

И.М. Дзялошинский

**ОБЩЕСТВЕННАЯ ПСИХИКА
И СОЦИАЛЬНЫЙ ПОРЯДОК**

**ТОМ 2. ОБЩЕСТВЕННОЕ ПОДСОЗНАНИЕ,
ОБЩЕСТВЕННОЕ ВООБРАЖЕНИЕ,
ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ КАК ФАКТОРЫ
СОЦИАЛЬНОГО ПОРЯДКА**

**Москва
Ай Пи Ар Медиа
2024**

УДК 316.6
ББК 60.5
Д43

Автор:

Дзялошинский И.М. — д-р филол. наук,
член Правления Национальной ассоциации исследователей массмедиа,
действительный член Евразийской академии телевидения и радио,
член редакционного совета Российской коммуникативной ассоциации

Рецензенты:

Ситников А.П. — д-р психол. наук, д-р эконом. наук, д-р филос. наук,
президент ООО «Трайэнгл Консалтинг Групп»;
Шевченко А.В. — д-р полит. наук, проф.,
проф. кафедры государственного управления и национальной безопасности
Института права и национальной безопасности РАНХиГС,
Заслуженный работник высшей школы РФ

Дзялошинский, Иосиф Михайлович.

Д43 Общественная психика и социальный порядок. Т. 2. Общественное подсознание, общественное воображение, общественное мнение как факторы социального порядка / И.М. Дзялошинский. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 491 с. — Текст : электронный.

ISBN 978-5-4497-3196-8 (т. 2)

ISBN 978-5-4497-3032-9

Вторая книга из серии «Общественная психика и социальный порядок» посвящена анализу проблем, связанных с влиянием на социальный порядок таких факторов, как общественное подсознание, общественное воображение и общественное мнение. Показано, что общественная психика включает в свой состав скрытую, точнее сказать, неявную для каждого отдельного человека, а следовательно, и с трудом поддающуюся вербальной артикуляции форму социально значимых переживаний людей, относительно совпадающих эмоционально-чувственных реакций в сходных для них, повседневно повторяющихся ситуациях их совместной жизнедеятельности.

Издание представляет интерес для специалистов в области социологии, экономики, психологии и в целом для широкого круга исследователей гуманитарных отраслей знания, в частности философов, культурологов, политологов. Будет полезно для студентов гуманитарных направлений старших курсов высших учебных заведений.

ISBN 978-5-4497-3196-8 (т. 2)

ISBN 978-5-4497-3032-9

© Дзялошинский И.М., 2024

© ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа», 2024

Научное издание

Дзялошинский Иосиф Михайлович

Редактор *Е.В. Савенкова*

Технический редактор, компьютерная верстка *Е.В. Савенкова*

Корректор *Е.П. Филатова*

Обложка *Я.А. Кирсанов, С.С. Сизиумова*

На обложке использован рисунок *М. Садомской*

Подписано к использованию 28.06.2024. Объем данных 9 Мб

ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа»

8 800 555 22 35 (бесплатный звонок по России)

E-mail: sales@iprmedia.ru

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	6
РАЗДЕЛ 1. ОБЩЕСТВЕННОЕ ПОДСОЗНАНИЕ:	
ОСНОВНЫЕ МОДЕЛИ	9
ГЛАВА 1.1. Теория коллективного бессознательного	9
ГЛАВА 1.2. Парадигмальный подход к общественному подсознанию	19
ГЛАВА 1.3. Парадигмальный подход в сфере культуры и истории	47
РАЗДЕЛ 2. МЕНТАЛИТЕТ В СИСТЕМЕ	
ОБЩЕСТВЕННОГО ПОДСОЗНАНИЯ	68
ГЛАВА 2.1. Становление категории «менталитет»	68
ГЛАВА 2.2. Теоретические модели менталитета	83
ГЛАВА 2.3. Типологические модели менталитета	101
РАЗДЕЛ 3. АРХЕТИПЫ	
КОЛЛЕКТИВНОГО БЕССОЗНАТЕЛЬНОГО	133
ГЛАВА 3.1. Становление и развитие теории архетипов	133
ГЛАВА 3.2. Архетип как модель жизни	146
ГЛАВА 3.3. Миф как текстуальная оболочка архетипа	164
ГЛАВА 3.4. Мифологемы как голограммы мифов	187
ГЛАВА 3.5. Концепт, конструкт, метапрограмма как образы архетипической модели жизни	195
РАЗДЕЛ 4. ОБЩЕСТВЕННОЕ ВООБРАЖЕНИЕ В СИСТЕМЕ	
ОБЩЕСТВЕННОЙ ПСИХИКИ	221
ГЛАВА 4.1. Философские основания теории воображения	221
ГЛАВА 4.2. Индивидуалистское и социальное понимание воображения	246
ГЛАВА 4.3. Общественное воображение как процесс	262
ГЛАВА 4.4. Воображаемые образы в системе общественной психики	280
РАЗДЕЛ 5. ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ В СИСТЕМЕ	
ОБЩЕСТВЕННОЙ ПСИХИКИ	302
ГЛАВА 5.1. Общественное мнение в системе научных категорий	302
ГЛАВА 5.2. Современные концепции общественного мнения	330
ГЛАВА 5.3. Основные характеристики общественного мнения	353
ГЛАВА 5.4. Субъекты и объекты общественного мнения	370

РАЗДЕЛ 6. МАССМЕДИА И ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ	386
ГЛАВА 6.1. Теоретические модели взаимодействия массмедиа и общественного мнения	386
ГЛАВА 6.2. Общественное мнение в эпоху постправды.....	407
ГЛАВА 6.3. Общественное мнение в ситуации тотальной дезинформации (проблема «фейк-ньюс»).....	422
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	447
ПРИМЕЧАНИЯ	453

ВВЕДЕНИЕ

Общественное сознание, понимаемое как совокупность идей, концепций, доктрин, теорий, т.е. знаний, влияющих на поведение и деятельность людей, представляет собой лишь видимую часть «айсберга». Есть еще другая часть образа мира, заданная языком, традицией, воспитанием, суевериями, предрассудками, та часть, которая не осознается индивидом, но властно определяет (в частности, как раз благодаря неосознанности) поступки индивида, все его поведение.

Поэтому анализ проблем, связанных с формированием, функционированием и трансформацией социального порядка, будет неполным без исследования влияния на социальный порядок таких факторов, как характеристики общественного подсознания и специфика эмоциональной сферы общества. Являясь особым состоянием жизни людей всякого общества, любой социальной группы, общественная психика включает в свой состав скрытую, точнее сказать, неявную для каждого отдельного человека, а следовательно, и с трудом поддающуюся вербальной артикуляции форму социально значимых переживаний людей, относительно совпадающих эмоционально-чувственных реакций в сходных для них, повседневно повторяющихся ситуациях их совместной жизнедеятельности.

Стоит напомнить, что одним из первых эту проблему обозначил К. Ясперс. Анализируя изменения психического состояния населения Германии после ее поражения в Первой мировой войне и сопоставляя их с психическими явлениями в беспокойные времена после эпидемии чумы в XIV в., во время Великой французской революции, а также после революции 1917 г. в России, К. Ясперс пришел к выводу, что наблюдаемые во все эти периоды глубокие эмоциональные потрясения затрагивают популяцию в целом. Они «воздействуют на людей совершенно иначе, чем потрясения сугубо личного свойства»¹. В первую очередь происходит девальвация ценности человеческой жизни. Возникают равнодушие к смерти, снижение чувства опасности в угрожающих ситуациях, готовность жертвовать жизнью «без всяких идеалов». Наряду с этим отмечается неумная жажда наслаждений и моральная неразборчивость.

Изменение политического и социально-экономического устройства значительной части мира, кризисные процессы в экономике, глобализационные и антиглобализационные тенденции, а также сопровождающие их процессы взаимопроникновения и столкновения культур и другие общественные процессы обуславливают высокую социальную релевантность изучения таких подси-

стем общественной психики, как менталитет, общественное воображение и общественное мнение.

Известно, что термин «менталитет» воспринят российскими социально-гуманитарными науками из европейского научного лексикона. Не имея собственных корней в русском языке, он получил новое, отличное от первоначального содержание. В предлагаемой книге предпринята попытка дать многосторонний анализ этого понятия.

Открытие К. Юнгом архетипов человеческого сознания, или «коллективного бессознательного» предложило науке новые горизонты в изучении культуры исторических общностей, привнесло новые подходы в толковании ментальных феноменов. Коллективное бессознательное дало определенное научное обоснование известной исторической устойчивости и повторяемости мировоззренческих и поведенческих стереотипов различных народов, что отмечалось многими учеными еще задолго до К. Юнга. Именно поэтому в настоящее время необходимо как обобщение накопленных на Западе еще с прошлого века знаний по этой проблеме, так и подробный анализ современных работ.

Среди механизмов коллективного бессознательного, издавна интересующих не только исследователей, но и бесчисленное множество всевозможных шарлатанов, есть и такой социальный инструмент, как воображение. Поскольку история общества представляет собой процесс непрерывного социального творчества, вопрос о той способности, благодаря которой мы способны воображать, а затем и создавать нечто новое, никогда не был чисто академическим вопросом. Не просто ради определения понятий противопоставляется продуктивное воображение репродуктивному, выдумка — воображению, а изобретение — подражанию, но ради понимания того, можно ли сделать этот процесс более управляемым, а его результаты более полезными для людей.

Общественное мнение рассматривается в огромном количестве работ, и по поводу этого феномена есть множество концепций, о некоторых из них пойдет речь ниже. Однако с самого начала надо заявить о том, что общественное мнение — это прежде всего отношение социальных общностей к фактам, явлениям, проблемам общественной жизни, отношение, которое проявляется сначала в эмоциях и чувствах, а уж затем — и иногда — в действиях. К объекту мнения индивид испытывает эмоционально-чувственное отношение. Например, новые правила русского языка, принятие нового закона, изменения в экономике страны, в экологической обстановке и т.д. пробуждают эмоционально-чувственную реакцию в обществе, и наоборот, неизменные законы природы, физические, математические константы не вызывают подобных реакций.

Связь рациональных оценок с испытываемыми чувствами отмечается и в юридической науке. Так, Л.И. Петражицкий писал: «Эмоциональный элемент некоторых нормативных переживаний состоит в таких специфических притягательных или отталкивающих импульсиях... которые переживаются нами часто не только по адресу разных человеческих поступков, но и по адресу разных иных явлений и предметов, называемых в таких случаях красивыми, прекрасными (при наличии притягательной эстетической эмоции) или некрасивыми, безобразными, гадкими (при наличии отталкивающей эстетической эмоции)»².

При таком подходе общественное мнение может быть представлено как трехуровневая система:

1) в сердцевине этой системы размещаются эмоции и чувства, возникающие в качестве реакции на определенные события;

2) на среднем уровне эти эмоции и чувства «обволакиваются» специальными средствами коммуникации, отражающими (и формирующими) то, что потом будет названо общественным мнением;

3) на внешнем уровне этой системы располагаются специфические формы деятельностного проявления общественного мнения.

Важной особенностью представленной работы является ее междисциплинарный характер. В ней объединены и интегрированы (так как во многом перекликаются и дополняют друг друга) сведения об общественной психике, теоретические и эмпирические данные, накопленные в области политологии, социологии, экономики, философии, культурологии, социальной и экономической психологии, психологии труда и инженерной психологии.