

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ

Факультет прикладной политологии

М.Ю. Урнов

**ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ АТМОСФЕРА
ОБЩЕСТВА КАК ОБЪЕКТ
ПОЛИТОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ:
ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ**

Препринт WP14/2007/01

Серия WP14

Политическая теория
и политический анализ

Москва
ГУ ВШЭ
2007

УДК 32:159.9
ББК 88.5
У 70



Издание осуществлено в рамках
Инновационной образовательной программы ГУ ВШЭ
«Формирование системы аналитических компетенций
для инноваций в бизнесе и государственном управлении»

Редактор серии WP14
«Политическая теория и политический анализ»
М.Ю. Урнов

Урнов М.Ю. Эмоциональная атмосфера общества как объект политологического исследования: постановка проблемы. Препринт WP14/2007/01. — М.: ГУ ВШЭ, 2007. — 76 с.

В работе рассматривается проблема недооценки современной политической теорией эмоциональных факторов вообще и эмоциональной атмосферы в частности.

С опорой на идеи Г. Тарда и К. Левина предлагается трактовка концепции эмоциональной атмосферы общества, пригодная для анализа политических явлений. Исследуются психологические, социальные и политические факторы формирования эмоциональной атмосферы общества.

Анализируется структура эмоциональной атмосферы и показатели, с помощью которых возможна количественная оценка ее отдельных элементов.

Описывается подход к количественной оценке такой системной характеристики эмоциональной атмосферы, как ее однородность/неоднородность. Предлагается типология состояний эмоциональной атмосферы, важных с политологической точки зрения.

Говорится о возможных путях согласования положений теории рационального поведения с подходами к политическому поведению, разрабатываемыми в рамках политической психологии.

УДК 32:159.9
ББК 88.5

Ссылки на данный текст, его полная или частичная перепечатка, цитирование или иные формы использования допустимы только с письменного разрешения автора.

Препринты ГУ ВШЭ размещаются на сайте:
<http://new.hse.ru/C3/C18/preprints ID/default.aspx>

© М.Ю. Урнов, 2007
© Оформление. Издательский дом ГУ ВШЭ, 2007

Содержание

Предисловие	4
Введение	5
Эмоциональная атмосфера общества — общая характеристика	18
Факторы формирования эмоциональной атмосферы общества	27
Свойство человека «заражаться» чужими эмоциями	28
Социальные «настройщики» эмоциональной атмосферы общества	31
Факторы, ответственные за неоднородность эмоциональной атмосферы общества	39
Компоненты эмоциональной атмосферы общества	48
Однородность/неоднородность эмоциональной атмосферы: показатели и «идеальные типы»	55
Показатели однородности/неоднородности эмоциональной атмосферы	55
«Идеальные типы» однородности/неоднородности эмоциональной атмосферы общества	57
Зачем все эти сложности?	61
Практический аргумент	62
Методический аргумент	63
Теоретический аргумент	64
Литература	67

ПРЕДИСЛОВИЕ

— Не пугайтесь, ради бога, не пугайтесь...

— Я не имею намерения вредить вам...

А.С. Пушкин. Пиковая дама

— Сударыня, один мой приятель — благоднейшее лицо — написал одну басню Крылова, под названием «Таракан», — могу я прочесть ее?

— Вы хотите прочесть какую-то басню Крылова?

— Нет, не басню Крылова хочу я прочесть, а мою басню, собственную, мое сочинение!

Ф.М. Достоевский. Бесы

Тема данного исследования — эмоциональная атмосфера общества — заставила меня несколько больше, чем это обычно имеет место в нашей политологии, сфокусировать внимание на психологических концепциях и подходах.

Не являясь и не собираясь становиться профессиональным психологом, я не ставил перед собой недостижимой для меня цели проведения сколько-нибудь системного и полного анализа психологических работ по вопросам, связанным с рассматриваемой темой. И уж тем более не претендовал на выдвижение каких бы то ни было новых психологических концепций.

В области психологии моя цель была куда скромнее и определялась позицией «пользователя».

Я старался сконцентрироваться лишь на тех психологических идеях, которые, с моей — политологической — точки зрения, казались полезными для изучения интересующих меня политических проблем. Кроме того, я пытался описать эти идеи так, чтобы предельно облегчить их использование в прикладном политическом анализе.

Такой подход, разумеется, не мог не привести к огрублению тонких психологических идей. Однако избежать подобного огрубления было, как мне кажется, невозможно — хотя бы по той простой причине, что политологический взгляд на вещи более груб, чем взгляд психологический.

Столь греющие душу психолога индивидуальные различия и нюансы человеческих переживаний оставляют «правоверного» политолога по большей части равнодушным — если, конечно же, речь не идет об особенностях личности и нюансах переживаний вождей, диктаторов, президентов, партийных лидеров и т.п.

За этим небольшим исключением, политолога заботят не столько индивидуальные нюансы, сколько типичные, усредненные на уровне

больших групп характеристики мышления, переживаний и поведения.

И потому там, где психолог применяет полную версию тестов ММРП или IQ, политолог удовлетворяется ответами на три-четыре вопроса, к тому же достаточно часто сформулированные не им самим, а коллегой-социологом для своих собственных социологических нужд.

Дмитрий Карамазов, человек, судя по всему, обладающий прирожденным психологическим взглядом на мир, приходил в восторг и страдал от того, что «у Грушеньки, шельмы, есть такой один изгиб тела», который у нее «даже в пальчике-мизинчике на левой ножке отозвался» (Достоевский, 1976, с. 109).

Между тем, родился старший из братьев Карамазовых с политологическим подходом к действительности, изгиб в пальчике-мизинчике Аграфены Александровны заставил бы его трепетать разве что в случае, если бы этот изгиб был типичен для представителей политически активной части общества: сторонников или противников самодержавия, смертной казни, религиозной терпимости и пр.

Такова политология. А потому не могу не принести извинения психологам за, возможно, не всегда уместное и, уж точно, грубое вторжение в область их профессиональных размышлений.

Извинением мне могут служить, пожалуй, лишь два соображения.

Во-первых, сотрудничество наук все же лучше, чем отсутствие такового.

Во-вторых, в своих действиях я не одинок. Вторжения в психологию с последующей политологической интерпретацией «захваченного» являются стандартным методом действий *политической психологии*, суть которой в Oxford Handbook of Political Psychology определяется как «приложение того, что известно о человеческой психологии к исследованию политики» (Sears et al., 2003, p. 3).

ВВЕДЕНИЕ

Пациент: Доктор, со мной происходит что-то ужасное — меня никто не замечает.

Врач: Следующий больной, пожалуйста!

Грустная история

При сопоставлении реальной политической жизни с современной политической теорией бросается в глаза одно обстоятельство: огромное внимание к проблеме эмоционального состояния общества со стороны политиков, наблюдаемое на фоне явной недооценки этих вопросов со стороны академической политологии.

Сам факт интереса политиков к существующим в обществе эмоциям и настроениям практически не зависит от политического режима. Однако последний в решающей мере определяет специфику этого интереса — его мотивы, практические проявления, последствия и т.д.

В *тоталитарных* режимах эмоции и настроения общества являются предметом «особой заботы» власти.

«Двухминутки ненависти» из «1984» Джорджа Оруэлла и «сходки единения» из «Прекрасного нового мира» Олдоса Хаксли — прекрасные художественные образы множества реальных механизмов «психологической настройки» общества тоталитарных государств. Примеры подобных «настроек» легко может припомнить любой, родившийся в СССР не позднее 70-х гг. XX в.

Авторитарные режимы отличаются от тоталитарных несколько меньшей нервозностью отношения к эмоциональному состоянию общества. Впрочем, степень этой нервозности существенным образом зависит от степени уверенности режима в собственных силах¹.

В условиях *политической демократии* наибольший интерес к эмоциям и настроениям общества вспыхивает в периоды избирательных кампаний — в современных условиях предвыборная борьба все больше и больше приобретает характер соперничества не столько за умы, сколько за сердца избирателей.

Однако и в межвыборные периоды важнейшие структуры исполнительной и законодательной власти демократических государств, партии и многие общественные организации продолжают интересоваться эмоциональной динамикой общества.

Интерес политиков к существующим в обществе эмоциям и настроениям имеет под собой вполне рациональное основание и обуславливается влиянием настроений на политический процесс в целом и судьбу отдельных политиков. Невнимание к эмоциональным состояниям общества зачастую оборачивается для политиков серьезными проблемами, а то и крахом:

*Когда Его величество
Творил свои чудачества,*

¹ Напомню здесь приведенное А.И. Герценом в «Былом и думах» колоритное высказывание генерала Л.В. Дубельта, характеризующее отношение к настроениям общества со стороны авторитарного режима XIX в., отличающегося от многих современных нам авторитарных режимов заметно большим лоском и уверенностью в своей легитимности:

«У нас не то, что во Франции, где правительство на ножах с партиями, где его таскают в грязи; у нас правление **отеческое**, все делается как можно келейнее... Мы выбиваемся из сил, чтобы все шло как можно тише и глаже, а тут люди, остающиеся в какой-то бесплодной оппозиции, несмотря на тяжелые испытания, страшат общественное мнение, рассказывая и сообщая письменно, что полицейские солдаты режут людей на улицах» (Герцен, 1962, с. 382—383).

*Не знал он, что количество
Переходит в качество.*

Важность роли, которую эмоциональные факторы играют в политическом процессе, определяется многими обстоятельствами.

Упомяну только два из них.

Во-первых, эмоциональные состояния существенным образом воздействуют на мировосприятие и характер поведения (в том числе политического) как индивидов, так и групп. Исследований этой проблемы и, тем более, высказываний на сей счет со стороны ведущих психологов множество².

Во-вторых, такой эмоциональный феномен, как настроения, представляют собой «фоновый»³, плохо осознаваемый фактор, а потому — если их не отслеживать специально — влияют на политическое поведение индивидов или групп почти незаметно и могут приводить к неожиданным последствиям. Известная притча о лягушке, находящейся в котле с медленно подогреваемой водой, не замечаящей этого и в конечном счете погибающей от перегрева, хорошо передает специфику влияния настроений общества на политику.

Понятно, что эмоциональные факторы действуют при любых политических условиях.

Не менее ясно, что мощностное непосредственное (краткосрочное) влияния эмоциональных факторов на политическую жизнь существенным образом зависит от уровня институционализации политического процесса: в переходных обществах, т.е. в обществах с низким уровнем институционализации, влияние эмоциональных факторов на политику существенно сильнее, чем в обществах стабильных.

Как справедливо заметил С. Хантингтон (S. Huntington), «обществу со слабыми политическими институтами нелегко справиться с последствиями личных и групповых вождельений» (Хантингтон, 2004, с. 42).

² Л. Берковиц (L. Berkowitz), например, пишет, что «настроения людей могут влиять на мысли и даже воспоминания, приходящие на ум в данный момент. ...Позитивные чувства часто продуцируют позитивные мысли, в то время как негативные настроения порождают негативные и даже враждебные мысли — если только не иницируется нацеленный на ослабление негативного аффекта процесс саморегуляции, мотивирующий индивида избегать «плохих» мыслей» (Берковиц, 2002, с. 135, 157). Согласно М. Льюису (M. Lewis), «всякая данная оценка выступает функцией текущего состояния индивида — как познавательного, так и эмоционального» (Lewis, 1995; цит. по: Дэлглиш, 2002, с. 490—491).

³ По словам М. Айзенка (M. Eysenck), «на свои эмоции мы обращаем внимание, тогда как настроения просто создают фон для нашей повседневной активности» (Eysenck, 2002, p. 67). Т. Дэлглиш (T. Dalgleish) пишет, что «настроением создается фоновое состояние, которым задается повышенная вероятность вовлечения в тот или иной эмоциональный эпизод» (Дэлглиш, 2002, с. 467).

Если повышенное внимание к эмоциональным факторам со стороны политиков вполне объяснимо, то отношение к ним со стороны политической теории как к чему-то второстепенному представляется, мягко говоря, странным.

В самом деле, в политических и политологических словарях и энциклопедиях в настоящее время нет статей «эмоции» и «настроения».

В потоке статей по политологии вопросы, связанные с эмоциями и настроениями общества, устойчиво находятся на периферии интересов и дискуссий (см. табл. 1).

Как видно из табл. 1, в течение XX в. в политологических журналах Великобритании и США доля статей, в которых категории «настроения», «эмоции» и «эмоциональная/ психологическая/ социальная атмосфера/ климат» упоминались наряду со словами «общество», «нация» или «страна», составляла около 3%.

Между тем, удельный вес статей, где эти понятия не упоминались вовсе, но где использовались категории «интерес», «рациональность», «рациональный выбор», «институт», «структура», «система», равнялся 63%.

Иначе говоря, в XX столетии при обсуждении политических проблем общенационального уровня на каждую статью с упоминанием эмоций и настроений приходилось около 20 статей, в которых использовался исключительно институциональный или рациональный подход.

Таблица 1. Частота упоминания понятий «настроения», «эмоции», «эмоциональная/ психологическая/ социальная атмосфера/ климат» в политологических журналах Великобритании и США*

Годы	Общее количество опубликованных статей	Число статей, в которых соответствующие понятия встречаются наряду со словами «общество», «нация» или «страна» в скобках — % к общему количеству статей	
		«настроения», «эмоции», «эмоциональная/ психологическая/ социальная атмосфера/ климат»**	«интерес», «рациональность», «рациональный выбор», «институт», «структура», «система»***
1900—1920	6784	72 (1)	3524 (52)
1921—1940	9716	238 (2)	5500 (57)
1941—1960	14332	551 (4)	8007 (56)
1961—1980	20451	787 (4)	13388 (65)
1981—2000	26854	923 (3)	18654 (69)
1900—2000	78137	2571 (3)	49003 (63)

Источник: <http://www.jstor.org>.

Примечания:

*41 журнал, помещенный в рубрику «Political Science» электронного ресурса JSTOR — The Scholarly Journal Archive:

American Journal of Comparative Law 1952—2002; American Journal of International Law 1907—2005; American Journal of Political Science 1973—2003 [Midwest Journal of Political Science 1957—1972]; American Political Science Review 1906—2001; Asian Survey 1961—2001 [Far Eastern Survey 1935—1961; Memorandum (Institute of Pacific Relations, American Council) 1932—1934]; British Journal of Political Science 1971—1999; Comparative Politics 1968—1999; International Affairs (Royal Institute of International Affairs 1944—) 1944—1999 [International Affairs Review Supplement 1940—1943; International Affairs (Royal Institute of International Affairs 1931—1939) 1931—1939; Journal of the Royal Institute of International Affairs 1926—1930; Journal of the British Institute of International Affairs 1922—1926]; International Organization 1947—2002; International Security 1976—2000; International Studies Quarterly 1967—1999 [Background 1962—1966; Background on World Politics 1957—1962]; International Studies Review 1999; Journal of Conflict Resolution 1957—2001 [Conflict Resolution 1957]; Journal of Palestine Studies 1971—2001; Journal of Peace Research 1964—2001; Journal of Politics 1939—2001; Journal of Public Administration Research and Theory: J—PART 1991—1999; Journal of Southern African Studies 1974—2001; Law & Society Review 1966—2002; Legislative Studies Quarterly 1976—2000; Mershon International Studies Review 1994—1998; Middle East Report 1988—1999 [MERIP Middle East Report 1986—1988; MERIP Reports 1971—1985]; Modern Law Review 1937—2000; Political Behavior 1979—1999; Political Research Quarterly 1993—2003 [Western Political Quarterly 1948—1992]; Political Science Quarterly 1886—2000; Political Theory 1973—2001; Proceedings of the American Political Science Association 1904—1913; PS: Political Science and Politics 1988—2001 [PS 1968—1987]; Public Opinion Quarterly 1937—2000; World Politics 1948—1995 (plus links to recent content 1995—2004).

** Критерий отбора статей: (moods OR emotion OR «emotional atmosphere» OR «psychological atmosphere» OR «social atmosphere» OR «emotional climate» OR «psychological climate» OR «social climate») AND (society OR nation OR country).

*** Критерий отбора статей: (rationality OR «rational choice» OR institution OR structure OR system) AND (society OR nation OR country) NOT (moods OR emotion OR «emotional atmosphere» OR «psychological atmosphere» OR «social atmosphere» OR «emotional climate» OR «psychological climate» OR «social climate»).

Впрочем, утверждать, что положение совсем не меняется, было бы не верно. Ситуация улучшается. Но изменения происходят крайне медленно.

В 1917 г. неудовлетворенность сугубо рациональными и институциональными интерпретациями политического процесса подтолкнула оксфордского историка Дж.Б. Гранди (G.B. Grundy) к созданию термина «политическая психология» (Rudmin, 2004, p. 6).

«Не прошло и 62 лет» с момента появления этого термина, как в 1978 г. при Калифорнийском университете было создано Международное общество политической психологии (International Society of Political Psychology — ISPP).

Начиная с 80-х гг. XX в., наблюдается ускоренный рост работ по политико-психологической тематике.

Ф. Радмин (F. Rudmin) приводит следующие данные об увеличении количества статей и книг по политической психологии, содержащихся на Интернет-ресурсе Американской психологической ассоциации PsycINFO (см. табл. 2).

Таблица 2. Публикации статей и книг по политической психологии в XX в.

Годы	Кол-во статей и книг
1881—1900	0
1901—1920	3
1921—1940	8
1941—1960	9
1961—1980	37
1981—2000	838

Источник: Rudmin, 2004, p. 6. Замечу попутно, что эта статистика взята из психологических журналов, не включенных в рубрику «Political Science» электронного ресурса Jstor, на основании которой делался расчет в табл. 1. Не включен в эту рубрику Jstor'a и журнал «Political Psychology», с 1992 г. издаваемый Международным обществом политической психологии.

По мнению некоторых исследователей, рост внимания к психологическим аспектам политики в значительной мере является ответом на усиление популярности в политологии теории рационального выбора (см., например, Schildkraut, 2004, p. 807).

Однако этот рост пока что к качественным сдвигам в политологии не привел. В мировом академическом сообществе политическая психология, т.е. научное направление, для которого влияние эмоций и настроений на политику является одной из главных областей исследования, все еще, в большинстве случаев, рассматривается в качестве молодой науки с не вполне определенным предметным полем. Специализация по политической психологии многими западными университетами считается проблематичной (ibid, p. 808, 812).

Хорошим индикатором отношения политологического академического сообщества США к проблеме эмоций и настроений в политике могут служить издательские аннотации, сопровождающие книги по этой теме. Человека, психически здорового и находящегося вне контекста современной политологии, эти аннотации могут, мягко говоря, удивить.

Например, издательская аннотация появившейся в 2000 г. книги известного американского политического психолога Дж. Маркуса (J. Marcus) и его коллег «Интеллект и политическое суждение» (Marcus et al., 2000), среди основных достоинств книги называет идею о том, что избиратель не только думает, но и чувствует. В аннотации подчеркивается, что предлагаемая книга «побуждает специалистов в сфере общественных наук (курсив мой. — М.У.) возвыситься над идеалистическим представлением об абсолютно рациональном гражданине и разработать более полную, реалистическую модель, включающую эмоциональную сторону человеческих суждений».

Впрочем, к желаемому издателями сдвигу во взглядах американского политологического сообщества книга Дж. Маркуса и коллег, судя по всему, не привела. В результате к вышедшей через два года новой книге Дж. Маркуса «Сентиментальный гражданин: эмоция в демократической политике» (Marcus, 2002) была подготовлена более драматическая издательская аннотация. По напряженности она напоминает полный отчаяния глас человека, вопиющего к своим собратьям в тщетной надежде привлечь их внимание к эмоциональной стороне жизни.

С точки зрения содержания эта аннотация представляется мне «образцовой». Привожу ее здесь полностью:

«Эта книга, — пишет издатель Дж. Маркуса, — бросает вызов общепринятой житейской мудрости, согласно которой для улучшения демократической политики необходимо исключить из нее эмоции. Маркус выдвигает провокативное утверждение (курсив мой. — М.У.) о том, что сложившаяся в теории демократии традиция рассматривать эмоции и разум как враждебные друг другу противоположности дезориентирует и приводит современных ученых к неверным оценкам текущего состояния американской демократии. По мнению Маркуса, вместо того, чтобы рассматривать присутствие эмоций в политике как банкротство рациональности, а значит и банкротство гражданственности, теоретики демократии должны понять, что в действительности эмоции являются предпосылкой проявлений рассудка и, следовательно, неотъемлемы от рационального анализа и политических оценок в условиях демократии. Попытки очистить публичную жизнь от эмоций не только обречены на провал, но в конечном счете могут лишить демократию одного из главных источников обновления и изменения».

В российской академической политологии внимание к эмоциональным факторам тоже невелико.

Больше других писал о них Д. Ольшанский, рассматривавший, по преимуществу, проблему настроений (см., например, Ольшанский, 1995, 2001, 2002а, 2002б; в том, что касается настроений, круг базовых подходов и идей, обсуждаемых в этих работах, практически одинаков).

Однако понимание Д. Ольшанским настроений неоднозначно: он трактует их то как явления с преобладанием аффективного компонента, то как явления, в которых на первое место выходит компонент когнитивный.

Так, в соответствии с одним из определений Д. Ольшанского, массовые настроения представляют собой «особые психические состояния», «переходные от непосредственных эмоций к более или менее осознанному мнению, вырастающие из повседневных эмоций». Это определение, однако, соседствует у Д. Ольшанского с пониманием массовых настроений

как «широкой субъективной оценки (курсив мой. — М.У.) социально-политической действительности», т.е. как эмоционально насыщенных осознанных позиций или устремлений типа «настроения психологической готовности к политическим действиям» (Ольшанский, 2002а, с. 406).

Существует у Д. Ольшанского и промежуточная трактовка массовых настроений как «особых переживаний комфорта или дискомфорта, отражающих: (1) степень удовлетворенности или неудовлетворенности общими социально-политическими условиями жизни; (2) субъективную оценку возможности реализации социально-политических притязаний в данных условиях; (3) стремление к изменению социально-политических условий ради осуществления своих притязаний» (там же, с. 405).

Столь же двойственно трактует «общественные настроения» и М. Еникеев, для которого они представляют собой «определенное состояние чувств и умов (курсив мой. — М.У.) в больших социальных группах» (Еникеев, 2002, с. 284).

Между тем, в общей психологии настроения понимаются как феномены, в которых когнитивная составляющая играет роль явно менее значимую, чем в оценках и аттитюдах.

Например, в двух солидных психологических словарях о настроении говорится как о «более или менее устойчивом, продолжительном, без определенной интенции эмоциональном состоянии человека, окрашивающем в течение некоторого времени все его переживания» (БПС, 2006, с. 326), или как об «относительно всеобъемлющем и устойчивом эмоциональном состоянии» (БТПС, 2000, т. 1, с. 486). В этих определениях наличие когнитивного компонента в настроениях, скорее всего, подразумевается⁴, но не акцентируется.

Впрочем, двойственность трактовок настроений, свойственная Д. Ольшанскому и М. Еникееву, отражает речевую практику, сложившуюся в российской социологии и политологии. Здесь можно найти и «когнитивные», и «аффективные» интерпретации настроений (однако первые встречаются заметно чаще вторых).

Вот несколько примеров «когнитивных» подходов:

«В общественном настроении, согласно опросам, к концу 1990-х гг. все более доминирует ориентация на власть, порядок, силу» (Лебедева, 2000, с. 46).

⁴ По словам Т. Дэлглиша (Т. Dalgleish), в современной психологии принято говорить о четырех компонентах эмоций, одним из которых является когнитивный/смысловой компонент: «...эмоции означают “взвешивание” событий в мире относительно текущей ситуации». Остальные три компонента: физиологический компонент, мотивационный компонент (не обязательно выливающийся в реальный поступок «потенциал действия») и компонент субъективных переживаний/чувств (Дэлглиш, 2002, с. 464).

«В массовых настроениях россиян действительно растет крен в сторону поддержки сильной власти, способной навести порядок в стране» (Мельвиль, 1998, с. 34).

«Под общественными настроениями... понимается комплекс текущих политических идей, оценок и стереотипов, распространенных в общественном сознании и влияющих на электоральные предпочтения избирателей» (Страхов, 2001, с. 75).

А вот образец «аффективного» толкования настроений:

«Страх подвижен. Как элемент массовых настроений он гибко следует за ситуациями, складывающимися в социальной среде в тот или иной период времени» (Иванова, Шубкин, 2005, с. 27).

Со своей стороны отмечу, что оба подхода представляются мне вполне правомерными. О сопоставлении их достоинств говорить вряд ли имеет смысл: достоинства или недостатки термина в решающей мере зависят от целей исследования и контекста, в котором он употребляется.

Что касается меня, то в силу специфики разрабатываемой проблемы, я в данной работе использую понятие «настроения» в аффективном смысле.

Механизмы формирования эмоциональных состояний в российской (как, впрочем, и западной) политологии и политической психологии рассматриваются чаще всего в контексте проблемы толпы. Основное внимание уделяется ситуациям, в которых наблюдается примитивизация индивидуального поведения, т.е. случаям, где применима идущая от Г. Лебона (Лебон, 1995) и З. Фрейда (Фрейд, 1991) парадигма противопоставления рациональности индивида и иррациональности (эмоциональности) массы.

По словам сторонника этой парадигмы С. Московичи, «внушение или влияние — в коллективном плане то, что в индивидуальном плане является неврозом. Оба предполагают:

— уход от логического мышления, даже его избегание, и предпочтение алогичного мышления;

— раскол рационального и иррационального в человеке, его внутренней и внешней жизни» (Московичи, 1998, с. 42).

В контексте этой проблемы говорит о массовых настроениях и Д. Ольшанский (Ольшанский, 2002а, с. 415—453). Такой же подход используется в работе Л. Гозмана и Е. Шестопал (Гозман, Шестопал, 1996, с. 122, 123, 134).

В других книгах российских политологов и политических психологов проблема общественных/массовых эмоций и настроений как самостоятельная тема, к сожалению, вообще не рассматривается (см., например,

Дилигенский, 1994; Политическая психология, 2003; Пирогов, 2005; Шестопал, 2002).

Среди статей, опубликованных в российских научных журналах в 1990—2006 гг., мне удалось найти только одну работу, затрагивающую теоретические аспекты концепции массовых настроений. Это статья И. Яковенко, представляющая собой подробную и глубокую рецензию на книгу Д. Ольшанского «Психология масс» (Яковенко, 2004).

Попробую теперь, хотя бы бегло, остановиться на причинах невнимания академической политологии к эмоциональным аспектам политической жизни.

Порой можно встретить мнение, возлагающее вину за «внеэмоциональность» политологии на Э. Дюркгейма, социологические концепции которого сильно повлияли на эту науку⁵.

Некоторые утверждения Дюркгейма и в самом деле позволяют приписать ему недооценку эмоционального фактора и «депсихологизацию» (или избыточную социологизацию) эмоций.

Так, Дюркгейм определял психологию как «науку о мыслящем индивиду» (Дюркгейм, 1991, с. 399.), а социологию как науку «об институтах, их генезисе и функционировании» (там же, с. 405). В этих определениях эмоциональной сфере места действительно не нашлось.

Тем не менее образ Дюркгейма как «эмоциоборца» вряд ли соответствует действительности. Некоторые исследователи творчества Дюркгейма полагают, что его отношение к роли эмоций и настроений в общественной жизни было далеко не пренебрежительным. Так, Фишер и Чон утверждают, что «согласно взглядам Дюркгейма, эмоции могут и должны играть ключевую роль в социологической теории» (Fisher, Chon, 1989, p. 8).

В самом деле, в «Методологии социологии» (т.е. в работе, на которую чаще всего ссылаются критики дюркгеймовского антипсихологизма), Дюркгейм к социальным фактам относил предельно широкий спектр эмоциональных явлений: от «мимолетных вспышек» эмоций и «возникающих в многолюдных собраниях великих движений энтузиазма, негодования,

⁵ Как утверждает директор Института психоистории (США) Ллойд Де Моз (Lloyd deMause), «обществоведы редко интересуются психологией. ... Самый интересный вопрос относительно всякой социальной группы, вопрос... “Почему они это делают” — редко ставится в академической среде. ... Дюркгейм... утверждал, что понимание индивидуальных мотивов не имеет отношения к пониманию общества. Устраняя психологию из общественных наук, Дюркгейм сформулировал принцип, которому сегодня следует большинство теоретиков-обществоведов: “Причину, обуславливающую социальный факт, нужно искать среди социальных фактов, предшествующих данному, а не среди состояний индивидуальных сознаний”. ... Социологи до сих пор воспроизводят предубеждение Дюркгейма против психологии. ... Политологи исходят из тех же предпосылок: “Политические установки обычно рассматриваются как результат рационального, рефлексивного процесса”» (Mause L. de, сайт).

сострадания» до способов «чувствования», формируемых в процессе воспитания (Дюркгейм, 1991, с. 414, 415)⁶.

В «Общественном разделении труда» Дюркгейм наметил типологии идентичностей, фундаментально важные для понимания социального контекста эмоций и настроений. В частности, он разграничил идентичности, которые на языке современной психологии называются «личностной» и «социальной» (Дюркгейм, 1991, с. 126).

В «Самоубийстве» Дюркгейм описал некоторые эмоциональные состояния общества, связанные с динамикой экономической конъюнктуры, в частности, всплески агрессивности и апатии (Дюркгейм, 1994, с. 228—246).

Наконец, в своей наиболее поздней работе «Элементарные формы религиозной жизни» (1912) Дюркгейм склонен был рассматривать эмоции как «социальный клей» и как один из важнейших факторов структурирования социальной реальности в процессе общественной эволюции (Дюркгейм, 1998; подробный анализ этой работы Дюркгейма см. в: Hummond, 1983; Fisher, Chon, 1989).

Единственное, что, по-видимому, было Дюркгейму чуждо, так это представление о том, что люди могут постоянно влиять на эмоциональные состояния друг друга вне толпы или вне воспитательного процесса. «Когда собрание разойдется, — писал он, — когда эти социальные влияния перестанут действовать на нас, и мы останемся наедине с собой, то чувства, пережитые нами, покажутся нам чем-то чуждым, в чем мы сами себя не узнаем» (Дюркгейм, 1991, с. 415).

Переходя от описания «мимолетных вспышек» настроений к устойчивым состояниям, Дюркгейм предпочитал говорить уже не об эмоциях или настроениях, а о «длительных движениях общественного мнения, которые постоянно возникают вокруг нас или во всем обществе, или в более ограниченных кругах по поводу религиозных, политических, литературных, художественных и других вопросов» (там же, с. 415).

⁶ Справедливости ради замечу, что, говоря о специфике социальных фактов, Дюркгейм достаточно жестко противопоставлял индивидуальное коллективному и подчеркивал, что социальные факты «существуют вне индивидуальных сознаний» и играют по отношению к индивиду роль «внешнего принуждения» (Дюркгейм, 1991, с. 412, 421). Противопоставление индивидуального коллективному и «суперобъективация» последнего были основанием для критики Дюркгейма уже со стороны Г. Тарда. Последний говорил, что ему «очень трудно понять, как может случиться, что “отбросив индивидуумов, получим в остатке общество”», и что «делая объективным различие или, лучше сказать, чисто субъективное отделение коллективного явления от составляющих его частных фактов, Дюркгейм возвращает нас в самую глубину схоластики» (Тард, 1996, с. 4). Современная исследовательница эмоций С. Ахмед (S. Ahmed) пишет о Дюркгейме мягче. По ее мнению, для Дюркгейма эмоции были прежде всего фактором, действующим «извне вовнутрь (outside in)», а не «изнутри вовне (inside out)» (Ahmed, 2004, p. 9).

Иными словами, Дюркгейм признавал в качестве социальных фактов «сильные» и «направленные» эмоциональные взаимодействия, но отказывал в этом статусе «слабым» и «ненаправленным» эффектам. Между тем, в современной психологии этим эффектам уделяется большое внимание, например, в рамках экологических теорий стресса (см., например, Мейес, ван Элдерен, 2002, с. 607)⁷.

Но оставим Дюркгейма. Как первопроходец научной социологии он имел право на некоторый экстремизм суждений, свойственный всякому первопроходцу.

В том, что первопроходческая «избыточная рациональность» Дюркгейма была усилена последующими поколениями социологов и политологов, виноват не столько он сам, сколько особенности восприятия и интерпретации его идей идущими за ним исследователями, в частности, Р. Мертоном и Т. Парсонсом (об этом см., например, Alpert, 1939, p. 68; Hummond, 1983, p. 92).

Среди обстоятельств, обусловивших такие особенности восприятия и интерпретации, и следует, как мне кажется, искать причины «внеэмоциональности» современной академической политологии.

Похоже, что эти обстоятельства имеют, по преимуществу, культурный характер.

Не исключено, что одним из них является восходящая еще к Платону и глубоко укорененная в политологии рационалистическая традиция, в настоящее время проявляющаяся, помимо прочего, в абсолютизации парадигмы противопоставления рациональности и аффективности.

Присутствие этой парадигмы можно обнаружить, например, в известном высказывании Й. Шумпетера о том, что в сфере политики мышление рядовых граждан перестает быть рациональным и «становится ассоциативным и аффективным» (Шумпетер, 1995, с. 347; о доминировании этой парадигмы в современной политологии см., например, Marcus, 2003).

Вероятно, свою роль играет и этический индивидуализм, отторгающий взгляд на личность как на фигуру, решения которой находятся под воздействием чужих эмоций и настроений:

«Ощущения, чувства, прозрения, капризы — все они личны и никак не передаваемы, если не считать посредства символов и вторых рук. ... От семьи до нации, каждая группа людей — это общество островных вселенных» (Хаксли, 2004, с. 11).

Возможно, сказывается и влияние близких к политологии научных дисциплин. Таких, например, как экономика с ее принципом методоло-

⁷ Подробнее об этих воздействиях см. раздел «Факторы формирования эмоциональной атмосферы общества».

гического индивидуализма, лежащим в основе классических представлений о *homo oeconomicus*'e⁸.

Последний имеет все основания считаться ближайшим родственником *homo politicus*'a, населяющего теорию общественного выбора⁹ и имплицитно присутствующего во многих политологических построениях, с этой теорией напрямую не связанных.

Я далек от притязаний на полноту приведенного только что списка причин, делающих академическую политологию равнодушной к сфере эмоций и настроений. Не сомневаюсь, что его можно продолжить.

Но чем бы ни обуславливалась маргинальность нынешнего положения в политологии эмоциональных факторов, эта ситуация на пользу политологической теории не идет.

Отсутствие «психологической начинки» в политологических моделях приводит порой к снижению их объяснительного потенциала или делает политическую аргументацию неубедительной¹⁰.

Если же заимствования из сферы психологии делаются, то они в значительной части оказываются либо примитивными, либо наивными, либо устаревшими, либо противоречивыми, либо соединяющими в себе все эти характеристики.

О таком «использовании» психологии представителями не только политологии, но и других гуманитарных наук, говорится уже давно. Г. Элперт (H. Alpert) еще в 1939 г. писал, что одной из опасностей для социологов является «тенденция изобретать психологические принципы *ad hoc* или имплицитно опираться на те или иные устаревшие психологические доктрины» (Alpert, 1939, p. 69). По мнению Элперта, подобной опасности не избежал и Дюркгейм, однако по сравнению со своими последователями он в этом вопросе был куда более осторожен (ibid, p. 64).

⁸ По словам Д. Бреннана и Д. Бьюкенена, *homo oeconomicus* — это индивид, преследующий «только свои собственные осознанные частные интересы, которые суммируются в объективно измеримом чистом благосостоянии» (Бреннан, Бьюкенен, 2005, с. 76). На русском языке наиболее подробный обзор моделей «экономического человека», включающий и анализ принципа методического индивидуализма, содержится в книге В.С. Автономова «Модель человека в экономической науке» (Автономов, 1998).

Далек от экономической теории Э. Геллнер называл такой взгляд на человека концепцией «модульного человека», «основанной на представлении, что люди суть индивиды, осуществляющие целесообразное поведение и оценивающие окружающую среду с точки зрения достижения своих целей» (Геллнер, 1995, с. 106).

⁹ См., например, Нуреев, 2005.

¹⁰ Л. Демоз (L. deMause) приводит забавный пример недостаточности «социальной» (т.е. не учитывающей психологических факторов) аргументации, используемой политическими историками для объяснения причин войн: «...революционная смута во Франции стала причиной франко-австрийской войны 1792 г., а война Франции с Англией была вызвана окончанием революционной смуты, что позволило направить энергию наружу» (Демоз, 2000, с. 120).

С тех пор ситуация практически не изменилась. Хорошим примером тому могут служить политологические модели агрессии, построенные на плохо переваренных хороших психологических теориях.

Разбор некоторых из этих моделей я собираюсь включить в специальную работу, посвященную агрессивности в политике. Здесь же ограничусь лишь упоминанием одной из них: модели агрессии Т. Гарра (T. Gurr) (см. Гарр, 2005).

ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ АТМОСФЕРА ОБЩЕСТВА — ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

В то время как вы считаете, что он [человек] живет своими собственными чувствами... я убежден, что в нем нет ничего полностью собственного, ничего чисто своего... потому что он реализуется в соприкосновении с внешней действительностью. ...И при этом каждый оказывает деформирующее воздействие на всех остальных, а они — на него.

В. Гомбрович. Венчание

Итак, проблематика эмоций и настроений является явным маргиналом в академической политологии.

Но и в маргинальности нет равенства. Среди маргинальных тем, подходов и идей есть более маргинальные и менее маргинальные. Здесь, как и во многих других случаях, вполне справедлива знаменитая формула Дж. Оруэлла: «Все животные равны, но некоторые из них более равны, чем другие».

К наиболее маргинальным относится концепция, описываемая целым набором сходных терминов: психологический/ эмоциональный/ социально-психологический/ морально-психологический климат или атмосфера общества.

Смысл этой концепции состоит в объединении в единую систему наличествующих в обществе эмоций и настроений, которые «окутывают» членов данного общества и существенным образом влияют на их взгляды и действия.

П.А. Сорокин как-то справедливо заметил, что «социальные науки слишком злоупотребляют определениями, чаще всего не давая по существу ничего, кроме чисто словесных формулировок» (Сорокин, 2005, с. 30—31).

Полностью разделяя это мнение, я не стану вдаваться в анализ того, какой из упомянутых выше терминов лучше передает содержание рассматриваемой концепции. Полагаю, что их можно использовать как синонимы. Однако в данной работе я чаще всего буду употреблять термин «эмоциональная атмосфера общества» — предпочтение, во многом продиктованное необходимостью остановиться на чем-то одном.

Исследовав несколько академических Интернет-ресурсов¹¹, я нашел только семь работ, в которых данная концепция упоминалась с помощью хотя бы одного из указанных выше терминов.

Из этих семи работ лишь одна имеет теоретический характер.

Речь идет о статье Жозефа Де Ривера (Joseph de Rivera) «Эмоциональный климат: социальная структура и эмоциональная динамика» (Rivera de, 1992). Но написана она, конечно же, не политологом, а профессором психологии из Университета Кларк, явно находящимся под влиянием идей К. Левина.

В сообществе политических психологов проблематика эмоциональной атмосферы общества также, мягко говоря, не находится в центре внимания.

В 1983 г. М. Дойч (M. Deutsch) опубликовал статью «Что такое политическая психология?» (Deutsch, 1983), в которой проанализировал тематику дискуссий и публикаций Международного общества политической психологии. Рубрикатор М. Дойча включает много позиций, но эмоциональной (психологической или еще каким-либо образом называемой) атмосферы/климата общества как самостоятельной темы там нет.

В публикациях журнала «Political Psychology», вышедших после появления этой статьи М. Дойча, — т.е. в период с 1983 по 2006 г. — также не оказалось ни одной статьи, посвященной данной теме.

Отсутствие работ по проблеме эмоциональной атмосферы общества (и, в целом, больших групп) особенно заметно на фоне множества исследований психологического климата малых групп, трудовых коллективов и т.п.

Было бы неверно утверждать, что концепция эмоциональной атмосферы общества не пользуется вниманием политологов и политических психологов, потому что она теоретически не разработана.

Основные элементы этой концепции были сформулированы такими первоклассными умами, как Г. Тард и К. Левин.

В конце XIX в. Г. Тард в работе «Социальная логика» (Тард, 1996) сформулировал несколько фундаментальных идей, существенно важных для понимания феномена эмоциональной атмосферы общества. Прав-

¹¹ Cambridge Journal Online, EBSCO Host — Master File Premier, Elsevier Science Direct, ISI Web of Knowledge, Jstor, Oxford Journals, ProQuest, SocINDEX with Full Text.

да, термин «эмоциональная (психологическая и пр.) атмосфера/климат» Г. Тард не использовал, предпочитая говорить о «социальной системе чувств» (Тард, 1996, с. 321).

В предельно кратком изложении идеи Тарда таковы.

- Эмоции и настроения — или, как говорил сам Тард, «движения сердца» — являются одним из важнейших элементов социальной ткани общества, от которого, в частности, зависит его стабильность (Тард, 1996, с. 319).

- Пропитывающие общество эмоции и настроения взаимосвязаны и потому образуют «социальную систему чувств» (там же, с. 321), аналогичную «социальным и индивидуальным системам идей и верований, социальным и индивидуальным системам намерений и желаний» (там же, с. 321—322).

- Системность связей между отдельными чувствами, по Тарду, обеспечивается присутствием в обществе единой ценностной парадигмы, в рамках которой то или иное явление признается ценным, но может вызывать противоположные чувства: например, гордость у одних и зависть у других (там же, с. 323).

- «Социальная система чувств» структурно и содержательно изменяется и усложняется по мере развития и усложнения общества и соответствующего изменения структуры социальных идентичностей (там же, с. 320, 331, 348, 359).

- Эти изменения «социальной системы чувств», в свою очередь, являются необходимым условием общественного развития (там же, с. 334).

- В обществе действуют факторы, приводящие к содержательным изменениям эмоциональной атмосферы (к изменению баланса симпатий и антипатий и пр.). К таким факторам относятся, например, политические волнения и избирательные кампании (там же, с. 320).

- Кроме того, в обществе присутствуют факторы, выполняющие роль «настройщиков» «социального сердца», этого «время от времени расстраивающегося музыкального инструмента». «Настройщики» обеспечивают синхронизацию настроения отдельных индивидов и групп. Такими «настройщиками» Тард считал появление время от времени мощных харизматических лидеров (основателей религии, апостолов, реформаторов), регулярные общественные празднества и пр. (там же, с. 319, 358).

В 30-е гг. XX в. **К. Левин** (Левин, 2000) ввел и начал активно использовать для анализа социально-психологических проблем несколько синонимических понятий: «культурная атмосфера», «социальная атмосфера», «общая атмосфера группы», «групповой климат», «социальный климат» (Левин, 2000, с. 107, 109, 169, 176, 200, 203).

Называя явления, стоящие за этими понятиями, «слишком расплывчатыми», «неуловимыми», «неосвязаемыми», «абстрактными», Левин, вместе с тем, включил «социальную атмосферу» в число «наиболее важных динамических характеристик любой социально-психологической ситуации» (Левин, 2000, с. 109, 202). По его словам, она служит «фоном для всех частных ситуаций» (там же, с. 107) и представляет собой «характеристику социальной ситуации в целом» (там же, с. 203).

Для описания «социальной атмосферы»/«социального климата» К. Левин использовал два крупных блока характеристик:

- структурные/поведенческие/институциональные характеристики группы, например, объем властных полномочий лидера; процедуры принятия решений; распределение внутригрупповых статусов; поведенческие особенности взаимоотношений между членами группы и пр. (там же, с. 199—214, особенно с. 203—204);

- эмоциональные характеристики — «чувства, доминирующие в атмосфере окружающего его [индивида] социума» (там же, с. 189).

Понятие «социального климата» К. Левин использовал предельно широко: для характеристики малых (контактных) и больших социальных групп (там же, с. 198—239, 292—386), а также для описания краткосрочных ситуаций и долгосрочных тенденций.

Изменение эмоциональных составляющих климата К. Левин связывал с внутригрупповыми процессами (там же, с. 198—214), межгрупповыми взаимодействиями (там же, с. 307) и влиянием различных факторов непсихологического характера — экономических, политических и пр. (там же, с. 311, 313).

Воспользуюсь сделанной только что краткой зарисовкой концепций Г. Тарда и К. Левина, чтобы уточнить смысл, вкладываемый мной в понятие «эмоциональная атмосфера общества».

Я использую этот термин для описания в значительной мере «фоновой» (и потому зачастую плохо ощущаемой «изнутри»), подвижной характеристики общества, которая охватывает эмоциональные составляющие социального климата К. Левина и обладает системными свойствами, описанными Г. Тардом и К. Левиным.

Для дальнейшего прояснения понятия полезно будет рассмотреть концепцию «эмоционального климата», предложенную **Ж. Де Риверой**.

С точки зрения Де Риверы, эмоциональный климат общества представляет собой один из аспектов «поведенческой среды», серьезно влияющий на мировосприятие и действия людей, на политическое единство и культурную идентичность общества (Rivera de, 1992, p. 197).

Вместе с тем, в отличие от Левина, Де Ривера накладывает на понятие «эмоциональный климат» несколько существенных ограничений.

Де Ривера не склонен отождествлять «эмоциональный климат» с совокупностью всех существующих в обществе эмоциональных отношений (Rivera de, 1992, p. 200). Для отграничения эмоционального климата от других явлений эмоционального мира он использует два критерия: содержание эмоций и их устойчивость.

С *содержательной* точки зрения Де Ривера различает эмоциональный климат и эмоциональную атмосферу (или коллективное настроение/коллективное чувство). Согласно Де Ривере, эмоциональный климат — это, прежде всего, характеристика эмоциональных отношений **между** членами общества (например, их склонность или несклонность помогать друг другу или бояться друг друга), тогда как эмоциональная атмосфера (коллективное настроение/коллективное чувство) представляет собой **общее** переживание по поводу того или иного общего события (ibid, p. 197, 198).

По критерию *устойчивости* переживаний Де Ривера разграничивает эмоциональный климат от опять-таки эмоциональной атмосферы и эмоциональной культуры. Эмоциональный климат более устойчив, чем эмоциональная атмосфера, но менее устойчив, чем эмоциональная культура: эмоциональный климат может изменяться в течение жизни одного поколения, тогда как для изменения эмоциональной культуры требуется смена поколений (ibid, p. 198).

В принципе, такие ограничения допустимы, но вряд ли целесообразны.

Предлагаемое Де Риверой *содержательное* разграничение эмоциональной атмосферы и эмоционального климата существенно «утяжеляет» описание любого процесса с использованием данных терминов.

Например, если следовать Де Ривере, то ситуация, при которой нация в условиях внешней угрозы почувствовала общую для всех опасность и сплотилась (т.е. у людей повысился уровень доверия друг к другу), должна была бы описываться так: изменения в эмоциональной атмосфере привели к изменению эмоционального климата.

С подобным усложнением можно было бы смириться, если бы оно позволяло выявлять психологические и поведенческие нюансы, которые при ином подходе нельзя обнаружить. Однако такие возможности, по крайней мере в первом приближении, не просматриваются, да и вряд ли вообще существуют.

Кроме того, если в теории разграничение между эмоциями/настроениями, порождаемыми «общими событиями», и эмоциями/настроениями, характеризующими межличностные отношения и отношения человека к социальным институтам, провести более или менее легко, то при сборе эмпирических данных сделать это почти невозможно. Во всяком случае, с помощью социологических методик или контент-анализа СМИ. А иных

инструментов для оценки ситуации на макросоциальном уровне пока не существует.

К тому же Де Ривера и сам не до конца придерживается предложенного им разграничительного принципа, и при описании размерностей эмоционального климата вводит критерии, отражающие не только «отношение к другим людям», но и «отношение к идеалам» (описание этих критериев см. в разделе «Компоненты эмоциональной атмосферы общества»). А тогда неясно, зачем вообще нужно было вводить это разграничение?

С *временным* критерием, отделяющим эмоциональный климат от эмоциональной атмосферы и эмоциональной культуры, дело обстоит не менее проблематично. Стремление Де Риверы сконцентрировать внимание на более или менее стабильных явлениях понятно. Но предложенная им классификация представляется мне искусственной.

Не ясно, например, что должен будет делать исследователь, наблюдающий вовлеченное в войну общество, если переживание общей опасности (характеристика эмоциональной атмосферы) окажется в этом обществе таким же устойчивым во времени, как и повышенный уровень доверия людей друг к другу (характеристика эмоционального климата). Или если, не дай бог, общее чувство опасности сохранится дольше, чем высокий уровень взаимного доверия?

Разграничение между эмоциональным климатом и эмоциональной культурой по предложенному Де Риверой *временному* критерию вообще сомнительно. Утверждение, что для изменения культуры требуется смена нескольких поколений, может означать только то, что к культуре относятся не чувства как таковые, а образцы проявления чувств, т.е. некоторые образцы поведения. Между тем, составляющими эмоционального климата являются именно эмоции, чувства и настроения.

Иными словами, разница между эмоциональным климатом и эмоциональной культурой состоит не в различной устойчивости входящих в них элементов, а в качественной разнородности этих элементов. При этом *большая* подвижность во времени настроений, чем поведенческих образцов — вещь, вообще говоря, не очевидная.

Поясню сказанное на примере. Людям, прожившим некоторое время при советском строе, легко представить навязанное тоталитарным режимом чувство страха, длящееся несколько поколений. В этом случае мы имеем дело с устойчивыми чувствами/настроениями, принадлежащими эмоциональному климату общества.

Можно также представить себе сформировавшиеся в условиях тоталитарного режима образцы проявления чувств, в том числе образцы, не допускающие публичной демонстрации страха, требующие прикрывать

его поведенческой веселостью, оптимизмом и иными проявлениями «бодрости духа».

Оба явления, конечно же, будут существовать одновременно. Между тем, разрушение тоталитарной системы на первых порах может привести к разрушению культуры проявления чувств, не затронув глубоко вевшегося чувства страха перед властью. Во всяком случае, в российском обществе этот страх оказался куда более живуч, чем советские образцы изъвления чувств, и просыпается при малейшем насупливании державных бровей — но теперь уже в несколько ином поведенческом оформлении.

Но вернемся к теории. Не исключено, что слабость предложенного Де Риверой временного идентификатора эмоционального климата отражает плохую приспособленность существующей в психологии временной классификации эмоциональных явлений для описания социальных феноменов.

В одной из своих работ об эмоциях известный британский психолог Т. Дэлглиш (T. Dalgleish) приводит — со ссылкой на К. Оатли и Дж. Дженкинса (Oatley, Jenkins, 1996) — следующую классификацию эмоциональных явлений по их продолжительности (см. табл. 3).

Таблица 3. Временные масштабы различных эмоциональных явлений по Оатли и Дженкинсу

Явление	Масштаб времени
Выражение (экспрессия)	Секунды, минуты
Физиологические изменения	Секунды, минуты
Интроспективная эмоция	Минуты, часы
Настроение	Часы, месяцы
Эмоциональное нарушение	Недели, годы
Личностная черта	Годы, вся жизнь

Источник: Дэлглиш, 2002, с. 467.

Очевидно, что при изучении социальных, в том числе и политических, процессов очень большой интерес представляют эмоциональные явления, продолжительность которых составляет месяцы и годы. Но для явлений такой продолжительности в классификации Оатли и Дженкинса есть только рубрики «эмоциональные нарушения» и «личностные черты».

Эмоциональные нарушения, конечно же, могут и должны интересовать политологов, особенно когда речь идет о таких явлениях, как невротизация общества, массовые психозы, «охота на ведьм», шпиномания, «культ личности» и пр. Но не меньший интерес у политологов и политических психологов могут и должны вызывать столь же продолжительные, но не патологические эмоциональные состояния.

Однако имени этим состояниям в данной классификации нет.

Возможно, психолог Де Ривера, пытаясь отграничить более или менее устойчивый «эмоциональный климат» от недолговечной «эмоциональной атмосферы» и сверхустойчивой «эмоциональной культуры», старался выработать понятия, описывающие явления, обойденные вниманием в психологической теории эмоций.

Но какими бы соображениями ни обуславливалась предложенная Де Риверой классификация, она, как мне кажется, не столько проясняет предлагаемую им концепцию эмоционального климата, сколько затрудняет ее анализ и приводит к смешению качественно разнородных явлений.

Вместо использования затуманивающих ситуацию временных ограничений, уместнее было бы признать фундаментальной характеристикой эмоциональной атмосферы общества наличие в ней элементов, изменяющихся с существенно разной скоростью.

Это дало бы более четкое представление о сложности явления и настроило бы потенциальных исследователей эмоциональной атмосферы общества на изучение особенностей связи между ее асинхронно меняющимися компонентами, что, возможно, позволило бы выявить предикторы общесистемных изменений.

Отсутствие внимания академических политологов и политических психологов к проблеме эмоциональной атмосферы общества, несмотря на очевидную важность ее учета для адекватного анализа политических процессов, нуждается в комментариях.

Полагаю, что одной из наиболее серьезных причин данной ситуации являются сомнения в реальности такого феномена, как эмоциональная атмосфера общества.

Основу сомнений составляет представление о том, что сложная структура общества превращает эмоциональную атмосферу в статистическую фикцию, сходную со «средней температурой по больнице». В самом деле, общество включает в себя множество групп, живущих в разных материальных и социокультурных условиях, сталкивающихся с разными проблемами, имеющих разные — часто противоположные — интересы и практически не контактирующих друг с другом. В таких условиях говорить о реальности усредненных по обществу показателей действительно трудно.

Эти аргументы абсолютно справедливы, если под эмоциональной атмосферой общества понимать «эмоциональное единство общества».

Однако эмоциональную атмосферу общества можно понимать и по-другому. Например, так, как Г. Тард понимал «социальную систему чувств» и как понимал социальный климат К. Левин. И тот, и другой говорили не о единстве, а о взаимной зависимости отдельных составных

элементов рассматриваемого феномена: будь то его отдельные эмоциональные компоненты (агрессивность, вера в будущее, чувство принадлежности, уверенность в себе и пр.) или «микроклиматы», доминирующие в различных контактных и неконтактных социальных группах.

Эмоциональная атмосфера общества, трактуемая как система взаимосвязанных элементов, представляет собой субъективно-психологический (неинституциональный) аспект жизнедеятельности всякой социальной группы, в том числе и общества, как понимал эту жизнедеятельность К. Левин.

По словам Левина, «сущность группы — это не сходство или различие между ее членами, а их взаимозависимость. Группу можно определить как “динамическое целое”; это означает, что изменения в состоянии любой из частей целого изменяют состояние всех остальных частей этого целого. И степень взаимозависимости членов группы варьирует от неструктурированной “массы” до тесного единства» (Левин, 2000, с. 215—216). Социальную группу, писал Левин, «лучше всего определять как динамическое целое, основанное не столько на сходстве, сколько на взаимной зависимости» (там же, с. 344).

Такой взгляд на социальную группу противопоставлялся Левиным подходу к группе как множеству, члены которого обладают каким-либо одинаковым признаком: «Некоторые социологи рассматривают сходство членов группы по тому или иному признаку как определяющую характеристику этой группы. Однако сходство между людьми позволяет просто отнести их к тому или иному классу, соотнести их с каким-то абстрактным понятием, тогда как принадлежность к одной и той же социальной группе предполагает конкретные динамические взаимоотношения между ее членами» (там же, с. 344)¹².

В духе Г. Тарда и К. Левина рассматривает эмоциональный климат общества и Де Ривера, подчеркивающий необходимость исследования его неоднородности, обусловливаемой многочисленными индивидуальными и групповыми различиями между людьми:

«Пытаясь измерить объективный эмоциональный климат, мы должны учитывать, что люди, обладающие различными личностными свойствами... и люди, занимающие различные позиции в обществе... вполне могут воспринимать этот климат по-разному. Усредненный показатель... вовсе не является лучшей оценкой нашего объективного феномена. Если, например, одна социальная группа ощущает удов-

¹² В конце 60-х гг. М. Дойч (M. Deutsch), вторя Левиному, утверждал, что психологическая взаимозависимость — осознанная или нет — превращает группу в психологическую группу, и описал типы этой взаимозависимости с помощью континуума, образуемого полюсами «promotive/cooperative» и «competitive» (Deutsch, 1968, p. 467).

летворение и рост возможностей, а другая чувствует подавленность и усиливающуюся фрустрацию, нам следует интересоваться не средней от оценок, а очевидно растущим уровнем поляризации» (Rivera de, 1992, p. 210).

Понимание эмоциональной атмосферы общества как системы взаимосвязанных эмоциональных характеристик делает данную концепцию довольно реалистичной с точки зрения здравого смысла. Во всяком случае, более реалистичной, чем концепция атмосферы как усредненного эмоционального состояния общества.

Однако ссылка на здравый смысл вряд ли может считаться исчерпывающим аргументом. Полагаю, что большей убедительности тезиса о реальности эмоциональной атмосферы общества будет способствовать описание факторов, формирующих систему взаимосвязей между ее отдельными компонентами.

ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ АТМОСФЕРЫ ОБЩЕСТВА

Взгляд на эмоциональную атмосферу как систему взаимосвязанных эмоциональных элементов предполагает существование трех типов зависимостей:

- между отдельными содержательными составляющими эмоциональной атмосферы (например, агрессивностью, верой в будущее, уверенностью в себе и пр.);
- между эмоциональным состоянием индивида и настроениями, присутствующими в окружающей его макросоциальной среде;
- между эмоциональными атмосферами («психологическими микроклиматами»), существующими в различных группах данного общества.

Факторы и механизмы, обуславливающие взаимозависимость отдельных эмоций/настроений на уровне индивида или группы — тема, давно и продуктивно разрабатываемая психологией и социологией.

Я же сосредоточусь на двух последних типах зависимости.

В первом приближении факторы, обеспечивающие эти зависимости, можно, как мне кажется, сгруппировать следующим образом.

• Свойство человека «заражаться» чужими эмоциями — *необходимое «со стороны индивида» условие существования эмоциональной атмосферы общества.*

• Наличие социальных институтов и процессов-«настройщиков» (термин Г. Тарда), т.е. источников психологических стимулов, действующих

одновременно на все общество или его значительную часть и тем самым работающих в качестве синхронизаторов настроений членов общества — *необходимое «со стороны общества» условие существования эмоциональной атмосферы.*

• Группа многочисленных, качественно различных факторов, «ответственных» за *неоднородность эмоциональной атмосферы общества*, в том числе за нетождественность «психологических микроклиматов» в различных социальных группах.

Свойство человека «заражаться» чужими эмоциями

Ниже речь пойдет о явлении, которое в психологии описывается двумя в какой-то мере схожими терминами: эмоциональное заражение и эмпатия¹³.

Для характеристики ситуации в группе «эмоциональное заражение» определяется как распространение в ней того или иного настроения (Reber, 1985, p. 152).

В.М. Бехтерев, описавший множество случаев массового эмоционального заражения, наблюдавшихся в Европе, начиная со Средних веков и кончая XIX в., предпочитал использовать несколько иной термин — «внушение», под которым понимал «непосредственное прививание тех или других психических состояний от одного лица к другому, — прививание, происходящее без участия воли (и внимания) воспринимающего лица и нередко даже без ясного с его стороны сознания» (Бехтерев, 2001, с. 21).

Это определение эмоционального заражения/внушения очень близко к предложенному Г. Салливэном (H. Sullivan) пониманию эмпатии как процесса скрытой, невербальной коммуникации, в ходе которого чувства и отношения передаются без их внешней артикуляции (Reber, 1985, p. 238; Sullivan, 1974, p. 151).

Существуют и более бихевиористские концепции эмоционального заражения. Так, Э. Хэтфилд (E. Hatfield) определяет его как «тенденцию к автоматическому подражанию и синхронизации выражений лиц, голосовых реакций, телесных поз и движений с выражениями лица, голосовыми реакциями, позами и движениями другого человека, приводящую к сближению с ним в эмоциональном отношении» (Хэтфилд, 2003, с. 1021).

Создатель одной из наиболее влиятельных на сегодняшний день теорий эмпатии М. Хоффман (M. Hoffman) понимает под ней «аффективный

¹³ Спектр трактовок эмпатии в психологии весьма широк — от сугубо аффективных до сугубо когнитивных. Добротный и хорошо систематизированный обзор наиболее существенных концепций эмпатии можно найти в работе М. Дэвиса (Davis, 1996). См. также: Еникеев, 2002, с. 528; Роджерс, 1993, с. 248—249; Стотленд, 2006, с. 1022; Colman, 2006, p. 248; Hoffman, 1987, p. 47—80; Reber, 1985, p. 238.

ответ, более соответствующий ситуации другого, чем собственной ситуации» (Hoffman, 1987, цит. по: Davis, 1996, p. 9), и говорит о шести типах «эмпатической активации» (empathic arousal), отличающихся по роли, которую в их формировании играет научение, а также по уровню присутствия в них когнитивной составляющей (Hoffman, 1984).

Четыре из описанных М. Хоффманом типов эмпатической активации имеют, как мне кажется, прямое отношение к эффекту психологического заражения, поскольку обеспечивают воспроизводство «наблюдателем» эмоционального состояния «объекта наблюдения». Речь идет о «первичной циркулярной реакции» (primary circular reaction), «моторном подражании» (motor mimicry), «классической условной реакции» (classical conditioning) и «прямой ассоциации» (direct association).

Два оставшиеся типа — «лингвистически опосредованная ассоциация» (language-mediated association) и «вхождение в роль» (role taking) — наиболее сложные и когнитивно «отягощенные», представляют собой факторы, работающие на разнообразии психологического климата; о них речь пойдет несколько позже¹⁴.

«Первичную циркулярную реакцию» и «моторное подражание» М. Дэвис (M. Davis) объединяет в группу наиболее примитивных, «чисто аффективных» эмпатических процессов, т.е. процессов, практически не содержащих когнитивных элементов.

«Первичная циркулярная реакция» — наиболее ранняя из всех наблюдаемых некогнитивных эмпатических реакций. Она отмечается уже у младенцев в возрасте от одного-двух дней: младенцы плачут в ответ на плач других младенцев, значительно слабее реагируя на эквивалентные по уровню громкости шумы нечеловеческого происхождения (Davis, p. 28, ссылая на: Simner, 1971; Sagi, Hoffman, 1976).

Т. Дэлглиш, опираясь на целый ряд других экспериментов, проводившихся в том числе с детьми 36 часов от роду и с 10-недельными младенцами (Field et al., 1982; Haviland, Lelwicks, 1987; Caron et al., 1985, 1988), считает возможным утверждать, что «грудные младенцы чувствуют перемены в настроении матери» (Дэлглиш, 2002, с. 473).

«Моторное подражание» по М. Хоффману по сути дела тождественно «эмоциональному заражению» в понимании Э. Хэтфилда и представляет собой двушаговый процесс:

— наблюдатель автоматически и по преимуществу бессознательно слегка подражает мимике и телодвижениям объекта наблюдения;

— эти мышечные реакции, в свою очередь, вызывают в нем эмоции, переживаемые объектом наблюдения.

¹⁴ См. подраздел «Факторы, ответственные за неоднородность эмоциональной атмосферы общества» данного раздела.

По мнению многих психологов, способность человека воспринимать эмоциональное состояние другого и воспроизводить его, скорее всего, является эволюционно выработанным, наследуемым механизмом, играющим ключевую роль в обеспечении коллективного, и в том числе альтруистического, поведения:

«Большинство (исследователей. — *M.V.*) считает, что эмоциональное заражение является даже более примитивным процессом, чем условный рефлекс, происходящим автоматически, за пределами сознательного контроля» (Хэтфилд, 2006, с. 1021)¹⁵.

Результатом «первичной циркулярной реакции» и «моторного подражания» является «фактическое воспроизведение наблюдателем чувств объекта наблюдения» (Davis, 1996, p. 18).

Два следующих хоффмановских типа эмпатической активации более сложны. Они базируются на ассоциациях (т.е. на связях между сигналами и прошлым опытом наблюдателя), и предполагают минимальную развитость когнитивных процессов (ibid, p. 108).

«Классическая условная реакция» — это воспроизведение наблюдателем переживаний объекта наблюдения, вызываемое не прямым эмоциональным заражением, а наличием в прошлом опыте наблюдателя переживаний, испытываемых объектом наблюдения. Наблюдение переживаний определенного типа по ассоциации вызывает у наблюдателя такие же переживания.

«Прямая ассоциация» — менее жесткая версия «классической условной реакции». Здесь воспроизведение наблюдателем эмоций объекта наблюдения обеспечивается наличием в его опыте не тождественных, а лишь сходных переживаний (ibid, p. 39).

Однако, несмотря на свою относительную сложность и «рудиментарное» присутствие когнитивной составляющей, «классическая условная реакция» и «прямая ассоциация», так же как и два предшествующих вида эмпатии, приводят наблюдателя в эмоциональное состояние, качественно однородное с эмоциональным состоянием объекта наблюдения. Возможные различия, скорее, касаются интенсивности переживаний.

Для исследования эмоциональной атмосферы общества значимость эмоционального заражения состоит, помимо прочего, в том, что оно име-

¹⁵ О наличии у человека врожденной, эволюционно сформированной склонности к альтруистическому поведению писал еще Ч. Дарвин. По его словам, «социальные инстинкты, которые у человека, равно как и у животных, были приобретены, без сомнения, для блага общества, с самого начала были источником желания помогать ближнему, наделили его чувством симпатии и заставили принимать в расчет одобрение и неодобрение товарищей» (Дарвин, 1899, с. 87). По поводу симпатии Дарвин говорил, что она «составляет существенную часть общественного инстинкта и, без сомнения, является его основным камнем» (там же, с. 68).

ет место отнюдь не только в условиях толпы или иных «сильных» воздействий.

Эффект эмоционального заражения проявляется и при слабых, ненаправленных эмоциональных взаимодействиях, т.е. в условиях повседневных, обычных контактов между людьми.

Речь идет о воздействиях, оказываемых, например, агрессивными или, напротив, доброжелательными интонациями разговоров, невольным свидетелем которых человек становится, проходя по улице; видом мрачных или, наоборот, радостных лиц, окружающих его в офисе; характером доминирующей на ТВ и радио музыки, которую он вынужден слушать, и пр.

Эффект этих воздействий схож с эффектом так называемых «малых стрессоров» (minor stressors), каждый из которых действует почти незаметно, но которые обладают кумулятивным эффектом, благодаря чему и оказывают существенное влияние на эмоциональное и физическое состояние человека (О малых стрессорах см., например, Мейес, ван Элдерен, 2002; Kanner et al., 1981; Pillow et al., 1996).

Именно этот аспект эмоционального заражения и позволяет говорить об эмоциональной атмосфере, «окутывающей» человека, пока он находится в обществе, и постоянно влияющей на его настроения и поступки.

Социальные «настройщики» эмоциональной атмосферы общества

Рассмотрим теперь социальные институты и процессы, играющие роль «настройщиков» эмоциональной атмосферы общества, или синхронизаторов эмоциональных состояний членов общества.

Как уже говорилось выше, Г. Тард относил к ним появление время от времени мощных харизматических лидеров, регулярные общественные празднества и пр. (Тард, 1996, с. 319, 358).

К этому списку можно добавить общенациональные выборы, войны, экономические циклы и любые другие регулярные процессы и нерегулярные события, создающие у членов общества переживание, которое К. Левин называл чувством общности судьбы¹⁶.

О взаимосвязи между экономическими процессами и настроениями писали и экономисты, и социологи. Экономисты делали акцент на связи между экономическим циклом и оптимизмом/пессимизмом (см., например, Хаберлер, 2005, с. 125—131). Дюркгейм связывал экономиче-

¹⁶ «Два человека будут принадлежать к одной и той же группе, если их судьбы взаимосвязаны» (Левин, 2000, с. 319). «Основной критерий принадлежности к группе — это взаимозависимость судьбы» (там же, с. 345).

скую динамику с циклами агрессивности и депрессии (Дюркгейм, 1994, с. 238—239, 243).

Высокоинституционализированными системами настройки эмоциональной атмосферы общества являются церковь (с ее более или менее единой эмоциональной аурой, едиными ритуалами, единой системой знаменательных дат, праздников, постов и пр.) и образовательные учреждения.

Однако в современном обществе важнейшим институтом-«настройщиком», обеспечивающим всем группам общества единый импульс для формирования настроений, являются СМИ, и, прежде всего, телевидение.

Степень влияния СМИ на общество не остается неизменной во времени. По мнению многих исследователей, уровень зависимости человека от СМИ постоянно возрастает. Однако при прочих равных условиях (например, при неизменном уровне технического развития СМИ) зависимость от СМИ находится в обратной зависимости от стабильности общества: чем выше стабильность, тем меньше зависимость (см., например, Ball-Rokeach, DeFleur, 1965).

С момента появления книг У. Липпмана «Общественное мнение» (1922; см. Липпман, 2004) и Г. Лассуэлла «Техника пропаганды во время мировой войны» (1927; см. Lasswell, 1927) количество литературы, посвященной психологическим аспектам влияния СМИ на современное общество, постоянно нарастало и к настоящему моменту вряд ли поддается исчислению.

В работах по психологии СМИ, в том числе в исследованиях по эффекту медиа-воздействия, констатируется многоплановость, комплексность влияния СМИ на аудиторию.

Дж. Брайант и С. Томпсон (J. Bryan, S. Thompson) пишут: «Воздействие СМИ может быть когнитивным (действующим на мышление и обучение), поведенческим или аффективным (эмоциональным). Воздействие может быть прямым или косвенным, кратковременным, долговременным или замедленным» (Брайант, Томпсон, 2004, с. 62).

Коснусь здесь лишь двух типов воздействия СМИ на общество:

— формирования «когнитивной основы» эмоциональной атмосферы общества, т.е. сглаживания когнитивных и поведенческих различий внутри общества, в результате чего повышается вероятность появления у различных членов общества и в различных социальных группах схожих эмоциональных реакций и настроений;

— прямого влияния на эмоциональное состояние общества.

Разумеется, СМИ не являются монополистами ни этих типов воздействий, ни механизмов, с помощью которых эти воздействия осуществляются. Описываемые ниже процессы и эффекты в той или иной мере

свойственны и другим социальным «настройщикам» эмоциональной атмосферы общества. Однако за пределами СМИ и без посредства СМИ данные процессы и эффекты обладают значительно меньшей силой, проявляются порой частично и нерегулярно.

Можно сказать, что до появления СМИ обсуждаемые виды воздействия пребывали в младенческом состоянии и потому пользовались сравнительно небольшим вниманием ученого мира. Появление СМИ, и особенно телевидения, превратило их в мощный фактор общественной жизни и сделало объектом пристального и все возрастающего интереса со стороны исследователей.

Не буду нарушать сложившуюся традицию и рассмотрю эти воздействия на материале масс-медиа.

Формирование «когнитивной основы» эмоциональной атмосферы общества

Газета — это не только коллективный пропагандист и коллективный агитатор, она также и коллективный организатор.

В.И. Ленин

В советские времена о ведущей роли СМИ в формировании системы ценностей, представлений и стилей поведения писали много и с незатейливой откровенностью.

Вот лишь один пример:

«Язык массовой коммуникации обязательно... включает в себя в лексико-семантической, синтаксической и иных формах категории и законы, выражающие логическое, психологическое, художественное, нравственное, политическое и т.п. отношение личности и общества к действительности. Тем самым язык массовой коммуникации осуществляет политическое, нравственное, научное, художественное и т.п. воспитание и образование личности и коллектива» (Кошевой, 1984, с. 220).

В западной науке об этой роли масс-медиа говорится куда более академично.

По словам Дж. Брайанта и С. Томпсон, «воздействие телевидения привело к социальным изменениям, охватившим целые общества, члены которых моделируют различное поведение, стили и идеи, увиденные ими по телевизору и усвоенные» (Брайант, Томпсон, 2004, с. 99).

В данном разделе механизм формирования «когнитивной подушки» эмоциональной атмосферы общества обсуждается на примере таких медиа-воздействий, как «мейнстриминг» и «формирование повестки дня».

«Мейнстриминг»

В теории (или, как ее не менее часто называют, гипотезе) «культивации»¹⁷ под термином «мейнстриминг» понимается долгосрочный эффект воздействия СМИ, порождающий тенденцию сближения взглядов, ценностей, стилей и стереотипов поведения в различных социальных группах или, как минимум, препятствующий росту различий между ними (см., например, Gerbner et al., 2002, p. 51; Signorielli, Morgan, 1996, p. 117).

Концепция мейнстриминга базируется, с одной стороны, на теории научения через наблюдение Альберта Бандуры (см., например, Bandura, 1974), а с другой — на представлении об однородности ряда фундаментальных характеристик информационных потоков, генерируемых различными СМИ.

Здесь имеется в виду не столько содержательная (фактологическая), сколько структурная и стилистическая однородность этих информационных потоков, т.е. предложение различными медиа-каналами более или менее единой системы образов, стилей, фреймов¹⁸, сценариев¹⁹ и пр., осваиваемых медиа-аудиторией. На эту сторону медиа-воздействия обратил внимание еще М. Маклюэн/М. McLuhan (Маклюэн, 2003).

Такая однородность свойственна отнюдь не только СМИ, контролируемым государством в условиях тоталитарных или авторитарных режимов.

Как писал У. Вейс (W. Weiss), «относительная однородность создаваемой медиа символической среды обеспечивается с помощью либо государственного управления, либо обычных частных рычагов управления» и способствует «единообразию политического и социального поведения» (Weiss, 1968, p. 77).

Отмеченная Вейсом «относительная однородность символической среды», создаваемой конкурирующими друг с другом независимыми СМИ, порождается, прежде всего, именно этой конкуренцией.

Сказанное в особенности справедливо для основных (не нишевых) телевизионных и радиоканалов, соперничающих друг с другом за одну и ту

¹⁷ По словам разработчиков теории культивации Дж. Гербнера и его коллег, культивационный анализ ориентирован на выявление «наиболее часто повторяющихся, стабильных и универсальных паттернов телевизионного содержания. Речь идет о присутствующих в большинстве программ внутренние непротиворечивых образах, изображениях и ценностях, встреч с которыми практически невозможно избежать постоянному (и тем более заядлому) телезрителю» (Gerbner et al., 2002, p. 49).

¹⁸ О фреймах см., например, Гофман, 2003.

¹⁹ Сценарии — это хорошо наработанные, высокоассоциативные концепты памяти, часто включающие в себя причинные связи, цели и планы действий. Когда элементы столь тесно связаны, что приобретают форму сценария, они сливаются в единый концепт семантической памяти. При этом даже небольшое число активаций того или иного сценария может изменить ожидания и намерения человека относительно важных аспектов социального поведения» (Anderson, Bushman, 2002, p. 31).

же праймтаймовую аудиторию и потому вынужденных действовать в сходной стилистике, использовать сходные стереотипы, апеллировать к сходным системам ценностей, доминирующим внутри данной культуры и пр.

По словам Д. Джэйлса, «производители новостей располагают часами, иногда минутами для того, чтобы определить, как изображать преступника, жертву или последствия происшедшего события. Создавая структуру сюжета, они неизбежно будут использовать распространенные среди публики стереотипы и мифы. И эта структура может, в свою очередь, влиять на то, как аудитория интерпретирует сюжет...» (Giles, 2003, p. 220).

Сходность используемой стилистики, стереотипов и пр. подкрепляется ориентацией каналов на один и тот же механизм обратной связи — рейтинги программ.

Срабатывает и сходность жанров отдельных передач и самого «метажанра» — особенностей подачи информации через СМИ. По мнению Дж. Гербнера и его коллег, телепередачи разных типов построены на одинаковых «повествовательных структурах»: сюжетных приемах, типажах, моделях развязок ситуаций и пр. (см., например, Gerbner et al., 2002, p. 44).

«Формирование повестки дня»

В отличие от мейнстриминга, процесс формирования повестки дня, во-первых, обеспечивает не долгосрочный, а краткосрочный (но зато постоянно возобновляемый) эффект, а во-вторых — гомогенизирует не столько процедуры обработки и оценки информации, сколько содержание обрабатываемой и оцениваемой информации.

Одни исследователи, говоря о рассматриваемом эффекте, используют термин «формирование повестки дня/agenda setting» (см., например, McCombs, Shaw, 1972, 1993; McCombs, 2004), другие предпочитают говорить о «построении повестки дня/agenda building» (например, Lang, Lang, 1991). За разницей в названиях стоят, разумеется, и некоторые отличия в концепциях. Однако для нашего исследования эти различия мало существенны.

В настоящее время эффект формирования повестки дня трактуется в максимально широком смысле, распространяясь практически на все сферы общественной жизни: политику, потребительское поведение и пр.

Утверждается, что СМИ оказывают существенное влияние на набор и иерархию важности тем, находящихся в фокусе внимания отдельных представителей медиа-аудитории и общественного мнения в целом:

«Пресса, возможно, не очень преуспела в том, чтобы указывать людям, что именно думать, но она удивительно успешна в указании своим читателям на то, о чем думать» (Cohen, 1963, p. 16, цит. по: Брайант, Томпсон, 2004, с. 161).

В процессе формирования общей для различных социальных групп и слоев повестки дня важное значение имеет функция СМИ, которую Д. Лернер назвал мультипликатором «психической мобильности/psychic mobility» (Lerner, 1958, цит. по: Weiss, 1968, p. 78).

Ежедневно знакомя все слои общества с жизнью других слоев, СМИ расширяют у членов медиа-аудитории представления о «своей» социальной среде и тем самым раздвигают границы общего для членов данного общества поля событий и проблем, являющихся поводом для эмоциональных переживаний.

Эффект формирования повестки дня хорошо показан Д. Джайлсом на примере вечеринки, на которую собрались мало знакомые между собой приятели хозяев-устроителей вечера:

«По прошествии примерно часа содержанием разговоров сделались почти исключительно СМИ — обсуждались и критиковались те или иные шоу. Различные персоналии и знаменитости были объектами сплетен и оценок, как если бы они находились в соседней комнате. Когда была затронута культурная тематика, то и она вращалась вокруг предметов, вроде футбола и поп-музыки, в значительной мере, если не исключительно, связанных с медиа-потреблением. После того, как разговоры закончились, и мы перешли к играм, игра оказалась полностью основанной на популярной телевикторине. ...Заполнявшие комнату почти не знакомые люди могли в подробностях обсуждать необычайно широкий круг тем, для чего требовался такой уровень однородности культурного багажа, который удивил бы предшествующие поколения» (Giles, 2003, p. 1, 2).

О прочности создаваемых масс-медиа образов можно судить, в частности, по очень броским результатам исследования А. Арона и коллег. В ходе этого исследования испытуемым было легче вызывать у себя живой зрительный образ поп-звезды Шер (Cher), чем образ собственной матери (Aron et al., 1991, цит. по: Giles, 2003, p. 11).

Прямое влияние СМИ на настроения аудитории

Симпатичные лица на экране не вредны, напротив, полезны. ...Такие лица могут незаметно, год за годом, десятилетие за десятилетием, изменять психологическую структуру населения.

В. Аксенов. Остров Крым

Как справедливо отмечает Е.Н. Басовская, «современный человек погружен не только в информационную, но и в эмоциональную среду, во многом формируемую средствами массовой информации. Наше настроение в значительной степени определяется как тематикой, так и стилисти-

кой газетных, журнальных, теле- и радиоматериалов» (Басовская, 2004, с. 257).

Фиксируемые психологическими исследованиями виды эмоционального воздействия СМИ на человека весьма разнообразны. Но если попытаться сгруппировать их по степени когнитивной «нагруженности», то полученная группировка выявит сходство этих видов воздействий с видами эмпатической активации в модели М. Хоффмана.

Например, хоффмановским «первичной циркулярной реакции» и «моторному подражанию», практически не содержащим когнитивных элементов, соответствует такая форма прямого эмоционального воздействия медиа-материалов на аудиторию, как описанное Л. Берковицем «энергетизирующее влияние возбуждения».

Согласно Л. Берковицу, «энергетизирующее влияние возбуждения представляет собой довольно примитивный феномен, при котором отсутствует мыслительная активность» и который может порождаться «любой возбуждающей стимуляцией» (Берковиц, 2002, с. 124).

Л. Берковиц рассматривал этот эффект как фактор активации агрессивности, однако полагал, что повышенное возбуждение, в зависимости от сочетания других факторов, может активировать не только агрессивность, но и повышенное настроение (там же, с. 124).

Эффектам, названным Хоффманом «классической условной реакцией», «прямой ассоциацией» и «лингвистически опосредованной ассоциацией»²⁰, в исследованиях влияния СМИ ближе всего соответствует эффект «прайминга».

Дж. Брайант и С. Томпсон описывают «прайминг» следующим образом: «Когда потребители массовой информации получают информационно-раздражитель с определенным значением, она соотносится с близкими к ней понятиями. Мысли, связанные с определенными эмоциями, активируют соотнесенные чувства и поведенческие реакции» (Брайант, Томпсон, 2004, с. 107). По их словам, эффект «прайминга» может не осознаваться индивидом (там же, с. 109).

Эффект «прайминга» Берковиц объяснял с помощью разработанной им модели ассоциативных сетей. Он считал, что «эмоциональное состояние возможно рассматривать как сеть взаимосвязанных мыслей, воспоминаний, чувств и экспрессивно-моторных реакций», и «активирование любого из этих компонентов должно активировать также и все остальные компоненты» (Берковиц, 2002, с. 134).

²⁰ См. подраздел «Факторы, ответственные за неоднородность эмоциональной атмосферы общества» данного раздела.

Как и «энергетизирующее влияние возбуждения», эффект «прайминга» относится к разряду краткосрочных эффектов, однако может привести к закреплению более или менее устойчивых ментальных моделей.

Наконец, описанный Хоффманом эффект «вхождения в роль»²¹ тождественен тому, что в исследованиях влияния масс-медиа называется «*отождествлением с персонажами*».

Говоря об этом эффекте, Берковиц пишет: «Иногда зрители отождествляют себя с теле- и киногероями, что также влияет на силу их впечатлений от увиденного на экране. Отождествляя себя с одним из персонажей, они, по сути, воображают себя этим человеком. Как следствие, люди эмоционально реагируют на все, что бы ни случилось с “их” персонажем» (Берковиц, 2002, с. 259).

Ближайшим последствием эффекта вхождения в роль является сохранение зрителем в течение некоторого времени эмоционального настроения своего героя. В частности, отождествление себя с агрессивным героем приводит к возрастанию уровня агрессивности у зрителя (там же, с. 259).

Соответствие видов медиа-воздействия и эмпатической активации не должно удивлять. Речь в обоих случаях идет о практически одних и тех же процессах. Различаются лишь углы зрения при их описании.

В исследованиях медиа-воздействия анализируется, как может источник эмоционального воздействия повлиять на реципиента воздействия.

В работах по эмпатии рассматривается, что происходит с наблюдателем (реципиентом воздействия) при контакте с объектом наблюдения (источником воздействия).

В терминах теории эмпатии «люди из телевизора» — это объекты наблюдения, с которыми зритель вступает в «парасоциальные контакты»²².

Эмоциональная информация, генерируемая этими людьми, в сочетании с эмоциональной информацией, сопровождающей контакт (музыка, игра цвета и пр.), создает эмоциональный стимул для многих аудиторий и является одним из важнейших механизмов поддержания системного единства психологического климата общества.

Отмечу в заключение, что для освоения предлагаемых масс-медиа моделей восприятия и мышления, повестки дня и настроений современному человеку совершенно не обязательно ежедневно читать газеты, слушать радио или проводить несколько часов перед телевизором.

Чтобы пропитаться «медиа-культурой» и «медиа-настроениями», он вполне может ограничиться повседневными контактами со своей собственной социальной средой. Эта среда играет для него роль «вторичного

²¹ См. подраздел «Факторы, ответственные за неоднородность эмоциональной атмосферы общества» данного раздела.

²² Термин «парасоциальные контакты» введен в оборот в работе (Horton, Wahl, 1956).

источника» структурной, фактологической и эмоциональной информации, генерируемой СМИ.

Почему, несмотря на все сказанное выше, люди далеко не всегда ходят строем, думают одинаково и испытывают одинаковые чувства в один и тот же момент времени — тема следующего раздела.

Факторы, ответственные за неоднородность эмоциональной атмосферы общества

Явления и процессы, включенные в эту группу факторов, многочисленны, разнородны и могут быть классифицированы по множеству критериев.

К ней относится, например, все разнообразие ситуативных стимулов-событий, действующих в один и тот же момент времени на различных людей и порождающих у них разные эмоциональные реакции и состояния. Понятно, например, что если в одном доме происходят похороны, а в доме по соседству справляется свадьба, то эмоциональное состояние соседей будет существенно разным.

В рассматриваемую группу входят и факторы, обеспечивающие разнообразие реакций на одни и те же стимулы: принадлежность людей к различным социальным группам (пол, возраст, образование, уровень дохода, семейное положение, место проживания и т.д.), различия индивидуальных историй жизни (жизненных опытов), индивидуальные психологические различия (темперамент и пр.), различные эмоциональные состояния одного и того же человека в разные моменты времени.

Для иллюстрации последнего обстоятельства напомним о различиях, появляющихся в интерпретациях картинок знаменитого Тематического апперцепативного теста (ТАТ) у одних и тех же людей, находящихся в разных душевных состояниях, и о резких перепадах настроений у героя романа М. Глинки — Н. Кукольника «Сомненья».

Ряд явлений, относящихся к рассматриваемой группе факторов, можно описать как (а) свойственные человеку сложные виды восприятия и (б) идентичности.

На этих двух типах факторов я и сосредоточу внимание.

Сложные виды восприятия

К сложным видам восприятия можно, в частности, отнести два из шести описанных М. Хоффманом видов эмпатических реакций, включающих высокоразвитые когнитивные процессы (сложные ассоциации, использование абстрактных понятий, вербальных оценок, контекстов и пр.).

Речь идет о «лингвистически опосредованной ассоциации» (language-mediated association) и «вхождении в роль» (role taking).

В случае «лингвистически опосредованной ассоциации», в отличие от «прямой ассоциации» (см. с. 30 настоящей работы), эмпатическая реакция запускается не в результате прямого наблюдения переживаний, а под воздействием получаемой наблюдателем вербальной информации о переживаниях объекта наблюдения и ассоциаций, пробуждаемых этой информацией. При этом непосредственного контакта наблюдателя и объекта наблюдения не требуется (Davis, 1996, p. 40). Достаточно, например, письма.

«Вхождение в роль» — наиболее сложный и, по Хоффману, реже других наблюдаемый вид эмпатии. Здесь требуется сознательное волевое усилие наблюдателя, чтобы вообразить, как бы он чувствовал себя в обстоятельствах, в которых оказался объект наблюдения (ibid, p. 40).

К важнейшим следствиям включения сложных когнитивных процессов в переработку поступающей к человеку информации относятся:

— появление у человека не только «аналоговых» или «параллельных/parallel» (термин М. Дэвиса) эмоциональных реакций, воспроизводящих эмоцию объекта наблюдения, но значительно более сложных и многообразных «ответных/reactive» реакций, отличающихся по содержанию от эмоций источника информации (ibid, p. 18)²³;

— увеличение возможного разброса интенсивности его ответных эмоциональных реакций (ibid, p. 105).

При этом когнитивные процессы могут не просто преобразовать параллельную реакцию в «ответную», но и изменить знак/валентность «ответной» реакции, превратив ее из сочувствующей в противоположную. Некоторые исследователи такие реакции называют «контрастной эмпатией/contrast empathy» (Stotland et al., 1971), другие — «контрэмпатическими/counter-empathic» или ассиметричными (см., например, Vaughan, Lanzetta, 1980).

Как заметил Ж. Нюттен (J. Nutten), «сложные процессы психологической трансформации увеличивают у человека дистанцию между “входом” и “выходом” — т.е. врожденными тенденциями и мотивированным поведением» (Нюттен, 2004, с. 181).

В исследованиях медиа-воздействия, так же как и в исследованиях эмпатии, отмечается, что один и тот же информационный сигнал у разных людей может в процессе его переработки породить разные результаты.

Например, С. Холл (S. Hall) в своей модели восприятия СМИ называет три типа декодирования медиа-сообщения получателем этого сообщения,

²³ По данным (Eisenberg et al., 1991), в каждом отдельном случае возникновения эмпатических реакций у человека в начале, как правило, возникают аналоговые реакции, которые затем трансформируются в реакции реактивного типа с помощью тех или иных когнитивных процессов.

различающихся по степени критичности отношения к информации и результирующим эффектам (Hall, 1980, цит. по: Davis, 1996, p. 25—26):

— «доминантный код» (dominant code) — зрители принимают «прочтение», на которое их ориентируют производители сообщения;

— «переговорный код» (negotiated code) — аудитория модифицирует сообщение, отбрасывая некоторые его смысловые элементы;

— «оппозиционный код» (oppositional code) — под сомнение ставится весь предлагаемый производителем смысл сообщения.

Типология, предложенная С. Холлом, очень удобна для использования. Однако всего разнообразия возможных реакций на медиа-сообщение она по вполне понятным причинам не исчерпывает.

Критериев, по которым можно было бы группировать содержательно различные реакции разных представителей аудитории на одно и то же медиа-сообщение или на один и тот же генерируемый СМИ эмоциональный сигнал, может быть сколько угодно.

Вмешательство когнитивных факторов в эмоциональную жизнь, конечно же, существенно усложняет проблему анализа эмоциональной атмосферы, но не делает ее нерешаемой.

Идентичности

Говоря словами Х. Маркуса, идентичность человека является «когнитивной схемой», от которой существенно зависит субъективная интерпретация социальной действительности (Markus, 1977, цит. по: Stryker, Burke, 2000, p. 286), а тем самым и эмоциональные реакции на эту действительность. Как пишут М. Вебстер и Дж. Уайтмайер (M. Webster, J. Whitmeyer), «эмоции — это сигналы о подтверждении или неподтверждении идентичности» (Webster, Whitmeyer, 2001, p. 257).

В психологии личности идентичность человека определяется как «существенное, устойчивое Я (self), внутреннее, субъективное понимание себя как индивида» (Reber, 1985, p. 341).

В социальной и политической психологии идентичность трактуется несколько уже — как субъективная интерпретация/понимание индивидом своего положения в социальном мире (Лайонс, 2002, с. 334; Миллворт, 2002, с. 360; Brubaker, Cooper, 2005, p. 480, 484; Simon, Klandermans, 2004, p. 451).

Такое понимание обеспечивается «сетью» (термин Ш. Страйкера) связей человека с группами, институтами, идеями, или, в самом общем плане, — с социальными категориями (Лайонс, 2002, с. 331; Stryker, Burke, 2000, p. 291).

Эту «сеть» образуют специфические для данного индивида смыслы, ожидания, дискриптивные и нормативные представления относительно тех или иных объектов социума (Stryker, Burke, 2000).

При этом смысловые элементы идентичности могут пересекаться, подкреплять друг друга или, напротив, не совпадать, находиться в конфликте и быть взаимоисключающими (Simon, Klandermans, 2004, p. 451).

Составные элементы «сети», или связи человека с конкретными элементами социального хронотопа, я буду называть «частичными идентичностями».

Количество, состав и иерархия значимости частичных идентичностей являются индивидуально специфическими.

Структура частных идентичностей со временем меняется и зависит не только от обстоятельств жизни человека, но и от состояния и динамики социума — усложняясь по мере усложнения социальной структуры²⁴ или, напротив, дегенерируя вместе с ней.

Для данного исследования первоочередной интерес представляют не столько индивидуальные идентичности как таковые, сколько системные свойства множества индивидуальных идентичностей членов данного общества — свойства, способные усиливать или, напротив, ослаблять разнообразие эмоциональной атмосферы.

Можно предположить, что, при прочих равных условиях, множество индивидуальных идентичностей данного общества будет способствовать неоднородности эмоциональной атмосферы тем больше, чем менее сходными будут составляющие это множество индивидуальные идентичности и чем сложнее будет каждая индивидуальная идентичность.

И наоборот, однородность эмоциональной атмосферы будет возрастать тем сильнее, чем более сходными между собой будут индивидуальные идентичности и чем проще будет структура каждой из них.

Говоря о **сходстве/несходстве** идентичностей, я, прежде всего, имею в виду:

- сходство/несходство набора объектов частичных идентичностей;
- сходство/несходство интенсивности частичных идентичностей;
- сходство/несходство иерархии значимости частичных идентичностей.

Простота/сложность индивидуальной идентичности в первом приближении может быть описана с помощью следующих характеристик:

- малое/большое число входящих в нее частичных идентичностей;

²⁴ Как отмечает С. Хантингтон, «в плане социальном модернизация связана с той тенденцией, что в дополнение к семье и другим первичным группам, характеризующимся диффузным распределением ролей, возникают сознательно организуемые вторичные ассоциации с более определенными функциями. Традиционное распределение статуса в рамках единой поляризованной структуры, характеризующееся “кумулятивным неравенством”, уступает место плюралистическим статусным структурам, характеризующимся “дисперсным неравенством”» (Хантингтон, 2004, с. 51).

- когнитивная согласованность/несогласованность (или, говоря проще, противоречивость/непротиворечивость) частичных идентичностей;
- минимальное/максимальное присутствие в ней *личностной* идентичности (или, в «зеркальной» формулировке, максимальное/минимальное присутствие идентичности *социальной*).

Для наглядности только что описанные аспекты влияния идентичностей на унификацию/разнообразие эмоциональной атмосферы общества представлены в виде таблицы (см. табл. 4).

Смысл почти всех показателей, описывающих сходство/несходство и простоту/сложность индивидуальных идентичностей, с моей точки зрения, достаточно очевиден и вряд ли нуждается в специальном разъяснении.

Более или менее подробного рассмотрения требуют, пожалуй, лишь:

- противоречивость/непротиворечивость (когнитивная согласованность/несогласованность) частичных идентичностей;
- соотношение *личностной* и *социальной* идентичностей.

Когнитивная согласованность/несогласованность частичных идентичностей

В политологии тема когнитивной (смысловой, ценностной) согласованности/несогласованности частичных идентичностей часто обсуждается в терминах принадлежности/лояльности индивида к группам и институтам с различными/конфликтующими ценностями и интересами — тема крайне важная для анализа проблемы политической стабильности (см., например, Хантингтон, 2004, с. 42—57).

Таблица 4. Системные характеристики множества индивидуальных идентичностей, влияющие на уровень разнообразия эмоциональной атмосферы общества

Характеристики идентичности индивида	Системные характеристики множества индивидуальных идентичностей данного общества	
	Способствуют унификации эмоциональной атмосферы общества	Способствуют разнообразию эмоциональной атмосферы общества
Набор объектов идентичности (набор частичных идентичностей)	<ul style="list-style-type: none"> • Сходность наборов «частичных» идентичностей • Относительно малое число входящих в наборы «частичных» идентичностей 	<ul style="list-style-type: none"> • Разнообразие наборов «частичных» идентичностей • Относительно большое число входящих в наборы «частичных» идентичностей
Иерархия частичных идентичностей	Сходность иерархий	Разнообразие иерархий
Интенсивность различных частичных идентичностей	Сходность интенсивностей	Разнообразие интенсивностей

Характеристики идентичности индивида	Системные характеристики множества индивидуальных идентичностей данного общества	
	Способствуют унификации эмоциональной атмосферы общества	Способствуют разнообразию эмоциональной атмосферы общества
Когнитивная согласованность/несогласованность частичных идентичностей	Согласованность	Несогласованность
Соотношение социальной и личностной идентичностей в различных частичных идентичностях	<ul style="list-style-type: none"> • Присутствие личностной идентичности в «частичных» идентичностях минимально • Дисперсия показателей присутствия личностной идентичности в «частичных» идентичностях минимальна 	<ul style="list-style-type: none"> • Присутствие личностной идентичности в «частичных» идентичностях максимально • Дисперсия показателей присутствия личностной идентичности в «частичных» идентичностях максимальна

Считается, что принадлежность человека к различным группам с конфликтующими ценностями и интересами — или когнитивная несогласованность частичных идентичностей — способствует умеренности его политических предпочтений и поведения, что в масштабах общества сдерживает распространение экстремизма и тем самым способствует стабильности политического режима:

«Наличие у групп и индивидов перекрестных (crosscutting) политических принадлежностей повышает шансы стабильной демократии. В той мере, в какой существенная часть населения одновременно симпатизирует различным конфликтующим силам, люди оказываются заинтересованными в снижении интенсивности политического конфликта» (Lipset, 1981, p. 77—78).

На эмоциональную атмосферу общества когнитивная несогласованность частичных идентичностей граждан действует, прежде всего, как фактор, порождающий ее неоднородность и тем самым препятствующий созданию обстановки всеобщего энтузиазма или всеобщей безысходности, всеобщей агрессивности или всеобщей апатии и т.п.

Личностная versus социальная идентичности

Различия между «личностной» и «социальной» идентичностями — правда, без использования этих терминов, — обозначил уже Э. Дюркгейм: «В каждом из нас... есть два сознания: одно, общее нам со всей нашей группой, которое, следовательно, представляет собой не нас самих,

а общество, живущее и действующее в нас; другое, наоборот, представляет собой то, что в нас есть личного и отличного, что делает из нас индивида. (Тем не менее, эти два сознания не представляют собой совершенно особые зоны, но всесторонне проникают друг в друга.) Солидарность, возникающая из сходств, достигает своего максимума тогда, когда коллективное сознание точно покрывает все наше сознание во всех точках; но в этот момент наша индивидуальность равна нулю. Она может возникнуть только тогда, когда группа занимает в нас меньше места» (Дюркгейм, 1991, с. 126).

Впрочем, у социальных психологов свои герои, так что, говоря о личностной и социальной идентичностях, они чаще всего ссылаются не на Дюркгейма, а на К. Джерджена, Г. Таджфела и Дж. Тернера (см., например, Gergen, 1972; Tajfel, 1978; Brown, Turner, 1981; Turner, Oakes, 1986).

По словам некоторых социальных психологов, личностная идентичность отражает восприятие индивидом себя в терминах «Я» и «Меня», а идентичность социальная — в терминах «Мы» и «Нас», т.е. в терминах принадлежности индивида к различным социальным категориям: группам, классам и пр. (Лайонс, 2002, с. 335).

Согласно Дж. Тернеру, личностная и социальная идентичности по характеру влияния на поведение человека являются полярными противоположностями: личностная идентичность обеспечивает максимально высокую вариативность реакций, тогда как социальная идентичность порождает предельно стереотипизированные и единообразные действия. При этом любая конкретная идентичность представляет собой некоторую смесь личностной и социальной идентичностей и может быть представлена как точка континуума, ограниченного этими идентичностями как полюсами (см. Миллворд, 2002, с. 359)²⁵.

Тернеровская идея континуума применима для описания как индивидуальной идентичности в целом, так и ее отдельных составляющих — частичных идентичностей.

Понятно, что частичные идентичности человека с одними группами всегда будут более личностными (или, наоборот, более социальными), чем идентичности с другими группами. Например, в семейной идентичности или идентичности с группой друзей детства личностный компонент будет заведомо более силен, чем в профессиональной или национальной идентичности.

²⁵ Существуют, однако, и иные понимания термина «социальная идентичность». Так, например, Л. Гудков отождествляет социальную идентичность с идентичностью как таковой. Для него «социальная идентичность — это динамическое состояние или процесс достижения идентификации (согласия относительно оценок собственного поведения у членов группы или сообщества)» (Гудков, 2004, с. 270).

Понятно также, что соотношение личностной и социальной компонент в той или иной частичной идентичности может изменяться во времени. Так, в национальной идентичности присутствие социальной составляющей может (например, под влиянием пропаганды) увеличиваться, сжимая пространство личностной составляющей или, наоборот, уменьшаться, давая больший простор личностной компоненте.

Одним из индикаторов роста присутствия социальной компоненты в той или иной частичной идентичности является расширение спектра бесспорно принимаемых людьми нормативных представлений, стереотипов, ценностей, символов и мифов, свойственных или приписываемых ими объекту данной частичной идентичности, например, социальной группе, обществу, стране, нации и пр. Напротив, усиление присутствия личностной составляющей в частичной идентичности будет, помимо прочего, означать сужение этого спектра и рост стремления индивида привнести в данную группу свои собственные (индивидуальные, личностные) нормы, ценности, представления и пр.

Другими словами, при продвижении от полюса «социальной идентичности» к полюсу «личностной идентичности» постепенно меняется характер принадлежности индивида к данной общности: от «я — один из таких же как я» («Здравствуй, русское поле, я — твой тонкий колосок», «Мы только гайки великой спайки одной трудящейся семьи» и пр.) до «я — непохожесть среди непохожестей, хотя у нас есть нечто общее».

Частным случаем социальной идентичности некоторые исследователи считают политизированную идентичность.

Например, Б. Саймон и Б. Клэндерманс (B. Simon, B. Klandermans) говорят о политизированной идентичности как о варианте коллективной идентичности²⁶, содержащем эксплицитную установку членов группы на борьбу за власть и влияние во имя своей группы (Simon, Klandermans, 2004, p. 454, 455).

По их словам, политизированная коллективная идентичность (politicized collective identity), как и всякая форма идентичности, влияет на восприятие человеком социума и на его действия в социуме, но влияет заметно сильнее, чем идентичность неполитизированная (ibid, p. 459).

По мнению Б. Саймона и Б. Клэндерманса, политизированная коллективная идентичность обладает следующими основными характеристиками.

Члены группы:

— разделяют общее недовольство той или иной ситуацией;

²⁶ В отличие от многих политических психологов, Б. Саймон и Б. Клэндерманс предпочитают называть социальную идентичность коллективной, чтобы не порождать неверных представлений о других формах идентичности (например, о личностной идентичности) как об асоциальных (Simon, Klandermans, 2004, p. 451).

— идентифицируют внешнего по отношению к группе врага — виновника вызывающей недовольство ситуации — власть, «систему», другую социальную группу и пр.;

— в своей борьбе апеллируют к «третьим» структурам общества, стремясь привлечь их на свою сторону.

Теперь несколько приложений только что сказанного об идентичности к проблеме эмоциональной атмосферы общества.

Неприятнь любого тоталитарного режима к неправительственным организациям и объединениям, многопартийности и иным проявлениям социального и политического плюрализма обусловливается не только стремлением облегчить себе прямой административный контроль поведения граждан.

Не менее важна и другая причина — желание создать и поддерживать «морально-психологическое единство» населения, одним из важнейших элементов которого является однородная эмоциональная атмосфера общества.

Иными словами, за усилиями тоталитарного государства по примитивизации социальной ткани общества стоит, помимо прочего, стремление примитивизировать и политизировать идентичности граждан и тем самым создать «объективные» условия для однородности эмоциональной атмосферы общества. Атмосферы, в которой граждане пребывают в едином эмоциональном порыве, и ощущают себя, прежде всего, не личностями, отцами, матерями, профессионалами, жителями своего района, города, деревни и пр., а представителями «страны» или «нации», воплощенных в «государстве» или вожде:

«Мой адрес — не дом и не улица,

Мой адрес — Советский Союз!»

...

«Богатырь-герой народ советский

Славит Сталина-отца!» и т.п.

Эта же склонность, хотя и не в столь жесткой форме, свойственна и авторитарным режимам.

Возможно, поэтому тоталитарные и авторитарные идеологические формулы так или иначе тяготеют к предписанию некоторой, предельно простой системы идентичностей. Такое тяготение сближает лозунги: «*Самодержавие, православие, народность*», «*Родина, Держава, Коммунизм*», «*Один народ, один Рейх, один фюрер*», «*Работа, Семья, Родина*» и т.п.

Последнюю формулу — «*Работа, Семья, Родина*» — интересно сравнить с формулой, которую она пыталась заменить, а именно со «*Свободой, Равенством, Братством*».

В отличие от «Работы, Семьи, Родины», этого четкого перечисления важнейших объектов идентичности, «Свобода, Равенство, Братство» не предписывает объекты идентичности, а формулирует условия, облегчающие индивиду создание максимального числа идентичностей при любом сочетании их личностной и социальной компонент.

Стремление тоталитарных режимов примитивизировать идентичность столь всеохватно, что порой принимает комичные формы.

Вот занятный пример попытки социализировать/политизировать/деиндивидуализировать идентичность советского больного.

Памятка посетителям поликлиники (Москва, 1975 г.)²⁷

«Как же больной должен и может себе помочь? Прежде всего, каждый больной как сознательный советский гражданин должен хорошо помнить ленинский завет о том, что его здоровье является не только его достоянием, но и общегосударственной ценностью, и его надо соответственно беречь...»

КОМПОНЕНТЫ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ АТМОСФЕРЫ ОБЩЕСТВА

Цель данного раздела — предложить минимальный набор элементов, которые позволяли бы более или менее адекватно охарактеризовать эмоциональную атмосферу общества и поддавались эмпирической проверке.

Автор концепции социального климата К. Левин упоминает большое количество его эмоциональных составляющих.

Вот неполный список эмоциональных компонентов социального климата, составленный по различным работам К. Левина, включенным в его книгу «Разрешение социальных конфликтов».

- Уровень агрессивности (Левин, 2000, с. 207).
- Уровень беспокойства (там же, с. 307).
- Уровень напряжения — психофизиологический аспект эмоций и настроений (там же, с. 221—222).
- Уровень уверенности в себе/уровень самооценки (там же, с. 383).
- Склонность/несклонность к крайностям (там же, с. 341).
- Уровень критичности к себе и другим (там же, с. 341).
- Чувство «мы», или «чувство групповой идентификации» (там же, с. 194, 195, 208).

²⁷ Записано Т.З. Паперной в поликлинике Литфонда СССР.

— Чувство эмоциональной безопасности (там же, с. 191), вера/неверие в «стабильность мира» и «стабильность почвы» (там же, с. 332, 333).

— «Психологическое будущее» (полносами которого являются надежда и отчаяние) или, шире, «временная перспектива» (там же, с. 239—268).

— «Моральный дух», понимаемый как «способность “побеждать”, т.е. справляться с неприятными или опасными ситуациями» (там же, с. 243).

Список размерностей эмоционального климата, предложенный Ж. Де Риверой, более короток и содержит только шесть позиций (см. табл. 5).

Таблица 5. Размерности психологического климата по Де Ривере

Отношение к другим	
Страх (изолированность)	Безопасность (доверие)
Враждебность (поляризованность)	Солидарность (стремление к самопожертвованию)
Отношение к идеалам	
Неудовлетворенность	Удовлетворенность
Отчаяние	Надежда
Пессимизм, депрессия	Оптимизм, вера в будущее
Нестабильность	Стабильность

Источник: Rivera de, 1992, p. 214.

Стремление Де Риверы ограничиться небольшим количеством составляющих, способных отразить существо рассматриваемого явления, представляется мне безусловно позитивным. Однако некоторые из предлагаемых им показателей не очень хорошо продуманы.

Сомнительна, например, степень независимости таких характеристик, как «надежда» и «оптимизм/вера в будущее». По смыслу понятий «оптимизм» и «вера в будущее» вряд ли мыслимы без «надежды».

Показатели, с помощью которых Де Ривера полагает возможным оценивать состояние эмоционального климата по этим размерностям, ясности не добавляют.

Так, «надежду» Де Ривера предлагает измерять с помощью лестницы Кэнтрила, сопоставляя субъективные оценки уровня удовлетворенности в прошлом, настоящем и будущем (Rivera de, 1992, p. 208), а оптимизм — с помощью, например, вопросов о том, как респонденты оценивают финансовые перспективы свои и страны в целом в будущем году (ibid, p. 205).

Иначе говоря, в обоих случаях речь идет об измерении уровня оптимизма/веры в будущее/надежды на будущее. Различаются только аспекты оптимизма/веры/надежды. Один показатель отражает субъективную интегральную оценку индивидуальных перспектив, а второй — содержит субъективные оценки перспектив индивида и страны в экономической области.

Не ясны в интерпретации Де Риверы и отличия «оптимизма/веры в будущее» от «стабильности». Смысловая разница этих понятий очевидна. Но предлагаемые Де Риверой показатели измерения этих размерностей различия затемняют.

О «стабильности/нестабильности» Де Ривера полагает возможным судить по уровню уверенности/неуверенности в будущем (ibid, p. 204): чем выше уверенность, тем выше стабильность, и наоборот.

Между тем, возможность измерять стабильность с помощью данного показателя сомнительна. Например, вполне мыслима ситуация, при которой все общество «как один человек» убеждено в приближающейся катастрофе (в разгроме страны противником, в финансовом кризисе, распаде государства и пр.). В этом случае вряд ли можно говорить об ощущении стабильности.

В заключение отмечу, что целью моих критических замечаний в адрес Де Риверы вовсе не является демонстрация собственного интеллектуального превосходства. В целом подход Де Риверы представляется мне безусловно интересным и продуктивным.

Пускаясь в достаточно детальный разбор его позиций, я лишь пытался прояснить неизбежные трудности, возникающие при попытках описать специфику рассматриваемого крайне сложного объекта.

Чтобы подвести черту под описанием работ, непосредственно посвященных эмоциональной/психологической атмосфере/климату общества, упомяну здесь подход, используемый британским The Eos Life-Work resource centre. Это единственная неакадемическая исследовательская (консалтинговая) структура, рассчитывающая для некоторых стран индекс «психологического климата», которую мне удалось обнаружить с помощью Google.com и Altavista.com.²⁸

The Eos Life-Work resource centre определяет «психологический климат» как «психологическое благополучие или дистресс группы, организации или сообщества», т.е. как некоторое интегральное состояние, являющееся результатом «комбинации индивидуальных ответов на травму и изменения».

Количественно это состояние оценивается по шкале «энтузиазм — кризис». Как говорится на сайте центра, он ведет мониторинг психологического климата в ряде стран мира, «фиксируя критически важные события, которые ранжируются в пределах от энтузиазма (например, празднование успеха на выборах) до глубочайшего стресса (стратегические ошибки, паника, вспышки насилия)».

Методика расчета показателя психологического климата на сайте центра, к сожалению, не приводится.

²⁸ Электронный адрес The Eos Life-Work resource centre: <http://www.eoslifework.co.uk>.

Помимо редких, чтобы не сказать одиноких, работ, где в качестве центральной концепции выступает эмоциональная/психологическая атмосфера или климат общества, существенную помощь в разработке эмпирически верифицируемой модели этого явления могут оказать работы, посвященные различного рода индексам общественных/социальных/потребительских настроений.

Некоторые компоненты теоретических моделей этих индексов совпадают с компонентами описанных выше концепций эмоциональной атмосферы общества: уровень оптимизма/пессимизма, уверенности/неуверенности в собственных силах и пр.

Благодаря этому в распоряжении потенциальных исследователей эмоциональной атмосферы общества оказывается высококачественный социологический инструментарий, позволяющий получать необходимые для эмпирических исследований данные.

Безусловный интерес представляют классический индекс потребительских настроений Дж. Катоны (G. Katona)²⁹, знаменитая десятишаговая лестница Х. Кантрила (H. Cantril), индексы социологической службы Харриса (Harris Feel Good index, Harris Alienation index) и многие другие.

Впрочем, количество таких индексов в западной социологии и социальной психологии огромно. Чтобы получить представление о неохватности числа практических подходов в этой области достаточно хотя бы бегло ознакомиться с двумя весьма объемистыми сборниками, подготовленными Дж. Робинсоном (J. Robinson) и коллегами и включающими наиболее известные шкалы для количественной оценки социально-психологических явлений (Robinson, Shaver, 1973; Robinson, Shaver, Wrightsman, 1991).

В России ситуация намного проще.

Здесь мониторингом настроений общества и регулярной публикацией получаемых данных занимается только Левада-центр. Разработанный этим центром и недавно обновленный «Индекс социальных настроений» использует вопросы, позволяющие прямо или косвенно оценивать такие существенно важные для измерения эмоциональной атмосферы общества показатели, как

- общая оценка настроения,
- уровень тревожности,
- оптимизм/пессимизм, или вера/неверие в будущее (в перспективе от нескольких месяцев до 5 лет),
- ощущение стабильности/нестабильности³⁰.

²⁹ О российской версии индекса потребительских настроений см. (Ибрагимова, Николаенко, 2005).

³⁰ Подробное описание индекса общественных настроений см. в работе (Красильникова, 2001), а также на сайте Левада-центра (<http://www.levada.ru/isn02.html>).

Для оценки нюансов эмоциональной атмосферы безусловный интерес представляет блок вопросов о настроениях/эмоциях, используемый в регулярных опросах Фонда «Общественное мнение»³¹.

Интересные идеи для оценки уровня удовлетворенности жизнью дает «Интегральный индекс социального самочувствия», сконструированный известными украинскими социологами Е.И. Головахой и Н.В. Паниной (Головаха, Панина, 1997).

Исходя из работ Левина и Де Риверы, с учетом многих просмотренных мной шкал и индексов, а также основываясь на собственном опыте работы в области политической аналитики, мне представляется, что модель эмоциональной атмосферы общества, ориентированная на нужды прикладного политического анализа и вместе с тем позволяющая решать достаточно интересные задачи теоретического характера, могла бы включать следующие содержательные компоненты.

- Общая удовлетворенность/неудовлетворенность жизнью.
- Оптимизм/пессимизм.
- Чувство уверенности/неуверенности в себе.
- Уровень агрессивности.
- Уровень тревожности (интенсивность тревог, страхов).
- Интенсивность социальной идентичности/уровень доверия к социуму в целом.

Для большей ясности подхода приведу свои предложения в табличном сопоставлении с наборами эмоциональных характеристик исследуемого феномена, разработанных К. Левиным и Ж. Де Риверой (см. табл. 6).

В этой таблице эмоциональные компоненты социального климата Левина и составляющие эмоционального климата Де Риверы сведены в группы, более или менее «родственные» предлагаемым мной компонентам.

Как видно из табл. 6, в большинстве случаев предлагаемые мной характеристики получены путем укрупнения (а значит, и огрубления) эмоциональных составляющих социального климата общества, описанных К. Левиным.

Мотивом для такого укрупнения было стремление минимизировать количество компонент и тем самым упростить модель рассматриваемого явления. Кстати сказать, такое укрупнение, как мне кажется, пошло на пользу списку Де Риверы, поскольку объединило некоторые достаточно искусственно разведенные им характеристики.

³¹ Содержание вопросов см., например, на сайте ФОМ (<http://bd.fom.ru/report/cat/man/sentiments/tb053413>).

Таблица 6. Компоненты эмоциональной атмосферы общества

«Социальный климат общества» — эмоциональные компоненты (К. Левин)	«Эмоциональный климат общества» (Ж. Де Ривера)	«Эмоциональная атмосфера общества» (М.Ю. Урнов)
Чувство «мы», «чувство групповой идентификации»	Солидарность (стремление к самопожертвованию)/ Враждебность (поляризованность)	Интенсивность социальной идентичности/уровень доверия к социуму
<ul style="list-style-type: none"> • Чувство эмоциональной безопасности, вера/неверие в «стабильность мира» и «стабильность почвы» • Уровень беспокойства 	<ul style="list-style-type: none"> • Стабильность/Нестабильность • Безопасность (доверие)/Страх (изолированность) 	Уровень тревожности, беспокойства (интенсивность тревог, страхов)
«Психологическое будущее», «временная перспектива»	<ul style="list-style-type: none"> • Оптимизм, вера в будущее/Пессимизм, депрессия • Надежда/Отчаяние 	Оптимизм/пессимизм
<ul style="list-style-type: none"> • Уровень агрессивности • Уровень напряжения • Склонность/несклонность к крайностям 		Уровень агрессивности
<ul style="list-style-type: none"> • Уровень уверенности в себе/самооценка • Уровень критичности к себе и другим • «Моральный дух», «способность “побеждать”» 		Уверенность/неуверенность в себе
	Удовлетворенность/неудовлетворенность	Общая удовлетворенность/неудовлетворенность жизнью

Единственная отсутствующая у К. Левина, но присутствующая у меня и Де Риверы позиция — «общая удовлетворенность/неудовлетворенность жизнью» — представляет собой интегральный показатель мироощущения людей, принадлежащих к исследуемому обществу.

Появление ее наряду с другими компонентами объясняется известным фактом несоответствия общих и частных (специфических) показателей удовлетворенности, получаемых в ходе социологических опросов. Например, общая удовлетворенность респондентов деятельностью того или иного политика может быть весьма высока, тогда как их удовлетворенность конкретными действиями того же политика оказывается относительно низкой.

Хороший пример расхождения таких показателей — публикуемые Левада-центром и ФОМом общие и специфические (по конкретным направ-

лениям) оценки респондентами работы В.В. Путина на посту президента Российской Федерации.

Подобные различия общих и частных оценок соответствуют введенному Д. Истоном (D. Easton) разграничению между диффузной и специфической легитимностью (Easton, 1975).

Иными словами, мы имеем здесь дело с фундаментальными различиями оценок ситуации в зависимости от уровня ее агрегирования, которые необходимо учитывать при анализе эмоционального состояния отдельного человека, группы или общества в целом.

Что касается названий предлагаемых мной компонентов эмоциональной атмосферы, то они были сформулированы таким образом, чтобы облегчить подбор социологических вопросов, по которым эти составляющие могли бы отслеживаться и анализироваться.

Совершенно очевидно, что этот набор компонентов представляет собой не более чем первое приближение к построению эмпирической модели эмоциональной атмосферы общества.

Понятно также, что в нем отсутствует целый ряд существеннейших элементов эмоциональной атмосферы.

В частности, я не включил в перечень такую характеристику эмоциональной атмосферы, как уровень психофизиологического напряжения, хотя «общий уровень напряжения, на котором существует личность или группа» является «одним из самых важных факторов частоты конфликтов и эмоциональных срывов» (Левин, 2000, с. 221—222). Основание для невключения — крайняя трудность, чтобы не сказать невозможность, измерения этой характеристики социологическими методами.

На том же основании в приведенный перечень не вошли диффузные, «слабые» эмоциональные воздействия, образующие тончайшую ткань («эфир») эмоциональной атмосферы — наименее осязаемую, но предельно важную ее составляющую.

Разумеется, работа над конкретным материалом (формулировка вопросов, анализ количественных социологических данных и пр.) повлечет за собой изменения (увеличения или уменьшения) числа предлагаемых компонентов. По всей видимости, не обойдется дело и без корректировки их названий.

Вполне возможно, что в различных обществах наборы компонентов (размерности эмоциональной атмосферы) будут хотя бы частично отличаться.

Однако, при всей предварительности предлагаемого списка, о двух существенных свойствах входящих в него элементов можно говорить достаточно уверенно.

Во-первых, для каждого из этих элементов вполне возможно создать измерительный инструмент. Таким инструментом может, в частности, служить шкала, состоящая из батареи вопросов, усреднение ответов по которым способно нивелировать содержательную специфику отношения респондентов к тем или иным фигурирующим в вопросах объектам, процессам, фактам общественной жизни и пр. Подобная содержательная нивелировка обеспечивает превращение ответов, скорее, в индикаторы характеристик эмоционального состояния, чем в индикаторы аттитюдов.

Во-вторых, каждый из этих элементов достаточно хорошо отражает настроения как отдельной личности, так и группы (в том числе и общества в целом), и тем самым позволяет плавно переходить от изучения более агрегированных объектов к менее агрегированным и наоборот.

ОДНОРОДНОСТЬ/НЕОДНОРОДНОСТЬ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ АТМОСФЕРЫ: ПОКАЗАТЕЛИ И «ИДЕАЛЬНЫЕ ТИПЫ»

Показатели однородности/неоднородности эмоциональной атмосферы

При анализе эмоциональной атмосферы естественно возникает задача оценки степени и характера ее однородности/неоднородности.

Мне представляется, что напрямую эта задача может быть решена с помощью достаточно простых показателей, опирающихся на представление об эмоциональной атмосфере как о некотором множестве, принадлежащем N -мерному пространству.

Элементами этого множества являются эмоциональные состояния членов общества, характеризующиеся N числом признаков.

Теоретически мощность множества эмоциональных состояний общества равна численности данного общества.

Однако на практике речь, как правило, идет о множестве респондентов, входящих в состав репрезентативной выборки. Предполагается, что каждый из этих респондентов ответил на M вопросов, которые были использованы для составления N шкал, являющихся индикаторами компонентов эмоциональной атмосферы.

Таким образом, набор ответов каждого респондента — после сведения в N шкал — представляет собой вектор N -мерного пространства, характеризующий эмоциональное состояние респондента в некоторый момент времени. Этот вектор и является элементом рассматриваемого множества.

С помощью стандартных статистических методов в этом множестве можно выявить качественно различные кластеры, которые представляют различные эмоциональные «микроклиматы» общества и в общем случае обладают разными мощностями (разным количеством входящих в них элементов).

Для оценки однородности/неоднородности эмоциональной атмосферы предлагаются следующие показатели: мощность кластеров, объем/площадь кластеров, плотность кластеров и вид кривой распределения кластеров.

Мощность кластера

Мощность кластера можно определить как число его элементов или как долю его элементов в общем количестве элементов множества «эмоциональная атмосфера общества».

Объем/площадь кластера

Объем кластера — это объем сферы, охватывающей большую часть (основное скопление) его элементов. Допустимо также рассмотреть проекции данного кластера на все возможные двумерные подпространства N -мерного пространства, выбрать проекцию, требующую для своего охвата максимальную или, напротив, минимальную окружность, и определить *площадь* кластера как площадь окружности, охватывающей большинство элементов этой проекции.

Плотность кластера

Показатель *плотности кластера* является производным от первых двух показателей и равняется частному от деления мощности кластера на его объем или площадь.

Кривая распределения кластеров

Предлагаемая процедура построения *кривой распределения кластеров* представляет собой обобщение на многомерный случай подхода, разработанного Ф.Т. Алескеровым и М.А. Голубенко для оценки поляризованности политических взглядов общества в ситуации, когда эти взгляды можно упорядочить по шкале «левые — правые» (см. Алескеров, Голубенко, 2003).

Процедура такова.

Первый шаг — индексация кластеров. Выявленные кластеры индексируются следующим образом. Среди относительно небольших по мощности кластеров произвольно выбирается кластер K , которому присваивается индекс «0». Кластер, **ближайший** к K_0 (независимо от направления удаления), получает индекс i , соответствующий расстоянию между ними. Если к кластеру K_0 оказываются одиноково близки несколько кластеров, то они объединяются в один кластер K_i . Следующий кластер, **ближайший** к кластеру K_i , получает индекс j , численно равный сумме расстояний между K_i и K_j и между K_i и K_0 . И так далее до окончания индексации всех кластеров.

Второй шаг — коррекция индексации³². Процедура индексации, примененная на первом шаге, может, в силу N -мерности пространства, привести к тому, что некоторый кластер K_j по индексу окажется далеко от кластера K_i ($j \gg i$), хотя расстояние между K_j и K_i в N -мерном пространстве будет небольшим. Поэтому имеет смысл сопоставить проиндексированные кластеры по их содержательным «профилям».

При выявлении неоправданно (с содержательной точки зрения) проиндексированных кластеров соответствующие индексы могут быть скорректированы: например, путем замены индекса j на индекс r , численно равный ($i +$ расстояние между K_i и K_j). Если при этом индекс r окажется численно равным индексу g кластера K_g , кластеры K_r и K_g объединяются в один.

Третий шаг — построение кривой распределения кластеров. Установленные таким образом индексы кластеров (i_k) располагаются на оси абсцисс, а мощности кластеров (m_k) — на оси ординат.

График функции мощностей кластеров в зависимости от их индексов $M_k = f(I_k)$, построенный по точкам (m_k, i_k) , и будет искомой кривой.

Вообще говоря, для построения кривой распределения можно было бы обойтись и без процедуры кластеризации, работая напрямую с элементами множества.

Однако процедура кластеризации представляется мне более предпочтительной по двум причинам — содержательной и формальной.

Содержательная причина. Выявленные кластеры дают ценную для политического анализа ситуации информацию о специфике существующих в исследуемом обществе эмоциональных «микроклиматов».

Формальная причина. Построение кривой распределения по кластерам, а не по элементам множества, обеспечивает существенное сокращение количества возможных траекторий индексации и, кроме того, делает более достоверной картину, получаемую при рассмотрении проекций множества на двумерные подпространства.

«Идеальные типы» однородности/неоднородности эмоциональной атмосферы общества

Для облегчения политологической интерпретации эмпирических показателей плотности кластеров и видов кривых их распределения имеет смысл сопоставить эти показатели с показателями априорно сконструированных «идеальных типов» эмоциональной атмосферы общества.

Мне представляется, что к наиболее существенным с политологической точки зрения «идеальным типам» можно отнести следующие четыре

³² Идея такой коррекции подсказана мне Д.С. Шмерлингом.

состояния эмоциональной атмосферы общества: «стабильная плюралистическая ситуация», «сплоченность/консолидация», «поляризация», «атомарность».

- «Стабильная плюралистическая ситуация»

Первый вариант. Существует доминантная группа кластеров. Она может состоять из небольшого числа крупных или из относительно большого количества не столь крупных кластеров:

- схожих по мощности,
- не очень плотных,
- расположенных близко друг к другу (расстояние между ними существенно меньше их «диаметров»),
- охватывающих большинство общества (выборки).

Вид кривой распределения кластеров близок к кривой, описывающей нормальное/логнормальное распределение (т.е. напоминает график вогнутой, одновершинной, непрерывной функции).

Второй вариант этого «идеального типа» — существование одного доминантного кластера с относительно невысокой плотностью, охватывающего большую часть общества (выборки). Расстояние между доминантным и ближайшими к нему другими кластерами относительно невелико.

«Кривая распределения» похожа на остроугольный треугольник (напоминает график вогнутой, одновершинной функции, терпящей разрыв в наивысшей точке графика).

Политологическая интерпретация: в обществе представлен широкий спектр настроений. При прочих равных условиях оно достаточно стабильно.

- «Сплоченность/консолидация»

Выделяется доминантный, очень плотный кластер — группа с более или менее однородной атмосферой, охватывающая большинство общества.

Другие кластеры намного меньше по мощности и сильно удалены от доминантного кластера — настроения в группах, представленных этими кластерами, значительно отличаются от настроений доминантной группы, но принципиального влияния на политическую ситуацию это не оказывает.

Кривая распределения, как и во втором варианте стабильной плюралистической ситуации, представляет собой треугольник, т.е. схожа с графиком вогнутой, одновершинной функции, терпящей разрыв в наивысшей точке графика.

Качественные различия между этими типами отражаются не в самом виде кривой, а в очертаниях «треугольника» (в рассматриваемом сейчас случае его вершинный угол будет заметно больше, чем в предыдущем) и в

показателях плотности доминантного кластера. В условиях консолидации его плотность предельно высока, тогда как в условиях стабильной плюралистической ситуации она сравнительно невелика.

Политологическая интерпретация: подавляющая часть общества живет в едином порыве — позитивном или негативном.

Позитивный порыв хорошо передается, например, такими строками:

*Если завтра война, если враг нападет,
Если темная сила нагрянет —
Как один человек, весь советский народ
За свободную Родину встанет.*

Или такими:

*Так громче музыка играй победу,
Мы победили, и враг бежит, бежит, бежит...*

Взгляд на ту же ситуацию не «нашими» глазами, а глазами «бегущего, бегущего, бегущего» врага дает представление о едином негативном порыве³³.

³³ По мысли Л. Козера (L. Coser), эффект сплочения всегда наблюдается при возникновении внешней угрозы: в такой ситуации члены сообщества придают меньшее значение различиям между собой и объединяются перед лицом общей опасности (Coser, 1964).

У. Дэйли (William C. Daly), описывая сплочение американского общества под влиянием событий 11 сентября, говорит о следующих изменениях «социально-психологического климата», сочетающего как настроения, так и ценности (Daly, 2002, p. 104):

Уменьшилось	Усилилось
1. Акцент на материализм и «Я»	1. Акцент на самосохранение и «мы»
2. Тенденция к разрушению национальных символов и пренебрежению ими	2. Тенденция к возвышению и демонстрации национальных символов
3. Подчеркивание важности индивидуализма как политической концепции	3. Подчеркивание важности бескорыстной помощи, взаимной поддержки и сообщества как политической концепции
4. Ощущение полной безопасности и внутреннего комфорта, обогащения и удовольствия (как «день на пляже»)	4. Чувство страха, внешней угрозы и тревоги
5. Ориентация людей на многие, несвязывающие их цели	5. Сотрудничество для достижения общей цели
6. Главное, чтобы всем было комфортно, и чтобы все улыбались	6. Главное, чтобы все были живы
7. Удобства (conveniences)	7. Неудобства (inconveniences)
8. Различия и разделение	8. Общность и единство
9. Акцент на деньги	9. Акцент на удовольствия с помощью «пяти» чувств
10. Игнорирование других	10. Внимание к другим

Состояние позитивной консолидации может быть достаточно стабильным. Между тем негативная консолидация всегда нестабильна и с высокой вероятностью достаточно быстро трансформируется в одно из двух описываемых ниже состояний — «поляризацию» или «атомарность».

- «Поляризация»

В наиболее жестком варианте в эмоциональной атмосфере общества выделяются два доминантных кластера — очень крупных, плотных и далеко отстоящих друг от друга (сильно отличающихся).

На кривой распределения имеются два далеко отстоящих треугольника.

Более мягкий случай — три-четыре крупных, плотных, далеко отстоящих друг от друга доминантных кластера. На кривой распределения — три-четыре треугольника.

Политологическая интерпретация: такое состояние таит в себе риск широкомасштабных социальных конфликтов между группами людей, находящихся в разных эмоциональных состояниях и потому плохо понимающих друг друга.

- «Атомарность»

Доминантные кластеры вообще не просматриваются. Существует много небольших кластеров, по размерам схожих в своей малости и довольно далеко отстоящих друг от друга (расстояние между ними заметно превышает их диаметры).

Кривая распределения близка к прямой, параллельной оси абсцисс.

Политологическая интерпретация: существует угроза утраты взаимопонимания между группами и распада социальной ткани.

* * *

Вынося в отдельный раздел проблему оценки однородности/неоднородности эмоциональной атмосферы общества, я не утверждаю, что этот показатель является важнейшим из всех возможных показателей рассматриваемого явления.

Оценка состояния и динамики такого сложного феномена, разумеется, требует использования многих количественных показателей.

Однако на нынешнем этапе разработанности проблемы предлагать сколько-нибудь целостную систему таких показателей было бы преждевременно. Методики расчета многих стандартных характеристик (индексы, дисперсии, вычленение трендов и пр.) хорошо известны и вряд ли нуждаются в описании — по крайней мере, в данной работе. Что же касается иных, менее стандартных, показателей, то они могут быть выработаны только в процессе проведения соответствующих эмпирических исследований.

А потому ограничусь тем, что в добавление к уже рассмотренным показателям однородности/неоднородности эмоциональной атмосферы общества, кратко упомяну лишь еще две ее характеристики, нуждающиеся, как мне кажется, в количественном анализе.

Одна из них — уже упоминавшееся ранее предположительное несоответствие темпов изменений различных компонентов эмоциональной атмосферы³⁴. Каким бы высоковероятным ни казалось это предположение а priori, оно, конечно же, нуждается в эмпирической проверке. В случае его подтверждения количественные оценки асинхронности изменений различных элементов эмоциональной атмосферы могут оказаться показателями одного из ее существенно важных системных свойств.

Вторая характеристика — различия в дисперсиях отдельных содержательных компонентов эмоциональной атмосферы, порождаемые в том числе и различиями в их когнитивном наполнении. В порядке рабочей гипотезы рискну предположить, что у таких компонентов атмосферы, как агрессивность или напряжение, дисперсия будет ниже, чем, например, у чувства уверенности/неуверенности в себе, оптимизма/пессимизма или социальной идентичности.

Мне представляется, что уровень и динамика дисперсий отдельных составных элементов эмоциональной атмосферы могут быть важными индикаторами ее состояния и, возможно, обладают некоторыми прогностическими свойствами.

ЗАЧЕМ ВСЕ ЭТИ СЛОЖНОСТИ?

К чему ж твоя баллада? —

Иная спросит дева.

А.К. Толстой. Порой веселой мая...

Если обобщить и кратко сформулировать все сказанное выше об эмоциональной атмосфере общества, получится следующее.

Эмоциональная атмосфера общества представляет собой сложный аспект социального бытия, состоящий из множества взаимодействующих между собой эмоциональных компонентов, имеющих разные когнитивные «нагрузки».

В статике она может быть описана как совокупность взаимосвязанных разнообразных эмоциональных состояний, образующих кластеры — «микrokлиматы», границы которых далеко не всегда совпадают с грани-

³⁴ См. раздел «Эмоциональная атмосфера общества — общая характеристика».

цами социально-демографических групп, но, скорее, сами выступают в роли группобразующих факторов.

В динамике ее можно представить как системное единство всех пропитывающих общество эмоциональных процессов (влияний и взаимодействий), обладающих разными темпами изменения.

Нисколько не удивлюсь, если прочитавший все это человек задастся вопросом: зачем нужно вводить столь сложную концепцию, какой и в самом деле является «эмоциональная атмосфера», если можно ограничиться использованием куда более привычных и заведомо более простых понятий — например, понятия «настроения»?

Мой ответ на этот вопрос состоит из трех аргументов: практического, методического и теоретического.

Практический аргумент

С моей точки зрения, концепция «эмоциональной атмосферы» лучше, чем концепция «настроений», акцентирует внимание:

— на то, что взаимодействия человека с другими людьми и группами отнюдь не ограничиваются обменом рациональной информацией, которую он по своему усмотрению волен принимать или не принимать;

— на то, что эмоциональная информация, воспринимаемая человеком помимо его волевого контроля, играет в нашей жизни роль ничуть не меньшую, чем информация рациональная.

Концепция «эмоциональной атмосферы» лучше, чем концепция «настроений», помогает осознать реальность того, что человек существует в обществе вовсе не в качестве изолированной вселенной, что он постоянно находится под воздействием «сильных» и «слабых», направленных и ненаправленных эмоциональных воздействий, существенно влияющих на его мировосприятие и поведение — в том числе, политическое.

Аналогия между воздушной атмосферой и атмосферой эмоциональной более чем уместна. В обоих случаях мы не склонны замечать окружающую нас атмосферу, пока в ней не происходит никаких изменений или пока эти изменения совершаются медленно.

Мы не чувствуем плотности воздуха, пока не подует ветер. О реальной мощи окружающей атмосферы мы узнаем «благодаря» ураганам.

Человек, живущий в городе, свыкается с запахом выхлопных газов и не замечает ни их присутствия, ни увеличения концентрации вредных примесей в воздухе — если это увеличение происходит медленно, а не в результате мощного выброса. Выброс же, напротив, чувствуют все.

Практически то же происходит с эмоциональной атмосферой. Люди привыкают к окружающей их эмоциональной среде и перестают ее замечать. Однако путешественники, перелетающие из страны в страну, очень

хорошо чувствуют разницу между эмоциональными атмосферами различных стран и регионов.

Кому доводилось в конце 80-х — начале 90-х гг., хотя бы на короткое время, выезжать из России на Запад, легко поймет, о чем я говорю. В настоящее время изменения эмоциональной атмосферы в момент пересечения российской границы практически не чувствуются (по крайней мере, мне).

В достаточно широких пределах люди не склонны замечать и медленных изменений эмоциональной атмосферы внутри страны — например, нарастания в обществе уровня агрессивности. Незаметно для себя они адаптируются к этим изменениям, бессознательно сдвигая свои представления о норме.

Но независимо от того, фиксирует ли «обычный человек» изменения, происходящие в эмоциональной атмосфере общества, или нет, эти изменения на него влияют. И потому не стоит особенно удивляться, когда значительная часть общества, два-три года назад искренне осуждавшая проявления ксенофобии и национализма, сегодня голосует за радикально-националистические партии. Дело здесь отнюдь не только, а, может быть, и не столько в рациональных аргументах, которыми люди объясняют перемену своих политических предпочтений, сколько в изменившейся эмоциональной атмосфере общества. То, что казалось недопустимым в относительно неагрессивной среде, становится вполне приемлемым, и даже желаемым, в среде, пропитанной злобой.

Иными словами, о силе, характере и механизмах влияния эмоциональной атмосферы общества на политическое поведение лучше знать, чем не знать — хотя бы по практическим соображениям.

Методический аргумент

Концепция эмоциональной атмосферы как *системы* эмоциональных состояний и процессов облегчает возможности системного изучения *отдельных* аффективных факторов в политике. В частности, данная концепция позволяет разработать пригодную для использования в политических исследованиях типологию этих факторов.

На основе такой типологии возможно было бы:

— проанализировать, какие эмоциональные факторы являются предметом относительно большего интереса со стороны исследователей, а какие незаслуженно обойдены вниманием;

— четче разграничить собственно эмоциональные явления в политике от явлений другого рода (идеологических представлений, интересов и пр.).

Кроме того, проводимое в рамках концепции эмоциональной атмосферы разграничение между когнитивными оценочными суждениями и явле-

ниями преимущественно аффективного характера подталкивает к разработке инструментария и показателей, пригодных для измерения именно этих — аффективных — явлений общественной жизни, т.е. потенциально способствует совершенствованию политологического исследовательского аппарата.

Теоретический аргумент

Признание факта существования эмоциональной атмосферы общества, т.е. факта постоянного воздействия эмоциональных факторов на процесс выбора, осуществляемого политическими субъектами, представляется мне дополнительным сильным аргументом в пользу синтеза «рационалистической» и «психологической» парадигм в анализе политического поведения — синтеза, отнюдь не подрывающего основ теории рационального поведения.

Знаменитый «экономический империалист» Г. Беккер, утверждающий, что «экономический подход применим ко всякому человеческому поведению» (Беккер, 2003, с. 35), прав, во всяком случае в отношении такого важного компонента «экономического подхода», как максимизирующее поведение³⁵.

В самом деле, в модель максимизирующего поведения легко укладываются не только «типичные», но и большинство «нетипичных» вариантов поведения; достаточно лишь допустить существование соответствующих им «нетипичных» вариантов функции полезности.

Например, с помощью этой модели вполне можно описать поведение «человека из подполья», в предположении о наличии у него функции полезности с нетипичной областью определения — функции, которую он достаточно четко охарактеризовал сам:

«Выгода! Что такое выгода? Да и берете ли вы на себя совершенно точно определить, в чем именно человеческая выгода состоит? А что если случится, что человеческая выгода иной раз не только не может, но даже и должна именно в том состоять, чтоб в ином случае себе худого пожелать, а не выгодного?» (Достоевский, 1973, с. 110).

Впрочем, нетипичность еще не означает исключительности. В данной Достоевским интерпретации функции полезности человека из подполья она очень напоминает функцию полезности не столь уж редко встречающихся типов мазохиста... или борца-бунтаря-страдальца.

Функцию полезности последнего с горьким драматизмом формулировал Н.А. Некрасов:

³⁵ Другими составляющими, образующими «сердцевину экономического подхода» по Беккеру, являются рыночное равновесие и стабильность предпочтений (Беккер, 2003, с. 32).

*Он ловит звуки одобренья
Не в сладком ропоте хвалы,
А в диких криках озлобленья.*

А Айболит в фильме «Айболит-67» пел о ней иронично:
*Это очень хорошо,
Что сейчас нам плохо...*

Как максимизирующее можно описать и поведение свиней из знаменитой евангельской притчи:

«Бесы, выйдя из человека, вошли в свиней, и бросилось стадо с крутизны в озеро и потонуло» (Лука, VIII, 33).

Учитывая вызываемый бесами тяжелый психический и телесный дискомфорт, допустимо, например, предположить, что свиньи просто минимизировали функцию страданий, или, что то же самое, максимизировали функцию полезности, область значения которой в результате вселения бесов оказалась отрицательной. Логика подобного поведения в явной форме присутствует в высказывании одного из героев чеховского «Хамелеона»: «Если каждая тварь будет кусаться, так лучше и на свете не жить».

Приводя эти экстравагантные примеры, я не собираюсь осмеивать сторонников широкого применения модели максимизирующего поведения. Наоборот, я хочу показать, что эта модель действительно пригодна для описания очень широкого класса явлений.

Для согласования эффекта эмоциональной атмосферы с теорией максимизирующего поведения требуется только одно — интерпретировать эмоциональную атмосферу как фактор, вызывающий изменения:

- пространства, на котором задана функция полезности,
- областей определения и значения данной функции,
- характера ее вогнутости.

Выражаясь менее формальным языком, эмоциональную атмосферу имеет смысл рассматривать и изучать в качестве фактора, влияющего на процессы целеполагания, определения спектра допустимых действий, особенности нарастания удовлетворенности по мере приближения к цели и пр. Еще конкретнее, речь идет о критериях и механизмах оценки человеком ситуации, оценки вероятности того или иного события, оценки риска, переключения внимания, изменения «точки отсчета» и т.д.

О таком подходе к отдельным эмоциональным процессам и явлениям см., например (Jones, 1994; Simon, 1985; Quattrone, Tversky, 1988).

В экономической теории к подобному взгляду на роль аффективных процессов склоняется, похоже, один из виднейших представителей гуманистической экономики А. Этциони (см., например, Etzioni, 1990).

Что касается таких элементов концепции рационального поведения, как стабильность предпочтений и рациональность ожиданий, то здесь

ЛИТЕРАТУРА

учет эффекта эмоциональной атмосферы может помочь реалистичнее определить состояния общества, в которых применение этой концепции не вызывает сомнений, и состояния, при которых ее использование требует существенной осторожности и оговорок.

Так, одним из необходимых условий реальной *стабильности предпочтений* является существенная устойчивость эмоциональной атмосферы общества. В отсутствие такой устойчивости предпочтения, скорее всего, стабильными не будут.

Более того, резкие колебания эмоциональной атмосферы очень часто являются основной причиной резкого и скоротечного распространения поведенческих образцов (и соответствующих им «функций полезности»), которые без насилия над традиционными смыслами слов не могут быть отнесены к рациональному поведению. Примерами здесь могут служить многочисленные проявления эффекта толпы (см., в частности, Кабанес, Насс, 1998; Сорокин, 2005).

Теперь о *рациональности ожиданий*. По словам В. Автономова, гипотеза рациональных ожиданий предполагает, что «функция полезности у всех людей одинакова» (Автономов, 1998, с. 163). Это означает, что для реалистичности гипотезы рациональных ожиданий требуется, чтобы показатели однородности/неоднородности эмоциональной атмосферы общества приближались, как минимум, к «стабильной плюралистической ситуации», а как максимум — «сплоченному/консолидированному» типу³⁶.

Единственное, с чем действительно конфликтует утверждение о существовании эмоциональной атмосферы, так это с принципом методологического индивидуализма.

Но, судя по панораме экономических воззрений, представленных в только что упомянутой книге В. Автономова, идея отказа от методологического индивидуализма вряд ли столкнется с единодушным и жестким сопротивлением экономического сообщества.

Думаю, что среди политологов и политических психологов сожалений по поводу отказа от этого принципа будет еще меньше.

1. Автономов В.С. (1998) Модель человека в экономической науке. СПб.: Экономическая школа, 1998.

2. Алескеров Ф.Т., Голубенко М.А. (2003) Об оценке симметричности политических взглядов и поляризованности общества: Препринт WP7/2003/04. М.: ГУ ВШЭ, 2003 (http://new.hse.ru/C3/C18/preprints_ID/default.aspx).

3. Басовская Е.Н. (2004) Творцы черно-белой реальности: о вербальной агрессии в средствах массовой информации // Критика и семиотика. 2004. Вып. 7. С. 257—263 (<http://www.nsu.ru/education/virtual/cs7basovskaya.htm>).

4. Беккер Г.С. (2003) Человеческое поведение: экономический подход. Избранные труды по экономической теории. М.: ГУ ВШЭ, 2003.

5. Берковиц Л. (2002) Агрессия: причины, последствия и контроль. СПб.: Прайм-Еврознак, 2002.

6. Бехтерев В. (2001) Внушение и его роль в общественной жизни. СПб.: Питер, 2001.

7. БПС (2006) Большой психологический словарь / Под ред. Б.Г. Мещерякова, В.П. Зинченко. 3-е изд., доп. и перераб. СПб.: Прайм-Еврознак, 2006.

8. Брайант Дж., Томпсон С. (2004) Основы воздействия СМИ: Пер. с англ. М.: Вильямс, 2004.

9. БПС (2000) Большой толковый психологический словарь / Ребер Артур (Penguin). Т. 1 (А—О): Пер. с англ. М.: Вече; АСТ, 2000.

10. Бреннан Дж., Бьюкенен Дж. (2005) Причина правил. Конституционная политическая экономия: Пер. с англ. / Под ред. А.П. Заостровцева. СПб.: Экономическая школа, 2005.

11. Гарт Т.Р. (2005) Почему люди бунтуют. СПб.: Питер, 2005.

12. Геллнер Э. (1995) Условия свободы. Гражданское общество и его исторические соперники. М.: Ad Marginem, 1995.

13. Герцен А.И. (1962) Былое и думы. Книга первая (части 1—5). М.: Государственное издательство художественной литературы, 1962.

14. Гозман Л.Я., Шестопап Е.Б. (1996) Политическая психология. Ростов-на-Дону: Феникс, 1996.

15. Головаха Е.И., Панина Н.В. (1997) Интегральный индекс социального самочувствия (ИИСС): конструирование и применение теста в массовых опросах. Киев: Институт социологии НАН Украины, 1997.

16. Гофман И. (2003) Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта: Пер. с англ. / Под ред. Г.С. Батыгина, Л.А. Козловой. М.: Институт социологии РАН, 2003.

³⁶ Описание этих типов см. в разделе «Однородность/неоднородность эмоциональной атмосферы: процедура оценки и “идеальные типы”».

17. Гудков Л. (2004) Негативная идентичность. Статьи 1997—2002 гг. М.: Новое литературное обозрение; ВЦИОМ-А, 2004.
18. Дарвин Ч. (1899) Происхождение человека и половой отбор // Дарвин Ч. Собр. соч. в 4 т. 2-е изд. СПб.: Издание О.Н. Поповой, 1899. Т. 2.
19. Дилигенский Г.Г. (1994) Социально-политическая психология: Учебное пособие для высших учебных заведений. М.: Наука, 1994.
20. Демоз Л. (2000) Психоистория. Ростов-на-Дону: Феникс, 2000.
21. Достоевский Ф.М. (1973) Записки из подполья // Достоевский Ф.М. Полн. собр. соч. в 30 т. Л.: Наука, 1973. Т. 5.
22. Достоевский Ф.М. (1976) Братья Карамазовы // Достоевский Ф.М. Полн. собр. соч. в 30 т. Л.: Наука, 1976. Т. 14.
23. Дэлглиш Т. (2002) Эмоции // Психология: комплексный подход / Под ред. М. Айзенка: Пер. с англ. С.Б. Бенедиктова. Минск: Новое знание, 2002. С. 460—500.
24. Дюркгейм Э. (1991) О разделении общественного труда. Метод социологии: Пер. с фр. Л.Б. Гофмана. М.: Наука, 1990.
25. Дюркгейм Э. (1994) Самоубийство: Социологический этюд: Пер. с фр. с сокр. / Под ред. В.А. Базанова. М.: Мысль, 1994.
26. Дюркгейм Э. (1998) Элементарные формы религиозной жизни. Тотемическая система в Австралии // Мистика. Религия. Наука. Классики мирового религиоведения: Антология: Пер. с англ., нем., фр. / Сост. и общ. ред. А.Н. Красникова. М.: Канон+, 1998 (<http://krotov.info/library/d/durkgem.html>).
- См. также <http://www.gorod.org.ru/biblio.shtml>. Здесь в переводе на русский язык приведены «Введение» и 1-я глава, а на английском языке представлена вся книга за исключением 1-й главы. Речь идет об издании Durkheim E. *The Elementary Forms of the Religious Life*: Transl. by J.W. Swain, New Introduction by R. Nisbet. L.: George Alien & Unwin Ltd, 1976.
27. Еникеев М.И. (2002) Энциклопедия. Общая и социальная психология. М.: Приор, 2002.
28. Ибрагимова Д.Х., Николаенко С.А. (2005) Индекс потребительских настроений / Независимый институт социальной политики. М.: Поматур, 2005.
29. Иванова В.А., Шубкин В.Н. (2005) Массовая тревожность россиян как препятствие интеграции общества // СОЦИС. 2005. № 2. С. 22—28.
30. Кабанес О, Насс Л. (1998) Революционный невроз // Революционный невроз. М., 1998. С. 253—568.
31. Кошевой К.К. (1984) Формы массового сознания и язык массовой коммуникации // Язык и массовая коммуникация. Социолингвистическое исследование / Отв. ред. Э.Г. Туманян. М.: Наука, 1984. С. 212—220.

32. Красильникова М.Д. (2001) Комплексная оценка динамики социальных настроений населения России (<http://www.socpol.ru/grantprog/pdf/Krasilnikova.pdf>).
33. Лайонс Э. (2002) Социальная психология 1 // Психология: комплексный подход / Под ред. М. Айзенка: Пер. с англ. С.Б. Бенедиктова. Минск: Новое знание, 2002. С. 324—355.
34. Лебедева М.М. (2000) Формирование новой политической структуры мира и место в ней России // Полис. 2000. № 6. С. 40—50.
35. Лебон Г. (1995) Психология народов и масс. СПб.: Макет, 1995.
36. Левада-центр (<http://www.levada.ru>).
37. Левин К. (2000) Разрешение социальных конфликтов: Пер. с англ. СПб.: Речь, 2000.
38. Липпман У. (2004) Общественное мнение: Пер. с англ. Т.В. Барчуновой. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004.
39. Маклюэн М. (2003) Понимание медиа: Внешнее расширение человека: Пер. с англ. В. Николаева. М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц»; «Кучково поле», 2003.
40. Мейес С., ван Элдерен Т. (2002). Психология здоровья и стресс // Айзенк М., Брайант П., Куликэн Х. и др. Психология: комплексный подход / Под ред. М. Айзенка: Пер. с англ. С.Б. Бенедиктова. Минск: Новое знание, 2002. С. 588—621.
41. Мельвиль А.Ю. (1998) Опыт теоретико-методологического синтеза структурного и процедурного подходов к демократическим транзитам // Полис. 1998. № 2. С. 6—38.
42. Миллворд Л. (2002) Социальная психология 2 // Айзенк М., Брайант П., Куликэн Х. и др. Психология: комплексный подход / Под ред. М. Айзенка: Пер. с англ. С.Б. Бенедиктова. Минск: Новое знание, 2002. С. 356—404.
43. Московичи С. (1998) Век толп. Исторический трактат по психологии масс: Пер. с фр. М.: Центр психологии и психотерапии, 1998.
44. Нюттен Ж. (2004) Мотивация, действие и перспектива будущего / Под ред. Д.А. Леонтьева. М.: Смысл, 2004.
45. Нуреев Р.М. (2005) Теория общественного выбора: Курс лекций. М.: ГУ ВШЭ, 2005.
46. Ольшанский Д.В. (1995) Массовые настроения в политике / Центр стратегического анализа и прогноза. М.: ПринДи, 1995.
47. Ольшанский Д.В. (2001) Психология масс. СПб.: Питер, 2001.
48. Ольшанский Д.В. (2002а) Политическая психология. СПб.: Питер, 2002.
49. Ольшанский Д.В. (2002b) Политико-психологический словарь. Статьи: «Массовые настроения в политике»; «Стихийное поведение»;

«Эмоции в политике». М.: Академический Проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2002. Серия «Gaudeamus».

50. Пирогов А.И. (2005) Политическая психология: Учебное пособие для вузов. М.: Академический проект; Триеста, 2005.

51. Политическая психология (2003): Учебное пособие для вузов / Под общ. ред. А.А. Деркача, В.И. Жукова, Л.Г. Лаптева. М.: Академический проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2003.

52. Роджерс К. (1993) Эмпатия // Психология эмоций. Тексты. 2-е изд. / Под ред. В.К. Вилюнаса, Ю.Б. Гиппенрейтер. М.: Изд-во МГУ, 1993. С. 248—250.

53. Сорокин П.А. (2005) Социология революции. М.: РОССПЭН, 2005.

54. Стотленд Э. (2006) Эмпатия // Психологическая энциклопедия. 2-е изд. / Под ред. Р. Корсини, А. Ауэрбаха. СПб.: Питер, 2006.

55. Страхов А. (2001) Социокультурные детерминанты и общественные настроения в России // Мировая экономика и международные отношения. 2001. № 1. С. 69—77.

56. Тард Г. (1996) Социальная логика: Пер. с фр. СПб.: Социально-психологический центр, 1996.

57. Фонд «Общественное мнение» (<http://www.fom.ru>).

58. Фрейд З. (1991) Массовая психология и анализ человеческого «Я» // Зигмунд Фрейд. «Я» и «Оно». Труды разных лет: Пер. с нем. Кн. 1. Тбилиси: Мерани, 1991. С. 71—138.

59. Хаберлер Г. (2005) Процветание и депрессия: теоретический анализ циклических колебаний: Пер. с англ. О.Г. Клесмент, Н.М. Осадчей, Р.Х. Хафизовой. Челябинск: Социум, 2005. Серия «Бум, крах и будущее». Вып. 4.

60. Хаксли О. (2004) Двери восприятия. Рай и ад: Пер. с англ. М. Немцова. М.: ЭКСМО, 2004.

61. Хантингтон С. (2004) Политический порядок в меняющихся обществах. М.: Прогресс-Традиция, 2004.

62. Хэтфилд Э. (2003) Эмоциональное заражение // Психологическая энциклопедия. 2-е изд. / Под ред. Р. Корсини, А. Ауэрбаха. СПб.: Питер, 2006.

63. Шестопад Е.Б. (2002) Политическая психология: Учебник для вузов. М.: ИНФРА-М, 2002. Серия «Высшее образование».

64. Шумпетер Й.А. (1995) Капитализм, социализм и демократия: Пер. с англ. / Предисл. и общ. ред. В.С. Автономова. М.: Экономика, 1995.

65. Яковенко И. (2004) Вокруг книг. Человек в массе: свежий взгляд на классическую тему // Мировая экономика и международные отношения. 2004. № 4. С. 110—116.

66. Ahmed S. (2004) The Cultural Politics of Emotion. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2004.

67. Alpert H. (1939) Emile Durkheim and Sociologismic Psychology // American Journal of Sociology. July 1939. Vol. 45. Issue 1. P. 64—70.

68. Anderson C.A., Bushman B.J. (2002) Human aggression // Annual Review of Psychology. 2002. Vol. 53. Issue 1. P. 27—51.

69. Aron A., Aron E.N., Tudor M., Nelson G. (1991) Close relationships as including other in the self // Journal of Personality and Social Psychology. 1991. Vol. 60. Issue 2. P. 241—253.

70. Bandura A. (1974) Modeling Theory of Personality // Psychology of Personality: Readings in Theory / W.S. Sahakian (ed.). Chicago: Rand McNally College Publishing Company, 1974. P. 509—524.

71. Ball-Rokeach S., DeFleur M.L. (1965) A dependency model of mass media effects // Communication Research. 1965. Vol. 3. Issue 1. P. 3—21.

72. Brown R., Turner J.C. (1981) Interpersonal and intergroup behaviour // Intergroup Behaviour / J.C. Turner, H. Giles (eds.). Oxford: Blackwell, 1981.

73. Brubaker R., Cooper F. (2005) Beyond «Identity» // Political Concepts. A Reader and Guide / I. MacKenzie (ed.). Edinburgh: Edinburgh University Press, 2005. P. 471—484.

74. Caron R.F., Caron A.J., Myers R.S. (1985) Do infants see facial expressions in static faces? // Child Development. 1985. Vol. 56. Issue 6. P. 1552—1560.

75. Caron A.J., Caron R.F., MacLean D.J. (1988) Infant discrimination of naturalistic emotional expressions: the role of face and voice // Child Development. 1988. Vol. 59. Issue 3. P. 604—616.

76. Cohen B.C. (1963) The press and foreign policy. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1963.

77. Colman A.M. (2006) A Dictionary of Psychology. 2nd ed. Oxford: Oxford University Press, 2006.

78. Coser L.A. (1964) The functions of social conflict. N. Y.: Free Press, 1964.

79. Daly W.C. (2002) A Nation's Socio-Psychological Climate: Change, Determinants and Value Shift // Journal of Instructional Psychology. June 2002. Vol. 29. Issue 2. P. 101—104.

80. Davis M.H. (1996) Empathy: a social psychological approach // Westview Press, 1996.

81. Deutsch M. (1983) What is political psychology? // International Social Science Journal. May 1983. Vol. 35. Issue 2. P. 221—236.

82. Deutsch M. (1968) Field Theory in Social Psychology // The Handbook of Social Psychology. 2nd ed. / L. Gardner, E. Aronson (eds.). Vol. 1. L.: Addison-Wesley, 1968. P. 412—487.

83. Easton D. (1975) A Re-Assessment of the Concept of Political Support // *British Journal of Political Science*. 1975. October 1975. Vol. 5. Issue 4. P. 435—457.

84. Eisenberg N., Shea C.L., Carlo G., Knight G.P. (1991) Empathy-related responding and cognition: a «chicken and egg» dilemma // *Handbook of moral behavior and development* / W. Kurtines, J. Gewirtz (eds.). Vol. 2: Research. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1991. P. 63—88.

85. Etzioni A. (1990) *The Moral Dimension: Towards a New Economics*. N. Y.: Free Press, 1990.

86. Eysenck M.W. (2002) *Simply Psychology*. Hove and N. Y.: Psychology Press, 2002.

87. Field T.M., Woodson R., Greenberg R., Cohen D. (1982) Discrimination and imitation of facial expressions by neonates // *Science*. 1982. Vol. 218. Issue 4529. P. 179—181.

88. Fisher G.A., Chon K.-K. (1989) Durkheim and the social construction of emotion // *Social Psychology Quarterly*. 1989. Vol. 52. Issue 1. P. 1—9.

89. Gerbner G., Gross L., Morgan M., Signorelli N. (2002) Growing up with television: The cultivation perspective // *Media effects: Advances in theory and research* / J. Bryant, D. Zillmann (eds.). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2002. P. 43—68.

90. Gergen K.J. (1972) *The Concept of Self*. N. Y.: Holt, Rinehart and Winston, 1972.

91. Giles D. (2003) *Media Psychology*. Mahwah (N. J.); L.: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 2003.

92. Hall S. (1980) Encoding/decoding // *Culture, Media, Language* / S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, P. Willis (eds.). L.: Hutchinson, 1980. P. 128—138.

93. Haviland J., Lelwica M. (1987) The Induced Affect Response: 10-week Old Infants' Responses to Three Emotional Expressions // *Developmental Psychology*. 1987. Vol. 23. Issue 1. P. 97—104.

94. Hoffman M.L. (1984) Interaction of Affect and Cognition in Empathy // *Emotions, Cognition, and Behavior* / C.E. Izard, J. Kagan, R.B. Zajonc (eds.). Cambridge: Cambridge University Press, 1984. P. 103—131.

95. Hoffman M.L. (1987) The Contribution of Empathy to Justice and Moral Judgment // *Empathy and its Development* / N. Eisenberg, J. Strayer (eds.). Cambridge: Cambridge University Press, 1987. P. 47—80.

96. Horton D., Wahl R.R. (1956) Mass Communication and Para-social Interaction // *Psychiatry*. 1956. Vol. 19. Issue 1. P. 25—29.

97. Hummond M. (1983) *The Sociology of Emotions and the History of Social Differentiation*. Sociological Theory. Oxford (UK): Blackwell Publishing Ltd, 1983. P. 90—119.

98. Jones B.D. (1994) A Change of Mind or a Change of Focus? A theory of Choice Reversals in Politics // *Journal of Public Administration Research and Theory*. J-PART. April 1994. Vol. 4. Issue 2. P. 141—177.

99. Kanner A.D., Coyne J.C., Schaefer C., Lazarus R.S. (1981) Comparison of Two Models of Stress Measurement: Daily Hassles and Uplifts Versus Major Life Events // *Journal of Behavioral Medicine*. 1981. Vol. 4. Issue 1. P. 1—39.

100. Lang G.E., Lang K. (1991) Watergate: An Exploration of the Agenda-building Process // *Agenda setting: Readings on Media, Public Opinion, and Policymaking* / D.L. Pross, M. McCombs (eds.). Hillsdale (N. J.): Lawrence Erlbaum Associates, 1991. P. 277—235.

101. Lasswell H.D. (1927) *Propaganda Techniques in the World War*. N. Y.: Peter Smith, 1927.

102. Lerner D. (1958) *The Passing of Traditional Society*. Glencoe, Ill.: Free Press, 1958.

103. Lewis M. Cognition-emotion Feedback and Self-organization of Developmental Paths. *Human Development*. Basel, 1995. Vol. 38. Issue 2. P. 71—102.

104. Lipset S.M. (1981) *Political Man. The Social Bases of Politics*. Expanded Edition. Baltimore, Maryland: The John Hopkins University Press, 1981.

105. Markus H. (1977) Self-Schemata and Processing of Information About the Self // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1977. Vol. 38. Issue 1. P. 63—78.

106. Marcus G.E., Mackuen M.B. (1993) Anxiety, Enthusiasm, and Vote: The Emotional Underpinnings of Learning and Involvement During Presidential Campaigns // *The American Political Science Review*. September 1993. Vol. 87. Issue 3. P. 672—685.

107. Marcus G.E., Neuman W.R., MacKuen M. (2000) *Affective Intelligence and Political Judgment*. Chicago: University of Chicago Press, 2000.

108. Marcus G.E. (2002) *The Sentimental Citizen: Emotion in Democratic Politics*. Pennsylvania State University Press, 2002.

109. Marcus G.E. (2003) *The Psychology of Emotion and Politics* // *Oxford Handbook of Political Psychology* / D.O. Sears, L. Huddy, R. Jervis (eds.). N. Y.: Oxford University Press, 2003. P. 182—221.

110. Mause de, L. *The Emotional Life of Nations*. Ch. 5. *The Psychogenic Theory of History* (http://www.psychohistory.com/html/el05_psychogenic.html).

111. McCombs M., Shaw D. (1972) The Agenda-setting Function of Mass Media // *Public Opinion Quarterly*. 1972. Vol. 36. Issue 2. P. 176—185.

112. McCombs M., Shaw D. (1993) The Evolution of Agenda-setting Research: Twenty-five Years in the Marketplace of Ideas // *Journal of Communication*. 1993. Vol. 43. Issue 2. P. 58—67.
113. McCombs M. (2004) *Setting the Agenda. The Mass Media and Public Opinion*. Cambridge (UK): Polity Press, 2004.
114. Oatley K., Jenkins J.M. (1996) *Understanding Emotions*. Cambridge (M.A.): Blackwell Publishing, Incorporated, 1996.
115. Pillow D.R., Zautra A.J., Sandler I. (1996) Major Life Events and Minor Stressors: Identifying Mediational Links in the Stress Process // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1996. Vol. 70. Issue 2. P. 381—294.
116. Rivera de, J. (1992) Emotional Climate: Social Structure and Emotional Dynamics // *International Review of Studies on Emotion / K.T. Strongman (ed.)*. 1992. Vol. 2. P. 197—218.
См. также <http://www.clarku.edu/faculty/rivera/emotionalclimate.htm>.
117. Reber A.S. (1985) *The Penguin Dictionary of Psychology*. Penguin Books, 1985.
118. Robinson J.P., Shaver P.R. (1973) *Measures of Social Psychological Attitudes*. Revised Edition. Ann Arbor, Michigan: Institute for Social Research, The University of Michigan, 1973.
119. Robinson J.P., Shaver P.R., Wrightsman L.S. (1991) *Measures of Personality and Social Psychological Attitudes*. San Diego, California: Academic Press, 1991.
120. Rudmin F.W. (2004) G.B.Grundy's 1917 Proposal for Political Psychology: «A science which has yet to be created» // *International Society of Political Psychology News*. Spring 2004. Vol. 15. Issue 1. P. 6—7.
<http://ispp.org/publications/ISPPnewspdf/spring2004.pdf>
121. Sagi A., Hoffman M.L. (1976) Empathic Distress in Newborns // *Developmental Psychology*. 1976. Vol. 12. Issue 3. P. 472—480.
122. Schank R.C., Abelson P.R. (1977) *Scripts, Plans, Goals and Understanding: An Inquiry into Human Knowledge Structure*. Hillsdale (NJ): Lawrence Erlbaum Associates, 1977.
123. Schildkraut D.J. (2004) All Political is Psychological: A Review of Political Psychology Syllabi // *Perspectives on Politics*. December 2004. Vol. 2. Issue 4. P. 807—819.
124. Sears D.O., Huddy L., Jervis R. (2003) *The Psychologies Underlying Political Psychology* // *Oxford Handbook of Political Psychology / D.O. Sears, L. Huddy, R. Jervis (eds.)*. N. Y.: Oxford University Press, 2003. P. 3—16.
125. Simner M.L. (1971) Newborn's Response to the Cry of Another Infant // *Developmental Psychology*. Vol. 5. Issue 1. P. 136—150.

126. Simon H.A. (1985) Human Nature in Politics: The Dialogue of Psychology with Political Science // *The American Political Science Review*. June 1985. Vol. 79. Issue 2. P. 293—304.
127. Simon B., Klandermans B. (2004) Politicized Collective Identity: A Social Psychological Analysis // *Political Psychology. Key Readings / J.T. Jost, J. Sidanius (eds.)*. N. Y. and Hove: Psychology Press, 2004.
128. Signorielli N., Morgan M. (1996) Cultivation analysis: Research and Practice // *An integrated approach to communication theory and research / M.B. Salwen, D.W. Stacks (eds.)*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1996. P. 111—126.
129. Stryker S., Burke P.J. (2000) The Past, Present, and Future of an Identity Theory // *Social Psychology Quarterly*. December 2000. Vol. 63. Issue 4. Special Millenium Issue on the State of Sociological Social Psychology. P. 284—297.
130. Stotland E., Sherman S., Shaver K. (1971) Empathy and birth order: some experimental explorations. Lincoln, Nebraska: University of Nebraska Press, 1971.
131. Sullivan H.S. (1974) *The Interpersonal Theory* // *Psychology of Personality: Readings in Theory / W.S. Sahakian (ed.)*. Chicago: Rand McNally College Publishing Company, 1965. P. 145—163.
132. Tajfel H. (ed.) (1978) *Differentiation between Social Groups: Studies in the social psychology of inter-group relations*. L.: Academic Press, 1978.
133. Turner J.C., Oakes P. (1986) The significance of the social identity concept for social psychology with reference to individualism, interactionism and social influence // *British Journal of Social Psychology*. 1986. Vol. 25. Issue 2. P. 237—252.
134. Vaughan K.B., Lanzetta J.T. (1980) Vicarious instigation and conditioning of facial expressive and autonomic responses to a model's expressive display of pain // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1980. Vol. 38. Issue 6. P. 909—923.
135. Webster Jr., Whitmeyer J.M. (2001) Applications of Theories of Group Processes // *Sociological Theory*. November 2001. Vol. 19. Issue 3. P. 250—270.
136. Weiss W. (1968) Effects of the Mass Media of Communication // *The Handbook of Social Psychology*. 2nd ed. / G. Lindzey, E. Aronson (eds.). Vol. 5. L.: Addison-Wesley, 1968. P. 77—195.

Препринт WP14/2007/01
Серия WP14
Политическая теория и политический анализ

Марк Юрьевич Урнов

**Эмоциональная атмосфера общества
как объект политологического исследования:
постановка проблемы**

Выпускающий редактор *А.В. Заиченко*
Технический редактор *Ю.Н. Петрина*

ЛР № 020832 от 15 октября 1993 г.
Отпечатано в типографии ГУ ВШЭ с представленного оригинал-макета.
Формат 60×84 ¹/₁₆, Бумага офсетная. Тираж 150 экз. Уч.-изд. л. 5,4.
Усл. печ. л. 4,42. Заказ № . Изд. № 661.

ГУ ВШЭ. 125319, Москва, Кочновский проезд, 3
Типография ГУ ВШЭ. 125319, Москва, Кочновский проезд, 3
Тел.: (495) 772-95-71; 772-95-73