вызванное кризисом? Вызвана ли склонность к подобным ситуациям благими побуждениями, глубоким чувством целесообразности, чрезвычайной энергичностью и повышенной творческой активностью? Вызваны ли они внешним источником? Или проистекает из нашей неспособности справиться с проблемой (вспомним фразу Нойштадта: «Параноидальная реакция характерна для кризисного поведения»)? Какое поведение более типично для нас под интенсивным давлением: бо-

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 перед лицом кризиса. Если это лидеры стран, то они возлагают на себя огромную ответственность, принимая решение в условиях современного международного кризиса: от психологических особенностей главы государства функционировать в условиях большого напряжения могут зависеть судьбы миллионов людей, если не всех будущих поколений. Несмотря на важность проблемы, многие описательные и предписывающие теории внешней политики просто ее игнорируют или считают решение очевидным. Приведем для примера некоторых основных предпосылок в теории сдерживания: польза решений, сдерживающих враждебные действия, обуславливается беспристрастным подсчетом возможных потерь и выгод, тщательным анализом ситуации и скрупулезной оценкой 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 решениями, 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 наклонностями, в распоряжении которого находится кнопка запуска. То же можно сказать и о руководстве, личные качества которого отражают национальную 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 руководство сочтет потерю большинства населения и ресурсов вполне приемлемой ценой за достижение внешнеполитических целей.

Очевидно, допущения теории сдерживания применимы для большинства случаев и обстоятельств, даже в условиях такого глобального противостояния, как «холодная война». С другой стороны, человечество практически непрерывно пребывает в состоянии войны. Большинство теорий сдерживания заключает, что угрозы и предостережения не только эффективно влияют на поведение противника, но и способствуют усилению контроля, увеличению значения анализа и осторожности, сдерживающих безрассудство и склонность к риску. Однако характерно мнение, что рациональность, на которой базируется сдерживание,

хрупка. И все-таки многие считают, что эти рационалистические предпосылки с некоторыми изменениями срабатывают и в кризисной ситуации. Иначе говоря, специалисты по сдерживанию стремятся быть оптимистами в вопросе о возможности осознанных действий политических лидеров, если этого требует ситуация – даже когда они пребывают в состоянии стресса. Справедливости ради отметим, что исследователи зачастую готовы признать некоторые специфические черты кризиса, например трудности в обеспечении нормальной коммуникации между противниками. Но из этих предложений делается вывод, что недостаточный контроль над ситуацией можно использовать для торга, принуждения противника к занятию невыгодного положения; более того, такую стратегию можно применить не только единожды, но и в повторных столкновениях.

Это сверхупрощенное резюме богатейшей литературы по содержанию. Однако в существенной мере прав критик, утверждавший, что теория сдерживания... предполагает, что в целях собственного выживания нам нужно сначала расстроить планы наших оппонентов, очень сильно их запугав, а потом воздействовать на рациональность, пробудившуюся в их охлажденных головах.

Более фундаментальный вопрос: каково влияние кризиса на политические процессы и их результаты? (Определим его как *ситуацию непредвиденной угрозы важным интересам государства с ограниченным временем на принятие решения*.) Каково возможное действие кризиса на способности, в основном определяющие эффективность процесса принятия решений? Имеются в виду следующие способности:

- определение основных альтернативных вариантов действия;
- оценка возможных выгод и потерь, связанных с осуществлением 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 изменения от кажущихся).

Конечно, этот список неполон. Его задача – дать критерии, в соответствии с которыми можно оценить потенциальные последствия воз-

действия стресса на поступки лиц, влияющих на внешнеполитические решения.

Наиважнейший для наших целей аспект кризиса – то, что вовлеченные в критическую ситуацию индивиды и организации постоянно испытывают огромное напряжение, вследствие чего снижается их способность критически оценивать свои разработки. Важен и фактор неопределенности: очевидно, что неожиданные и неизвестные ситуации расцениваются как наиболее опасные. В конце концов, в период кризиса часто вводится почти круглосуточный график работы, причиняющий обоим противникам немалые тяготы при отсутствии достаточного времени на принятие решения. К примеру, в 1962 г. многие американские официальные лица спали в своих кабинетах вплоть до окончания конфронтации: «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, однажды заседало всю ночь. Отсутствие отдыха и крайне продолжительное рабочее время, вероятно, усиливают напряжение, и без того присутствующее ситуации.

Стресс и действие: психологическая очевидность. Центральной темой этой книги является исследование влияния напряжения, порожденного кризисом, на деятельность людей и организаций, оказывающих наиболее важное воздействие на внешнеполитические процессы и результаты. Напряжение (или стресс) рассматривается как результат ситуации, угрожающей базовым целям и ценностям... Наше определение стресса как субъективной реакции на ситуацию кажется более правильным, чем определение стресса как свойства самой ситуации.

Стартовой точкой исследования станет экскурс в обширный и богатый материал теории и практики экспериментальной психологии. Преимущества точных измерений, ясные ответы и надежный контроль за экспериментальными данными позволили психологам оценить многие аспекты человеческого поведения в разнообразных ситуациях. Особо рассмотрим воздействие стрессовой ситуации на формирование альтернативных вариантов и процесс отбора оптимального из них, оценку временного фактора и модели коммуникации. Вместе с тем примем во внимание влияние недостатка времени, количества имеющихся альтернатив и значительного объема информации на усиление напряжения, проверим иные отношения переменных, например, между системой коммуникации и выбором политических решений. Теории и исследования кризисов показывают особую важность перечисленных выше вопросов.

Уровень стресса – величина интегральная, и необходимо выявить предварительные условия для модификации решений применительно к индивидам и организациям, так как без этого мы рискуем получить недостаточно достоверную информацию. Низкие уровни напряжения предупреждают нас о наличии требующих нашего внимания обстоятельств, увеличивают бдительность и помогают подготовиться к разрешению ситуации. Увеличение стресса до среднего уровня может усилить склонность и способность к поиску удовлетворительного решения проблемы. Исследования показывают, например, что окружающая обстановка, обуславливающая «неуверенность без особой тревоги», наиболее способствует продуктивной деятельности. Действительно, в элементарных ситуациях более высокий уровень напряжения может повысить результативность, по крайней мере в течение непродолжительного времени. Если проблема относительно проста и критерии, которые нужно принять во внимание, немногочисленны, производительность может повыситься. Подобно тому как во время наводнения люди способны проявить необычайные физические способности, перенося мешки с песком, международные 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 официальных лиц высшего ранга. Внешнеполитические проблемы по сути своей комплексны, неопределенны и изменчивы, поэтому требуют ответов, 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 индивидов и групп. Напряжение среднего уровня может влиять благотворно на процесс принятия решений, однако усиление стресса оказывает негативное воздействие. На основе ряда экспериментов Бирч определил, что среднее напряжение больше способствует возможности благополучно справиться с проблемой, чем слабое или высокое, независимо от мотивации. Он точно 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 групповое поведение, Ланзетта обнаружил, что увеличение напряжения способствует более точному определению диагноза, однако при переходе через определенный порог количество ошибок возрастает. Постман и Брунер, исследуя воздействие стресса на способность к восприятию, за-

ключили: «Способность к восприятию нарушается, становится хуже, чем при обычных условиях, и, следовательно, меньше способна к адаптации. Основные характеристики функции восприятия поражены, менее адекватен выбор ощущений из комплексного поля, восприятие фактически становится абсурдным. Проявляется тяга к необоснованной агрессивности или желание скрыться, делаются необоснованные умозаключения».

Кроме упомянутых выше, экспериментальные изыскания выявили дополнительно следующие порождаемые стрессом эффекты: беспорядочные действия; увеличение количества ошибок; склонность к более примитивным ответам; ригидность в принятии решения; неспособность сфокусировать внимание как во времени, так и в пространстве; неумение выделить опасность из обыденного; ослабление способности к восприятию; 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 информация, и эффективность их действий ниже, чем при нормальных обстоятельствах. 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 длительного времени и его поведение утрачивает гибкость.

Методологические основания, позволившие прийти к подобным выводам, зачастую критикуются, однако основное заключение неопровержимо – высокий уровень напряжения подавляет человеческие способности. Более того, из-за огромного объема и сложности внешнеполитических задач уровень напряжения варьируется исключительно от среднего до высокого, поэтому его влияние на способности практически всегда крайне неблагоприятно.

Существенным аспектом международных кризисов является временной фактор, который играет особо важную роль в ситуации, когда одна из конфликтующих сторон уверена, что способна навязать противоположной 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 способна вызвать крайнее напряжение вследствие нехватки времени. Решающим здесь становится ощущение времени: «Скорее эффект нехватки 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 времени. С одной стороны, общественное производство в условиях технологического кризиса и присущих ему угроз усиливает напряженность реципиента. С другой стороны, увеличение уровня напряжения ведет к обострению чувства временного фактора и неточности в его оценке. Известно из повседневного опыта и подтверждено экспериментально, что при наличии опасности трудно оценить течение времени. Итак, ограниченное 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 согласованного мнения, а внешнеполитические проблемы намного сложнее семейных. 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 генерированию новых альтернатив особенно важна в неожиданных ситуациях, например в кризисных. Большинство исследований подтверждает, что недостаток времени воздействует на продуктивность не менее разрушительно, чем на деятельность, а особенно он сказывается при превышении среднего уровня стресса. Решение комплексных задач требует настоящих подвигов от памяти и наиболее страдающей от стресса логики. Как правило, внешнеполитические задачи являются комплексными, а потому влияние эффектов напряжения и ограниченного времени становится особенно пагубным. В таких ситуациях проявляется склонность ограничиваться простейшими ответами, уже доказавшими в прошлом свою эффективность (как и в семейной жизни), хотя не ясно, применимы ли они для вновь возникшей проблемы.

Эксперименты показали, что в условиях ограниченного времени испытуемые склонны к совершению тех же ошибок, что и те, кто страдает шизофренией. В другой группе испытуемый может повысить производительность, но ее дальнейшее увеличение однозначно ведет к не-

гитивному результату. В докладе Mackworth & Mackworth прямо говорится, 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 способность справиться с проблемой, расфокусирует внимание и препятствует адекватному восприятию информации. И, наконец, малое время, отводимое на решение, порождает преждевременное достижение согласия в группе, исключая стимулы к обзору и анализу иных возможностей.

Похоже, что недостаток времени ослабляет и способность к оценке последствий реализации выбранного варианта, и это объясняется рядом причин. Экспериментальные и полевые исследования обнаружили, что в условиях жестокого стресса внимание человека привлекают прежде всего секундные решения, воздействующие на настоящее или ближайшее будущее, а более отдаленные последствия не принимаются в расчет. Порождаемая интенсивным кризисом неуверенность делает особенно трудным учет последствий принятой последовательности действий, особенно в далекой перспективе. Сужение возможностей адекватного восприятия также препятствует ощущению времени и применительно к менее отдаленным по времени последствиям. Например, отмечалось, 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, характеризующейся крайней опасностью, решение задач более отдаленного будущего кажется намного менее значимым, чем немедленное приемлемое 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 обеспокоиться отдаленной угрозой пневмонии.

Однако иные потенциальные трудности связаны с чрезмерно развитой потребностью реагировать исключительно на текущую ситуацию. Стремление быстро справиться с существующей ситуацией любой ценой может продуцировать в будущем весьма тяжелые последствия. Желание получить определенную выгоду в ближайшей перспективе, заставляет 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 существенным 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 кажется, что время стоит на месте, то в дальнейшем стороны подвергаются давлению, поскольку длительные проволочки грозят уничтожить возможную выгоду. Однако вместе с тем участники стремятся не допустить уступок друг другу. Они рассуждают так: «Если я уже много потерял, то будь я проклят, если уступлю сейчас. Вначале я должен получить компенсацию за то, что веду себя лучше, чем они». Видимо, подобным рассуждением руководствовался кайзер Вильгельм, когда написал 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 зависит от уверенности, что окружающая обстановка благоприятна и желаемые изменения действительно происходят, но дело в том, что при кризисе большинство, если не все политические альтернативы расцениваются как неприемлемые. Следующая метафора подходит для описания выбора варианта при международном кризисе: возможность оказаться на горячей сковороде страшит менее, чем судьба буриданова осла, который 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 решению, неважно, насколько оно соответствует обстановке; ослабевает способность «противостоять прекращению прений». Таким образом, возникает явное противоречие: увеличение интенсивности кризиса требует все более взвешенной политики, проведение которой становится все менее 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 необходимости принять решение. Но если подобная необходимость возникает внезапно, способность к обзору всех приемлемых возможностей резко сокращается. Кризис всегда неожидан (по крайней мере, для одной из сторон), и порождаемое им напряжение резко ограничивает поле

рассматриваемых альтернатив. В ситуации, возникшей после атаки Перл-Харбора, вряд ли было вероятно всестороннее рассмотрение официальными лицами США всех возможных вариантов ответных действий...

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 обуславливает высокий риск возникновения войны), и тем, что оно знает (война может принести огромные бедствия), можно преодолеть, освободив политика от ответственности за принятое решение. Такую ситуацию описал Фестингер. ...Возможно преодолеть или даже ликвидировать 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 приступивший 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 – поверить, что только от противной стороны зависит предотвращение неминуемого бедствия. Например, в последний момент (перед Первой мировой войной) в безумной переписке между царем Николаем II и кайзером Вильгельмом последний заявил: «Ответственность за бедствие, угрожающее ныне всему цивилизованному миру, лежит не на нашей стороне. Сейчас целиком в вашей власти предотвратить угрозу». Хотя иногда трудно полностью вникнуть в проблемы и трудности друзей, сочувствие к ним всегда выше, чем к врагам. Справиться с рассогласованностью можно, убедив себя, что враг свободен от влияния напряженной ситуации, которое ограничивает его возможности и возможности союзников.

Итак, каково же соотношение между возникающим под воздействием кризиса стрессом, коммуникацией и проведением политической линии? 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 адресат. Поэтому адекватность имеет важное значение для понимания процесса принятия решения. Об этом пишут Хайс и Миллер: «Представление малой группы о происходящем зависит от того, какие каналы информации 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 привлекают лабораторные исследования, нежели конкретные исторические ситуации. А переизбыток информации заслуживает пристального рассмотрения. Начало кризиса обычно резко повышает индивидуальную и групповую активность, значительно увеличивая объем дипломатической информации.

Мы отмечали выше, что ситуация значительного напряжения ведет к усилению выборочного восприятия и ослабляет восприятие различий между разумным и неразумным, необходимым и бесполезным. Наша способность к усвоению информации и без связи с кризисом является ограниченной. Экспериментальное исследование сложных ситуаций показало, что возросший объем информации снижает вероятность появления стратегически выверенных решений и увеличивает количество простых и сиюминутных решений. Когда объем получаемой политической деятельностью информации возрастает, количество обработки сведений падает из-за несовершенства системы коммуникации, и ответственное лицо произвольно выделяет то, что ему кажется особенно важным. Информация, вызывающая неудовольствие или не соответствующая личным установкам, остается на обочине восприятия до тех пор, пока не случится нечто, доказывающее необходимость принять ее во внимание. Экспериментально подтверждено, что избирательная фильтрация обычна для всех уровней иерархии социальных групп и позволяет справиться с неоперяемым количеством фактов. Это характерно и для правительственных учреждений. Все президенты, во всяком случае, начиная с Нового времени, выражали недовольство необходимостью читать огромную грудку 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 потребителя. Броуди обнаружил, что по мере обострения ситуации обмен посланиями между конфликтующими сторонами усиливается. В то же время, входящая и исходящая корреспонденция, вероятно, воспринимается под влиянием стереотипов и упрощений, что присуще кризисной ситуации. Ожидание принимаемых во внимание изменений и шаблонов оказывает огромное воздействие на понимание содержания информации, ограничивая количество возможностей, имеющихся в распоряжении ответственного лица.

Другие аспекты коммуникации в кризисной ситуации могут ограничить количество принимаемых во внимание альтернатив. Это общая тенденция для деятельности принимающих решения групп в подобной обстановке. Технологические и иные причины сокращают время на разработку решения до такой степени, что практически нет возможности для консультаций с органами законодательной власти и другими влиятельными группами. Пример тому – ограниченное число участников комитета, работавшего над Кубинским ракетным кризисом¹. Малое число участников обсуждения было и во время кризисов в Корее (1950), Индокитае (1954), Вьетнаме (1965), Камбодже (1970).

Кроме того, при недостатке времени отмечается тенденция сокращать количество консультаций, что должно отрезвить тех, кто рассчитывает на преимущества «здорового смысла». В своем исследовании функционирования государственного департамента Прюитт обнаружил, что, когда время поджимает, значительно сокращается число людей, консультирующих высшее руководство. Так, одно из ключевых решений, приведших к Первой мировой войне, – обещание Германии поддержать Австро-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 непочтительно прозвали «длинным Теобольдом») и помощника статс-секретаря иностранных дел Циммермана. Когда время прогулки подошло к концу, кайзер принял решение, более никого не спрашивая. Министра иностранных дел из свадебного путешествия не вызвали, опытного, но слишком скользкого и увертливового 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 чиновника 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 Беради, значительно лучше осведомленного в обстановке. Спустя месяцы после решения Даллеса Энтони Иден был уверен, что египтяне не смогут поддерживать функционирование Суэцкого канала после того, как европейские лодманы перестанут консультировать местный персонал. Иден не приложил 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 подготовки лодманов требуется лишь непродолжительное время.

Но увеличение напряжения может способствовать и преодолению нежелательных изменений в коммуникации. Изучая проблему переизбытка информации, Миллер сделал вывод, что один из наиболее широко применяемых способов разрешения кризиса состоит в использовании параллельных каналов коммуникации, особенно в таких системах высокого уровня, как группы или организации, в отличие от ячеек, органов или отдельных индивидов. Ответственные лица могут обойти оба опасных 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 специальных эмиссаров или посредников.

Отмечено, что уровень дипломатической и любой другой активности 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 прояснят 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 мобилизация – наиболее «безопасный» выбор, хотя многие из них понимали, 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 агрессивные варианты поведения, но приведенные рассуждения свидетельствуют о значительно более сложном процессе: вызванный кризисом стресс оказывает воздействие на ощущение времени, выдвижение альтернативных вариантов и особенности коммуникации. Но, хотя эффективность процессов принятия решений и оценки возможных последствий могут снизиться, вовсе не обязателен крен в сторону приведения высокой степени риска.

Было бы полезно определить, при каких условиях стресс приводит к возникновению агрессивности, попустительству, капитулянтства, попыток уйти от решения и т.п. К сожалению, здесь можно только выдвинуть ряд экспериментально обоснованных предположений. Например, из-за того, что стресс ограничивает возможность принять наилучшее решение, усиливается тенденция обращаться к сходным ситуациям в прошлом, уроки которых ответственное лицо использует для разрешения современного ему конфликта. Энтони Иден провел аналогию между Насером и Гитлером, когда в 1956 г. Египет не согласился на компромисс. 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 останавливалось на 1930-х годах, где они искали истоки успешного руководства, причем позднее эти успехи казались им намного значительнее, чем лицам, непосредственно задействованным в тех далеких событиях.

Второй вывод, сделанный на основе экспериментов, состоит в том, что для ситуации высокого напряжения характерна тенденция к сохранению существующей политики. Этот вывод можно связать с банальным наблюдением: бюрократические и другие аналогичные структуры всегда стремятся воспрепятствовать любым изменениям, а поскольку 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 оставшейся части Чехословакии в 1939 г. заставила Британию отказаться от недальновидной соглашательской политики в отношении Гитлера, а массовое недовольство общественности, изменившее американскую политику в Юго-Восточной Азии, выплеснулось лишь после беспрецедентного требования генерала Уэстморленда о посылке во Вьетнам допол-

нительно 206 тыс. солдат. Отметим, что в первом случае произошел переход 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 ситуации. Очень важно, что это отличие создает существенные препятствия эффективной деятельности лиц, вовлеченных в решение сложных задач по изменению внешнеполитической линии. Бесспорность этого заключения подтверждается данными экспериментальных исследований.

Хотя нет недостатка в эмпирических и количественных данных, это вовсе не означает полной свободы ученого от концептуальных и методологических проблем. Например, нельзя считать, что экспериментально полученные результаты, справедливые для одной группы, допустим студентам, 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 смоделировать состояние сильного стресса? Понятно, что стрессовая ситуация в лаборатории для испытуемых должна быть относительно мягкой и непродолжительной. Для ее создания нужно постараться убедить испытуемого, что он провалил порученное задание. А официальное лицо воспринимает кризисную ситуацию как колоссальную опасность для своего существования, существования его семьи, народа и даже человечества. Понятно, что «экспериментатор», «испорченный» моралью, постережется 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 только 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 начала 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 пижаме, похожий на сумасшедшего. Я испугался, что он действительно мог сойти с ума ...бедняга не спал несколько ночей». Широко распространенный 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 уровень напряжения.

Можно сказать, что 1914 год представляет собой почти классический пример быстрого распространения дипломатического кризиса вне всякой зависимости от расчетов и усилий политических лидеров. Конечно, нельзя утверждать, что в 1914 г. европейскими странами руководили монархи, премьер-министры, парламенты и партии, глубоко и устойчиво преданные делу мира, как нельзя не принимать во внимание наличие определенных империалистических амбиций, торговых противоречий, гонки вооружений, политических союзов и жестких военных планов – все это сыграло свою роль. Однако эти и многие другие атрибуты международной системы 1914 г., определяющие и ограничивающие 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 рискованную дипломатию, и тех, кто рассчитывал на ограниченный конфликт, и тех, кто лелеял широкомасштабные амбиции, которые невозможно было удовлетворить без применения оружия.

В конечном счете, количество и содержание документов об этом кризисе превосходит, наверное, все, что можно найти о сходных ситуациях за всю историю. Таким образом, события 1914 г. дают исключительную возможность исследовать эффекты стресса по выбранным аспектам 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 биологическому социальному существованию индивида и направленная на источник действительной опасности. В отличие от боли и других видов страдания, вызываемых реальным действием опасных для существования факторов, страх возникает при их предвосхищении. В зависимости от характера угрозы, интенсивности и специфики переживания страх варьирует в достаточно широком диапазоне оттенков (опасение, боязнь, испуг, ужас). Если источник опасности является неопределенным или неосознанным, возникающее состояние называется *тревогой*. Функционально страх предупреждает субъект о предстоящей опасности, позволяет сосредоточить внимание на ее источнике, побуждает избегать ее. В случае, когда страх достигает силы *аффекта* (панический страх, ужас), он способен навязать стереотипы поведения (бегство, оцепенение, защитная агрессия). В социальном развитии человека страх выступает как одно из средств *воспитания*: например, сформированный страх осуждения используется как фактор регуляции поведения. Поскольку в условиях общества индивид пользуется защитой правовых и социальных 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. Поэтому воспитание устойчивости к страху обычно направлено не на из-

бавление от него человека, а на выработку умений владеть собой при его наличии.

2. *Стресс* (от англ. stress – давление, напряжение) – термин, используемый для обозначения обширного круга состояний человека, возникающих в ответ на разнообразные экстремальные воздействия. В зависимости от вида стрессора и характера его влияния, выделяют разные виды стресса, в наиболее общей классификации – физиологический и психологический стрессы. Последний подразделяется на информационный и на эмоциональный стресс. Информационный стресс возникает в ситуациях информационных перегрузок, когда человек не справляется с задачей, не успевает принимать верные решения в требуемом темпе при высокой степени ответственности за последствия принятых решений. Эмоциональный стресс появляется в ситуациях угрозы, опасности, обиды¹.

1. Терроризм как социально-политический и психологический феномен, сферы и виды терроризма

В настоящее время терроризм стал широкомасштабным явлением, представляющим угрозу безопасности и жизненно важным интересам личности, общества и государства.

Терроризм как социально-политическое и психологическое явление представляет собой совокупность преступлений, совершаемых с использованием насилия отдельными лицами, специально организованными группами и сообществами. Терроризм можно рассматривать как социально-политическую, правовую и психологическую проблему. В современных условиях терроризм – это один из методов политической борьбы. Суть терроризма заключается в применении крайних мер насилия или угрозы с целью устрашения политических противников, принуждения властных 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 государственной 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, терроризм является средой для образования и поддержки оппозиционных и антиконституционных образований;

- активизируя морально-психологическое воздействие на население, 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 известных принадлежит В. Луневу, который исследовал проблему в условиях существования СССР и на современном этапе. По его утверждению, в недалеком прошлом нашей общей страны СССР существовали следующие специфические формы политического и идеологического терроризма:

- революционный и контрреволюционный («белый» и «красный» 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, реальны иные формы терроризма и террористической деятельности, которые имеют разные виды.

Терроризм по политическим мотивам – это террористическая деятельность, которая направлена на оказание давления на политических 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 общества. Наиболее частым методом в последние годы стал захват заложников с целью обмена на уступки со стороны властей.

Уголовный терроризм организованных преступных групп (внутренних и международных). Этот вид терроризма направлен против государства и его представителей, чтобы помешать расследованию уголовных 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 добиваются откровенно тенденциозной информацией, формирующей отношения людей к требованиям терроризма. Дополнительным средством является распространение слухов, вызывающих у людей негативное настроение, тревогу, испуг и страх. Многократно повторяясь, слухи создают неустойчивое эмоциональное состояние индивидов, групп, масс, порождая условия для манипулирования настроениями масс.

Экономический терроризм проявляется в дискриминационных экономических действиях, чтобы оказать давление, влияние на экономических конкурентов, группы, слои населения, а также на лидеров и государства в целом ради достижения конкретных экономических выгод. Этот вид терроризма осуществляется на разных уровнях и в разных формах: игра на понижении стоимости акций конкурента, скупка, доведение 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 бытовым терроризмом люди сталкиваются повседневно на улице, дома, в бытовом общении. Это разгул уличной преступности, нарастающий криминалитет, это общая социальная нестабильность и массовая неуверенность. Это шайки подростков, обилие беженцев, маргиналов, это новый ужас – скинхеды, рэкетеры, терроризирующие торговлю и предприятия, 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 канал имеет свою программу, настойчиво повторяющую хронику уголовных событий за день. Количество специфических программ («Протокол», «Шок-факт», «Криминальная Россия», «Преступление в стиле...», «Дежурная часть» и другие) создает у потребителей информации впечатление о криминальной интервенции, безысходности положения, непобедимости уголовщины. Концепции передач преследуют обратную цель, но вызывают, как правило, «эффект зеркала». Уголовная хроника подкрепляется художественными сериалами, содержание которых можно квалифицировать как «методическое пособие для совершения преступлений».

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 повседневные, 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 формируется вероятность нападения «везде, всегда и чем попало».

Такая «перспектива» порождает массовый страх, подрывает доверие к правоохранительным органам, а в целом – неприязнь к власти, которая не в состоянии обеспечить безопасность жизни, здоровья и имущества граждан.

Помимо указанных, существуют и другие виды терроризма: этнический, националистический, «воздушный», индивидуальный, идеологический, 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 политического противника и его сторонников разными средствами, вплоть до убийства активистов.

Государственный терроризм устрашает собственное население до полного подавления и порабощения. Иллюстрацией могут служить теракты после 1917 г., организованные Лениным для ликвидации свергнутого класса, Сталинский террор против «врагов народа», террор нацистской 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 проявляется 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, Пакистане, фанатизм ваххабитов – в Центральной Азии, на Северном Кавказе, сектантский терроризм – повсеместно.

Военный терроризм обычно осуществляется во время войны, и направлен не только на экономическое и военное ослабление противника, но и на психологическую деморализацию населения (вызвать ужас и панику). Массовый террор был осуществлен оккупантами в годы Второй мировой войны на территории СССР и в концлагерях самыми жестокими 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 общностям или преследует сепаратистские устремления. Террористы-националисты отстаивают свои интересы в основном, агрессивными средствами, 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. Теракты влекут за собой политические последствия, а они, в свою очередь, отражаются на социальных, экономических и других сферах. Но главные последствия терроризма – это страх, ужас, неуверенность, недоверие к власти и другие чувства, которые могут серьезно изменить общественное настроение и иметь далеко идущие последствия.

2. Мотивация терроризма

Психологический подход к проблеме терроризма дает возможность понять, какие побудительные мотивы лежат в террористических действиях отдельных лиц для решения возникшей проблемы крайними средствами. Без учета умонастроений, психологического состояния, морально-этических установок, которые определяют готовность людей к использованию самых жестоких средств для достижения своих политических целей невозможно понять природу возникновения террористических действий, и, следовательно, определить механизмы воздействия на террористов. Без уяснения этих проблем невозможно также получить целостное и законченное представление о системе предпосылок и механизмов формирования психологии террориста.

Для объективного понимания личности террориста следует выяснить 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 работа, за которую так хорошо платят, что сама возможность «заработать» такие деньги затмевает воображение террориста о возможных последствиях для самого себя. Правда, как отмечает Д. Ольшанский, сами террористы 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 мотивы*. 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, социальный мотивы.

Понимание несовершенства мира и существующей несправедливости 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 манипулировать массовыми настроениями в свою пользу.

Фактор риска может стать также мотивом совершения террористического акта. Этот мотив присущ личностям, которые в терроризме видят необычность и возможность риска; испытать острые чувства, разработать 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 терроризме является также мотив мести за погибших руководителей, товарищей, родственников, соплеменников. Громкие заявления отомстить за убитых лидеров или совершить другой теракт мы часто слышим от участников 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 способа изменить мир и заявить о себе, кроме как с помощью террора.

3. Личностные особенности террористов

Личностные особенности террористов заметно различаются в зависимости от конкретного вида террористической активности.

Готовность к насилию вообще (в том числе и к терроризму) органически связана с присущей человеку склонностью к агрессивности и разрушительным инстинктам. По-своему накопление «агрессивной массы» в человеке объясняет Ж. Бешлер: «По всей вероятности, есть какой-то биологический механизм, позволяющий держать наготове некоторое количество энергии, достаточное для отражения угрозы хищников. Когда среда не предоставляет случаев израсходовать эту энергию на це-

ли, для которых она предназначена, она не всегда затухает или рассеивается, а так сказать “прокисает”, превращаясь в агрессивность и сварливость»¹.

Как бы в продолжение темы вступает в объяснение природы агрессивности некоторых людей Ю. Рюриков, показывая значение темперамента в поведении людей: «У человека есть два вида механизмов поведения – мирные и боевые. В опасности, когда спасает лишь мгновенный рывок, срабатывают самые природные, самые экстренные пружины – автоматические пружины нервной системы. В долю мига, и без всяких раздумий, они выхватывают человека из-под удара или вздымают его на защиту. Но они видят только один шаг вперед и потому часто бросают человека из одной ямы в другую, ввергают из одной опасности в худшую. В трудных, неприятных положениях темперамент может быть и спасительным и губительным, и палочкой-выручалочкой и ядром на ногах. Спасет он, когда нами движут его сильные созидательные стороны – выносливость, 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 нравственными нормами, воспитанием. Лица, в психологическом складе которых преобладают эмоции над разумом, первичность активных реакций на действительность, а не на ее осмысление, лица, у которых наблюдается низкий порог терпимости и предвзятость, легко сживаются с идеей насилия. К этому типу часто относятся внутрицентристы, испытывающие 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, необходимыми для совершения террора. Основные качества личности террориста выступают как требования к членам террористических организаций, и в ожидании организации, как утверждает Д. Ольшанский, существует в основном шесть требований: 1) преданность своему делу (террору); 2) готовность к самопожертвованию; 3) выдержанность и дисциплинированность; 4) «конспиративность»; 5) повинование; 6) коллективизм³.

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 характеристики, которые имеют пограничный характер «норма – аморальность». Одним 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: человек, вынужденный прибегать к насилию, чтобы достичь целей, которыми его «заразило» общество, но не дало возможностей для их достижения; второй тип – человек готовый к насилию, чтобы изменить сами цели, с его точки зрения изначально неверные, прибегает к насильственному переустройству мира; третий тип – человек, готовый к насилию для уничтожения неприемлемых для него и целей и средств их достижения (исламские террористы – ненавидящие Запад, его культуру, ценности; это также внешняя политика Дж. Буша-младшего – не менее пылко ненавидящего ценности Востока и навязывающего свою «демократию»).

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 террористов на глазах погибли родители, родственники, что сформировало стремление к мести. На становление агрессивной направленности личности 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 узконаправленного 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, деструктивная потребность преодолеть барьер силой.

Логика и мышление. По утверждению Д. Ольшанского, логика террориста – это логика верующего человека – он верит в идею и свою

высокую миссию, при этом не допуская мысли о необходимости аргументов и доказательств. Искаженная логика не позволяет террористам выходить на диалог, они подчиняются только тому, кто для них авторитетен. Мышление террористов часто противоречивое – от излишне конкретного 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.». Логика террористов невозможно однозначно охарактеризовать – она либо изошрена, 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 представление о самом себе – это проявление нарциссизма. О своей исключительности – национальной, религиозной, особых правах – часто заявляют террористические организации (ирландские, например). Хотя нарциссизм в аспекте терроризма пока не исследован, но Э. Фромм в «Анатомии 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 реально проявляет интерес только к своей собственной персоне, своему телу, своим потребностям, своим мыслям, своим чувствам, своей собственности. В то время как все остальное, что не составляет часть его самого 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 слабую 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 достижений, а благодаря своей субъективной убежденности в своем совершенстве, 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.

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 потребность – в реакциях СМИ, политиков и людей они видят свое признание и подтверждение своей исключительности. По мнению Ю. Антоняна, 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 описал 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, которые восхваляют прошлое и пытаются вернуть ушедшие традиции. Для некрофила характерна установка на силу¹. В работе «*Анатомия человеческой деструктивности*» Э. Фромм как бы завершил описание некрофильной сущности некоторых террористов: «Когда мы говорим о страстях, то речь идет не об отдельных чертах, а о некоем синдроме. Любовь, солидарность, справедливость, рассудительность выступают в конкретных людях в разных сочетаниях и пропорциях. Все они являются проявлением одной и той же продуктивной направленности личности, которую я хотел бы назвать жизнеутверждающим синдромом. Что касается садомазохизма, деструктивности, жадности, зависти и нарциссизма, то все они тоже имеют общие корни и связаны с одной принципиальной направленностью личности, имя которой синдром ненависти к жизни»².

Особо следует отметить, что смысл террора – в устрашении людей. Устрашения общества можно добиться либо террористическим актом против отдельных представителей, либо массовым террором.

В основе террора лежит страх людей, и теракт направлен на то, чтобы вызвать это чувство. Страх – это негативная эмоция особой интенсивности, вызванная надвигающимся бедствием, сильное отрицательное переживание. На начальном этапе страх вызван боязнью физической боли, опасением смерти и связаны эти чувства с инстинктом са-

мосохранения. Страх обычно не исчезает вместе с прекращением опасной 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 террористы. 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 обнаруживают острые реакции на стресс – шок, горе, подавленность, страх, недоверие, обмороки и т.д.

Поведение самих заложников проявляется в трех типах: 1) регрессия, подчинение, страх, ужас; 2) активно-приспособленческая реакция – услужить террористам, демонстративная покорность; 3) хаотичные протестные действия, демонстрация гнева, провоцирование конфликта 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 бедой. Ужас вызывает другие реакции и действия нежели страх: оцепенение, стремление бежать, паралич ориентировочных рефлексов. Жертва в состоянии ужаса не испытывает, в отличие от состояния страха, ни удивления, ни интереса.

Поведенческими следствиями страха и ужаса являются *паника, агрессия и апатия*. Паника, возникшая как следствие отсутствия или избытка информации о пугающей ситуации, может создать панические толпы со свойственным им поведением.

Другим заметным видом стихийного агрессивного поведения являются враждебные действия по отношению к террористам уже со стороны 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 направлена на самих террористов.

Апатия или смирение – это также реакция на террор. Проявляются в случае, когда не приходит спасения извне, или не устраняют террористов. Апатия – это эмоциональное истощение, которое проявляется в отсутствии двигательной и психической активности человека.

В заключение следует отметить, что терроризм, как целостное явление, действует по цепочке «террорист – террористический акт – террор». Терроризм – это устрашение людей, осуществляемое насилием. Насилие существует в самых разных формах: физическое, политическое, социальное, экономическое, информационное и др.

¹ См.: Фромм Э. Душа человека. – М., 1996. – С. 31.

² Фромм Э. Анатомия человеческой деструктивности. – М., 1973.

При наличии множества конкретных видов насилия наиболее продуктивной на данном этапе является их сложная типология, основанная на двух параметрах: степени массовости и мере организованности насилия. Пересечение этих двух координат позволяет выделить четыре этапа насилия: массово организованное и массово стихийное, индивидуально стихийное и индивидуально организованное. Каждый из типов имеет свою специфику и особенности.

Главной проблемой человечества является исторически сложившаяся 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 утилитарной трактовки следует пресловутый «двойной стандарт» в оценке терроризма, от которого все призывают друг друга отказаться.

На самом деле не может быть «хорошего» и «плохого», «полезного» и «вредного» терроризма. Это всего лишь наши субъективные оценки, вносящие путаницу в понимание действительности. Реально терроризм – политически нейтральный инструмент. Это набор методов насилия, направленный на достижение определенной цели. Оценка он приобретает в зависимости от того, кто им пользуется, кто направляет и кто его оценивает.

Эскалация терроризма, с некоторыми исключениями, шла по цепочке: индивидуальный – групповой – локальный – массовый терроризм. По-настоящему, не метафорически, а реально массовый террор – достижение последнего столетия, и даже его последней четверти. В разные 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 вызывал к себе неоднозначное отношение. Будучи оружием слабых, индивидуальный, 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 множиться ряды террористов. Однако, становясь по-настоящему массовым, 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, сочувственно относящиеся к насилию. На современном этапе развития терроризм оценивается как все более бесчеловечный и даже античеловеческий 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 поддаваться ему. Причем главное – не поддаваться самому сильному, «отложенному» страху. В первые минуты, как мы уже видели, страх обычно не настолько силен: он не успевает быстро и целиком овладеть человеком, противостоять ему помогает инерция предыдущего состояния. А вот потом, часто уже после исчезновения конкретной угрозы, приходится тяжело. Но и с этим страхом можно справиться. Для этого надо, прежде всего, научиться легко переключаться, не «застрывать» на уже прошедших ситуациях, не «переживать» их слишком долго, многократно 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, чего опасаться следует.

По американским данным, около трети людей, опрошенных социологами, говорят о боязни ходить ночью по улицам в своем районе, и что преступлениями, внушающими им наибольшие опасения, являются нападения с применением физического насилия. В своей основе опасение оказаться жертвой такого преступления является результатом страха перед незнакомым человеком, что, в свою очередь, усиливает недоверие к людям 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 опасность представляют собой другие случаи повседневной жизни – такие, как автомобильная авария или катастрофа на транспорте, несчастный случай дома или даже неправильно оказанная первая медицинская помощь. Мы почему-то не боимся, например, укола в поликлинике – а ведь таким образом очень даже просто можно заполучить ВИЧ-инфекцию, заболеть СПИДом.

Значит первое правило, которое обычно помогает справиться со страхом, – умение правильно оценить реальность и масштабы угрозы, а также возможность получить помощь. Никогда не зажимайте от страха глаза – наоборот, постарайтесь пошире их раскрыть и оглядеться вокруг. Здесь нет мелочей, все может иметь большое значение: один ли преступник, вырывающийся 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, чтобы вырваться, поднять тревогу, получить необходимую помощь и содействие.

Но если уж вы не справились с собой, поддались страху и оказались временно «ослепленными», то постарайтесь побыстрее справиться с этим состоянием. Для этого полезно знать хотя бы самые простые психологические 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 преступник уже убежал далеко, это поможет вам быстрее прийти в себя и поднять 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 рода «кислородное успокоение» будет иметь еще больший смысл. Таким образом, вы сможете эффективно использовать имеющееся время, чтобы полностью адаптироваться к возникшей ситуации и включить в работу ошеломленное было сознание. А там, глядишь, пробудившийся разум уже сам придумает что-нибудь полезное.

Еще один прием рассчитан на более сложную ситуацию. Допустим, что вы оказались под завалом в результате взрыва. Вокруг обломки бетона, а между ними – маленькая ниша, и в ней – вы. Положение сложнейшее, прежде всего – своей неопределенностью и неустойчивостью. Поддадитесь панике, начнете «дергаться» в разные стороны – задвигаются окружающие вас бетонные плиты, и нынешнее сравнительно терпимое положение станет уже невыносимым. Значит, надо прежде всего успокоить себя – так, чтобы не совершить лишних произвольных движений. Для этого очень полезным бывает просто поговорить с самим собой, причем назвав себя несколько раз по имени. Разговор с собой полезен тем, что он переводит во внешний план внутренние, часто запутанные переживания – он их как бы распутывает, выстраивает в стройную цепочку причинно-следственные связи, объясняет то, что произошло и в каком положении вы оказались. Такая размеренная беседа с самим собой успокаивает, нормализует сердечный ритм, другие вегета-

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 сумочку, и весь страх куда-то прошел. Разозлитесь по сильнее 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 пребываниях среди врагов (в роли одного из них) он стал бояться, что когда-нибудь может быть разоблачен. «Однажды, когда я готовился к очередной 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 собственную смерть. После этого я уже не испытывал страха. Дважды, когда я был на грани провала, моя невозмутимость смущала моих противников и давала мне время уйти от опасности».

Известны способы дзенского (чаньского) тренинга, ведущие, в частности, к ликвидации тревожности и к самообладанию через переживание в мыслях и чувствах собственной смерти¹. Техники такого рода достаточно сложны и не доставляют большого удовольствия, однако часто они оказываются вполне эффективными.

Не поддавайтесь ужасу. Конечно, легко сказать – «не поддавайтесь ужасу», – а как ему не поддаться, если он тихо подползает и охватывает 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 жизнью и смертью. И тогда для их спасения мобилизуется ваш организм и страх вытеснит прежний демобилизующий ужас.

¹ *Кутаев-Смык Л.А.* Психология стресса. – М.: Наука, 1983. – С. 262–263.

Ужас – это всего лишь сильный страх. Объясните себе это, разъясните, 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, захваченных в свое время в Бейруте. Для одного из них психологически эффективным оказалось внутреннее отчуждение от ситуации заложничества.

«Так, Спириин, как он признался позже, подавлял страх смерти целенаправленным самоотчуждением, дающим возможность воспринимать себя как бы со стороны и осознавать малозначимость своей, отдаленно взятой жизни по сравнению с глобальными явлениями и понятиями и осознанием естественности и неотвратимости смерти вообще. На этом фоне предстоящая гибель казалась лишь некоторым ускорением неизбежного перехода в небытие. И наконец, положительно ориентированные 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 откровенных разговорах с товарищами по несчастью, и даже ожидаемый способ умерщвления.

«Ожидаемый способ умерщвления – расстрел – воспринимался ими как наиболее подходящий, поскольку он мгновенный и безболезненный. «Свою пулю не услышишь». После многократного проигрывания 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 отнесли к его вероятному приходу»².

Что касается сугубо индивидуальных способов преодоления ужаса, то надо помнить: практически все основные психологические техники умирения ужаса те же, что и в случае страха. Выровняйте дыхание, поскорее насытите 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, – восстановится самоидентификация, постепенно «всплывет» чувство защищенности. Наконец, разозлитесь посильнее хотя бы на самого себя – за то, что хитрили «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 жуткой ситуации, обязательно сходите к невропатологу – тут нужны медицинские 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 психологического воздействия на любое стихийное поведение – прежде всего, на поведение толпы. Здесь действует единое по отношению к любой толпе правило: прежде всего, необходимо снизить интенсивность эмоционального заражения, вывести людей из-под гипнотического воздействия данного состояния и рационализировать, индивидуализировать его психику. В толпе любой человек лишен индивидуальности – он представляет собой всего лишь часть массы, разделяющую ее эмоциональное состояние, подчиняющую ей все свое поведение.

Вот почему террористы любят осуществлять свои акции именно в толпе, в местах массового скопления людей: в толпе достаточно испугать лишь несколько человек даже небольшим взрывом, как страх, ужас, а вместе с ними и паника быстро овладеют всей массой. Именно поэтому следует избегать массовых сборищ, концертов, дискотек, митингов, демонстраций в периоды повышенной опасности терроризма. Необходимо специально предупреждать людей о возможных сложных ситуациях 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 противопанических систем и служб. Они включают в себя и кризисное (резервное) руководство – как для отдельных мероприятий, так и для страны в целом; размещение в толпе специально проинструктированных людей, умеющих выполнять команды и не поддающихся панике; подготовку средств звуковещательной техники для немедленного воспроизведения ритмичной музыки или популярных хоровых песен.

Рассуждая о необходимости выработки специальных антитеррористических мер, мало кто подумает о необходимости создания «антипанической службы». А ведь борьба с паникой – одна из основных задач

Министерства по делам гражданской обороны и чрезвычайным ситуациям. Для ее решения нужно иметь и заранее подготовленные теле- и радиопрограммы, и разработанные эвакуационные маршруты, и подготовленных специалистов – не в пугающей ОМОНовской форме, а с простыми 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 порождает определенные вопросы, ответы на которые дают возможность прогнозировать поведение и останавливать действия охваченной паникой толпы. Во-первых, этот вопрос о том, кто станет образцом для подражания собравшихся. После появления угрожающего стимула (звук сирены, клубы дыма, первый толчок землетрясения, первые выстрелы или разрыв бомбы), всегда остается несколько секунд, когда люди «переживают» (точнее «пережевывают») происшедшее и готовятся к действию. 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 исполняют эту команду, становятся образцами для подражания со стороны других. Жесткое, директивное управление людьми в панические моменты – один из наиболее эффективных способов прекращения паники.

Такие методы бывают особенно эффективны в сочетании с экстренным введением нового, причем достаточно привычного, знакомого людям стимула, вызывающего привычное, спокойное и размеренное поведение. 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, играет особую роль. Стихийное поведение – это неорганизованное, лишённое внутреннего ритма действие. Если такого «водителя ритма» нет в толпе, его должно задать извне. Широкою известность приобрел случай, 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 сообразив, что может сейчас начаться, начали громко и ритмично скандировать потом уже знаменитое: «Не – тол-кай!». Скандирование было мгновенно подхвачено большинством, и паника прекратилась. Другой,

политический, пример действия того же механизма – постоянное, в течение ряда десятилетий, использование американскими борцами за гражданские 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, сметая 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) национальный гимн. Через несколько секунд к ним стали присоединяться соседи. Постепенно и остальные начали если не петь, то все-таки останавливаться – национальный гимн все же. В итоге, театр встретил как всегда 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 поведения. Например, она может за секунды сделать его организованным. Вспомните многократно проклятые субботники и воскресники, демонстрации 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, написанных 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 противостояния страху и панике в критических ситуациях.

Соответственно, известны и противоположные приемы. Хотите сорвать митинг политических противников? Подгоните к его месту радиофицированный автобус и начните транслировать что-нибудь типа «Вы жертвою пали...» или любого реквиема. Для начала ваших оппонентов-ораторов станет просто очень плохо слышно. Вместо их зажигающих речей людьми будет овладевать траурное настроение. Через несколько минут народ начнет расходиться. Тем самым, вместо мажорных усилятся минорные и в частности, панические эмоции и чувства. Различных 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 выбираться из толпы. Трагедия в Тбилиси в апреле 1989 года произошла во многом из-за дикой, воинствующей некомпетентности (рука не поднимается 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 страшна тем, что всем становится страшно, а тем, что в состоянии паники люди дают друг друга.

Умерим агрессию. Агрессия – пожалуй, наиболее «горячая» форма поведения: она содержит в себе чрезвычайно мощный эмоциональный заряд. Сами выражения «выведенный из себя», «несдержанный», «доведенный до белого каления» подчеркивают это. Значит, главной задачей является снизить этот эмоциональный накал, умерить его.

Разумеется, агрессия бывает разной. Холодное насилие террориста трудно называть агрессией – это, скорее, просто нападение. Об эмоциональной агрессии говорят в случаях ответных эмоций – например, об агрессии человека, который до этого был сильно испуган, но горит жаждой отмщения обидчику. Конечно, заранее рассчитанную и давно сформировавшуюся агрессию террориста обычным людям в обычных ситуациях умерить трудно. Однако иногда и это возможно и, безусловно, полезно. 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 неожиданный 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 правило, в ответ следует замешательство, которым можно воспользоваться: попытаться ускользнуть, ударить, обезоружить противника. Выбить его из равновесия – это бывает достаточно для того, чтобы приглушить агрессию. Известно, что многие женщины сумели избежать насилия, буквально ошеломив насильника заявлениями типа: «У меня сифилис».

Неплохой прием – резкое демонстративное подчинение. Как правило, 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 значительного количества окружающих вас людей. Даже если агрессия направлена вовсе не на вас, она все равно опасна: трудно бывает вырваться 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 поведения, бывает достаточно, чтобы нейтрализовать агрессию, исходящую от других или провоцируемую другими людьми. Аналогичное действие обычно оказывает возможность или угроза мести – немедленной или отсроченной, «обещаемой». Чем выше вероятность возмездия по отношению к нашему обидчику, тем ниже вероятность отмщения, тем менее агрессивным становится обидчик.

Наконец, важным является умение умерить собственную агрессию. 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, безусловно, иногда полезной бывает имитация сильного агрессивного состояния (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», «расслабься», «не напрягайся». Считается, что агрессию снижают или сдерживают три основных фактора: атрибуция, смягчающие обстоятельства, оправдания 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. Бросил ли собеседник трубку или просто случились неполадки на линии? Если вы вообразите первое, то ваша встречная агрессия будет оправданной 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 другой водитель намеренно подрезал вас на повороте или же он просто не

заметил вас? В таких ситуациях мы пытаемся определить, почему другие ведут себя так, а не иначе. Выводы, к которым мы приходим, оказывают сильнейшее влияние на склонность прибегать к агрессивным действиям.

Смягчающие обстоятельства – это те объяснения, которые вы сами можете найти в действиях другого человека, или же то, что он может привести в свое оправдание. Экспериментально установлено, что предварительное объяснение и объяснение постфактум способствуют снижению уровня агрессии. Стоит нам заранее узнать, что человек находится в состоянии гнева, то это подавляет желание агрессивно ответить на его оскорбительные слова в ваш адрес. Однако для этого, разумеется, вы сами не должны поддаваться эмоциям – иначе это снизит вашу 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 смягчающие обстоятельства.

Извинения и оправдания, «возмещение ущерба». Известно: если приносимые вам извинения искренни, а приводимые доводы убедительны и к тому же готовы возместить нанесенный ущерб, то вы можете быстро «растаять». Тогда ваш гнев «улетучится». Если же извинения кажутся неискренними, а оправдания фальшивыми, это может даже усилить 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 начало для бытовой агрессии со стороны уличной шпаны, которой требуется эмоционально «разогреть» себя вашим прогнозируемым отказом) человек начинал искренне приносить свои извинения и объяснить, почему он не может этого сделать («вчера бросил курить», «забыл купить» и т.д.). Ошеломленные таким поведением агрессоры обычно сразу терялись, испытывали смущение, медлили или вовсе даже отказывались от своих намерений. Проверьте на себе: смогут ли вас удовлетворить извинения 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 являются 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 агрессию, вызывая чувства, несовместимые с ними. Прежде всего, это юмор, демонстративное сопереживание («разделение проблем») и пробужде-

ние сексуального возбуждения. С одной стороны, известны случаи, когда женщинам удавалось избавиться от домогательств насильника, высмеяв его («Очень хочется? Давно никто не давал? Не получается?»). С другой, – известны и противоположные примеры: некоторым женщинам, попавшим в заложники, удавалось избежать немедленной смерти, склонив террориста к интимной близости. Иногда удавалось снизить агрессию 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 понимания причин, принуждающих человека к агрессии.

Тема 12

ПРИКЛАДНОЕ ЗНАЧЕНИЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПСИХОЛОГИИ

Вопросы:

1. Специфические приемы вмешательства политической психологии в реальную политику
 - а) Психологическое обеспечение переговоров,
 - б) Психология создания коалиции и политических группировок.
2. Скрытые политические феномены и их психологические особенности
 - 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, порождающий их взаимную обусловленность и связь. Взаимодействие вступает как интегрирующий фактор, способствующий образованию структур. Например, в процессе между членами вновь созданной группы появляются признаки, характеризующие эту группу как взаимосвязанную устойчивую структуру определенного уровня развития. Структурированность группы проявляется в статусных отношениях, функционировании признаваемых всеми членами группы норм поведения и в групповых целях и ценностях. Особенностью взаимодействия является 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 обуславливает развитие 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 кого-нибудь в политических и других целях².

Интрига – происки, скрытые действия, обычно неблагоприятные, для достижения чего-нибудь³.

Коалиция (от лат. coalescere – соединяться) – блок, союз двух или нескольких государств, народов, политических партий и др. организаций для совместного вступления или действий, чаще всего политическо-го или военного характера⁴.

Мимикрия (< англ. mimicry – подражательность) – один из видов покровительственной (защитной) окраски и формы, полезное для данного вида животных сходство по цвету и (или) форме с др. животным, растениями или предметами окружающей среды.

Мистификация (гр. mystes – посвященный в тайну, знающий тайнства + лат. (tasege делать) – обман, намеренное введение кого-либо в заблуждение.

Шантаж – вымогательство путем угрозы: распространение сведений, компрометирующих жертву шантажа; сведения могут быть подлинными или вымышленными.

Провокация – лат. (provocatio) – предательское поведение, подстрекательство, побуждение кого-либо к заведомо вредным для него действиям⁵.

1. Специфические приемы вмешательства политической психологии в политику

Если обратиться к методам политико-психологических исследований, некоторые из них можно рассматривать как прямое вмешательство политической психологии 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 обеспечение политических переговоров.

Психологическое обеспечение переговоров

Политические переговоры – это обсуждение сторонами политической 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 исключает 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 решений и их исполнения.

Так, переговоры могут проводиться для того, чтобы отвлечь внимание партнера, выясняя его позиции, или пропагандируя собственные взгляды. В контексте предмета политической психологии следует выделить суть психологического обеспечения переговоров. С этой позиции, по мнению Д. Ольшанского, одной из важнейших психологических характеристик переговорного процесса является тот факт, что переговоры – это всегда *совместная деятельность*. Следовательно, необходимо учитывать интересы партнера и особенностей его восприятия переговорных проблем.

Характер переговоров зависит от соотношения интересов партнеров. Интересы могут совпадать, расходиться, могут быть взаимоисключающимися или непересекающимися с интересами партнера. Совпадение или несовпадение интересов сторон зависят от конкретной ситуации, 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 (различные виды сотрудничества). При совпадении интересов сторон, наличии понимания обсуждения не требуется, и стороны переходят к совместным действиям. При полном расхождении интересов возникают конкуренция, противоборство, конфронтация, вплоть до войны. По утверждению ряда авторов, интересы участников переговоров, необходимо отличать от их позиции и переговорных концепций.

Позиции на переговорах – это формулировка сторонами их интересов. Они предполагают искусство и тактику подачи какой-либо стороной своего варианта предполагаемого результата переговоров, в свою пользу.

¹ См.: Лебедева М.М. Вам предстоит переговоры. – М., 1993.

Говорят, если сможешь добиться, чтобы птичка сама вошла в клетку, 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 Ричарде 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 государственную 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 предпочтительный для него всегда казался явно лучшим решением вопроса по сравнению с другими. Раз за разом Никсон попадался на наживку, не подозревая, что всегда движется туда, куда подталкивает его Киссинджер»¹.

Хотя этот пример иллюстрирует искусство взаимодействия президента и его министра, но сам прием универсален и вполне может обслуживать переговорный процесс. «*Как только вы встанете на нашу точку зрения, мы с вами полностью согласимся*»² – остроумно пояснил Моше Даян свое желание Сайрису Венсу во время арабо-израильских переговоров 1977 г. В этой фразе наиболее четко прослеживается тайный 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 переговорам. Переговорный процесс и его основной смысл – это согласование 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 анализ проблемы нацелен на разрешение противоречий и удовлетворение интересов сторон.

Существуют два типа решений, достигаемых в результате переговоров. Первый тип – компромиссное решение, при котором стороны делают уступки, идут навстречу друг другу по отдельным вопросам, или

¹ Грин. Р. 48 законов власти. – М., 2003. – С. 349.

² Душенко К.В. Большая книга афоризмов. – М., 2003. – С. 580.

увязывают их в один пакет. Второй тип – это когда находится новое решение и снимаются противоречия путем включения их в более широкий контекст.

Структурно переговорный процесс можно разделить на три стадии – подготовка переговоров; анализ результатов переговоров и выполнение договоренностей. В свою очередь, стадии проведения переговоров проходят ряд этапов, таких, как взаимное уточнение позиций, интересов, точек зрения; обсуждение возможных вариантов решений и т.д. Сами переговоры реализуются через различные способы подачи позиций и тактические приемы¹.

Психология создания коалиций и политических группировок

По утверждению Д. Ольшанского, создание коалиций есть пример прямого вмешательства в политику. Без понимания психологической сути этого явления, коалиции, как правило, оказываются неустойчивыми и быстро распадаются.

С психологической точки зрения, в основе любой коалиции лежит несколько факторов. Одним из них является осознание дефицита собственных ресурсов и желание компенсировать его за счет чужих ресурсов, если это приведет к достижению цели. Другим фактором создания коалиций является наличие общего врага и общей опасности (так возникла антигитлеровская коалиция во время Второй мировой войны). Наконец, готовность перешагнуть через существующие разногласия и противоречия, если создание коалиции обусловлены выше указанными двумя факторами. В создании коалиции важен еще один момент – признать «своим» любую политическую силу, если она помогает достичь политической цели в конкретных политических обстоятельствах. Ф. Рузвельт на негативную 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 Черчилля: «*На протяжении четырех столетий внешняя политика Англии заключалась в том, чтобы противостоять наиболее сильной, наиболее агрессивной, наиболее доминирующей державе на континенте. Для политики Англии не имеет значения, что представляет из себя государство, стремящееся к господству в Европе. Для нас не имеет значения, является ли им Испания или Французская монархия, Французская или Германская империи, гитлеровская Германия или кто-то еще. Не имеет*

¹ См. тему № 10.

в этом случае никакого значения и тот, кто возглавляет эти государства и какие народы их заселяют.

*Речь идет о любом могущественном и стремящемся к господству государстве. Поэтому нас не страшат обвинения в том, что мы проводим профранцузскую или антигерманскую политику. Если обстоятельства изменятся, мы будем с таким же успехом проводить прогерманскую или антифранцузскую политику. Мы следуем законам политики, а не простой выгоде, диктуемой случайными обстоятельствами, симпатиями, антипатиями или подобными эмоциями»¹. Несмотря на кажущуюся циничность, рассуждения Черчилля дают точную характеристику психологической сущности коалиции. Традиционную приверженность английской внешней политики к созданию коалиции подтвердил и Г. Киссинджер: «*Конечно, многочисленные разовые союзники Великобритании преследовали собственные цели, как правило, заключавшиеся в расширении сфер влияния или территориальных приобретениях в Европе. Когда, они, с точки зрения Англии, переходили за грань приемлемого, Англия переходила на другую сторону или организовывала новую коалицию против прежнего союзника в целях защиты равновесия сил. Ее лишенная всяких сантиментов настойчивость и замкнутая на себя решимость способствовали приобретению Великобританией эпитета “Коварный Альбион”. Дипломатия такого рода, возможно, и не отражала особо возвышенного подхода к международным 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 подчиняются и внутривнутриполитические процессы.

Во внутривнутриполитической сфере в процессе и результате формирования коалиции могут возникать политические группировки, которые также имеют скрытую, политико-психологическую основу.

Политические группировки и их взаимодействия. По определению Д. Ольшанского, понятие «политические группировки» используется 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

¹ Churchill W.S. The Catherine Storm. V. I. The Second world war. – Boston, 1949. – P. 186, 187.

² Киссинджер Г. Дипломатия. – М., 1997.

общественности без формального соглашения или сговора; 3) согласованные или совместные акции на основе временного совпадения интересов. Таким образом, группировки делятся на демонстративные, тайные 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 группировки могут трансформироваться в относительно устойчивую коалицию. Например, создание группировок в период выборных кампаний. В таких группировках четко прослеживается как общий позитивный интерес (пройти, например, в парламент), так и негативный (не проиграть, не остаться за бортом, политической жизни). И в самом парламенте постоянно возникают временные группировки, особенно в период распределения постов между фракциями. Наряду с временными возникают и сравнительно долговременные группировки. К ним относятся в основном оппозиционные или открыто антиправительственные группировки.

Подобные группировки (движения, партии военные формирования и др.), ставящие целью свержение правительства силой, либо принуждающие власти к выполнению требований, возникают и действуют в условиях гражданского противостояния или фактической гражданской войны. Особенностью этих группировок является их ориентация на нелегальные 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 некоторых ситуациях и этнические группы, подвергающиеся дискриминации.

Психологически ключевым мотивом возникновения и существования таких группировок является известный мотив: «Против кого будем дружить». Обычно такие группировки представляют собой коалиции 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).

2. Скрытые политические феномены, их психологические особенности

Психология политической интриги

Понятие «интрига» помимо значения, приведенного в начале темы, означает еще и психологический способ построения фабулы, сюже-

та, схемы развития событий при помощи сложных перипетий действия, переплетения и столкновения интересов персонажей, особенностей обстоятельства, обеспечивающих динамичное развитие.

Политическая интрига имеет внешние и внутренние различия. Внешне политическая интрига – это сложное и запутанное, иногда загадочное сплетение обстоятельств с плохо прогнозируемыми последствиями. По внешней характеристике интрига представляет собой соединение во времени и пространстве разнопорядковых политических событий или процессов, которые придают качественно новое направление политической ситуации.

Внутренне, как поясняет Д. Ольшанский, – это политико-психологическая игра политических сил или отдельных политиков. В этом случае интрига ведет политическое событие к нужным результатам, создавая видимость спонтанного, самопроизвольного развития этих событий. Наиболее 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 теоретиков интриги считается Н. Макиавелли. Обратимся к одному из самых известных его сочинений «Государь»

Политическое учение Макиавелли – это непрерывное стремление освободить политику от нравственных оценок, постоянное противоборство сущего и должного, аморальные рекомендации осуществления политической власти. Названные нравственные коллизии получили обобщенное наименование «макиавеллизма», ставшего синонимом коварства, двуличия, жестокости в политике. Примеров подобного рода коллизий в «Государе» немало. Вот некоторые из них: «удержать завоёванное 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 оказывать 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 выигрыше 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, чтобы сохранить государство», «благоразумному государю следует избегать 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 государю благополучие и безопасность»¹.

Уже только из этих суждений Н. Макиавелли можно понять, почему до сих пор «макиавеллизм» служит синонимом выраженной склонности политика к интриге и интриганству.

Целенаправленная политическая интрига как процесс складывается из трех компонентов – завязка, кульминация, разрешение (достижение цели). Интриги бывают быстротечные и долгосрочные по времени, по целям – персонально направленные и социальнополитические. Направленные персонально преследуют цель физического устранения политика, отстранение от власти или компрометацию политика. Социально-политические интриги ставят целью устранение или компрометацию группы, ликвидацию социального слоя (например, в годы становления советской власти).

Инструменты интриги не претерпели почти никаких изменений с древнейшего времени до наших дней. Это в основном физическое устранение, компрометация моральная и террористические акты. Последние 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 внутривнутриполитический характер. Обычно внутривнутриполитическая интрига направлена на изменение баланса политических влияний внутри государства, внешнеполитическая интрига имеет ту же цель, но на региональном уровне или в мировом масштабе. (Пакт Молотова-Рибентропа и секретные протоколы, например.)

Склонность к использованию интриги как политического инструмента присуща многим политикам, обладающим «психологическим

¹ Макиавелли Н. Государь. – М., 1990. – С. 46; 52; 59.

даром интриги». Известными мастерами интриги были кардинал и первый 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. Годунов. В XX в. – это Сталин, Мао Дзедун, адмирал Канарис и др. Не скрывая негативного отношения к интриге как таковой, хотелось бы предостеречь 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 направлен «против», а не «за», и должен быть малочисленным по количеству 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 гуманизации политики, заговоры стали более «человечнее» – вместо физического устранения стали применить политическое отстранение, ссылки или отставки. В советской истории путем заговора был отстранен от власти Н.С. Хрущев (заговор возглавлял Л.И. Брежнев), в результате «опереточного» заговора ГКЧП в Форосе был изолирован М.С. Горбачев. Позднее ему же суждено было уйти в отставку уже в результате государственного переворота¹.

Роль заговора как инструмента политики зависит от степени демократизации общества. Менее значительна роль заговора при авторитарных 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 способом организации социально-политической жизни, роль заговоров снижается, т.к. борьба за власть носит открытый и гласный характер при участии большого количества людей. Этому способствует также снижение концентрации власти, разделение ее на ветви.

¹ См. Цуладзе А. Политические манипуляции или покорение толпы. – М., 1999.

Психология политической провокации, шантажа и анекдота

Психологический смысл провокации в том, что она является инструментом воздействия на сознание и поведение людей, побуждающим их к принятию выгодных провокатору решений. Примеров тому достаточно: провокация немецкой разведки, подбросившей И. Сталину список якобы предателей военачальников СССР (агентов Абвера), что привело к их физическому уничтожению; поджог рейхстага и последовавшая за этим ликвидация Гитлером оппозиции и др. Провокацией можно считать и публикацию карикатуры на пророка Мухаммеда в Дании (2006 г.), вызвавшую массовые протесты мусульман всего мира и в результате – многочисленные человеческие жертвы и разрушения.

Политический шантаж – это особая неконвенциональная технология политической борьбы, направленная на склонение объекта шантажа к политическим действиям (или бездействию) под угрозой распространения реальных или вымышленных сведений, компрометирующих жертву шантажа. В детективных сериалах часто показывают шантаж как средство давления на преступника: «Хорошо, – говорит следователь, – не хочешь признаваться, мы отпустим тебя, но устроим “утечку 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 формы проявления, при этом сущностная характеристика остается неизменной – запугивание (угроза).

Политический шантаж тесно связан с другими антисоциальными явлениями, родственными ему – вымогательство, манипулирование, насилие, террор и психологическая война.

Характер шантажирующих действий во многом зависит от психологических особенностей личности шантажиста. У такой личности доминирует негативное содержание ценностно-нормативных установок и политический аморализм, в сочетании эти установки формируют корыстные 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 играет личность объекта шантажа – сила характера, устойчивость политической взглядов и установок, интеллектуальные параметры. Так, благодаря личностным характеристикам, не имели успеха попытки шантажировать Б. Клинтона скандалом с М. Левински. О грандиозности задуманно-

го плана скомпрометировать Б. Клинтона при помощи шантажа, и о его месте в политической борьбе можно судить по воспоминаниям Б.Н. Ельцина: «В конце 1996 года наша разведка прислала на мое имя донесение – шифрограмму, посвященную триумфальному успеху на выборах Билла Клинтона – его только что переизбрали президентом на второй срок. В шифрограмме был прогноз: каким образом республиканцы будут решать возникшие у них крупные политические проблемы. Поскольку известно, говорилось в шифрограмме, что Клинтон проявляет 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 случае счел этот прогноз слишком экзотическим. Мне казалось, что если что-то подобное и возникнет, Билл, с его чувством реальности, обладая таким аппаратом помощников, сумеет вовремя разгадать коварный замысел.

Во время нашей последней встречи хотел было подарить Биллу текст этой шифрограммы на память. Но потом решил не травмировать человека – он и так слишком много пережил во время этой истории»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. anecdote – рассказик, забавная история) – краткий смешной рассказ о какой-либо политической ситуации, поведении и чертах характера лидера или представителя какой-либо группы. Анекдот отличается намеренной гипертрофией черт и ситуаций, вплоть до абсурда, способствующей выразительному запоминанию и выявлению каких-то сторон политической жизни. Героями анекдотов 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?».

¹ Ельцин Б.Н. Президентский марафон: Размышления, воспоминания впечатления. – М., 2000. – С. 158.

Соответственно, рисуются два разных образа руководителя с разным к ним отношением. Терпимо-благожелательное отношение к косноязычию 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, сельского и иного фольклора. Часто, однако, анекдоты конструируются или, по крайней мере, распространяются специально, для выполнения определенных 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 таковых претендовал на своеобразную ретроспективу всей советской истории: *Ленин, услышав о сооружении новой железной дороги, подхватил на плечо шпалу и вместе с соратниками понес ее на стройку... Сталин ничего не таскал – комфортно ехал по проложенной заключенными 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 образования, 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 психологию / Под ред. Ю.М. Жукова. – М., 1996. – С. 136–144.

Если в силу редкого стечения обстоятельств – одновременное наличие 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 – понимание пределов своих профессиональных возможностей – представляется 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, идентифицируют ее с консультированием и психотерапией. Они готовы привнести в новую сферу деятельности методы, приемы и идеологию психологической коррекции, со всеми их достоинствами и недостатками. Однако работа в сфере практической политики весьма далека от психотерапии. Вера в то, что тренинговая группа или деловая игра, или, наконец, индивидуальная терапия являются универсальным средством решения человеческих проблем, здесь только мешает. Политик не похож на традиционного клиента, нуждающегося в принятии со стороны психотерапевта и озобоченного взаимоотношением с окружающими. Политик – это человек, победивший 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 часто 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 глубинные личностные проблемы, если и осознаются, то находятся на периферии сознания и не рассматриваются как ведущие.

За этим комплексом чувств и особенностями жизненного пути могут, конечно, стоять и слабость, и патология – политики вовсе не обладают монополией на психическое здоровье и личностную зрелость. Но ведь успешная коррекция возможна только тогда, когда между психологом и его клиентом существует согласие относительно целей и методов их взаимодействия, то есть клиент сам должен выступить заказчиком лично ориентированной работы. Политик источником такого заказа быть не может. Его трудности не представляются ему связанными ни с его личностью, которую он, кстати, ни в коей мере не склонен корректировать, ни с его коммуникативными навыками. В конце концов, такой, каков он есть, он уже добился успеха, и он не видит никаких оснований заниматься изменением самого себя. Иногда он может обратиться за советом по поводу быстрой и эффективной релаксации, но эту работу специалисты по аутотренингу делают, в общем, лучше социальных психологов.

Итак, даже в случае, когда личностные и коммуникативные проблемы политика достаточно очевидны, психологу не следует предлагать

свою помощь в их разрешении – это предложение не только будет отвергнуто, но и заставит сомневаться в возможности дальнейшего сотрудничества. Особенно неадекватны любые попытки психологической интерпретации поведения заказчика – политика осуществляется в настоящем, идея поиска корней и внутренних, скрытых пружин собственного 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 может 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 поменьше, 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 коммуникативный тренинг может поступить от человека или группы, которые только борются за место в структуре власти, готовясь к выборам или находясь в оппозиции. У этих людей обычно больше времени и они чаще склонны объяснять неудачи своих предыдущих попыток такими подающимися, как им кажется, изменению факторами, как коммуникативные навыки или уровень «сыгранности» команды. Правда, такие представления 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, разделяют менталитет действующих политиков. Надо сказать, что и эффективность такого рода работы не слишком велика. Показателем этого служит, например, тот факт, что лишь очень небольшая часть активно действующих западных политиков считает целесообразной организацию психологического тренинга в рамках той подготовки, которую политические партии и группировки дают своим молодым активистам.

Как это часто бывает, негативная часть – чего не надо делать – прописывается куда яснее, чем позитивная – чем все-таки следует заниматься? 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, облеченных властью, доминирует определенный тип образования и даже миро-

ощущения. На Западе – это юристы, у нас, до Горбачева – профессиональные партийные работники и промышленные руководители с техническим 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 интерпретируют 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 недооценивают имеющуюся у людей свободу выбора, которая проявляется не только в голосовании раз в несколько лет, но и ежедневно – в пассивности 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 решений, двояка. Он должен, во-первых, корректировать рассматриваемые проекты с точки зрения их психологической грамотности – следить за тем, чтобы в них не было заложено нереалистических ожиданий; ошибочных представлений о причинно-следственных связях в человеческом поведении, чтобы они не провоцировали людей на деструктивные действия или не способствовали депрессивным реакциям. Второй не менее важной задачей психолога является психологизация самого процесса принятия решений. Как человек иной, чем все остальные, профессиональной 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 психологический, компонент постоянно присутствовал в их сознаний наравне с экономическими и иными «надчеловеческими» соображениями.

Полностью алгоритмизировать эту работу не представляется возможным. Необходимым, но, разумеется, недостаточным условием ее успеха является компетентность психолога в рассматриваемых вопросах, будь то экономика или социальные проблемы. Ни у кого из политиков, 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 работы, то, если ситуация позволяет, могут быть проведены замеры воз-

можных реакций людей в различных регионах или по разным социальным группам.

Однако, поскольку политическая ситуация всегда сложнее любой модели, которую мы можем воспроизвести в эксперименте, более надежным представляется экспертный анализ. Целесообразным является создание экспертной группы, состоящей из психологов, психотерапевтов, психологически ориентированных социологов. Члены группы должны регулярно следить за развитием событий, получать соответствующую информацию и, вообще, быть лично вовлеченными в политическую ситуацию. Собираясь регулярно или по мере необходимости (первое предпочтительнее, так как способствует формированию у членов группы и чувства 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. Момент пролонгированности такой работы, участия в группе на постоянной основе представляется принципиальным. Опыт показывает, что спорадическое привлечение к экспертизе даже и весьма серьезных, но не владеющих ситуацией во всех деталях специалистов, себя не оправдывает.

2. Анализ динамики общественного мнения и поиск путей воздействия на установки и настроения граждан. Первая часть этой задачи требует тесного взаимодействия с социологами. При этом желательно не ограничиваться анализом данных опросов общественного мнения, а проводить серии интервью, направленные на выяснение мотивации ответов и психологических механизмов, обеспечивающих то или иное предпочтение. Общественное сознание не менее сложно, чем индивидуальное.

Если при проведении, например, психотерапевтического интервью мы не удовлетворяемся ответами на прямые вопросы типа: «Счастливы ли Вы в семейной жизни?», то и в случае анализа социальной ситуации у нас нет никаких оснований оставаться в одномерном пространстве доверия-недоверия лидеру или одобрения-неодобрения его политики. В случае дефицита времени – стандартной, к сожалению, ситуации для работы в политических структурах – можно ограничиться телефонными опросами, которые, при известных навыках интервьюеров, могут дать очень ценные результаты. Следует, кроме того, помнить, что политики обычно и сами достаточно тонко чувствуют (или думают, что чувствуют) 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 нынешнего положения, а прогноз, который невозможен без понимания психологических 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 общественном мнении не беспокоиться. Политики же, зависящие от результатов 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 популярности. Под эту позицию легко подводится и теоретическая база – «я представляю 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 согласны, принять то, что сегодня кажется неприемлемым. И все это, разумеется, следует сделать так, чтобы в момент выборов они вновь проголосовали «за».

Собственно, только такие активные политики всерьез заинтересованы в воздействии на общественное мнение. Для политиков, следующих за настроениями избирателей, достаточно лишь понимания динамики 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 ситуациях – когда власти приняли или готовятся принять непопулярное решение и когда есть основания считать, что общественное раздражение достигло таких пределов, что может вылиться в беспорядки и насильственные действия. Политики здесь действуют своими методами. Они организуют 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 недовольства (как и в межличностных конфликтах, поводы могут быть бесконечно далеки от причин), выяснить какие аргументы будут наиболее эффективны, когда и в какой форме их следует использовать. Наиболее ответственной и сложной является работа по прогнозированию массовых агрессивных 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 окажутся опаснее для социальной стабильности, чем нехватка хлеба и молока, что люди, выросшие в условиях тотального дефицита и с рождения 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 беспорядка, непредсказуемости ситуации и слабости или равнодушия властей толкают людей и на агрессивные действия, и на самоизоляцию, формируют 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 плохого с тобой случиться не может, оказывается, по крайней мере, для части людей сильнее психофизиологической обратной связи, сигнализирующей о смертельной опасности, и позволяет испытывать от этого комплекса чувств острое удовольствие. Разработка стратегии формирования более позитивного образа текущей экономической ситуации, собственного 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 эмпирической базе более благополучной картины собственной жизни.

Успешные политики находятся в постоянном диалоге со своими избирателями и в процессе этого диалога имеют возможность кардинальным образом воздействовать на настроение и позицию людей. Так, 5 марта 1932 г., на следующий день после инаугурации, президент Рузвельт объявил так называемые банковские каникулы – воспользовавшись законами военного времени, он своим распоряжением закрыл все банки страны, как государственные, так и частные. Эта мера была предпринята для того, чтобы остановить массовое изъятие вкладов, которое приняло масштабы национальной катастрофы.

События последних лет и месяцев в нашей стране дают нам возможность представить, какова может быть реакция населения на подобные 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 нестандартный шаг, и последствия его для рядового вкладчика и для страны, и наконец, условия, при соблюдении которых банкам будет разрешено возобновить операции. Взрыва в стране не произошло, авторитет Рузвельта 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 ситуациях, как в США в марте 1932 г., это более или менее понятно и без специальных исследований. Но в более спокойные моменты или в условиях затяжного кризиса, в котором находимся мы, интуиции уже недостаточно. Прояснение психологических механизмов, детерминирующих динамику общественного мнения, становится условием конструктивного диалога между властью и обществом.

3. Оптимизация образа власти или политической структуры. Положительный образ лидера, проводимой им политики и людей, его окружающих, – необходимое условие успеха – политики, особенно политики реформ. Кроме того, при наличии системы регулярных выборов – это еще и условие сохранения позиции и для самого лидера, и для его команды. 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 успешной кампании находится немало людей, готовых приписать успех исключительно себе. Люди, называющие себя «специалистами по имиджу», а среди них есть и профессиональные психологи, не отличаются в этом смысле от всех остальных. Правда, доказательств эффективности их работы до сих пор не существует. Как, впрочем, и доказательств 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 «работу 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 подаются в средствах массовой информации. При этом основное внимание следует уделять телевидению – газеты ориентируются на свою специ-

фическую аудиторию, с уже сформированными взглядами. Телевизионная же аудитория универсальна, любое изменение акцентов в телевизионных программах воздействует на группу граждан с еще не сформировавшимися установками, то есть на группу, за симпатии которой и идет борьба.

Каждое выступление политика может стать предметом профессионального анализа (оптимальным представляется сочетание контент-анализа и экспертной оценки). Если переделывать человека – задача невыполнимая, 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 профессиональной компетенции находится и стратегия формирования образа – какую следует давать информацию о семье и детстве, как добиться того, чтобы граждане воспринимали лидера не только профессиональным, но и честным, не только решительным, но и осторожным.

4. Создание психологических портретов оппонентов и политических партнеров. Эта несколько экзотическая работа необходима тогда, когда осуществляется подготовка к контакту с малознакомым партнером, будь то союзник или противник. Чаще всего речь может идти о зарубежных лидерах, хотя в некоторых случаях такая работа может быть целесообразна и внутри страны. В зависимости от степени важности проблемы и срочности задания, это может быть и очень серьезное исследование с привлечением самого разнообразного материала, и краткий, весьма поверхностный очерк. Цель портрета – помочь лидеру подготовиться к встрече, представить себе, каких реакций следует ожидать, какие приемы могут быть эффективными в общении с данным человеком. Такого рода работа проводится во многих странах, но никто не знает, 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, политик начинает больше доверять собственной интуиции, чем написанным заранее инструкциям.

Эффективность использования психологии в политике никто пока не измерял. Вообще непонятно, кто и как может это сделать, – даже теоретическая возможность таких замеров вызывает сомнение, а те, кто в принципе могли бы их провести, принадлежат к тому профессиональному цеху, который заинтересован в положительном резуль-

тате. Если же говорить о субъективном компоненте этой работы – чувстве удовлетворения и разочарования у самого психолога – то здесь, как обычно, все зависит от притязаний. Если рассчитывать на стопроцентную эффективность – разочарование будет, конечно, доминировать. Если же не претендовать на чудотворство и не считать, что лишь ты обладаешь сокровенным знанием, которому все остальные должны неукоснительно следовать, и к тому же чувствовать вкус к участию в процессах 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 ограниченный набор стандартных приемов. Психология в политике – тоже искусство. Как, впрочем, и любое ремесло.

Тема 13

ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ВОЙНА КАК СРЕДСТВО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА СОЗНАНИЕ И ПОЛИТИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ

Вопросы:

1. Психологическая война как компонент политических отношений.
2. Психология воздействия СМИ на общественное сознание.

Интеллектуальная разминка

Коммуникация (от лат. *communis* – 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 ориентированные на смысловое их восприятие другими людьми, иногда называют коммуникативными действиями. Различают процесс коммуникации и составляющие его акты. Основные функции коммуникационного процесса состоят в достижении социальной общности при сохранении 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 структурно исходной. По соотношению этих функций условно выделяются сообщения: побудительные (убеждение, внушение, приказ, просьба); информативные (передача реальных или вымышленных сведений); экспрессивные (возбуждение, эмоциональное переживание); фактическое (установление и поддержание контакта). Кроме того, коммуникационные процессы и акты можно классифицировать и по другим основаниям. Так, по типу отношений между участниками различаются межличностная, публичная, массовая коммуникация, по средствам коммуникации – речевая (письменная и устная); паралингвистическая (жест, мими-

ка, мелодия); вещественно-знаковая коммуникация (продукты производства, изобразительного искусства и т.д.)¹.

Политическое насилие есть идеологически обоснованная и материально обеспеченная деятельность определенных социальных групп государств с применением средств принуждения, направленная на завоевание, удержание и использование государственной власти, достижение политического режима либо иное изменение социально-политического процесса².

Психологическая война в широком смысле – целенаправленное и планомерное использование политическими оппонентами психологических и других средств (пропагандистских, дипломатических, военных, экономических, политических и т.д.) для прямого и косвенного воздействия на мнения, настроения, чувства и в итоге на поведение противника с целью заставить его действовать в удобных им направлениях³.

Психология пропаганды (от лат. *propagare* – распространять) – прикладной раздел социальной психологии, имеющий своим предметом закономерности взаимодействия людей в системах, образуемых источником пропаганды, и аудитории, а также влияние объективных и субъективных факторов на течение и результаты этого процесса. В психологии пропаганды рассматриваются:

1. Процессы распространения сообщений на уровне формирования, закрепления или изменения установок по отношению к объектам, имеющим социальную значимость.
2. Психологическая сторона процессов возникновения и функционирования общественных настроений и общественного мнения.
3. Способы побуждения людей к действиям в связи с объектами установок и мнений. Цель психологии пропаганды – выявление социально-психологических характеристик содержания и формы распространяемых сообщений применительно к состоянию сознания аудиторий и возможностям конкретных каналов средств массовой коммуникации для оптимального решения определенных социально-политических задач.

Одной из исследовательских задач психологии пропаганды – является 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 восприятием сообщения, их дальнейшей переработкой и, наконец, их принятием, или неприятием, индивидом. Важным направлением является выявление критериев эффективности пропаганды¹.

1. 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 внутривнутриполитическую сферу реальной политики оправдано масштабностью и накалом современного информационного противостояния. При этом также следует учесть высокую значимость победы для оппонентов, причем организационные и целевые структуры предпринимаемых действий тех и других сходны так же, как и наличие общих закономерностей информационного воздействия на психику человека, на групповое и массовое 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 формирование готовности поддержать оппонентов, вызвать недовольство и деструктивные действия. Достижение цели может выражаться в разных формах – от подготовки и провоцирования массовых выступлений ради свержения политического режима, до возбуждения интереса к политическим программам оппонентов.

В психологической войне широко применяются демонстрационные действия – акции и мероприятия, ориентированные на психологическое давление на людей.

Давление осуществляется не практическими действиями, а, например, 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 роспуска 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 шантаж используется как прием психологической войны.

Одним из современных приемов психологической войны можно назвать и «показательное предупреждение» (*термин автора*). Для устранения политической оппозиции действующая власть, например, используя административные ресурсы, устраивает судебный процесс или организует моральную дискредитацию конкретного политического оппонента. Обвинения могут быть инкриминированы разные – от экономического 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 реальную альтернативу А. Акаеву, в то время президенту КР.

Работа с компроматом становится часто применяемым приемом психологической войны в политической борьбе. В наиболее яркой форме Россия, например, столкнулась с такими аргументами в подавлении политического оппонента, когда во всех СМИ растиражировали историю с выносом коробки с полумиллионом американских долларов во время предвыборной кампании Б. Ельцина¹. После этой истории в политическом сленге выражение «коробка из-под ксерокса» приобрела иной смысл и стала означать один из неконвенциональных способов политической борьбы. Чемодан с компроматом А. Руцкого – тот же прием психологической войны с политическими оппонентами. Эти два примера и не имели особого влияния на ход политической борьбы, но с них начинается отсчет применения компромата как оружия в современной политической истории на постсоветском пространстве.

Приемы психологической войны делятся на три группы (классификация 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 несуществующие источники. Психологическому давлению способствуют манипуляции цифрами и фактами для создания видимости объективности. Так, например, после (или до) поднятия цен на товары или услуги, заинтересованные структуры часто выступают по телевидению и приводят 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 странах, 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 устрашающие «наглядные иллюстрации», рассчитанные на создание эмоционального дискомфорта. Подобное состояние нейтрализует способность человека рационально мыслить и анализировать информацию. Мастером психологического давления был Геббельс, который утверждал: «Чем чудовищнее ложь, тем охотнее люди в нее верят». Ему же принадлежит аксиома его пропаганды: «Чтобы ложь была эффективной, пропаганда должна быть массовой, крупномасштабной, беззастенчивой 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 негативных черт на врага. Врагу как бы приписываются те коварные замыслы по отношению к нам, которые мы сами готовы совершить по отношению к нему. Фраза «коварный агрессор» одновременно говорит и о том, кто ее произносит².

Незаметное проникновение в сознание. Психологическое давление при помощи этого приема в основном осуществляется через рекламу образа жизни – красивого, беззаботного, богатого. Посредством рекламы 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. Американцы помещают свой флаг практически на всем, даже в не подходящих (в нашем сознании) местах: на полотенцах, плавках, боксерских перчатках и т.д. Помимо распространения слухов и сплетен о политическом оппоненте в качестве альтернативы официальной пропаганды в массовом 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

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

² См.: *Поченцов Г.* Имиджеология. – М., 2002. – С. 438 и далее.

подсознательное заражение противников привлекательными элементами предпочитаемого образа жизни.

Скрытое нарушение законов логики. Психологическая война с использованием приемов «подмена тезисов», «ложная аналогия», «подмена причины следствием» и др. имеет свою адресную направленность. Эти приемы воздействуют, прежде всего, на малообразованные слои населения. Д. Ольшанский в качестве примера приводит первоначальную успешность соцпропаганды, использование этих приемов в антиколониальной борьбе и др. Оказываясь эффективными на первом этапе, эти приемы носят тактический характер, но по мере развития сознания и роста информированности 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 психологической войны оказывают сильное психологическое воздействие на общественное сознание и настроение как во внутренней, так и во внешней политике.

2. 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 безопасности 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.: *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 усредненного потребителя, печатные издания адресованы определенной части аудитории. Как следствие, печать выступает в качестве средства идентификации читателя с той или иной социальной, региональной, религиозной и т. д. общностью. В этом плане печатные СМИ можно признать прямым каналом воздействия на информационную безопасность личности 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 событий;
- достаточная дороговизна издательской деятельности;
- сложность в восприятии информации, которая требует определенного уровня культуры общения с печатным источником, образования, 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, необходимо отметить практику использования радиоприемников с фиксированными частотами во время событий 1991 и 1993 годов в Москве. Радио предполагает меньше затруднений для выхода в эфир, чем телевидение, к тому же это обстоятельство усиливается в условиях монопольного производства и передачи информации, когда облегчен и контроль за ее содержанием. Оперативность радио и его доступность позволяет ему сохранять первенство в формировании изначальных установок личности, 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 специфических черт телевидения, отличающих его от других СМИ, отмечаются:

- доступность его использования в качестве источника информации;

- доступность восприятия сообщения, так как оно не требует особого образовательного уровня потребителя информации;
- одномоментность события и его отображения, сиюминутность;
- полисистемность события, то есть воздействие на аудиальную и визуальную систему восприятия;
- эмоциональная насыщенность информации, зачастую в противовес рациональному началу.

Благодаря способности распространять аудио- и видеоинформацию на огромные территории, в том числе одновременно с совершением события, телевидение способствует преодолению физических барьеров в виде пространства и времени между источником информации и аудиторией. Обогащенное наглядностью, зрительской информацией данное качество телевидения приводит к высокой результативности сообщения, формирует у аудитории интерес к информации, увеличивает потребность в приобретении ее из других источников. Поэтому особое значение телевидение и радио приобретают для социализации личности и информационной безопасности в условиях удаленности от главных центров политической жизни и духовного производства.

Телевидение, обладая высокой силой наглядности, ведет к усилению эмоциональных факторов восприятия, что повышает эффективность его влияния на формирование установок личности. Это качество создает предпосылки для большей убедительности, достоверности телевизионной 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 телевидения в системе информационно-психологического воздействия на общественное сознание: за сравнительно небольшое время, вплоть до нескольких минут, телезритель получает обширную наглядную информацию, позволяющую ему самостоятельно сделать выводы, прийти к какому-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, способствующие повышению эффективности человеческой речи, в частности, 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 нейтрально, сопоставляет противоречивые точки зрения, не исключая ориентации 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 возможностями для повышения эффекта воздействия. Таким образом, любой человек получает вместе с самим индивидуальным сообщением еще и комментарий.

Практически комментарий и является манипуляцией. Манипуляцией 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, позволяющие корректировать, регламентировать и проектировать массовое сознаний и психику людей. При этом упор делается на использование законов психологии, некритическое восприятие, политическую неопытность.

Газеты оказывают свое информационное влияние (то есть, навязывают читателю комментарии-манипуляции), просеивая и отбирая подлежащие опубликованию материалы, преподнося их в нужном виде читателю, акцентируя и соответствующим образом снабжая их броскими заголовками и иллюстрациями, печатая их соответствующим шрифтом и форматом, отдавая им бросающееся в глаза место в газете, а также подготавливая к печати и художественно оформляя их на высоком профессиональном уровне. В данном случае упор делается на избирательность 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 газеты, имеет значительно больше шансов привлечь внимание читателя, чем помещенная на внутренних полосах. Даже такими простейшими техническими приемами можно придать информации повышенную социальную значимость, либо, наоборот, уменьшить эту значимость. Этого же эффекта добиваются и помещением рядом с «неважной» инфор-

мацией броского материала, фотографий. В радио- и телепередачах снижение важности информации достигается тем, что сообщения ставят в конце передачи. Здесь учитывается то, что люди, как правило, ассоциируют 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 телевидения. Подсознательно накладывая свои ощущения на ощущения происходящего на экране, зритель зачастую воспринимает видимую информацию как абсолютно достоверную.

Новости на телеэкране всегда ранжируются в зависимости от их значимости. Телеведущие часто используют пугающие темы и сообщения для того, чтобы добиться определенного результата. Проанализировав, например, «новостные» программы российских телеканалов, можно прийти к выводу, что они очень часто начинаются с освещения негативных событий. Комментарии-манипуляции являются негативными информационными потоками, воздействующими на стабильность матриц сознания российской политической элиты и всего российского (и не только) населения.

Среди СМИ наибольшими манипулятивными возможностями обладает телевидение. Опять-таки, для российского телевидения характерным средством манипулирования является целенаправленное создание языковой среды, информационная операция вытеснения русского языка американизированным сленгом, что можно рассматривать как подрыв ценностно-ментальной безопасности. Один небольшой эксперимент, связанный с анализом передач телеканалов в течение недели, показал: количество американских художественных кинофильмов на российских телеэкранах составляет абсолютное большинство (в основном триллеры, боевики с традиционными сценами насилия, секса, употребления наркотиков и т. п.). Отдельные телеканалы «разбавляют» программы латиноамериканскими телесериалами.

Методы, используемые средствами массовой информации, зачастую носят скрытый негативный характер информационного воздействия на психику человека. Наиболее часты следующие:

- использование компрометирующих сведений в целях создания негативного образа политика или бизнесмена;

¹ См. тему 1 настоящего издания.

- специальное доведение определенным образом подобранных полубранных негативных фактов политической действительности, создание специальных телепередач и рубрик в газетах.

Многое в использовании мощного потенциала информационного воздействия на политическую элиту и население зависит от самих журналистов, 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, недопустимо, 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 права – законные интересы, честь и достоинство граждан и организаций¹.

Заслуживает внимания точка зрения известного поэта М. Шаханова 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,
Владельцы особо опасного
Оружия-пера,
Давали клятву
В верности гуманизму,
Как клятву Гиппократу,
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 коммуникации (СМИ). Ольшанский Д. выделяет общие социальные и психологические функции СМИ. Социальные функции в совокупности объединяют пять основных в социальном плане – информационную социализирующую, организационно-поведенческую, эмоционально-тонизирующую и коммуникабельную.

Психологические функции СМИ следует рассматривать более подробно, т.к. они отличаются по своему назначению от социальных функций².

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

² Там же.

Функция формирования массовой психологии. Массы как субъект социально-политического действия являются стратегической целью для СМИ.

Информационная функция обеспечивает аудиторию набором информации, создает единую систему координат восприятия массами информации.

Интегративно-коммуникативная функция направлена на создание общеэмоционального-психологического настроения (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 настроения; 3) функция управления циркуляцией психоформирующей информации. В совокупности эти функции направлены на психологическую регуляцию общества через интеграцию массовых настроений, и на контроль 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 жесткими 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, исследователь должен заострить свое внимание на следующих моментах: 1) содержании 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 Шаханов М. Заблуждение цивилизации (сага о нравах (эпоха). – Алматы, 2000. – С. 37–39.

послание, и аудиторией, которой это послание адресовано. Реципиентом, которого шутливо называют «пропагусь».

Остановимся немного подробнее на этом «забавном» термине. Английское *propagosee* при дословном переводе несколько теряет свою смысловую нагрузку. В русском языке глупых, одураченных людей, чаще называют «ослами» или «баранами». А вот в грузинском языке слово («бати» гусь) как раз применяется по отношению к глупым, несамостоятельным людям, позволяющим себя дурачить. Есть еще более интересное слово «гусемозглый». В русском языке этому слову соответствует выражение «бараньи мозги». После таких нелюбезных пояснений (поскольку все мы в той или иной степени «пропагуси») договоримся пользоваться термином К. Фридриха в первоизданном 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 «пропаганда» уже несет в себе негативный оттенок. Во многом это связано с одним из «отцов» современной пропаганды – И. Геббельсом. Выражение «геббельсовская пропаганда» носит откровенно ругательный характер. Но даже без эпитета «геббельсовская» она подсознательно ассоциируется с нацистской пропагандистской машиной.

Мощь этого оружия была действительно велика. Гитлер писал в «Майн Кампф»: «С помощью умелого и длительного применения пропаганды... можно представить народу даже небо адом и, наоборот, самую убогую жизнь представить как рай»¹.

В фильме «Покаяние», провожая в последний путь диктатора Варлама Аравидзе, один из присутствующих говорит: «Он обладал удивительным даром превращать врага в друга, а друга – во врага». Пропаганда 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 основной своей работой занимается и пропагандой»³.

Однако в демократическом обществе дело обстоит несколько иначе. К. Фридрих приводит пример взаимной нейтрализации пропагандистских усилий двумя общественными организациями, провозглашавшими противоположные цели и затратившими одинаковые усилия на

пропагандистские мероприятия. В то же время он отмечает, что подобное равновесие – явление крайне редкое. Как правило, если выгодам, которые сулит пропаганда, не противостоят серьезные аргументы, доказывающие невыгодность того, что предлагается, организовать контрпропаганду невозможно. Если же пропаганда не идет вразрез с одобренными обществом политикой и нормами, то ей будет сопутствовать успех. 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 критически, или когда они охватывают одну часть аудитории, а другая остается 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 “самостоятельным” мышлением, а в результате смены стереотипов»². Создание новых стереотипов, штампов является отличительной чертой агрессивной, наступательной пропаганды.

Пропаганду нельзя сравнивать с рекламой, поскольку «пропаганда стремится, вызвать, скорее коллективное, чем только лишь индивидуальное действие. В этом смысле ее следует отличать от рекламы, так как реклама старается влиять на индивидуальное действие. В пропаганде, напротив, налицо попытка создать некое убеждение и добиться действия в соответствии с этим убеждением... Ясно, что пропаганда, обладая таким характером, действует для того, чтобы положить конец дискуссии и рассуждению»³. Г. Блуммер определяет пропаганду как «умышленно спровоцированную и направляемую кампанию с целью заставить людей принять данную точку зрения, настроение или ценность»⁴. Пропаганда «не предоставляет 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 C.* Op. cit. – P. 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 Цит. по: *Желев Ж.* Фашизм. – М., 1991. – С. 233.

² Там же.

³ Там же. – С. 235.

2. Использование внутригрупповых и внегрупповых установок. (Это позволяет осуществить, например, технологию создания «образа врага».)

3. Использование эмоциональных установок и стереотипов, которыми люди уже обладают, путем выстраивания ассоциаций между этими установками и задачей пропагандиста. В этом случае пропагандистский призыв «ляжет» на благоприятную почву¹.

С. Московичи считает, что стратегии пропаганды «предназначены для превращения индивидов в толпу и вовлечения их в определенную деятельность. Приемы вождей (или партий!) всякий раз специфичны, поскольку искомые результаты конкретны и своеобразны. Но они прибегают к трем основным стратегиям: представлению, церемониалу и убеждению. Первая управляет пространством, вторая – временем, третья – словом»².

Поскольку пропаганда ориентирована на коллективное бессознательное, ее объектом является толпа. В современном мире воздействие осуществляется большей частью на «психологическую толпу», а не физическую. Ж. Желев считает, что превращению народа в толпу способствовала 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 высмеяли их немедленно». Сходной точки зрения придерживается и Г. Блуммер: «Пропаганда вредна и опасна только тогда, когда налицо лишь одна 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 воспринимает рациональные аргументы. Гитлер в свое время подметил это обстоятельство 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 воспринимать 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 преданности, запечатлевается и остается как гипнотическое внушение; оно стоит 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 эмоции позитивные, созидательные. Иисус Христос тоже был пропагандистом. Но он учил (убеждал) людей любить друг друга, а не ненавидеть, созидать, а не разрушать. Наносил ли он такой пропагандой ущерб окружающим, своим последователям? По-видимому, нет, скорее наоборот. Поэтому когда речь идет о вреде или пользе пропаганды, то нужно прежде всего разобраться, какие эмоции возбуждает эта пропаганда. Ведь А. Пушкин тоже занимался пропагандой. Не случайно он написал строку: «И чувства добрые я лирой пробуждал». Таков, на мой взгляд, главный критерий оценки пропаганды.

В основе нашего поведения лежат определенные убеждения. Поэтому если люди усваивают разрушительные убеждения, то и предпринимаемые 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 режима 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 реальностью. Вот уж действительно нет пророка в своем отечестве.

Исходя из вышесказанного, я предлагаю провести различие между 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, запоминающейся форме он доводил до них свое учение. С этой точки зрения, Христос был блестящим пропагандистом. Цель позитивной пропаганды – способствовать 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 ограниченного круга заинтересованных лиц. Позитивная пропаганда не преследует манипулятивных целей.

Негативная (деструктивная) пропаганда навязывает людям те или иные убеждения по принципу «цель оправдывает средства». Цель негативной пропаганды – разжигание социальной вражды, эскалация социальных конфликтов, обострение противоречий в обществе, пробуждение низменных инстинктов у людей и т. д. Это позволяет разобщить людей? сделать их послушными воле пропагандиста. Технология создания «образа врага» позволяет сплотить толпу вокруг пропагандиста, навязать толпе выгодные ему убеждения и стереотипы. Основная функция негативной 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 группы лиц.

Некоторые могут возразить, что попытки разграничить «хорошую» 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 социалистической пропаганде недопустимы, например, приемы манипулирования сознанием людей, которые широко применяются в буржуазной пропаганде»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 идеологов, убеждать, объяснять, воспитывать, а буржуазная пропаганда манипулировала людьми в интересах господствующего класса. Однако тот же Л. Войтасик признаёт, что в пропагандистском воздействии рациональные аргументы зачастую малоэффективны. Без создания соответствующего 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-

¹ Войтасик Л. Указ. соч. – С. 41.

² Там же. – С. 42–43.

принимается реципиентом»¹. Поэтому даже социалистической пропаганде на практике волей-неволей приходилось воздействовать на эмоции, подсознание людей. В определенный период времени советским вождям это удавалось. Но с 70-х годов советская пропагандистская машина 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 пропагандой. Что же касается методов убеждения, которыми хвалились идеологи 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 древних 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 пропагандистское воздействие, какие цели оно преследует? Этот вопрос, по сути дела, ключевой. Марксистские теоретики рассматривали эту проблему с точки зрения классового подхода. Проводя грань между социалистической и буржуазной (империалистической) пропагандой, они заключали, что в основе различий между ними «лежит классовая сущность различных систем»². Классовый подход позволяет, конечно, достичь определенных результатов. Но мы прекрасно помним все «прелести» 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 интересы она выражает, подводят нас к проблеме соотношения частного (корпоративного) интереса и интересов общества. Когда эти интересы совпадают, то ситуацию можно считать идеальной. Например, фирма, производящая спортивные тренажеры, начинает активно пропагандировать здоровый образ жизни с весьма корыстной целью – увеличить объемы продаж. Но если этой фирме удастся действительно убедить часть покупателей в преимуществах здорового образа жизни, то в выигрыше и фирма (продажи растут), и общество (здоровая нация).

¹ Войтасик Л. Указ. соч. – С. 47.

² Там же. – С. 42.

Когда векторы интересов направлены в противоположные стороны, то, естественно, пропаганда несет вред обществу. Более того, пропагандист вынужден идти на сознательный обман, чтобы скрыть реальные последствия тех действий, которые он призывает совершить людей. Сюда можно отнести, например, табачные компании, создающие привлекательные, мужественные имиджи, которые убеждают потребителей, что сигареты такой-то марки курят только «крутые ребята». О вреде курения предупреждает разве что сиротливая надпись «Минздрав предупреждает – курение опасно для вашего здоровья». Но «крутой» имидж действует сильнее. 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 применяются манипулятивные методы убеждения, тем вероятнее опасность быть обманутым. Конечно, «измерить» его на практике довольно проблематично. Мало того, его еще надо обнаружить. Но если манипуляцию 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 методами – это выявлять их и выставлять на свет божий. Подобной экзекуции они, как правило, не выдерживают.

Методы пропаганды. В числе приемов пропаганды можно назвать: предварение оценочных суждений перед изложением фактов, умалчивание фактов, искажение фактов, предвзятую интерпретацию фактов и т. д.

Среди основных способов воздействия на аудиторию С. Московичи выделяет утверждение и повторение. «Первое условие любой пропаганды – это ясное и не допускающее возражений утверждение однозначной позиции, господствующей идеи». Вспоминая свое советское прошлое, мы можем привести массу примеров однозначных, не подлежащих обсуждению утверждений, которые внедрялись в массовое сознание: 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 навязчивые идеи... Повторение имеет двоякую функцию: будучи навязчивой идеей, оно также становится барьером против отличающихся или проти-

воположных мнений. Таким образом оно сводит к минимуму рассуждения 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 выступает 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 призвала бороться с вредителями и предателями и люди доносили друг на друга, в 60-е годы призвали осваивать целину и люди ехали и за копейки работали, то в 70-е годы призывы и лозунги партии превратились из руководства к действию в некий атрибут власти, в своего рода вывески, за которыми ничего не стояло. Советская пропаганда 70-х годов служила успокоению самих властей предрержащих, но утратила свое влияние на население страны, поскольку перестала побуждать к действиям.

«Повторение имеет также функцию связи мыслей. Ассоциируя зачастую разрозненные утверждения и идеи, оно создает видимость логической цепочки. Складывается впечатление, что за фразами вырисовывается система, за частой связью несовместимых понятий стоит принцип... Человеческое существо имеет особенность быть привлеченным и соблазненным упорядоченным представлением о мире, который его окружает»¹. Замечательным образчиком подобной системы является марксизм-ленинизм – учение, которое было создано специально в пропагандистских целях! Современным политическим технологам еще учиться и учиться у советских вождей. В. Ленин изобрел великолепную пропагандистскую формулу: «Учение Маркса всеильно, потому что оно верно». Блестящий образец политической софистики! Сегодня многие 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 «идеологические дыры». В конечном итоге все области советской науки, культуры, искусства были поставлены на рельсы марксизма. Как это ни парадоксально, столь впечатляющая победа марксизма стала началом его идейного конца.

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 – электронная техника – придает новую форму и перестраивает схемы социальной взаимозависимости, а также каждый аспект нашей личной жизни...).

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 бессознательным образом, так сказать посредством осмоса¹. Слова и их значения предрасполагают ребенка думать и действовать автоматически. Азбука и книгопечатание поддерживали и поощряли процесс разединения, специализации и обособления. Электронная техника питает и поощряет процесс объединения и спутывания. Не зная действия средств коммуникаций, невозможно понять общественные и культурные изменения.

Прежнее обучение наблюдательности в наши времена стало бесполезным, потому что оно основано на психологических реакциях и понятиях, 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 выполнять сегодняшние обязанности с помощью вчерашних орудий – вчерашних концепций.

...Наше время – это время преодоления барьеров, отказа от старых 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 общественных перемен?

...Электронная связь низвергла господство «времени» и «пространства» и втягивает нас немедленно и беспрестанно в заботы всех других людей. Она перевела диалог в глобальные масштабы. Его миссией является всеобщая перемена, кладущая конец психической, социальной, 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, объединенной электронной информацией, и классной комнатой. Сегодняшнее телевизионное дитя настроено на самые последние «взрослые» новости – 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 развлечений. Политика предлагает вчерашние ответы на сегодняшние вопросы.

Возникает новая форма политики, причем такими путями, которых мы еще не заметили. Жилая комната стала кабиной голосования. Участие с помощью телевидения в маршах Свободы, в войне, революции, надругательствах и других событиях изменяет все...

Электронная система является продолжением центральной нервной системы.

Средства коммуникаций, изменяя среду, вызывают в нас необычные 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». Фонетический 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 семантического значения и которые должны быть нанизаны, подобно бусам, в одну линию в предписанном порядке. Его использование питает и поощряет обычай воспринимать всякую среду в визуальных и пространственных рамках пространства и времени, которые однородны, постоянны и взаимозависимы...

Видимое пространство однородно, постоянно и связано. В нашей западной культуре рациональный человек является визуальным человеком. Для него не существенно, что наиболее здравый опыт обладает небольшой «видимостью». Рациональность и видимость долго были взаимозаменяемыми терминами, но мы не живем более в преимущественно видимом мире.

Разделение видов деятельности или привычка мыслить кусочками и частями – «специализация» – отражала ступенчатый линейный бюрократизирующий 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, бюрократию. 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 убеждения – внушать предубеждения. Подобно станковой живописи, напечатанная книга много прибавила к нашему культу индивидуализма. Стала возможной личная устанавливающаяся точка зрения, и грамотность даровала возможность обособленности, изоляции.

Моментальный мир электроинформационных средств включает нас целиком и сразу. Невозможно обособление структуры...

«Время» прекратилось, «пространство» исчезло. Мы теперь живем во всемирной деревне... в единовременном происшествии. Мы переместились 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 поступка, поскольку результаты проявляются без промедления...

При высоких скоростях электронных коммуникаций более невозможны чисто визуальные средства постижения мира; они слишком медленны, чтобы быть своевременными.

...Замкнутая связь через электросистемы крепко соединяет людей друг с другом. Информация изливается на нас мгновенно и непрерывно. 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 сосуществование в состоянии активного взаимодействия всех факторов окружения и опыта...

Печатная техника создавала публику. Электронная техника создала 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 изобретательства является открытием XX в., так же, как техника изобретательства является открытием XIX в...

Сейчас настали трудные времена, потому что мы являемся свидетелями сокрушительного столкновения двух великих технических эпох. К новой эпохе мы приближаемся с психологическими предубеждениями и чувственными реакциями, рожденными старой. Это столкновение неизбежно происходит во все переходные периоды: например, в позднем средневековом искусстве мы видели страх перед новой книгопечатной техникой, выраженный в теме «Пляска смерти».

Сегодня подобные страхи выражены в театре абсурда И то и другое 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 проектируются на вас. Вы служите экраном. Образы обволакиваются вокруг вас. Вы являетесь точкой исчезновения. Это создает своего рода направленность 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 времена и везде...

Информация, обработанная вашей средой, есть пропаганда. Пропаганда 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 стадион 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 совместной деятельности* и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, и понимание другого человека; 2) осуществляемое знаковыми средствами взаимодействие субъектов, вызванное потребностями совместной деятельности и направленное на значимое изменение в состоянии, поведении и личностно-смысловых образованиях партнера. В самом общем виде – форма жизнедеятельности. Социальный смысл общения состоит в том, что оно выступает средством передачи форм культуры и общественного опыта¹.

PR (публик рилейшнз) от англ. Public relations – буквально «отношения с общественностью») – специализированная деятельность соответствующих подразделений государственных, корпоративных, политических, общественных, экономических и др. структур, направленная на установление взаимопонимания и доброжелательности между структурами, осуществляющими PR, и обществом, населением, группами, людьми на которых направлена эта деятельность².

Политическая реклама (от лат. reklamare – «выкрикивать») – система 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, запоминающаяся фраза².

1. 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 государственные посты. Рекламная кампания проводилась в то время самими претендентами или их сторонниками в устной форме. Рекламировались богатство, происхождение, красноречие. Особо ценилось красноречие (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 удовольствие – честь, оказываемая слушателю, производить же сильное впечатление необходимо»³.

В «Избранных жизнеописаниях» Плутарх рассказывает, что увлечение красноречием у Демосфена началось, когда он будучи еще маленьким, слушал выступление оратора Каллистрата: «Каллистрат блестяще выиграл дело, стяжав всеобщее восхищение, и Демосфен позавидовал его славе, видя, как толпа с восторженными восклицаниями провожает победителя домой, но еще больше поразился силе слова, которое, 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 функций), 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 голос 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 заметную, самую сильную, самую знаменитую личность, до какой 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 серию сатирических стихов, высмеивающих Папу Римского и его привязанность к ручному слону. Это нападение принесло Аристотелю известность. Клеветнические нападки на сильных мира сего обычно имеют сходный характер. Оказавшись на виду, вы сможете поддерживать интерес 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 стилем, он поражал публику сериями новых неожиданных работ. Лучше вывести из равновесия безобразным творением, думал он, чем позволить зрителям слишком привыкнуть к моему стилю (узнаваемая тактика Жириновского – Т.К.). Следует понимать: люди испытывают чувство превосходства 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 эксцентричность, но психология привлечения к себе внимания общества схвачена точно, тем более, что политическая реклама построена по определенным законам, эксцентрики в том числе.

Следующая направленность политической рекламы – выстраивание благоприятных для лидера (претендента) ассоциаций. Примером

¹ Грин Г. 48 законов власти. – М., 2003. – С. 91–92.

подобного манипулятивного приема А. Цуладзе приводит фрагмент рекламного фильма «Это Жириновский»: «Идет перечисление «Великих сынов 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 перепасть и Жириновскому. Но уж очень плохо он вписывается в предложенный 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 преувеличения достоинств рекламируемого и принижением таковых у конкурента.

Реклама ориентирована на систему оперативных связей с электоратом и имеет свою структуру и этапы создания.

Структура политической рекламы включает в себя

- субъекты политической рекламы (претенденты, партии, движения),
- объекты политической рекламы (избиратели).
- предмет политической рекламы (платформы, программы, личности),
- цели политической рекламы (завоевание власти, формирование общественного мнения),
- задачи политической рекламы.
- средства политической рекламы (передачи, публикации, встречи, плакаты, массовые акции и др.),
- прямые и обратные связи (опросы, выявление массового настроения, выявление отношения к кандидату и т.п.).

Политическая реклама включает три психологических компонента: *когнитивный компонент* (дающий новые знания, информацию); *аффективный компонент* (формирующий эмоциональное отношение); *регулятивный компонент* (побуждающий к действиям).

С точки зрения Д. Ольшанского, А. Пирогова и др., политическая реклама строится поэтапно. *На первом этапе* исследуются (базовые исследования) политический рынок, маркетинг, проводится анализ электората; *на втором этапе* идет разработка концепций, стратегии рекламной 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, тактические, перспективные и оперативные цели и задачи; формы и методы подачи рекламы; структуру имиджа лидера; средства рекламы (СМИ, прямые контакты, наглядность и т.д.); виды психологического воздействия с учетом особенностей ситуации и электората. Как определил Мартни Ларни: «Реклама – это средство заставить людей нуждаться в том, о чем они раньше и не слыхали».

2. Методы и структура политической рекламы

Среди основных методов нужно назвать: почтовую рассылку, телевизионные ролики, радиоролики, наглядную агитацию (плакаты, растяжки, щиты т.д.), сувенирную продукцию (значки, вымпелы, бейсболки, флаги, футболки и т.д.), концерты и другие развлекательные мероприятия.

Почтовая рассылка. Очень эффективна для создания иллюзии общения с кандидатом персонально. Политик демонстрирует внимание к конкретному избирателю, указывается в письме или открытке имя и отчество получателя. Подпись кандидата свидетельствует о том, что он лично обращается к потенциальному избирателю. Технологи рекомендуют, когда это возможно, ставить «живую» подпись, а не факсимиле. «Живая» подпись свидетельствует об интересе политика к адресату. Конечно, при массовой рассылке приходится отказываться от «живых» подписей. Этот недостаток компенсируется количеством писем.

Телевизионные ролики. Этот вид рекламы получил довольно широкое 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 показами, циклы показов, контекст показа (до фильма или программы, во время 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 разделить 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 плакатам. Хрестоматийный пример – «провал» Е. Мавроди, жены «великого комбинатора» С. Мавроди. Для нее заказали дорогие цветные плакаты, чем вызвали недоверие избирателей, задавших вопрос: «На какие деньги она их печатала? Уж не на наши ли кровные, которые мы доверили «МММ»?»

Однако, если плакат напечатан плохо, неряшливо, изображение не четкое, то вызвать положительные эмоции такое «произведение» не может. Следует придерживаться, как и в большинстве случаев, принципа «золотой середины» – добротная полиграфия, но без излишеств и «наворотов». «Изыюминка» должна заключаться в способе подачи материала.

Без изображения политика. Как правило, такие плакаты содержат слоганы компании. Здесь главное внимание уделяется тому, чтобы привлечь внимание избирателя; зафиксировать внимание, побудить ознакомиться с плакатом; внедрить в сознание избирателя основную идею плаката¹.

Вообще, визуальные средства и методы политической рекламы лидируют по эффективности их воздействия. Одним из свойств наглядной рекламы является невозможность построения равноценного ответа плакату, 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 интересный пример. В период президентских выборов в Москве стояли рекламные щиты с рукопожатием Ельцина и Лужкова и слоганом «Москвичи сделали свой выбор». Неоднозначность этого вербального текста выяснилась следующим образом. На одной из пресс-конференций Зюганова, 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 пленку со слоганом – «только вместе». Можете представить, во сколько обошлась удачная шутка Зюганова бюджету столицы².

Сувенирная продукция и символы используются для популяризации логотипов партии, изображений кандидата и основных лозунгов кампании. Здесь политическая реклама взяла за основу опыт коммерческой 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, пользуясь определенными знаками символами. О значении символа в образе политика говорится в воспоминании Шпеера о возникновении любимого цветка Фюрера: «Шпеер знал, что Фюрер глубоко безразличен к цветам 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 символов. Зрительные образы часто появляются 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 имеющим центральное значение. Политики всегда пытаются использовать эти особенности, о чем свидетельствует следующий пример.

Незадолго до окончания Второй мировой войны генерал Эйзенхауэр отдал приказ американским войскам первыми войти в Париж после его освобождения от фашистов. Французский генерал Шарль де Голь, однако понимал, что такая последовательность событий может привести к тому, что американцы получат право распоряжаться дальнейшими судьбами Франции. Ценой множества ухищрений и манипуляций де Голь добился того, чтобы первыми во главе освободителей появилась Вторая французская бронетанковая дивизия и он сам. Замысел удался, и после удачно проведенной операции союзники стали считаться 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 эмоциональную реакцию².

Другой пример с другими участниками еще раз подтверждает непреложность эффекта зрительного восприятия визуальных символов в политике: «Жан Батист Изабэ был неофициальным живописцем Наполеона. Во время Венского конгресса 1814 года, когда свергнутый Наполеон находился в заточении на острове Эльба, участники конгресса, которым предстояло решать судьбу Европы, пригласили Изабэ, чтобы увековечить это историческое событие на эпическом полотне. Как только живописец прибыл в Вену, ему нанес визит Талейран, основной представитель 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 центральное 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 отвечал, что полностью согласен и что великий герцог действительно должен быть центром всеобщего внимания.

Вернувшись в студию, Изабэ обдумал дилемму. Отдавая предпочтение 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 представляло 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, следует отметить, если избиратель принимает символику кандидата или действующего политика, он как бы становится частью команды, или выражающим поддержку лидеру и его политической деятельности. Символы, как своего рода *метки*, навязываются массам. Если они сделаны качественно, привлекают внимание, вызывают эмоциональные отклики – цель политической рекламы достигнута.

По мнению Д. Ольшанского, стремлением политической рекламы и главным фактором ее эффективности считается «уникальное политическое предложение». Такое предложение состоит из нескольких составляемых: *первое слагаемое* – предложение, ясно объясняющее избирателю, что будет, если он сделает то, что ему предлагают. *Второе слагаемое* – неповторимость того, что ему предлагают (уникальный шанс). *Третье слагаемое* – привлекательность предложения, побуждающая избирателя сделать то, что ему предлагают. Наконец существует *четвертое слагаемое* – предупреждение (утрирование возможного), если вы вдруг проголосуете за того кандидата. Обычно, это достигается обыгрыванием 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 (демонстрируя туфлю с дыркой, кандидат идентифицировал себя с бедными слоями

общества «Я знаю ваши проблемы, и я их решу» – означал плакат). В ответ противник выпустил значки с дыркой в ботинке, который ассоциировался с их риторикой, не допускай, «чтобы подобное не случилось с тобой. 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 политической культуры;
- концептуальность – наличие идеи соответствующей потребностям общества;
- персонификация – качества лидера, обеспечивающие его узнаваемость;
- эксклюзивность – отличительность от рекламы других политиков;
- широта воздействия на избирателей;
- доступность – насколько «предложение» понимается избирателями».

Тональность политической рекламы должна быть мажорной, наступательной (иногда агрессивной), вселять чувство уверенности, сопровождаться соответствующей атрибутикой (слоган, цвет эмблемы, форма, музыка и т.д.)

Слоган (призыв, лозунг) – это рекламная формула, броская, запоминающаяся. Обычно носит ситуативный и тактический характер. Чтобы эффективно воздействовать на сознание и поведение масс, лозунги должны соответствовать следующим требованиям: обещать «все и сразу»; принимать ответственность за исполнение на себя; предлагать простые способы решения сложных проблем; использовать элементы мифа; 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 внушения, этот лозунг дает полную характеристику конкуренту.

¹ Грин Д. 48 законов власти. – М., 2003. – С. 256–257.

¹ Почетцов Г. Имиджеология. – М., 2002. – С. 288.

3. Психология PR, функции и технологии

В современном обществе PR – это особый инструмент организации коммуникативного пространства, который постепенно становится одним из средств управления обществом.

Цель PR – установление двустороннего общения для выявления общих представлений или общих интересов и достижения взаимопонимания между субъектом и его аудиторией, или между двумя или более субъектами.

На западе (родине PR), как в деловом мире, так и в политике, огромное значение придается поддержанию хорошей репутации в обществе. 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 последствий.
3. Изучение общественного мнения, отношения и ожидания со стороны общественности и рекомендации необходимых мер для формирования мнения и удовлетворение ожидания.
4. Установление и поддержание двустороннего общения, основанного 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 деятельности 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 ориентированы как на решение временных, краткосрочных задач, так и на долгосрочную перспективу. В первом случае PR, как правило, выступает одним из элементов избирательной компании. Задачи PR в период выборов – *создание, коррекция* 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 реагировать 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 искусства общения. Постепенно PR расширял свои возможности, и эти возможности связаны с психологической природой PR.

Технологически PR призван создавать благоприятные для объекта контексты. Как утверждает Д. Ольшанский, эффективность PR зависит и начинается от коммуникативного аудита. Существует три основных коммуникативных потока – потока внутри организации; из организации; те, в которых упоминаются организации. Коммуникативный аудит должен ответить на три вопроса: «Кто?» (кому мы нравимся, кто будет 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 информации в ряде случаев может работать на позитив. Так, В.Ш. Шендерович рассказывал, что миллионер-фармацевт давал ему миллион долларов за появление в программе новой куклы в период предвыборной

¹ Блэк С. Паблик Рилейшенз: Что это такое? – М., 1990. – С. 13–15.

¹ Почетцов Г. Имиджеология. – М., 2002. – С. 660.

борьбы¹. Известно, что слава и известность принадлежат тем, кто узнаваем, кого можно легко пародировать из-за узнаваемости. Отрицательные последствия появления политического персонажа в виде куклы нивелируются положительными.

Немаловажное значение для PR имеет снятие (или ослабление) границ между лидером и обществом В. Ключевский, описывая начало царствования 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 расстояние. В Зимнем Дворце назначено было одно окно, в которое всякий желающий мог бросать прощения на высочайшее имя; ключ от комнаты находился у самого государя, который аккуратнo 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 проблем 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; 5) 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 после 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 подсист-емами.

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 похвалили. Ему еще надо, чтобы партнера поругали»* (Известия, 1994, 14 сентября).

О таком бытовом отрицательном имидже упоминал еще Лев Толстой 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». Тогда 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 необходимости бороться с негативным имиджем (порождение негативного имиджа как бы становится более поздней задачей). Впервые эта задача была сформулирована как вариант самозащиты бизнеса. Это случилось в 1908 г., когда компания «Белл» стала бороться против возникшей вокруг нее определенной враждебности, причиной чему было направленное против нее антимонопольное законодательство. «Белл» попыталась воздействовать на общественное мнение серией реклам. Эта ситуация открыла дорогу для других компаний по построению лоббистских коммуникаций, воздействующих на общественное мнение.

Первым ярким примером отрицательно «заряженного» клипа в США был ролик, направленный против Барри Голдуотера. Девочка обрывала 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 поставлено на карту. Либо мы сделаем мир годным для божьих детей, либо уйдем в преисподнюю. Мы должны либо любить друг друга, либо умереть». Были подготовлены еще два ролика. В первом – девочка ест мороженое, 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, инспирированные Голдуотером. Правда, последний ролик был снят с показа, поскольку 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 сегодняшнего дня. Во-первых, использование реальных кадров самого оппонента против него самого. Во-вторых, в негативных клипах присутствует 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 отрицательной рекламы опирались на интересный феномен использования юмористических реклам. Такой более мягкий подход был связан с тем, что любая критика кандидата Клинтона в тот период легко могла вызвать в сознание избирателей ошибки и неудачные ходы действующего президента Буша. Юмор выступил в роли разрешения на критику Клинтона. Традиционным форматом для негатива у команды Буша был показ точки зрения «человека с улицы», акцент ставился на том, что этот год для настоящих людей. Реклама Буша также активно вводила положительную оценку своего кандидата, предполагающую негатив другого претендента.

Например, обедающая рабочая семья обсуждает последние новости 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 губернатора Арканзаса. Они показывали черно-белые картинки дождливого дня, а женский голос за кадром говорил, что Арканзас относится к числу наихудших штатов для жизни. Ролик завершался словами: «И теперь Билл Клинтон хочет сделать с Америкой то, что он сделал с Арканзасом. Америка не может так рисковать». Эта реклама подняла негатив оценки Клинтона до 41 %.

При запуске такого отрицательного имиджа возникает проблема адекватного его опровержения. В соответствии с определенными законами коммуникации сделать это весьма сложно: считается, что легче запустить новый стереотип, чем опровергнуть имеющийся. Поэтому одна из возможных стратегий состоит в показе заинтересованности оппонен-

та именно в таком представлении события. Например, министр атомной энергетики России Виктор Михайлов говорит: *«Наконец пришло время сказать откровенно: в кампании против российской атомной промышленности виден след газонефтяного комплекса... Надо ли говорить, насколько 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 безопасности в России и Политбюро в СССР: *«Никакого политбюро в Кремле не существует, поверьте мне. Все разговоры на эту тему – от незнания подлинных функций Совета безопасности, ложных толкований его статуса»* (Известия, 1995, 16 февраля).

В письме, адресованном Н. Хрущевым А. Микояну, перечисляются негативные ярлыки, которые приклеивали к нему:

- * и что я новоявленный Наполеон, державивший бонапартистский курс;
- * у меня нарастали тенденции к неограниченной власти в армии 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 может пойти это опровержение. Ярким примером последнего времени стала чеченская война в России, когда официальная политика признала недостаточность 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 новости, 1995, №7) были получены следующие ответы:

- правительственным – 14%
- неправительственным – 46%
- затрудняюсь ответить – 40%.

Отсюда вытекает невозможность борьбы с «неправильным» мнением по каналам, которым не доверяет население. Дополнительную сложность в решении этой проблемы создает и недостаточная информированность тех лиц, которые принимают решения. В ответ на обвинения в односторонности информации, которая привела к началу военных

действий в Чечне, бывший руководитель администрации Бориса Ельцина Сергей Филатов заявил: *«...Информация...поступала из разных источников. Президент всегда перепроверяет информацию. Хотя надо признать, что отчасти мы все были дезинформированы. Прежде всего относительно боеспособности дудаевских отрядов и подготовки к такой 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 прокомментировать ее идеи относительно медицинской страховки или университетского 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 ведомости, 1995, 7 марта).

Мы не умеем сегодня достойным образом ответить на негативную 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 «Куклах» 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 всего связываться. Прошло два месяца, прежде чем руководство канала позволило мне показать коржаковскую куклу. Сейчас нет человека, которого нельзя было бы критиковать, зато появилась целая каста неприкосновенных. 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 Ельцин программу не смотрит, вместо него это делает Наина Иосифовна. А главный редактор «Комсомольской правды» В. Сунгоркин на конференции по кризисным публичным рилейшнз (Москва, 1998) заявил, что они могут критиковать и Березовского, и Чубайса, но поняли, что нельзя трогать поп-звезд, поскольку после этого начинаются настоящие бандитские 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 опровержения, 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 стратегия только поддержит нападение.

5. Источник сообщения может быть даже более значим для избирателей, чем сам кандидат.

Сам Боб Доу предлагает свою – шестую стратегию: *атаковать в ответ слабые места самого оппонента*. Смысл данной стратегии состоит 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 время шестая стратегия переводит борьбу на поле, более выгодное для самого 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, взхлеб писал о них. Известно, история почти никого ничему не учит» (Комсомольская правда, 1997, 4 марта).

Вариантом реакции может стать не прямой 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 набросился 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 поводу 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 конкретных фактов, содержащихся в статье, то о них предпочли умолчать» (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 избирателей, 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 мстительный кандидат, моментально воспользовавшийся оплошностью своего оппонента. Как отмечает К. Джеймисон, слоганы кампании Дж. Форда практически вступили в противоречие с этим событием прощения. С одной стороны, прозвучали лозунги, что преступники должны сидеть в тюрьме, на которых соответственно прореагировали определенные слои электората. С другой, слоган кампании: «Он сделает нас снова гордыми» несомненно также должен был коррелировать с наибольшим «позором» Америки в виде уотергейта. Образовалась, если воспользоваться терминами нейролингвистического программирования, определенная неконгруэнтность.

В истории есть и другие варианты разрешения негативных кампаний. 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 правительства США в том, что его непростительная инертность позволила японцам 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 обвинений 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 нежелательности распространения таких сведений. Дьюи ответил отказом. Второе письмо оказалось более убедительным, и Дьюи решил не упоминать в своих публичных выступлениях о вскрытых японских шифрах. В результате он проигрывает выборы, но все равно поступает благородно. Кстати, на обложке этих секретных сводок было написано: «Нельзя предпринимать никаких действий на основании сообщенной здесь информации, 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. «водопроводчиков» в штаб-квартиру конкурентов – приводит к его уходу из Белого дома. Это также оказалось результатом избранной стратегии поведения после того, как возникло судебное расследование этого эпизода. А. Хейг и Г. Киссинджер пытались убедить Никсона прервать свои связи с тремя сотрудниками, попавшими под прицел судебного преследования. «Вместо этого президент строил свою юридическую защиту во взаимоотношении с этими тремя лицами, продолжал встречаться с ними, 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. Никсона, сделанный известным итальянским семиотиком Умберто Эко. Это случилось 30 апреля 1973 г., Никсон пытался оправдаться в глазах общественного мнения. Автор пишет, что в случае итальянского общества не было бы нужды в таком оправдании перед 200 миллионами телезрителей. Требования американского контекста иные. Однако телевыступление Никсона не сработало. Если до него небольшой процент американцев не верил своему президенту, то после произошел скачок недоверия

и таких стало более 50%. Выступление становится сообщением, результатом которого был прямо противоположным задуманному.

Риторическая задача выступления состояла в оправдании Никсона. Причем У. Эко сопоставляет речь Никсона с тремя возможными другими 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 герои и злодеи, поэтому они могут служить моделью для построения нового «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	Американский способ жизни
Запрет	Не останавливаться в лесу	Быть наготове	Не вступать в коррупцию, не шпионить	Следить за своими сотрудниками
Злодей	Волк	Японцы	Президент	Безработные сотрудники
Нарушение запрета	Красная Шапочка заговаривает с Волком	Самонадеянность	Уотергейт	Недовольство в Китае и Вьетнаме
Неудача	Красную Шапочку обманывают	Пирл-Харбор	Злоупотребление властью	Потеря доверия
Спаситель	Лесорубы	Американцы	Пресса и суд	Президент
Борьба	Преследование Волка	Вторая мировая война	Журналистское расследование	Правительственное расследование
Победа	Волк убит	Японцы сдаются	Белый дом попадает под расследование	Плохие сотрудники уволены
Ценности восстановлены	Безопасность	Безопасность и сила	Контроль над правительством	Американский способ жизни
Оценка фактов	Герой был неосторожен, но его спасают	Герой был неосторожен, но смог сам себя спасти	Злодей пытался лгать обществу, но общественные герои наказали его	Герой был неосторожен, 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 оказывается 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 аудиторию печатного текста. Но на экранах предстал напуганный Никсон. *«Перепуганный от начала и до завершения. Речь Никсона стала визуальной репрезентацией небезопасности, произведенная “гарантом безопасности”». Именно этот страх американцы ощутили на своих экранах».*

То есть вербальная конструкция при всей ее идеальности оказалась 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 правдивым. 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 Goldman (Бостон): «Негативная реклама в основе своей является работой с избирателем с помощью острого ножа». Если в процессе кампании обнаруживается, что оппонент запускает сообщения, получающие ответ в аудитории, следует строить сообщения-ответы. Интересно 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 думаю, что у меня есть право солгать вам, если я считаю, это поможет мне выиграть». Это подтверждает и достаточно распространенное мнение избирателей, считающих негативную рекламу нечестной.

Однако менеджеры кампании готовятся заранее к будущим фактам негативной рекламы. Так, Р. Верслин в своем предвыборном интер-

вью прогнозировал, что против Р. Рейгана будет запущена реклама, представляющая 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 негативах руководства Картера. Можно процитировать следующее характерное 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 голосования 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 политической кандидат, очень трудно вести негативную кампанию. «Мы позиционировали 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 бороться (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 политика и лидера, который способен дальше руководить. И чем сильнее выпячивался этот признак, тем слабее ощущался негатив. По поводу же Б. Немцова он говорит, что того воспринимают как легковесного человека. Отсюда следует, что ему не хватает таких характеристик, как солидность, весомость, способность быть президентом.

Один из руководителей президентской кампании Л. Кравчука 1994 г. В. Матвиенко назвал в качестве одной из целей кампании – необходимость доказательства южно-восточному избирателю, что Кравчук не националист, а патриот своей страны, что он с особым вниманием относится к этому важному промышленному региону (День, 1998, 20 февраля). 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 парходной компании «Бласко», где все выступления депутатов сводились к одному: П. Кудюкин и Л. Кравчук продали торговый флот Украины. После этого, как показали 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 благодаря... проведению приема. Вот что вспоминал И. Ковалев, бывший личным 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, устроенного Мао в ресторане гостиницы “Метрополь”. Прием, между прочим, состоялся потому, что я Сталину доложил, что Мао собирается уезжать. Сталин заволновался и спросил: “Каким образом можно его задержать?” , я и посоветовал, чтобы Мао устроил прием. Сталин переспросил: “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 государства присутствовать в Москве и нигде не появиться. И государства другие, дипломатические миссии желают обнародования вашего присутствия здесь. Да и наш народ хотел бы знать, что вы тут присутствуете, и на приеме поприсутствовать у нас многие хотят. Мао говорит: “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 период 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 негативной кампании.

«К геббельсовской кампании по нагнетению страха перед большевиками, проводившейся в конце зимы и весной 1943 года, подключились все журналы и иллюстрированные периодические издания, а также другие 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 необходимости негативной рекламы. Так, по одной из них ресурсы, которые X посвящает атаке на Y являются функцией от значений X и Y, и идеологического 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 результат, 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 вопрос, 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, дедушка чаще спрашивал наше мнение» (Факты и комментарии, 1998, 16 января).

В целом, следует отметить, что кампании, построенные на негативе, 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 объявления о своем назначении и.о. премьера России он узнал о себе очень много нового.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Альтернатива официозу

Грин Р. 48 законов власти. (Самые аморальные, самые скандальные, самые циничные и... самые правдивые законы власти.)

ЗАКОН 1

Никогда не затмевай господина

Всегда добивайтесь, чтобы те, кто главенствует, комфортно чувствовали себя наверху. В стремлении угодить им или произвести впечатление не заходите слишком далеко, демонстрируя свои таланты, – иначе вы рискуете добиться обратного: вселить в них страх и неуверенность. Заставьте ваших начальников казаться более блистательными, чем они есть, – и вы достигнете вершин власти.

ЗАКОН 2

Не доверяй друзьям безгранично, научись использовать врагов

Будьте настороже с друзьями – они скорее предадут, так как легко поддаются зависти. К тому же они быстро становятся баловнями и тиранами. Но призовите на службу бывшего врага, и он будет лояльнее друга, потому что ему есть что доказывать. В самом деле, друзей вам следует больше опасаться, нежели врагов. Если у вас нет врагов, найдите способ ими обзавестись.

ЗАКОН 3

Скрывай свои намерения

Держите людей в потемках, в состоянии неустойчивого равновесия, никогда не раскрывая подоплеку своих действий. Пребывая в неведении относительно того, что вы хотите предпринять, они не смогут обеспечить себе защиту. Заведите их подальше по ложному следу,

напустите тумана, и к тому времени, как они осознают ваши намерения, будет уже слишком поздно.

ЗАКОН 4

Всегда говори меньше, чем кажется необходимым

Желая произвести впечатление своими речами, помните: чем больше вы наговорите, тем более покажетесь ординарным и не имеющим реальной силы. Даже произнося банальности, вы будете выглядеть оригинальным, если ваши речи будут неясными, незавершенными и загадочными, как сфинкс. Влиятельные люди производят впечатление и внушают страх тем, что недоговаривают. Чем больше вы говорите, тем выше вероятность того, что вы скажете глупость.

ЗАКОН 5

Очень многое зависит от репутации – берегите ее ценой жизни

Репутация – краеугольный камень власти. С помощью репутации вы можете внушать страх и побеждать. Стоит, однако, ей пошатнуться, как вы становитесь уязвимым и подвергаетесь нападкам со всех сторон. Сделайте свою репутацию непоколебимой. Всегда бдительны ожидайте возможных атак и отражайте их, прежде чем будете атакованы. Учитесь выводить из строя врагов, находя бреши в их репутации. Затем отойдите в сторону и предоставьте общественному мнению расправляться с ними.

ЗАКОН 6

Завоевывай внимание любой ценой

Обо всем судят по внешнему облику. То, чего увидеть нельзя, не имеет ценности. Поэтому никогда не позволяйте себе затеряться в толпе или кануть в Лету. Выделяйтесь. Бросайтесь в глаза, чего бы это ни стоило. Притягивайте к себе как магнит, кажитесь крупнее, красочнее, загадочнее, чем множество скромных и вежливых людей вокруг.

ЗАКОН 7

Заставь других работать на себя и пользуйся результатами

Используйте ум, знания и беготню других людей для продвижения собственных дел. Такая помощь не только экономит ваши ценные

силы и время, но и придаст вам божественный ореол преуспевающего человека. Ваши помощники будут забыты, вас же запомнят. Никогда не делайте сами того, что могут сделать для вас другие.

ЗАКОН 8

Вынуждай людей подойти к себе, если нужно, используй приманку

Когда вы вынуждаете другого человека действовать, сила на вашей стороне. Выгоднее всего добиться, чтобы противник подошел к вам, нарушая ради этого собственные планы. Соблазните его сказочными выгодами – и атакуйте. У вас в руках все карты.

ЗАКОН 9

Добивайся победы действиями, а не доводами

Любой минутный успех, которого, как вам кажется, вы добились в споре, оборачивается пирровой победой. Куда эффективнее можно заставить других согласиться с вами, если действовать, не произнося ни слова. Показывайте, а не объясняйте.

ЗАКОН 10

Инфекция: избегай невеселых и невезучих

Чьи-то чужие невзгоды могут оказаться для вас губительными – эмоциональные состояния так же заразны, как болезни. Вам может казаться, что вы спасаете утопающего, на самом деле вы лишь приближаете собственное несчастье. Несчастные иногда навлекают беды на себя, они навлекут их и на вас. Вместо этого держитесь поближе к везучим и счастливым.

ЗАКОН 11

Старайся, чтобы люди зависели от тебя

Чтобы оставаться независимым, вы должны быть всегда необходимым и нужным. Чем больше на вас полагаются, тем большей свободой вы располагаете. Добейтесь, чтобы счастье и процветание людей зависели от вас, – и вам нечего опасаться. Никогда не обучайте их всему, чтобы они не могли обходиться своими силами.

ЗАКОН 12

Проявляйте иногда честность и щедрость, чтобы обезоружить свою жертву

Один искренний честный поступок побьет дюжину нечестных. Чистосердечные проявления честности и великодушия усыпят бдительность даже самых подозрительных. Когда ваша избирательная честность пробьет брешь, можете обманывать их и манипулировать ими как хотите. Вовремя поднесенный дар – Троянский конь – послужит той же цели.

ЗАКОН 13

Прося о помощи, взывай к своекорыстию людей и никогда – к их милости или великодушию

Если вам пришлось обратиться к союзнику за помощью, не трудитесь напоминать ему о вашем былом участии в добрых делах. Он найдет способ вас проигнорировать. Вместо этого в своей просьбе или в своем договоре с ним дайте ему увидеть нечто такое, что будет выгодно ему, и подчеркивайте это без меры. Он с воодушевлением поддержит предложение, сулящее выгоду ему самому.

ЗАКОН 14

Играй роль друга, действуй, как шпион

Знать своего соперника очень важно. Используйте шпионов для сбора ценной информации, и она позволит вам быть на шаг впереди. Еще лучше – поработайте шпионом сами. Учитесь зондировать почву, поддерживая вежливую светскую беседу. Задавайте непрямые вопросы, ответы на которые приоткрывают слабости и намерения людей. В любой ситуации можно найти возможности для искусного расследования.

ЗАКОН 15

Разбей врага полностью

Всем великим вождям со времен Моисея было известно, что испуганный враг должен быть разбит наголову. (Порой это знание приходило к ним через тяжкие испытания.) Если оставить хоть одну искру, как бы тускло она ни мерцала, в конце концов разгорится огонь. Остановившись на полпути, можно потерять больше, чем при условии

полного уничтожения: враг оправится и будет искать отмщения. Разбейте его не только телесно, но и духовно.

ЗАКОН 16
**Используй свое отсутствие,
чтобы преумножить уважение и честь**

Слишком активное вращение в обществе сбивает вам цену. Чем больше вас видно и слышно, тем более обыденным вы кажетесь. Если вы уже добились определенного положения, временное исчезновение заставит больше говорить о вас, даже восхищаться вами. Следует научиться определять, когда уйти. Творите ценность, создавая дефицит.

ЗАКОН 17
**Держи других в подвешенном состоянии:
поддерживай атмосферу непредсказуемости**

Люди – порождения привычки, обладающие неутолимой потребностью искать и находить хорошо знакомое в поступках других. Предсказуемость дает им ощущение контроля над вами. Смешивайте карты: станьте умышленно непредсказуемым. Поведение непоследовательное или внешне бесцельное будет выводить их из равновесия и заставит терять терпение в попытках объяснить ваши поступки.

ЗАКОН 18
Не строй крепостей, чтобы защитить себя: изоляция опасна

Мир опасен, а враги повсюду – каждый вынужден защищаться. Крепость кажется самым надежным убежищем. Но изоляция не только и не столько защищает нас, сколько подвергает еще большим опасностям: она лишает нас важной информации, делает заметной и уязвимой мишенью. Лучше быть среди людей и находить союзников. Прикройтесь от врагов толпой, словно щитом.

ЗАКОН 19
Знай, с кем имеешь дело: не наноси обиду кому не следует

В мире есть разные типы людей, и нельзя ожидать, что все они будут одинаково реагировать на одни и те же приемы. Вы запугаете или перехитрите кого-то – а он до конца дней будет вам мстить. Такие лю-

ди – волки в овечьей шкуре. Поэтому тщательно выбирайте жертву или противника и никогда не задевайте и не обижайте тех, кого не следует.

ЗАКОН 20
Ни с кем не объединяйся

Только глупый торопится примкнуть к одной из сторон. Не вверяйте себя никому, кроме себя самого, не связывайте себя обязательствами. Сохраняя независимость, вы получите возможность властвовать – сталкивая людей между собой, заставляя их следовать за вами.

ЗАКОН 21
**Прикинься простаком, чтобы надуть простака:
кажись глупее своей мишени**

Никому не нравится чувствовать себя глупее другого. Поэтому хитрость в том, чтобы дать вашей жертве почувствовать себя умным – и не просто умным, но более умным, чем вы. Однажды поверив в это, она никогда не заподозрит, что у вас могут быть скрытые мотивы.

ЗАКОН 22
Используй тактику капитуляции: обрати слабости в силу

Когда вы слабее, ни в коем случае не сражайтесь ради чести. Вместо этого капитулируйте. Капитуляция даст вам время на то, чтобы оправиться от ран, время, чтобы измучить и раздражить победителя, время, чтобы дождаться, пока его мощь иссякнет. Не доставляйте ему удовольствия сразиться с вами и победить – капитулируйте раньше этого. Сделайте капитуляцию инструментом власти.

ЗАКОН 23
Концентрируй свои силы

Сохраняйте силы и энергию, копите и храните их в концентрированном виде. Вы добьетесь большего, открыв богатую жилу и углубляя ее, чем порхая от одной неглубокой шахты к другой, – интенсивная разработка всякий раз побивает экстенсивную. Изыскивая источники мощи, которая возвысит вас, найдите один главный ключ, тучную корову, и она в течение долгого времени будет снабжать вас молоком.

ЗАКОН 24

Поступай как истинный придворный

Истинный придворный процветает в мире, где все вращается вокруг власти и политической сноровки. Он в совершенстве владеет мастерством косвенного намека. Он льстит, уступает и утверждает свою власть над другими в самой изящной и уклончивой манере. Изучайте и применяйте законы двора – и вашему росту не будет предела.

ЗАКОН 25

Сотвори себя заново

Не принимайте роли, которую навязывает вам общество. Создайте себя заново, отчеканьте новую индивидуальность, которая привлекла бы внимание и никогда не наскучила публике. Лучшие быть творцом собственного облика, чем позволять другим определять его для вас. Добавьте театральности своим общественным делам и выступлениям – ваша власть возрастет, а ваш образ покажется масштабнее, чем сама жизнь.

ЗАКОН 26

Держи руки чистыми

Вы должны выглядеть образцом порядочности и работоспособности: ваши руки никогда не осквернены ошибками и грязными делами. Сохраняйте этот незапятнанный облик, используя других в качестве своего орудия и скрывая собственное участие.

ЗАКОН 27

Играй на нуждах людей, создавая армию фанатичных приверженцев

Люди испытывают сильнейшее желание во что-нибудь верить. Станьте объектом такого желания, дав им основание, новую веру, которой они смогут следовать. Пусть ваши речи будут неясными, но обещающими, энтузиазм ставьте выше разума и ясности мышления. Дайте вновь приобретенным последователям ритуалы, которые они смогут исполнять, призывайте их к жертвоприношениям от вашего имени. В отсутствие организованной религии и великих примеров для подражания ваша новая система верований принесет вам неограниченную власть.

ЗАКОН 28

Приступай к делу без колебаний

Если вы не уверены в том, как пойдет дело, не начинайте его. Ваши сомнения и колебания повредят исполнению. Смущение опасно: лучше начинать поувереннее. Любые ошибки, допущенные вами из-за самоуверенности, легко исправить с помощью еще большей самоуверенности. Смелость берет города; скромность не в чести.

ЗАКОН 29

Планируй все до самого конца

Завершение – это все. Планируйте весь путь к нему, принимая в расчет все возможные последствия, препятствия, повороты фортуны, которые могут пустить насмарку ваш тяжелый труд, так что слава достанется другим. Если вы продумали все до конца, вас не сокрушат обстоятельства, и вы будете знать, когда остановиться. Легонько подтолкните удачу и помогите определить будущее, продумывая его на много шагов вперед.

ЗАКОН 30

Добиваясь успеха, не показывай усилий

Ваши действия должны казаться естественными и выполняемыми с легкостью. Весь труд и пот, вложенные в них, как и все хитрые трюки, следует скрыть. Действуйте без видимых усилий, так, словно могли бы сделать гораздо больше. Не поддавайтесь искушению похвастаться, как тяжело вы потрудились, – это только породит лишние вопросы. Никому не раскрывайте своих приемов, иначе их применят против вас.

ЗАКОН 31

Контролируй все варианты: пусть другие играют картами, которые сдаешь ты

Лучшие обманы те, при которых вы как бы предоставляете другому человеку выбор: у ваших жертв возникает иллюзия свободы выбора, на самом деле они лишь марионетки. Давайте людям выбор, при каком вы выиграете, что бы они ни предпочли. Принуждайте их выбирать меньшее из двух зол, но из тех, что служат вашим целям. Поставьте их перед дилеммой: куда ни кинь – всюду клин.

ЗАКОН 32

Играй на людских фантазиях

Правды часто избегают, так как она неприглядна и некрасива. Никогда не взывайте к истине и реальности, если вы не готовы к взрыву гнева из-за крушения иллюзий. Жизнь так жестока и гориста, что люди, способные произвести на свет романтическую фантазию, подобны оазису в пустыне: к ним тянутся. Руководить иллюзиями толпы – это великая власть.

ЗАКОН 33

Знай слабые струнки каждого человека

У каждого есть слабости, брешь в крепостной стене. Такой слабостью может быть неуверенность, неконтролируемые эмоции или желания, а возможно, маленькие тайные радости. Как бы то ни было, обнаружив, превратите ее в орудие пытки и используйте для своей выгоды.

ЗАКОН 34

Будь царственным на свой манер Веди себя как король – и будешь принят как король

Тем, как вы преподнесете себя, часто определяется то, как с вами обходятся. При длительном общении, показав себя вульгарным или серьезным, вы не сможете добиться уважения. Ведь король уважает себя сам и вызывает то же чувство у окружающих. Держась уверенно и величаво, вы показываете тем самым, что носить корону – ваше предназначение.

ЗАКОН 35

Овладей искусством управления временем

Никогда не показывайте, что спешите – спешка выдает неумение распоряжаться самим собой и своим временем. Всегда старайтесь выглядеть спокойным, как будто вы знаете, что в конце концов все придет к вам само. Научитесь выбирать правильный момент, улавливать дух времени, тенденции, которые приведут вас к власти. Научитесь отойти в сторону, если время еще не пришло, и бороться изо всех сил, когда момент назрел.

ЗАКОН 36

Презирай то, чем не можешь обладать: игнорирование – лучшая месть

Признавая мелочь проблемой, вы даете ей существование и силу. Чем больше внимания вы уделяете врагу, тем сильнее он становится, и маленькая ошибка часто превращается в более серьезную и заметную при попытке ее исправить. Порой лучше оставить все как есть. Если есть что-то, чем вы хотите, но не можете обладать, продемонстрируйте пренебрежение к этому. Чем меньше заинтересованности вы проявите, тем более недостижимым будете казаться сами.

ЗАКОН 37

Создавай незабываемые зрелища

Яркая образность и символические красивые жесты создают ауру власти – они захватывают любого. Ставьте поэтому спектакли для окружающих, полные притягательных наглядных и лучащихся символов, которые бы преувеличивали долю вашего участия. В ослеплении от зрелища никто не заметит, сколько на самом деле вами сделано.

ЗАКОН 38

Думай что хочешь, но действуй как все

Если вы желаете показать, что опережаете свое время и противостоите эпохе, щеголяя оригинальными идеями и неортодоксальными путями, люди могут подумать, что вы просто хотите привлечь внимание, а на них смотрите свысока. Они найдут способ наказать вас за то, что заставили их почувствовать ваше превосходство. Куда безопаснее смешаться с ними и быть как все. Свою оригинальность приоткрывайте только терпимым к этому друзьям и тем, о ком вы точно знаете, что им понравится ваша уникальность.

ЗАКОН 39

Мути воду, чтобы поймать рыбку

Гнев и эмоции стратегически абсолютно непродуктивны. Вам следует всегда оставаться спокойным и объективным. Но если можно позлить врагов тем, что сами вы сохраняете спокойствие, вы получаете бесспорное преимущество. Выведите врагов из равновесия: найдите щелочку в их самомнении, через которую их можно достать, – и они у вас на крючке.

ЗАКОН 40

С презрением отвергай бесплатные обеды

То, что предлагают вам даром, таит опасность: обычно за этим стоит хитрый трюк или скрытое обязательство. За то, что чего-то стоит, стоит заплатить. Оплачивая свой путь, вы избавляетесь от необходимости благодарить, испытывать вину и обманывать. Часто умнее бывает заплатить полную цену – нельзя блистать и экономить одновременно. Не жалейте денег, заставляйте их работать, щедрость является признаком власти и притягивает ее.

ЗАКОН 41

Старайся не идти следом за великими

То, что случается вначале, всегда кажется лучше и оригинальнее того, что происходит потом. Если вы преемник великого человека или ребенок знаменитых родителей, то чтобы превзойти их, вам придется не просто повторить их достижения. Не теряйтесь в их тени – застрянете в чужом прошлом. Вы сможете создать собственные имя и личность, если измените курс. Откажитесь от властного отца, заклейте его наследие и добейтесь власти, засияв собственным, а не отраженным светом.

ЗАКОН 42

Порази пастыря – и паства рассеется

Часто беду может принести одна сильная личность – баламут, возмутитель спокойствия, самонадеянный выскочка. Если вы предоставите таким людям поле деятельности, другие подпадут под их влияние. Не ждите, пока причиняемые ими неприятности будут множиться, не пытайтесь с ними договориться – они безнадежны. Нейтрализуйте их влияние, изолируя их или изгоняя. Устраните возмутителя спокойствия – и его окружение разбежится.

ЗАКОН 43

Завоевывай сердца и умы окружающих

Насилие порождает реакцию, которая, в конечном счете, обернется против вас. Вы должны обольщать людей, чтобы они захотели двигаться в вашем направлении. Соблазненный вами становится преданным слугой. Чтобы обольщать людей, нужно играть на их индиви-

дуальных психологических особенностях и на слабостях. Смягчите сопротивление, воздействуя на чувства, играйте на том, что людям дорого, и на их страхах. Если игнорировать сердца и умы окружающих, то они в результате вас возненавидят.

ЗАКОН 44

Обезоруживай и приводи в ярость с помощью эффекта зеркала

Зеркало отражает реальность, но это также и совместное орудие обмана: когда вы как в зеркале отображаете действия врагов, в точности повторяя все, что они делают, им не удастся понять, какова ваша стратегия. Эффект зеркала издевается, унижает их, мешает маскировать их чувства. Поднося зеркало к их душам, вы создаете у них иллюзию того, что разделяете их ценности; поднося зеркало к их поступкам, вы преподаете им урок. Немногие в силах противиться власти эффекта зеркала.

ЗАКОН 45

Проповедуй необходимость перемен, но не слишком увлекайся реформами

Каждому отвлеченно понятна потребность в переменах, но люди, живущих одним днем, формируют привычка. Они болезненно реагируют на слишком большие перемены, а это ведет к мятежу. Если вы новичок на вершинах власти или пока только пытаетесь ее добиться, устройте спектакль, демонстрируя уважение к старым методам работы. Если перемены необходимы, придайте им вид небольшого улучшения прошлого.

ЗАКОН 46

Ни в коем случае не кажись слишком современным

Казаться лучше других всегда опасно, но опаснее всего не иметь грехов и слабостей. Зависть рождает тайных врагов. Умный человек время от времени демонстрирует изъяды, признается в безобидных грешках, чтобы защититься от зависти и казаться более человеческим и доступным. Только божества и мертвые могут выглядеть совершенными, ничего не опасаясь.

ЗАКОН 47

**Не заходи дальше намеченной цели;
побеждая, знай, когда остановиться**

Мгновенные победы – это часто момент наибольшего риска. В разгар победы самонадеянность и чрезмерная уверенность в себе могут толкнуть вас мимо намеченной цели. Обдумыванию и тщательному планированию нет альтернативы. Наметьте цель, а как только достигнете ее, остановитесь.

ЗАКОН 48

Обрети неопределенность формы

Обретая конкретную форму, имея наглядные планы, вы открываете себя для нападения. Вместо того чтобы принять форму, которую смогут атаковать ваши враги, приспособляйтесь и будьте в постоянном движении. Примите тот факт, что нет ничего определенного и не существует установленных навсегда законов. Лучший способ защитить себя – быть текучим и бесформенным, как вода, никогда не ставьте на стабильность или длительный порядок. Все изменяется.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алмонд Г. Гражданская культура. Политические установки // Антология 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.
7. Вебер М. Политика как призвание и профессия // Антология мировой политической мысли: В 5 т. – М., 1997. – Т. 7.
8. Вундт В. Психология народов. – М., 1998.
9. Григорьева Т.П. Японская художественная традиция. – М., 1979.
10. Грин Р. 48 законов власти. – М., 2003.
11. Гоббс Т. Левиафан // Антология мировой политической мысли: В 5 т. – М., 1997. – Т. 1.
12. Гозман Л.Я., Шестопал Е.Б. Политическая психология. – Ростов-на-Дону, 1996.
13. Грушин Б.А. Массовое сознание. – М., 1987.
14. Дилигенский Г.Г. Социально-политическая психология. – М., 1994.
15. Ельцин Б.Н. Президентский марафон: Размышления, воспоминания, впечатления. – М., 2000.
16. Здравомыслов А.Т. Социология конфликта. – М., 1996.
17. Историки Рима. Библиотека античной литературы. – М., 1970.
18. Канетти Э. Масса и власть. – М., 1997.
19. Ковалев А.Г. Личность, её структура и направленность // Общая психология / Под ред. В.В. Богословского и др. – М., 1973.
20. Коржаков А. Борис Ельцин: От рассвета до заката. – М., 1997.
21. Краткий словарь по социологии / Под ред. Д.М. Гвишиани. – М., 1998.
22. Лебон Г. Психология народов и масс. – М., 1998.
23. Лебедева М.М. Политическое регулирование конфликтов. – М., 1997.
24. Ленин В.И. Полное собрание сочинений. – Т. 39.
25. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. – М., 1997.

26. *Макиавелли*. Государь. – М., 1990.
27. *Мельников О.Т.* Фокус группы как классический метод в прикладных социально-психологических исследованиях. Введение в практическую социальную психологию / Под ред. Ю.М. Жукова и др. – М., 1996.
28. *Московичи С.* Век толпы. – М., 1996.
29. *Одайник В.* Психология политики. – М., 1996.
30. *Ольшанский Д.В.* Политическая психология. – СПб., 2002.
31. *Ольшанский Д.В.* Психология терроризма. – СПб., 2002.
32. *Платонов К.К.* Структура и развитие личности. – М., 1998.
33. Политология / Под ред. М.А. Василица. – М., 2001.
34. *Почепцов Г.* Имиджеология. – М., 2002.
35. Психология. Словарь / Под ред. А.В. Петровского. – М., 1990.
36. *Пугачев В.Н., Соловьев А.И.* Введение в психологию. – М., 1996.
37. *Пушкин А.С.* Собрание сочинений: В 10 т. – М., 1981. – Т. 4.
38. Пятьдесят политических портретов / Под ред. Э. Карабаева, Т. Кочкаровой. – Бишкек, 1993.
39. *Рубинштейн С.Л.* Основы общей психологии. – М., 1996.
40. *Руденский Е.В.* Социальная психология. – М.; –Новгород, 1998.
41. *Садохин А.П.* Этнология. – М., 2000.
42. Словарь иностранных слов. – 13 изд., стереотип. – М., 1998.
43. Социальная психология / Под ред. Г.П. Предвечного, Ю.А Шерковина. – М., 1975.
44. *Степанов А.И.* Психология деятельности. Общая психология / Под ред. В.В. Богословского и др. – М., 1973.
45. Теория международных отношений: Хрестоматия / Сост. П.А. Цыганков. – М., 2002.
46. *Флоренский П.А.* Столп и утверждение истины: Собр. соч. – Т. 1. – М., 1990.
47. *Фрейд З.* Массовая психология и анализ человеческого «я». – Тбилиси, 1991.
48. *Фромм Э.* Анатомия человеческой деструктивности. – М., 1993.
49. *Фромм Э.* Душа человека. – М., 1996.
50. *Цуладзе А.* Политические манипуляции или покорение толпы. – М., 1999.
51. *Цыганков П.А.* Теория международных отношений. – М., 2002.
52. *Шестопал Е.Б.* Личность политика. – М., 1988.
53. *Шестопал Е.Б.* Политическая психология. – М., 2002.

Т.Ч. Кочкарова

ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ

Курс лекций

Редактор *О.А. Старцева*
 Технический редактор *М.Р. Фазлыева*
 Корректор *Е.И. Полихова*
 Компьютерная верстка *Э.Ю. Вислевской*

Подписано в печать 07.03.2006. Формат 60×84¹/₁₆.
 Офсетная печать. Объем 21,0 п.л.
 Заказ 170. Тираж 1000 экз.

Издательство Кыргызско-Российского
 Славянского университета
 720000, Бишкек, ул. Киевская, 44

Отпечатано в типографии КРСУ
 720000, Бишкек, ул. Шопокова, 68