

Изучение общественного настроения имеет свою историю в отечественной науке. Хотя с первых обращений к этой проблеме прошло не мало времени (Парыгин Б.Д.,ⁱ 1965, 1971), лишь не многие рассматривали ее сколько-нибудь детально. В общественном настроении Б.Д.Парыгин (1971ⁱⁱ) выделяет три функции в качестве основных:

1. Функция регулятора и тонизатора психической активности людей;
2. Функция установки восприятия любой информации.
3. Функция ценностной ориентации, или направленности внимания и деятельности.

Эти функции настроения носят общий ценностно-установочный характер; настроение выражает общее состояние, общее «самочувствие», общее отношение данного человека или данной общности ко всей окружающей действительности. Настроение отличается от других психических образований и компонентов (чувств, переживаний, установок) тем, что оно более интегральное образование. Б.Д.Парыгин подчеркивает, что социальное настроение по своей структуре исключительно сложно и многогранно.

По нашему мнению, в такой трактовке функции общественного настроения сливаются с функциями общественного сознания. Попытаемся изложить собственный взгляд на природу настроения.

Понятие настроения

Понятие «настроение» широко употребляется, причем в быденной речи чаще, чем в языке психологов. Очень часто и в разных контекстах мы встречаем выражения «душевный, внутренний настрой», «настроенность на дело, успех, на победу...». Трудно перечислить все определения, которые присоединяются к слову «настроение». Иногда его относят исключительно к быденному сознанию. Это неправомерно – достаточно вспомнить, что это понятие входит в тезаурус практически всех психологических словарей. В психиатрии этот термин употребляется чаще, чем в психологии.

Психика целостна, в ней есть звенья (структуры), реализующие целостность ее временной и функциональной организации. Личностные структуры и психические состояния относятся к психическим явлениям различного временного масштаба. Поэтому необходимо выделить звенья, которые их связывают, сохраняя целостность психики. Роль такого звена, реализующего постоянное влияние личности на психические состояния, выполняет настроение. *Настроение является относительно устойчивым компонентом психических состояний, основным звеном взаимосвязи структур личности с различными компонентами психических состояний –*

отдельными эмоциями и чувствами, переживаниями событий, происходящих в духовной, социальной и физической жизни личности, психическим и физическим тонусом индивида.

В настроении представлены особенности телесного, душевного и духовного бытия человека. Что касается душевного бытия, то в формировании настроений можно выделить три основных русла влияния, соответствующие трем сферам психики: эмоциональной, когнитивной и мотивационной. В терминах В.И.Слободчикова и Е.И.Исаева (1995ⁱⁱⁱ) – это три типа психических явлений, или три стороны душевной жизни человека. В настроении эмоциональная, чувственная основа преобладает, имеет определяющее значение, но не исчерпывает всей природы этого объемного психического явления.

Настроение теснейшим образом связано с тем, как складываются для личности жизненно важные отношения с окружающими, с ходом ее собственной деятельности. Существенным для настроения является не только сам по себе объективный ход событий, независимо от отношения к нему личности, но и то, как человек расценивает происходящее и относится к нему (Рубинштейн, 1989).

Настроение и настрой

В литературе можно встретить и объединение, и различение понятий «настроение» и «настрой». В обиходной лексике преобладает смешение этих слов. Например, «оптимистическое настроение» и «оптимистический настрой» воспринимаются как вполне равнозначные выражения.

Ю.Е.Сосновикова проводит разделение понятий «психологического настроя» и «психического состояния». Настрой – предрасположенность, готовность к определенному будущему, действию, восприятию. Настрой ближе к устойчивым чертам личности, ее направленности, деятельности, установке. Если настрой понимать как особенность личности, близкую направленности, то разные психические состояния могут выражать ее в большей или меньшей мере. Настрой может выступать: 1) как компонент в структуре личности; 2) как компонент состояния; 3) как особое психическое состояние в случае доминирования в нем данного настроя; 4) как длящийся процесс (Сосновикова, 1975^{iv}).

Б.Д.Парыгин (1971, б^v) предполагает, что человеку могут быть свойственны «беспредметные», «разлитые» психические состояния, не связанные с установкой человека, которая, по мнению автора, всегда предметна. В структуре психического настроя личности, настроения он предлагает выделять три слоя: ситуативный, актуальный и константный. Ситуативное настроение, связанное с конкретной ситуацией, более подвижно. Актуальный настрой связан со значимыми для человека переменами обстоятельств и является более длительным состоянием, чем ситуативное настроение. Константный настрой личности сохраняется

длительный период или всю жизнь. Отметим, что такая терминология не является общепринятой.

Индукцированное настроение

Каждый человек с большей или меньшей силой «излучает» свое настроение. По этому признаку люди могут значительно различаться. Встречается немало людей, обладающих природным даром «заражать» своими чувствами, настроением других людей. Индукцирование (заражение) может быть результатом специально организованного воздействия. Индукцированное настроение влияет на интерес к совершению различных видов деятельности. В одном эксперименте (Cunningham, 1988^{vi}) испытуемые, у которых было индукцировано приподнятое настроение, при опросе проявили повышенный интерес к социальной деятельности. У испытуемых с индукцированным пониженным настроением обнаружилось снижение интереса к деятельности и повышение интереса к уединенному размышлению, сну. Влияние такого наведенного настроения было сильнее при ожидании позитивного результата деятельности и при повышенной оценке собственной энергии.

Внушение и *индукцированные психозы* (психическая заразительность) могут являться механизмом изменения психических состояний и настроений в ряде видов социального взаимодействия. В частности, они могут объяснить различные явления возникновения психологической зависимости, например – укрепление сектантского влияния на личность. Внушение характеризуется большим разнообразием проявлений и последствий, чем гипноз. Гипнотическое состояние, формируемое другим лицом (гетерогипноз), не может сохраняться долго. В гипнотическом состоянии не перестают действовать моральные запреты, принятые личностью. Внушение (суггестия) и введение в гипнотическое состояние связаны, но имеют значительные различия.

Индукцированные, наведенные переживания оказывают массивное воздействие на психику. У человека могут подавляться критическое восприятие, разрушаться табу, смещаться ценностные ориентации, меняться убеждения. Такие психозы известны человечеству давно. Индуктор – человек, вызывающий психическую эпидемию, – обладает повышенной способностью к внушению, убеждению. Эта способность чаще является врожденной особенностью и не связана с уровнем культуры индивида, его душевным развитием и здоровьем. Замечено, что не имеет решающего значения содержание «заразной» идеи, ее ложность или истинность, ничтожность или величие. Передаваться может навязчивое движение (икота, гримаса...), верование (в ведьм и демонов, в сглаз...), эмоциональная реакция (страх заразиться СПИДом, отравиться плохой водой, попасть «под астральный удар»...).

Общественное сознание и общественное настроение

Общественное сознание - совокупность представлений о явлениях, событиях, фактах общественной жизни: деятельности общественных и государственных институтов, различных групп и организаций, движений, отдельных личностей.

Общественное сознание не представляет конгломерата индивидуальных сознаний, хотя именно в них оно и имеет свою реальную основу и источник. Вбирая в себя содержание индивидуальных сознаний, общественное сознание отнюдь не является простым их итогом. Общественное сознание отражает наиболее общее, основное, решающее, что содержится во множестве индивидуальных сознаний (Чагин, 1982^{vii}).

«Сознание индивида невозможно без связи, взаимодействия с общественным сознанием. Это происходит с помощью средств, выработанных обществом. Материализуясь в языке, объективируясь в книгах и других предметах и явлениях культуры и находя выражение в разнообразных средствах и формах общения, представления и идеи индивида становятся достоянием общественного сознания. И наоборот, результаты общественного сознания становятся идейным богатством индивида» (Чагин, 1982, с. 43^{viii}).

Общественное сознание, как и индивидуальное, не является бесстрастным, «зеркальным» отражением происходящего в обществе. Оно так или иначе направляется потребностями общества, интересами, предпочтениями, ожиданиями. На любое значимое событие формируется определенная оценка, которая фиксируется в общественном мнении. Общественное мнение по общественно значимой проблеме может быть целостным или фрагментарным, глубоким (компетентным) или поверхностным, сочетающим истинное, ложное, заблуждения.

К общественному настроению такие характеристики неприменимы. Общественное настроение может быть в той или иной мере благоприятным или неблагоприятным. В каком плане можно рассматривать благоприятность общественного настроения? Благоприятность для функционирования общественных институтов, развития общества, усиления его сплоченности, увеличения такого влияния на институты государства, которое способствует их полноценному функционированию и дальнейшему развитию. Кроме того, повышенное общественное настроение создает основу для гармонизации индивидуального настроения, повышения психологической устойчивости личности, укрепления веры в завтрашний день.

Общественное настроение – преобладающие в обществе чувства по отношению к общественно значимым явлениям, а также преобладающие у членов общества (наиболее распространенные) психические состояния.

Составляющие общественного настроения

В общественном настроении следует различать три составляющие: чувственную (чувственный тон), активационную и ресурсную.

Чувственный тон общественного настроения – это спектр преобладающих в обществе чувств: позитивных (удовлетворение, радость, уверенность, интерес, бодрость, спокойствие...) и негативных. К негативным относятся две группы чувств: чувства бессилия (растерянность, страх, тревога, напряжение, усталость) и чувства подавленности (тоска, печаль, грусть, уныние, разочарование, скука, досада, отчаяние) (Куликов, 1997, 2004^{ix}). Чувства существуют не изолировано друг от друга, они сливаются в чувственный тон. Заметим, что позитивные и негативные чувства могут одновременно наполнять общественное (в актуальный момент, в настоящее время). Кроме того, Отношения к разным социальным явлениям, объектам, сторонам жизни общества могут быть наполнены у многих членов общества одними и теми же или сходными чувствами.

Благоприятный чувственный тон общественного настроения в значительной мере зависит от знака общественного мнения – позитивной или негативной оценки объекта отношения.

Чувственное наполнение общественного настроения зависит от того, каковы доминанты общественного сознания, что именно имеет первостепенную значимость для большей части общества, что наиболее волнует, интересует.

Следующая составляющая – активационная, это активность, характерная для большинства членов общества, уровень оптимизма, воодушевления. Другими словами, наличие стремления действовать активно во всех сферах жизни, имеющих социальные измерения. То есть, под активационной составляющей не имеется ввиду лишь общественная активность. Уклад общественной жизни, ее насыщенность не определяется многими факторами – социальными отношениями, культурным багажом, духовностью, национальными традициями, нормами. Но нет оснований забывать о трудовой активности общества. От нее зависит многое в общественном бытии, сознании и настроении.

Ресурсная составляющая – осознание ресурсов, потенциалов общества, его силы, возможностей для активного действия, изменения ситуации, жизни в целом в желаемом направлении.

Чем выше активность, чем позитивнее восприятие и осознание ресурсов, тем более благоприятен чувственный тон общественного настроения. Обратное влияние также существует, чем благоприятнее чувственный тон, тем, в большинстве случаев, выше активность и полнее осознание ресурсов общества. Для практических мероприятий, ставящих целью гармонизацию общественного настроения, следует учитывать, что чувственный тон напрямую трудно поддается коррекции. Часто он следует в благоприятном направлении вслед за позитивными изменениями активационной и ресурсной составляющей.

Общественное настроение не является некоторым арифметическим средним настроений членов общества. Оно может быть лишь условно охарактеризовано как некая целостность. В обществе есть разные группы,

общности, когорты: социальные, возрастные, региональные, национальные, профессиональные, производственные (отраслевые). Настроения в этих группах имеют как общность, так и специфичность. Это вряд ли следует как-либо обосновывать, поскольку в разных группах существует разное отношение к одним и тем же социальным явлениям. Интересы групп в отношении одних сторон жизни совпадают, в отношении других – разнятся. Каковы будут общие черты общественного настроения при изменении социальной ситуации зависит и от количества людей, относящихся к той или иной группе, и от силы влияния данной группы на мнение других групп, от ее активности, доступности для нее каналов масс-медиа. Общественное мнение по какой-либо проблеме социальной действительности зависит не только от опыта, норм, субкультуры этой группы. Оно зависит и от других факторов, источников влияния, например, направленного информационного воздействия как со стороны активно действующих организаций и институтов общества, так и со стороны внешних сил, зарубежных источников влияния^х.

Эти факторы и определяют консонанс или диссонанс общественного настроения, схожесть или несхожесть в чувственном тоне настроения разных групп общества.

Для уровня общественного настроения особенно большая роль принадлежит переживаниям членами общества благополучия или неблагополучия, степень удовлетворенности жизнью.

Благополучие личности складывается из ряда составляющих: социального, духовного, физического (телесного), материального, психологического (душевного комфорта). На переживание благополучия (или неблагополучия) влияют различные стороны бытия человека, в нем слиты многие особенности отношения человека к себе и окружающему миру. Благополучие личности складывается из ряда составляющих. *Социальное благополучие* — это удовлетворенность личности своим социальным статусом и актуальным состоянием общества, к которому она принадлежит. Это также удовлетворенность межличностными связями и статусом в микросоциальном окружении, чувство общности (в понимании А.Адлера) и т.п.

Духовное благополучие — ощущение причастности к духовной культуре общества, осознание возможности приобщаться к богатствам духовной культуры (утолять духовный голод); осознание и переживание смысла своей жизни; наличие веры — в Бога или в себя, в судьбу (предопределенность) или счастливую удачу на своем жизненном пути, в успех собственного дела или дела партии, к которой принадлежит субъект; возможность свободно проявлять приверженность к своей вере и т. д.

Общественное настроение — социальный феномен, но, как и другие социальные феномены, он не изолирован от влияния иных сторон бытия людей, составляющих данное общество. Например, если большая часть членов общества проживает в неблагоприятных условиях, лишена необходимой медицинской и психологической помощи или ведет

нездоровый образ жизни, то ослабленное физическое состояние таких членов общества негативно проявится в чувственном тоне общественного настроения.

Чувственную основу настроения образуют, согласно С.Л.Рубинштейну, органическое самочувствие, тонус жизнедеятельности организма и те разлитые, слабо локализованные органические ощущения (интероцептивной чувствительности), которые исходят от внутренних органов. «Однако это лишь чувственный фон, который у человека редко имеет самодовлеющее значение. Скорее даже и само органическое, физическое самочувствие человека зависит, за исключением резко выраженных патологических случаев, в значительной мере от того, как складываются взаимоотношения человека с окружающим, как он осознает и расценивает происходящее в его личной и общественной жизни» (Рубинштейну, 1989, с.177^{xi}).

Физическое здоровье и настроение взаимосвязаны и обуславливают друг друга. Повышенное, бодрое, жизнерадостное настроение приводит к повышению жизненного тонуса и психологической устойчивости, защищает от болезней и создает базис для выздоровления у больных. С другой стороны, переживания своего здоровья, своих душевных и физических сил, телесного благополучия являются очень важным фактором, predisposing к устойчивому, радостному, работоспособному настроению.

Настроение, безусловно, зависит от тех процессов, которые протекают в организме человека, от его телесного существования. С другой стороны, оно определяется тем, какова духовная жизнь человека, чем наполнена его душа. У человека есть сознание и самосознание, в нем не прерывается самоощущение, самопознание. Личность осознает свои отношения с миром живой и неживой природы, с миром людей – с обществом в целом, с его отдельными группами, со значимыми другими людьми. Все это богатство разноплановых явлений существует в душе не само по себе, оно сплавлено в настроении.

Фактор лидерства в общественном настроении

Значительная роль в формировании общественного настроения принадлежит лидерам общества и лидерам групп. В концепции эмоционального лидерства центральным является утверждение, что лидерство всегда имеет эмоциональную первооснову. Лидер должен направлять коллективные эмоции в нужное русло, создавать атмосферу дружелюбия и умело бороться с негативными настроениями. Эта задача одинаково важна для лидера любого уровня. Люди тянутся к лидеру, ждут от него эмоциональной поддержки, ищут у него сочувствия. Когда лидеры пробуждают в людях позитивные эмоции, они раскрывают в них лучшие стороны. Это предложено называть эффектом «резонанса». Для того, чтобы инициировать этот эффект лидер должен обладать «эмоциональным интеллектом» - умениями управлять собой и отношениями с другими

людьми. Управление эмоциями осуществляется благодаря тому, что лидеры, как правило, говорят больше других сотрудников и, обычно, первыми высказываются по проблеме. Этим они направляют осмысление, интерпретацию ситуации и выбор способа эмоционального реагирования на нее. Чем лучше лидер владеет искусством выражения своих эмоций, тем с большей силой они будут распространяться. Людей притягивает оптимизм, позитивный настрой, энергетика, воодушевление лидера. Средство, которое сплачивает людей и рождает их преданность, - это эмоции, которые они испытывают, эмоциональный резонанс.

Выделяют следующие составляющие компетентности у лидеров: знание себя, самоконтроль, социальная чуткость (эмпатия – умение прислушиваться к настроению других людей, учитывать их состояние и мнение при принятии решений; принимает в расчет чувства работников), социальные навыки (дружелюбие, способность находить общий язык и устанавливать взаимопонимание, умение слушать и доносить ясную, убедительную и адаптированную к определенному слушателю информацию). Обладающие этим качеством умеют убеждать, склонять к сотрудничеству и работать в коллективе, умеют урегулировать конфликты, снизить разногласия (Гоулман, Бояцис, Макки, 2005^{xii}). Эмоционально компетентные лидеры умеют наладить групповую работу, сотрудничество, продуктивное взаимодействие членов команды. Они оказывают помощь в самосовершенствовании, поощряют развитие способностей других людей, корректно дают обратную связь, делают наставления.

У разных людей различны источники воодушевления. Если эти источники внешние, то чем больше их роль, тем сильнее они обуславливают не только накал воодушевления, но и ее направленность, вплоть до полного контроля над содержательной стороной активности. Многие исследователи эмоционального лидерства подчеркивают значения заражения чувствами, состоянием, настроением последователей, ведомых.

Из сказанного следует, что позитивный настрой в группе, в определенной степени и в обществе в целом, воодушевление, уверенность в результате, успехе эмоциональный лидер не может требовать или логически обосновывать. Он сам и его настроение выступают главными рычагами формирования эмоциональной атмосферы, стимулирующей движение команды к целям. Гармония его сферы чувств и эмоций невозможна, если нет базиса психологической устойчивости личности лидера. По нашим эмпирическим данным, устойчиво повышенный уровень настроения непременно предполагает психологическую устойчивость личности. Без нее можно наблюдать периодические подъемы настроения, за которыми неизбежно следуют спады. Например, о руководителях с неровным настроением сотрудники не без оснований говорят: «человек настроения». Необходимость быть постоянно внимательным к состоянию шефа поддерживает излишнюю настороженность, повышенную тревогу, опаску, ненужную осторожность в действиях.

Выводы

1. Общественное настроение – преобладающие в обществе чувства по отношению к общественно значимым явлениям, а также преобладающие у членов общества (наиболее распространенные) психические состояния.

2. В общественном настроении следует различать три составляющие: чувственную (чувственный тон), активационную и ресурсную. Чувственный тон общественного настроения – это спектр преобладающих в обществе чувств: позитивных и негативных. Активационная, это активность, характерная для большинства членов общества, уровень оптимизма, воодушевления. Ресурсная составляющая – осознание ресурсов, потенциалов общества, его силы, возможностей для активного действия, изменения ситуации, жизни в целом в желаемом направлении.

3. Чем выше активность, чем позитивнее восприятие и осознание ресурсов, тем более благоприятен чувственный тон общественного настроения. Обратное влияние также существует, чем благоприятнее чувственный тон, тем, в большинстве случаев, выше активность и полнее осознание ресурсов общества.

4. Значительная роль в формировании общественного настроения принадлежит лидерам общества и лидерам групп. Людей притягивает оптимизм, позитивный настрой, энергетика, воодушевление лидера. Средство, которое сплачивает людей и рождает их преданность, - это эмоции, которые они испытывают, эмоциональный резонанс.

Public consciousness and public mood
L.V.Kulikov, St.-Petersburg State University

In public mood it is necessary to distinguish three components: sensual (sensual tone), active and resource. Sensual tone of public mood is a spectrum of feelings prevailing in a society: positive and negative. Active component, it is activity, characteristic for the majority of members of a society, a level of optimism, enthusiasm. Resource making - comprehension of resources, potentials of a society, its force, opportunities for active action, change of a situation, a life as a whole in a desirable direction. Than above activity, than is more positive perception and comprehension of resources, sensual tone of public mood is especially favorable. Return influence also exists, the more favorably sensual tone,

the, in most cases, above activity and is fuller comprehension of resources of a society.

ⁱ Парыгин Б.Д. Общественное настроение, его природа и динамика //Проблемы общественной психологии. М. 1965.

Парыгин Б.Д. Социальное настроение как объект исторической науки //История и психология /Ред. Б.Ф.Поршнев, Л.И.Анцыферова. - М.: Наука, 1971 (а). С. 90-105

ⁱⁱ Парыгин Б.Д. Социальное настроение как объект исторической науки //История и психология /Ред. Б.Ф.Поршнев, Л.И.Анцыферова. - М.: Наука, 1971 (а). С. 90-105

ⁱⁱⁱ Слободчиков В.И., Исаев Е.И. Психология человека. М., 1995.

^{iv} Сосновикова Ю.Е. Психические состояния человека, их классификация и диагностика. Горький, 1975.

^v Парыгин Б.Д. Структура личности //Социальная психология и философия /Под ред. Б.Д.Парыгина. Л., 1971 (б).

^{vi} Cunningham M.R. What do you do when you are happy or blue? Mood, expectancies and behavioral interest //Motivation and Emotion. 1988. Vol. 12, № 4.

^{vii} Чагин Б. А. Структура и закономерности общественного сознания». - Л., Наука», 1982.

^{viii} Чагин Б. А. Структура и закономерности общественного сознания». - Л., Наука», 1982.

^{ix} Куликов Л.В. Психология настроения. СПб.: Изд-во С.-Петербургского ун-та, 1997.

Куликов Л.В. Психогигиена личности: Вопросы психологической устойчивости и психопрофилактики: Учебное пособие. СПб.: - Питер, 2004.

^x Семенов В.Е. Духовно-нравственные ценности - главный фактор возрождения России //Россия сегодня: новые горизонты сознания /Отв. ред. В.Н.Келасьев. СПб., 1994. С. 28-41.

Семенов В.Е. Современные российские СМИ как негативный фактор социализации молодежи //Экстремизм и средства массовой информации: материалы Всероссийской научно-практической конференции /Под ред. В.Е.Семенова. — СПб.: Астерион, 2006. С. 83-86.

^{xi} Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии. В 2 т. Т. 2. М., 1989.

^{xii} Гоулман Д., Бояцис Р., Макки Э. Эмоциональное лидерство: Искусство управления людьми на основе эмоционального интеллекта. М.: Альпина Бизнес. 2005.