

ПСИХОЛОГИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ

**ФЕНОМЕН КОЛЛЕКТИВНЫХ ЧУВСТВ В ПСИХОЛОГИИ БОЛЬШИХ
СОЦИАЛЬНЫХ ГРУПП***

© 2016 г. Т.П. Емельянова**

***THE PHENOMENON OF COLLECTIVE FEELINGS IN THE PSYCHOLOGY
OF LARGE SOCIAL GROUPS***

T.P. Emelyanova

Проанализирован феномен коллективных чувств, его место в ряду других коллективных переживаний и вклад в конструирование социальных представлений больших групп. Обсуждается возможность временного подхода к анализу функционирования коллективных чувств через установление связи между переживанием прошлого, настоящего и будущего. Показана динамика коллективных чувств россиян за последние двадцать лет, а также роль СМИ в порождении коллективных чувств групповых субъектов. На основании результатов эмпирических исследований сделан вывод о неоднозначности влияния СМИ на коллективные переживания. Намечена перспектива дальнейшего изучения феномена.

The phenomenon of collective feelings and their place in a number of other collective experiences as well as their contribution to the constructing the large groups' social representations have been analyzed. The temporary approach to the existence of collective feelings has been discussed through the establishment of a link between the experience of the past, present and future. The dynamics of the Russians' collective

* Работа выполнена при поддержке РГНФ, проект № 15-06-10394.

** Емельянова Татьяна Петровна, доктор психологических наук, ведущий научный сотрудник лаборатории социальной и экономической психологии ФГБУН Института психологии РАН, t_emelyanova@inbox.ru.

feelings over the last twenty years and the Media role in the creating of the groups' collective feelings have been shown. The conclusion about the ambiguity of the Media influence on the collective experience has been based on the empirical research results. The prospect of the further study of collective feeling has been offered.

Ключевые слова: коллективные чувства, социальные представления, коллективный коупинг, большие социальные группы, социальная тревога.

Key words: collective feelings, social representations, collective coping, large social groups, social anxiety.

В ряду социально-психологических феноменов, приписываемых (атрибутируемых) большим социальным группам (социальных представлений, общественного мнения, менталитета, групповых потребностей, групповых эмоциональных состояний, ценностей, целей, идеалов, настроений и др.), коллективные чувства исследуются в социальных науках, в основном, как фрагментарно выделенные явления (например, тревоги и/или страхов населения) и преимущественно в рамках социологических опросов. Между тем, активное изучение менталитета, социальных представлений, ценностей и идеалов может быть расширено за счет изучения коллективных чувств, что позволило бы получить более объемное и системное знание в области психологии больших социальных групп и макропсихологии (Макропсихология ..., 2009; Психология человека и общества ..., 2014; и др.). *Коллективные чувства* – это устойчивые аффективные переживания, разделяемые членами большой группы. Они связаны с относительно стабильными экономическими, политическими и региональными условиями жизни людей, сопровождающимися, например, чувством надежды, ответственностью, гордостью, стыдом, страхом, агрессией, недоумением, тревогой, апатией, удовлетворенностью/неудовлетворенностью, оптимизмом/пессимизмом и т.п.

В социальной психологии, разумеется, известны аффективные явления, также приписываемые группам, но имеющие иную природу. Так, например, социальные эмоции традиционно атрибутируются малой группе и личности, а

коллективные эмоции – большим скоплениям людей, испытывающим схожие между собой ситуативные эмоции, например, в условиях праздника или массовых мероприятий (Воловикова, Тихомирова, Борисова, 2003). Коллективные эмоции, социальные эмоции и коллективные чувства могут быть объединены одним общим понятием – «коллективные переживания». Коллективные чувства как относительно устойчивые и разделяемые членами группы переживания выполняют ряд важных *функций* в общественной жизни: они побуждают, стимулируют активность людей, обеспечивают мобилизацию или провоцируют демобилизацию поведения, играют роль символической защиты от неблагоприятных воздействий, компенсируют материальные и моральные потери, участвуют в прогнозировании будущего, создают базу для межгрупповых отношений и т.п.

Корни исследования коллективных чувств уходят в классические работы французских социологов. Э. Дюркгейм в своем учении о социальных фактах важное место отводил эмоциональным явлениям, возникающим в обществе. В связи с анализом самоубийств он связывал такие коллективные эмоциональные состояния общества как массовую агрессивность и апатию с негативными процессами в экономике. В общественной жизни коллективные эмоциональные состояния, по Дюркгейму, выполняют функцию «социального клея», который обеспечивает общественную солидарность (Дюркгейм, 1995). Г. Тард говорил о «социальной системе чувств», которая в его концепции социума занимает важное место, обеспечивая общественную стабильность. В рамках этой системы одно и то же событие может вызывать различный эмоциональный отклик в разных группах общества, а ее внутреннее движение – обеспечивать изменение и развитие общества (Тард, 1996). О коллективных переживаниях писал П. Сорокин в контексте рассуждений о противоборстве групп общества, антагонистически взаимодействующих друг с другом (Сорокин, 1992). В рамках социальной психологии К. Левин, создавая свою психологию групп, к наиболее важным динамическим характеристикам любой социально-психологической ситуации причислял «социальную атмосферу», «социальный

климат». Сутью этих феноменов Левин считал чувства, доминирующие в социуме, в том числе, в больших социальных группах (Левин, 2000).

В современной отечественной социальной психологии проблемами коллективных эмоциональных переживаний занимались Г.М. Андреева, Д.В. Ольшанский, Б.Д. Парыгин, Б.Ф. Поршнев, Е.В. Шорохова и др. Г.М. Андреева выделяет две содержательные составные части в структуре психической жизни больших социальных групп: психический склад и эмоциональную сферу (Андреева, 2004). Е.В. Шорохова определяет четыре основных элемента общественной психологии, представленные когнитивной (коллективные представления, социальное мышление, общественное мнение, общественное сознание, менталитет), потребностно-мотивационной (общегрупповая мотивация, групповые потребности, ценности, интересы, цели, установки, идеалы), аффективной (чувства, эмоции, настроения), регулятивно-волевой и деятельностной сферами (Шорохова, 2002). А.В. Юревич называет коллективные чувства в числе базовых компонентов национального менталитета, составляющих его ядро (Юревич, 2013). Таким образом, сфера коллективных чувств и эмоций представляется важной составной частью психической жизни больших социальных групп, тесно связанной с ценностями, идеалами, групповыми потребностями, социальными представлениями и менталитетом в целом.

Коллективные переживания, в том числе, коллективные чувства порождают необходимость когнитивного освоения происходящего. Механизм коллективного копинга вступает в силу, если социальный объект вызывает негативные или амбивалентные чувства и соответствующие им специфические ориентировочные реакции (Wagner, 1998). Коллективный коупинг является важнейшим механизмом стабилизации социального поведения в сложных ситуациях, в экстремальных условиях, при столкновении группы с реальными проблемами и т.п. (Совладающее поведение ..., 2008; Стресс, выгорание и совладание ..., 2011; и др.). Выявление стратегий и закономерностей возникновения и протекания коллективного коупинга в условиях

общественной, региональной или групповой нестабильности может рассматриваться как перспективное направление исследований в современной социальной психологии (Журавлев, Емельянова, 2009).

Социальные представления как результат коллективного коупинга конструируются именно в случае появления социального объекта, вызывающего ярко выраженные коллективные чувства. Это ментальные модели, роль которых заключается в преодолении социальных тревог, с помощью создания непротиворечивой картины реальности. В периоды радикальных общественных изменений большие социальные группы остро испытывают потребность в эмоциональном подкреплении и подтверждении собственной групповой значимости, удовлетворение которой, во-первых, несколько компенсирует морально-нравственный дискомфорт, а, во-вторых, служит достаточно эффективным способом реального объединения и сохранения самой социальной группы. Так, справляясь с ментальным диссонансом, группы используют *коллективный символический коупинг*. В исследованиях социальных представлений данный термин встречается у австрийского социального психолога В. Вагнера, который рассматривал дискурс в сообществе как один из способов коллективного коупинга. Вагнер писал: «Социальное представление определяется как выработка социального объекта сообществом для правильного поведения и коммуникации <...>. Такая «выработка социального объекта» <...> достигается <...> посредством дискурсивной выработки системы смыслов, то есть посредством символического коупинга» (Wagner, 1998, p. 307).

В социальных науках наибольшее внимание исследователями уделяется негативным и амбивалентным коллективным чувствам. Преобладание негативных чувств у некоторых коллективных субъектов получило наименование феномена «катастрофического сознания». Коллективно разделяемый страх, рациональный или иррациональный (Емельянова, 2009), как эмоциональная основа катастрофического сознания, является, признаком опасности. Его возникновение оповещает о реальных и потенциальных угрозах

благополучию группы или общества (Катастрофическое..., 2007). Социальные тревоги, как и социальный страх, обусловлены общественными угрозами, но в отличие от страха, они характеризуются предвосхищением опасности и меньшей глубиной переживания. То есть, *чувство социальной тревоги* – это разделяемое «предощущение» опасности как возможного развития социальной угрозы. В условиях нарушения привычного хода повседневной жизни социальные тревоги посредством коллективного коупинга стимулируют конструирование когнитивных феноменов (социальных представлений, новых схем, сценариев и т.д.). Эти феномены обеспечивают объяснение кризисных ситуаций на уровне здравого смысла и создают удобный образ происходящего, который уменьшает остроту переживания тревоги. Как справедливо отмечает Т.А. Нестик: «Быстрые изменения и высокая неопределенность внешней среды, рост социальной напряженности и глобализация рисков обуславливают растущую потребность в диалоге о совместном прошлом и будущем, способах согласования различных групповых образов «коллективной судьбы» (Нестик, 2014, с. 8).

Разумеется, помимо субъективных факторов (в частности, катастрофического сознания), первостепенное значение имеют такие *объективные факторы* общественной жизни, как международные конфликты, кризисные ситуации в экономике, социальное неравенство и другие социальные проблемы, влияющие на возникновение чувства тревоги и страха в больших группах. Наш анализ динамики коллективных чувств россиян за последние годы показывает их высокую связь с актуальными, объективными, социально-экономическими событиями в стране, но, одновременно, и наличие стабильного ядра переживаний относительно высокозначимых областей жизни, а также реализацию потребности совладания с негативными тенденциями.

Недавние массовые опросы показывают, что наши соотечественники, помимо страха за здоровье близких, чаще всего испытывают тревогу за детей и боятся остаться без денег. Оценивая ситуацию в стране, респонденты чаще всего опасаются обнищания, а также тревожатся по поводу угроз

международных военных конфликтов и гражданской войны. Что касается ситуации в мире, примерно одинаково распространены страх ядерной войны и страх химического и радиационного заражения воды, воздуха, продуктов. Как сообщает Фонд «Общественное мнение», доля россиян, пессимистично оценивающих ситуацию в экономике страны, заметно выросла с декабря 2015 г. к январю 2016 г. (43 % и 54%) (Россияне..., 2016), а доля наших сограждан, охарактеризовавших инфляцию как очень высокую, выросла до 70% в январе 2016 г. по сравнению с 65% в декабре 2015 г. (ВЦИОМ..., 2016).

Социологические исследования систематически предоставляют данные о преобладающих переживаниях населения страны. Примечательна динамика этих переживаний. Так в исследовании, проведенном в 1997 г., на вопрос "Какие социальные проблемы в последнее время волнуют Вас сильнее всего?", волнение у значительной доли респондентов вызывал рост преступности (Страхи и тревоги, 2002). В 1998 г. среди отвечавших на этот вопрос стали преобладать люди, которых тревожила проблема безработицы и обнищания, при этом тревога, связанная с ростом преступности в стране, оставалась высокой. Таким образом, в этот период результаты показывали, что тревогу в общественной сфере вызывают проблемы материального неблагополучия и недостатки в государственном управлении (несоблюдение законов, разгул криминала, коррупция), а на втором месте оказался страх перед экологическими бедствиями: эпидемиями, радиацией, отравлением продуктов и воды, загрязнением воздуха. При этом лишь одна треть респондентов была готова к каким-либо активным действиям для того, чтобы противостоять грозящим обществу опасностям. Остальные не верили в возможность какого-либо влияния на ход событий и не считали возможным изменить положение вещей (см. также: Юревич, Журавлев, 2012; и др.).

В.А. Аникин проанализировал динамику изменения психологического состояния россиян на протяжении десяти лет (Аникин, 2006). Предметом его анализа было чувство *надежной защищенности в жизни* благодаря поддержке близких и коллег. Это чувство, по результатам опросов, возросло с середины

90-х годов до начала 2000-х, а затем, к середине 2000-х стало гаснуть. То есть речь шла о нараставшей неуверенности респондентов в таком виде поддержки, что свидетельствовало о дефиците социально-психологических ресурсов россиян, которым оставалось полагаться только на государство и собственные резервы. Автор считает это знаковым симптомом, учитывая традиционно тесные семейные узы в России и психологическую близость поколений. Из полученных результатов следовало, что собственные возможности (без поддержки родных и близких) ограничиваются заработком. Не случайно, по-видимому, в связи со складывавшейся ситуацией, усиливались опасения и даже страх его потери. По данным В.А. Аникина, 16% работающих часто испытывали подобный страх, а 39% работающих респондентов испытывали такой страх периодически. Другими словами, 55% работающих взрослых людей боялись потери заработной платы, что поставило бы их в трудное положение. Большинство из людей, испытывавших подобный страх, в большей степени рассчитывали на помощь государства, чем на какие-то другие ресурсы. Примечательно, что 66% этой части респондентов отличались внешним локусом контроля. Респонденты, опасавшиеся потерять работу и, соответственно, лишиться заработной платы (указанные 55%) испытывали и другие негативные переживания (чувства невозможности изменить что-либо в жизни, отсутствия социальной справедливости и др.).

Опрос, проведенный в августе 2013 г. на выборке 1601 человека, обнаружил интересную динамику тревог населения по сравнению с 2005 г. (Милькова, 2013). Возрастающую тревогу вызывали коррупция и взяточничество (с увеличением на 15%), а также наплыв приезжих, мигрантов (на 20%). Наибольшую же тревогу респондентов, по-прежнему, вызывали рост цен, бедность, обнищание разных слоев населения, коррупция и взяточничество, рост безработицы, резкое расслоение на богатых и бедных, кризис морали, культуры и нравственности, а также кризис в экономике (см. также: Психологическое исследование проблем ..., 2013; Психологические проблемы ..., 2012; и др.).

Недавние социологические опросы обнаруживают новую картину тревог и страхов населения. В рейтинге социальных проблем появились те, которые ранее не были значимы – возможное начало ядерной войны и страх голода. Доля россиян, опасаящихся начала ядерной войны, возросла по сравнению с 2013 г. на 9%, а страшась голода – на 7%. Значительная доля россиян (69%) признаются, что их жизнь протекает в нестабильной обстановке. Что касается страхов, связанных с семьей, наиболее сильным является страх за будущее своих детей, затем идет страх бедности и потери работы. Между тем, больше половины россиян (57%) надеются на лучшее будущее. Однако, их доля сократилась за два года на 6%. Чувство тревоги, обращенное в будущее, испытывают 24% опрошенных (там же). Чаще страх испытывают женщины, пожилые люди, респонденты с низким уровнем образования и безработные люди, а также родители маленьких детей (Гордеев, 2015).

Согласно недавнему опросу Левада-центра, проведенному в августе 2015 г. и посвященному значимым для населения социальным проблемам, обнаружилось, что наибольшую тревогу у россиян, как и ранее, вызывают социально-экономические проблемы: рост цен (его отметило подавляющее большинство респондентов), сокращение доходов населения (67% опрошенных отметили, что они вообще не имеют сбережений) и рост безработицы. Затем следуют кризис в экономике, плохое состояние промышленности и сельского хозяйства, 29% опрошенных обеспокоены коррупцией и взяточничеством, а 27% тревожатся из-за экономического неравенства в обществе. Среди актуальных проблем звучала война на Украине, санкции Запада против России и малая доступность медицинской помощи. Только 4% россиян полагают, что власти справляются с финансовым кризисом, инфляцией, безработицей и т.п. («Левада-Центр»..., 2015).

Вместе с тем, хотя страх и тревога как признаки потенциально негативного развития событий или процессов являются постоянным компонентом человеческой жизни, они, как правило, компенсируются позитивными чувствами, которые облегчают эти переживания, создавая

сложную картину амбивалентных коллективных чувств. Так, чувство национальной гордости россиян вызывают отечественная наука и техника (66%), достижения российских спортсменов (74%), успехи в сфере литературы и искусства (73%). Состояние российской армии удовлетворяет 59% россиян, однако 34%, напротив, чувства гордости в отношении армии не испытывают. Поводы для гордости респонденты в наибольшей степени находят в прошлом, а не в настоящем. Как показал опрос, российской историей гордится подавляющее большинство респондентов – 80%. Социологические исследования касались и патриотических чувств россиян (Добрынина, 2012). Гордость за Россию и ее позиции в мире испытывают 46% опрошенных. Такая же доля респондентов испытывает противоположные чувства.

Наше исследование показало общую тенденцию к переживанию чувств беспокойства, разочарования и несправедливости (Дробышева, Емельянова, 2015). Чувство страха и чувство унижения в меньшей степени характеризуют негативную модальность коллективных переживаний респондентов в период проведения исследования. Чувство надежды участники исследования испытывают по отношению к тем явлениям социальной жизни, которые, с одной стороны, отличаются большей устойчивостью по сравнению с актуальными злободневными событиями и относительной стабильности (например, экологическая ситуация в стране или всеобщая компьютеризация), и, с другой, предполагают возможность включения граждан в решение возникающих проблем.

Можно видеть, что картина коллективных переживаний россиян менялась в течение последних десяти лет. Наиболее выраженные негативные чувства вызывали проблемы материального неблагополучия и недостатки в государственном управлении. В то же время сферы науки, искусства, литературы и спорта вызывали чувство гордости у большинства россиян. Небольшие колебания претерпела проблема криминала (она вызывала наиболее сильные переживания в 1997 г.), а затем отошла на второй план. Снижались чувство защищенности в жизни и уверенность в поддержке близких и коллег в

начале 2000-х. Начиная с 2005 г., все возрастающую тревогу вызывали коррупция и взяточничество, а также наплыв приезжих и трудовых мигрантов. В 2015 г. значительно большую долю, чем раньше, составили тревога по поводу возможного начала ядерной войны, тревога за будущее детей, рост цен и страх голода. Ситуация на Украине, санкции Запада против России – новые объекты тревог россиян.

Чувства по отношению к настоящему, как можно заметить, противоречивы. Наряду с тревогами и страхами населения, приведенными ранее, нужно отметить, что по величине значения Всемирного индекса счастья в 2015 г. Россия, тем не менее, занимает 64 место в мире из 158 стран. Индекс содержит показатели удовлетворённости жизнью (субъективного качества жизни в целом), гедонического благополучия (повседневных эмоций и настроения), эвдемонического благополучия (понимания смысла и цели в жизни), а кроме того учитывает такие показатели, как уровень ВВП на душу населения, гражданские свободы, социальную поддержку населения, продолжительность здоровой жизни, уровень коррупции и др. Судя по этим данным, россияне демонстрируют удовлетворенность жизнью значительно выше средних показателей в мире. Существуют исследования, направленные на выявление связи удовлетворенности жизнью с возрастом. Обнаружено, что наименее счастливыми люди чувствуют себя в среднем возрасте, а максимальная удовлетворенность жизнью наступает в предпенсионном возрасте. Общая зависимость «уровня счастья» от возраста имеет вид параболы – наиболее удовлетворены жизнью люди в начале и в конце трудового пути, а наименее счастливы в среднем возрасте (Опубликован..., 2016).

Что касается обращенности коллективных чувств в будущее, в разных социальных группах они определяются уровнем оптимизма/пессимизма, степенью беспокойства социальных субъектов по поводу возможности удовлетворения их потребностей и интересов в сложных общественных условиях (Баринов, 2010). Динамика социальных тревог в современном российском обществе отражает изменения текущей объективной ситуации,

которая характеризуется экономической «турбулентностью» и направленными воздействиями со стороны властных структур и СМИ.

Влияние СМИ на состояние коллективных чувств отличается многообразием. Уже само отражение в СМИ того или иного события придает ему особую значимость, переводит в статус общественного явления и провоцирует эмоциональный отклик на него как на заданную «повестку дня». Информационный повод, поданный СМИ безоценочно и эмоционально нейтрально, может стать предметом для собственного размышления и трактовки у разных групп населения, а также его оценивания и переживания в зависимости от существовавшего ранее отношения и значимости поступившей информации. Другое дело, если СМИ берут на себя не информационную, а пропагандистскую функцию. Пропагандистское воздействие непосредственно направлено на формирование оценки событий и явлений, подкрепленное возбуждением чувств населения. Эту роль в СМИ могут выполнять авторитетные и заслуживающие доверие населения лица (журналисты, писатели, политические деятели, ученые и др.). Такой механизм сегментирования публики в зависимости от доверия тем или иным источникам информации описал еще в начале XX века Габриель Тард (Тард, 1996).

Негативные примеры, оставившие след в истории, дает нацистская пропаганда. В «управлении» чувствами целой нации преуспел Йозеф Геббельс, разработавший технологии возбуждения ненависти («двухминутка ненависти», «неделя ненависти»), поиска и стигматизации «врага» (разжигание антисемитизма), а также способов объяснения и трактовки военных неудач в войне с СССР для стабилизации чувства уверенности в политике нацистов у населения Германии (Съянова, 2011).

Говоря о коллективных чувствах, несомненно, нужно задаться вопросом о мере их «коллективности». Собственно, социально-психологическая проблема и заключается в поиске субстрата, носителей тех или иных коллективных чувств, а также установления факторов социальной суггестивности. В примере с воздействием геббельсовской пропаганды эти задачи были в целом решены

еще благодаря результатам исследования Э. Фромма. В 1932 г. он с коллегами провел масштабное социально-психологическое исследование, посвященное готовности немецких рабочих и служащих принять нацистский режим. На основе анализа ответов на 270 открытых вопросов анкеты Фромм и его сотрудники раскрыли ценностные, аффективные и мотивационные компоненты позитивных политических установок респондентов в отношении прихода Гитлера к власти (Зборовский, 2004). Продолжая пример Германии 1930-х годов, нужно заметить, что некоторая часть немецкого общества, как известно, не приняла нацистской политической риторики, эмигрировала, либо подверглась репрессиям. Каковы же факторы отторжения частью публики аффективно заряженной пропаганды и конструирования альтернативных чувств и трактовок, остается вопросом. Можно предполагать, что речь идет об особых социально-психологических, возможно, интеллектуальных и нравственных качествах людей.

СМИ способны не только информировать и пропагандировать, но и манипулировать чувствами людей. Сторонники конструкционистского подхода (Социальные проблемы..., 2007) раскрывают *механизмы целенаправленного конструирования* несуществующих проблем, когда СМИ провоцируют, тем самым, ответ общества в форме коллективных чувств, и, наоборот, способы нивелирования реальных проблем, что «приглушает» острые переживания публики. В нашем недавнем исследовании проблемы бедности, представленной в популярном издании «Аргументы и факты», было показано, что в трактовке этого явления «АиФ» обнаруживаются приемы депроблематизации в части использования более «утешительной» статистики бедности, оптимистичного завышения возможностей людей по самостоятельному ее преодолению, приписывания бедным ответственности за нарастание числа социальных отклонений в обществе (Емельянова, Дробышева, 2015). Газета «АиФ», очевидно, нацелена на выполнение своих социальных функций по снижению остроты восприятия и переживания общественных проблем. Тем не менее, массовые опросы вовсе не показывают «зеркальной» картины в общественном

мнении тех интерпретаций, которые пропагандирует популярное издание (Емельянова, Дробышева, 2014). Обращает на себя внимание тот факт, что акценты в постановке этой проблемы в некоторых пунктах совпадают, а в некоторых различаются. Прежде всего, сами границы бедности занижаются в «АиФ» по сравнению с данными массового социологического опроса. Доля бедного населения, по мнению респондентов, в нашем обществе значительно выше, чем утверждает официальная статистика. В вопросе о превалировании тех или иных групп бедных в структуре общества позиции сходятся в одном: и «АиФ», и общественное мнение выделяют как тенденцию появления и заметное расширение группы «работающих бедняков», многие из которых имеют высшее образование и работают в бюджетной сфере. Что касается пенсионеров, то здесь позиции расходятся: общественное мнение утверждает, что социальная категория бедных помолодела (особенно за счет семей с детьми), в то время как «АиФ» продолжает акцентировать финансовые проблемы пенсионеров. Отношение общества к бедным также трактуется по-разному – в газете преобладают негативные высказывания, а в общественном мнении – позитивные и нейтральные с тенденцией индивидуализировать чувства по отношению к бедным людям. Будучи массовым изданием, газета «АиФ» выполняет свои социальные задачи по расстановке эмоциональных акцентов, «производству смыслов» и «выпусканию пара» для поддержания общественного спокойствия. Между тем, эти социальные задачи не решаются в полной мере в силу действия социально-психологических механизмов спонтанного конструирования аффективно окрашенных представлений в больших социальных группах (Журавлев, Емельянова, 2009).

Если коллективные чувства, относящиеся к настоящему и будущему, характеризуются амбивалентностью, то в воспоминаниях о коллективном прошлом чаще преобладают ностальгия, гордость, восхищение подвигами предков (Емельянова, 2002). Чувства покаяния за коллективное прошлое чрезвычайно редки в истории цивилизации. Между тем, сохранение и поддержание достойного образа большой социальной группы, нации, скорее,

являются закономерностью *коллективной памяти*, насыщенной разделяемыми позитивными чувствами. В нашем исследовании (Емельянова, Кузнецова, 2012) главным из наиболее значимых событий в истории страны для респондентов разных возрастов явилась победа в Великой Отечественной войне. Такие исторические события, как крещение Руси, правление и реформы Петра I, отмена крепостного права, Октябрьская революция 1917 г., первый полет человека в космос, перестройка и др. имели значительно меньшие доли упоминаний. Победа в Великой Отечественной войне, несмотря на различные трактовки ее итогов, с позиции внутренней и внешней политики, для респондентов всех поколений однозначно ассоциировалась с гордостью, ликованием, благодарностью героям войны и признанием величия народа-победителя (Емельянова, Мишарина, 2015).

С целью понимания когнитивных и аффективных механизмов сохранения информации при конструировании коллективных воспоминаний респондентам был задан вопрос: «Какие события должны помнить Ваши дети?». С помощью этого вопроса мы намеревались получить информацию о векторах целенаправленного конструирования представлений коллективной памяти (Емельянова, Кузнецова, 2012). Обнаружилось, что мощным механизмом трансляции представлений коллективной памяти в будущее является опора на безусловно позитивные чувства, связанные с историческими событиями. Именно положительно окрашенное событие (Победа в войне) и должно, по мнению респондентов, формировать желаемый образ прошлого страны у младшего поколения. Результаты контент-анализа показали, что более половины респондентов хотели бы, чтобы их дети помнили о Великой Отечественной войне. Это событие остается центральным в конструировании коллективной памяти для будущих поколений во всех возрастных когортах.

Говоря о коллективных чувствах, обращенных в прошлое, мы обнаруживаем исторические периоды, запечатленные в памяти как своего рода «золотой век». Наши исследования памяти об эпохе социализма показали, что у представителей различных групп общества, включая молодежь, как наиболее

«счастливым» исторический период в жизни страны в коллективной памяти запечатлен брежневский период социализма. Основа этих позитивных чувств состоит в том, что люди склонны свои актуальные проблемы мысленно «примерять» на прошлое и идеализировать его (Емельянова, 2006).

Феномен коллективных чувств нуждается в дальнейшем изучении, прежде всего, для ответов на такие вопросы, как и какие внешние факторы пробуждают те или иные коллективные чувства, какие чувства, и почему преобладают у представителей различных больших социальных групп в те или иные периоды существования общества, как действуют компенсаторные механизмы, допускающие сосуществование противоположных по модальности коллективных чувств, порождая их амбивалентность? Нуждается в разработке проблема операционализации понятия «коллективные чувства», что продвинет исследователей в поиске адекватных методов их изучения. Заслуживающим дальнейшего исследования является и вопрос о неоднозначности воздействия СМИ на процесс возникновения коллективных чувств, который тесно связан с другим – каков социально-психологический механизм, обуславливающий конструирование социальных представлений и проявление социальной активности под влиянием внушаемых через СМИ оценок и чувств. Роль эмоционально окрашенных коллективных воспоминаний в возникновении чувств, относящихся к событиям настоящего и эмоциональному настрою на будущее, представляет собой научную проблему так же, как и воздействие преобладающего группового настроения на аффективную составляющую трактовки прошлого и будущего. В условиях сложной и динамичной экономической ситуации в обществе актуальность изучения коллективных переживаний приобретает особую значимость.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Андреева Г.М. Социальная психология. М.: Аспект Пресс, 2004.

Аникин В.А. Жизненные проблемы россиян и их запросы к социальной политике // Социс. 2006. № 12(272). С.15-21.

- Баринов Д.Н.* Социальные тревоги: понятие, природа, роль в жизни общества. М.: Изд-во «Алекс», 2010.
- ВЦИОМ: Около 70% россиян считают инфляцию высокой / ТАСС.11.02.2016 [Электронный ресурс] / URL: <https://news.mail.ru/economics/24807315/?frommail=1> (дата обращения: 12.02.2016).
- Воловикова М.И., Тихомирова С.В., Борисова А.М.* Психология и праздник. М.: ПЕР СЭ, 2003.
- Гордеев В.* Россияне стали больше бояться начала ядерной войны и голода / РБК. 29.01.2015 [Электронный ресурс] / URL: http://top.rbc.ru/society/29/01/2015/54c903649a794774d2637fd4#xtor=AL-%5Binternal_traffic%5D--%5Brss.rbc.ru%5D-%5Btop_stories_brief_news%5D (дата обращения: 30.01.2016).
- Добрынина Е.* У россиян замеры патриотизм / Российская газета. 26.11.2012 [Электронный ресурс] / URL: <http://www.rg.ru/2012/11/26/patriotizm-site.html> (дата обращения: 30.01.2016).
- Дробышева Т. В., Емельянова Т. П.* Коллективные чувства представителей разных групп общества в отношении значимых социальных явлений / Информационный гуманитарный портал «Знание. Понимание. Умение». 2015. № 4 (июль — август) [Электронный ресурс] / URL: http://zpu-journal.ru/e-zpu/2015/4/Drobysheva_Emelyanova_Collective-Feelings/ (дата обращения: 25.01.2016).
- Дюркгейм Э.* Социология. Её предмет, метод, предназначение / Пер. с фр., составление, послесловие и примечания А. Б. Гофмана. М.: Канон, 1995.
- Емельянова Т.П.* Социальное представление как инструмент коллективной памяти (на примере воспоминаний о Великой Отечественной войне) // Психологический журнал. 2002. Т.23. № 4. С.56-66.
- Емельянова Т.П.* Конструирование социальных представлений в условиях трансформации российского общества. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2006.

Емельянова Т.П. Социальные представления и символический коупинг в условиях культурной травмы // Макропсихология современного российского общества. М: Изд-во «Институт психологии РАН», 2009. С.85-136.

Емельянова Т.П., Дробышева Т.В. Конструирование социальных проблем в СМИ и в представлениях граждан (на примере бедности) // Психологические исследования. 2015. Т. . №39 [Электронный ресурс] / URL: <http://psystudy.ru/index.php/num/2015v8n39/1085-emelyanova39.html> (дата обращения: 25.01.2016).

Емельянова Т.П., Дробышева Т.В. Является ли бедность социальной проблемой для россиян: анализ материалов СМИ и результатов массовых опросов населения // Знание. Понимание. Умение. 2014. №2. С.51-60.

Емельянова Т.П., Кузнецова А.В. Образы политической власти в коллективной памяти о российской истории у представителей различных возрастных групп // Развитие психологии в системе комплексного человекознания. Часть 2. М.: Изд-во «Институт психологии РАН». 2012. С.356-358.

Емельянова Т.П., Мишарина А.В. Спектр представлений о победе в Великой Отечественной войне у четырех поколений россиян // Вопросы психологии. 2015. №2. С.108-119.

Журавлев А.Л., Емельянова Т.П. Психология больших социальных групп как коллективных субъектов // Психологический журнал. 2009. Т.30. №3. С.5-15.

Зборовский Г.Е. История социологии. М.: Гардарики, 2004.

Катастрофическое сознание в современном мире в конце XX века (по материалам международных исследований) / Под ред. В.Э. Шляпентоха, В.Н. Шубкина, В.А. Ядова. 2007 [Электронный ресурс] / URL: http://lib.uni-dubna.ru/search/files/soc_katastrof/~soc_katastrof.htm (дата обращения: 25.01.2016).

«Левада-Центр» выявил главные тревоги россиян [Электронный ресурс] / URL: <http://www.1sn.ru/147510.html> (дата обращения: 25.01.2016).

- Левин К. Разрешение социальных конфликтов. СПб.: Речь, 2000.
- Макропсихология современного российского общества. М.: Изд-во «Институт психологии РАН». 2009.
- Милькова А. Проблемы и тревоги россиян [Электронный ресурс] / URL: <http://obogatstve.ru/issledovaniya/278-problemy-i-trevogi-rossiyan> (дата обращения: 25.01.2016).
- Нестик Т.А. Социальная психология времени. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014.
- Опубликован Всемирный индекс счастья 2015 [Электронный ресурс] / URL: <http://jpsy.ru/public/47393.htm> (дата обращения: 05.02.2016).
- Психологические исследования проблем современного российского общества. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013.
- Психологические проблемы современного российского общества. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.
- Психология человека и общества: научно-практические исследования. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014.
- Россияне превратились в «экономических пессимистов» / Интерфакс. 05.02.2016 [Электронный ресурс] / URL: <https://news.mail.ru/society/24751362/> (дата обращения: 10.02.2016).
- Совладающее поведение: Современное состояние и перспективы. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2008.
- Сорокин П. Человек. Цивилизация. Общество. М.: Политиздат, 1992.
- Социальные проблемы: конструкционистское прочтение. Хрестоматия / Сост. И.Г. Ясавеев. Казань: Изд-во Казанск. ун-та, 2007.
- Страхи и тревоги россиян. СПб.: Изд-во РХГИ, 2004.
- Стресс, выгорание, совладание в современном контексте. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2011.
- Сьянова Е. Десятка из колоды Гитлера. М., 2011.
- Тард Г. Социальная логика. СПб.: Социально-психологический центр, 1996.

Шорохова Е.В. Теоретические проблемы исследования больших социальных групп / Социальная психология: Учебное пособие для вузов. М.: ПЕРСЭ, 2002. С.252-267.

Юревич А.В. Структурные элементы национального менталитета // Психологические исследования. 2013. Том 6. № 29 [Электронный ресурс] / URL: <http://psystudy.ru/index.php/num/2013v6n29/837-yurevich29.html> (дата обращения: 12.02.2016).

Юревич А.В., Журавлев А.Л. Макропсихологическое состояние современного российского общества // Экономическая наука современной России. 2012. №2. С. 137-140.

Wagner W. Social representations and beyond: Brute facts, symbolic coping and domesticated worlds // Culture and psychology. 1998. V.3(4). P.297-329.