

Емельянова Т.П.,
Дробышева Т.В.

ОСОБЕННОСТИ ПРОЯВЛЕНИЯ КОЛЛЕКТИВНЫХ ЧУВСТВ К ЗНАЧИМЫМ СОЦИАЛЬНЫМ ЯВЛЕНИЯМ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ГРУПП С РАЗНОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ОРИЕНТАЦИЕЙ

PECULIARITIES OF THE COLLECTIVE FEELINGS TO THE SIGNIFICANT
SOCIAL PHENOMENA: A COMPARATIVE ANALYSIS OF GROUPS
WITH DIFFERENT POLITICAL ORIENTATION

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

Дробышева Татьяна Валерьевна, кандидат психологических наук, старший
научный сотрудник лаборатории социальной и экономической психологии
ИП РАН, tdrobysheva@mail.ru

Аннотация: В статье представлены результаты социально-психологического исследования коллективных чувств в отношении значимых социальных явлений. Анализ результатов показал, что коллективные чувства различаются в двух группах респондентов: ориентированных на крупнейшие политические партии и позиционирующих себя «вне политики». Социально-психологические и социально-демографические характеристики представителей двух изучавшихся групп также значимо различаются.

Abstract: The article presents the results of socio-psychological research of collective feelings about important social phenomena. Analysis of the results showed that the collective sentiments are different in the two groups of respondents: positioning itself “apolitical” and focused on the major political parties. Socio-psychological and socio-demographic characteristics of the studied representatives of the two groups also differ significantly.

Ключевые слова: коллективные чувства, политические ориентации, идентичность, ценностные ориентации, значимые социальные явления

Key words: collective feelings, political orientation, identity, values, significant social phenomem

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФНФ, грант № 15-06-10394

Постановка проблемы

Сфера *коллективных чувств* и эмоций является важной составной частью психологии больших социальных групп, тесно связанной с ценностями, идеалами, групповыми потребностями, социальными представлениями, менталитетом в целом [4; 20; 25]. Истоки исследования коллективных чувств обнаруживаются в классических работах 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 свободной от анонии общественной жизни коллективные эмоциональные состояния, по Дюркгейму, выполняют функцию «социального клея», который обеспечивает общественную солидарность [5]. Коллективные чувства, в отличие от коллективных эмоций, связаны с относительно стабильными экономическими, политическими, региональными условиями жизни людей. Социальные явления, ставшие предметом дискурса в СМИ, переживаются группами общества, наделяются значимостью и приобретают аффективную составляющую [2; 15; 18]. Предполагается, что социальные группы, которые характеризуются разделяемыми их представителями ценностями, политическими ориентациями, социальной идентичностью и другими социальными и социально-психологическими особенностями, формируют в отношении таких явлений коллективные чувства, типичные для каждой из этих групп [6; 19].

Картина коллективных чувств россиян, как показывают массовые опросы, постоянно меняется. На первые места в рейтингах тревог и страхов выходили в последние годы преступность, коррупция, проблема мигрантов, здоровье, потеря работы, международная обстановка и др. [6]. Опросы начала 2016 года показывают, что страхи, связанные с международной напряженностью, снижаются. При этом растет тревога по поводу социально-экономических проблем и преступности. Об этом говорят данные мониторинга Ipsos Comcon за март 2016 г. [22]. 66% участников этого исследования назвали *экономический кризис* самым существенным для России событием.

Модальность коллективных чувств по выборке в целом представлена в нашей недавней статье [3], где была зафиксирована общая тенденция к переживанию чувств беспокойства, разочарования и несправедливости. Характеризуя актуальное состояние

массового сознания населения, отмечалось, что чувство страха в меньшей степени характеризует коллективные переживания респондентов в период проведения исследования. В наших исследованиях также было выявлено, что макроэкономические явления как источники тревоги связаны с эмоциональными и когнитивными компонентами образа будущего [7].

Исходя из данных массовых исследований тревог населения, его страхов, надежд и других коллективных чувств, можно утверждать [12], что *основными факторами* их возникновения являются, в частности: динамичный внутри- и внешнеполитический контекст, идеологические представления, доверие к различным СМИ, отношение к политико-идеологическим ценностям, уровень доверия к действующим институтам власти. По данным М.М. Назарова и Е.А. Кублицкой лидируют по уровню доверия населения Президент РФ, РАН, РПЦ, ФСБ. Наименьший уровень доверия заслуживают полиция, банковские и предпринимательские структуры, телевидение, радио, газеты. Минимальный уровень доверия получили политические партии и движения [12, с. 181]. Помимо низкого доверия к партиям и политическим движениям у россиян в целом обнаруживается и низкий интерес к политике и политическим событиям, а кроме того наблюдается и слабое желание улучшить свою информированность в этой сфере. Тенденция к снижению интереса к политике [1] наглядно проявляется в сравнении данных 1987 и 2013 гг. «Если в 1987 г. о своем активном интересе к политическим событиям заявляло 54,4% россиян, то в 2013 г. их доля сократилась в половину и составила 27,1%. Одновременно с этим произошло и увеличение числа людей, которые не следят за политическими событиями: таковых в 2013 г. было 12,9%, а в 1987 г. — чуть более 1%» [1, с. 18]. Приведенные данные, по утверждению И.В. Воробьевой, свидетельствуют о том, что подавляющая часть российского общества аполитична, склонна поддерживать сильную власть, и мало интересуется политической и социальной жизнью. Между тем, политические ориентации играют важную роль в политическом сознании людей, так как являются предпосылкой участия в политической жизни [1, с. 17].

В исследовании, проведенном авторами статьи в 2015 г. в Москве, ставились задачи проследить то, как коллективные чувства в отношении значимых социальных событий и явлений проявляются у представителей двух групп россиян с разной степенью выраженности интереса к политике. Предполагалось также дополнить социально-демографические портреты этих групп социально-

психологическими характеристиками, прежде всего ценностными ориентациями, типичными для представителей каждой из изучавшихся групп.

Программа исследования

На *поисковом этапе* исследования было проведено полуструктурированное интервью, включающее перечень вопросов, связанных с тем, какие именно явления респонденты считают социально значимыми и какие чувства они переживают относительно данных явлений. На этом этапе принимали участие 25 человек в возрасте от 19 до 60 лет, с разным социальным и образовательным статусом. Такая разнородная группа была сформирована в связи с поставленной в работе задачей выявления спектра переживаемых чувств, разделяемых респондентами не зависимо от их социально-демографических характеристик. В итоге с помощью *контент-анализа* [подробнее см.: 13; 17; 20] был получен перечень разнообразных по модальности переживаний, связанных с названными респондентами общественными событиями и явлениями.

На следующем этапе исследования принимали участие 94 человека в возрасте от 21 до 75 лет. Распределение выборки по возрастным группам: до 30 лет — 20%, от 31 до 40 лет — 22%, от 41 до 50 лет — 18%, от 51 до 60 лет — 11%, от 60 до 70 лет — 12%, остальные — свыше 70 лет. Все — жители Москвы. Из них: 60% — женщины, 40% — мужчины. 80% выборки — работающие, остальные — неработающие пенсионеры или студенты. Большинство состоит в официальном или гражданском браке (57,2%). По уровню ежемесячного дохода на каждого члена семьи респонденты распределились следующим образом: от 10 до 20 тыс. руб. — 19,8% выборки; от 20 до 30 тыс. руб. — 21%; от 30 до 40 тыс. руб. — 22%; свыше 40 тыс. руб. — 35,2%; 2% респондентов отказались отвечать на вопрос о доходе. По выраженности интереса к политике респонденты были сгруппированы следующим образом: первая группа (проявляющие интерес к политике) — 44,6%, из них 17,6% респондентов — приверженцы «Единой России»; 12,1% поддерживают КПРФ; 6,6% — сторонники ЛДПР; 3,3% — последователи партии «Яблоко»; 5% поддерживают другие политические партии и движения. 54,6% выборки не разделяют политических взглядов какой-либо партии.

Респондентам был предложен опросник, содержащий перечень событий и явлений социальной жизни российского общества, которые с наибольшей частотой упоминались на поисковом

этапе исследования. Респондентов просили поставить им в соответствие те чувства, которые они переживают по поводу названных событий и явлений: страх, беспокойство, унижение, разочарование, сожаление, чувство несправедливости, радость, надежда (наиболее часто упоминаемые на предыдущем этапе). Кроме того, была использована методика «Ценностные ориентации» Е.Б. Фанталовой и тест «Социальная идентичность» Н.И. Даудрих.

В соответствии с предпринятым группированием выборки, одни участники не зависимо от их приверженности конкретной политической партии, движению и т. п. рассматривались нами как политически ориентированные люди. Они вошли в первую группу (условное название «политически ориентированные»). Другие, отнесенные ко второй группе («вне политики»), характеризовались неоднородностью позиций. Для половины из них установка «вне политики» была сформирована предыдущим опытом взаимодействия с какими-либо политическими группами. Это люди, разочаровавшиеся в титульных политических движениях и партиях, потерявшие доверие к ним («нет такой партии, которой я бы доверял»; «вся политика — сплошное разочарование» и т. п.). Другая половина респондентов из второй группы проигнорировала вопрос, комментируя: «я не знаю ничьих взглядов, а потому и ничего не разделяю», «я далек от политики», «меня это совсем не интересует». Поскольку большая часть второй группы была представлена молодыми людьми, чье детство (юность) пришлось на 1990-е гг., то можно предположить, что данные респонденты являются представителями поколения социального слоя «аполитичных прагматиков», людей, разуверившихся в действиях политических сил.

Результаты эмпирического исследования

Социально-демографические и социально-психологические характеристики респондентов двух групп

В группу «политически ориентированные» вошли 42 человека (44,6% всей выборки), из них 52,5% — мужчины, 47,5% — женщины; 40% — от 55 и старше (примерно половина из них — неработающие пенсионеры), 15% — от 21 до 30 лет, 45% — от 31 до 55 лет. То есть, большую часть представителей этой группы составляли респонденты зрелого возраста, разделяющие взгляды партий: «Единая Россия» (40%), КПРФ (27,5%), ЛДПР (15%), «Яблоко» (10%). Также в этой группе присутствовали сторонники левых демократических течений, поддерживающие проект «Народный

кандидат» и движение А. Навального (7,5%). По уровню дохода респонденты первой группы распределились следующим образом: 30% из них имели доход от 10 до 20 тыс. рублей в месяц на каждого члена семьи, такую же долю составили респонденты с доходом от 20 до 30 тыс. руб. и 17% — от 30 до 40 тыс. руб. Доля обеспеченных респондентов (от 40 тыс. руб. и выше) составляла 20%. Число бедных (менее 10 тыс. рублей на чел.) в данной группе было минимально (3% от выборки). Среди работающих участников исследования 57% заняты в бюджетной сфере, 30% — в коммерческой. Выявлено, что 57% респондентов состояли в официальном браке, 5% — в гражданском, остальные в браке не состояли.

Большая часть респондентов из группы «вне политики» (54,6% выборки) была представлена женщинами (68,5%), преимущественно молодого возраста (от 21 до 30 лет — 39%; от 31 до 40 лет — 30% выборки). Более взрослые респонденты (от 41 до 55 лет) в этой группе составляли примерно 18% выборки, остальные 13% — люди пенсионного возраста. Значительная часть участников исследования в данной группе — работающие (78%), студенты — 18%, пенсионеры — 4%. Примерно половина работающих занята в бюджетной сфере, вторая половина — в коммерческой. Уровень дохода в данной подгруппе выше, чем в первой. Так, 46% респондентов отметили доход на человека свыше 40 тыс. рублей в месяц, 21% — от 30 до 40 тыс., 15% — от 20 до 30 тыс. и 13% — от 20 до 30 тыс. рублей. По семейному положению эта группа отличалась тем, что почти половина участников не состояла в браке (46%) и только 39% состояли в официальном и 15% в гражданском браке. Анализ структуры ценностных ориентаций (ЦО) респондентов выявил различия в двух группах (таблица 1.).

Как можно заметить, в обеих группах наиболее значимыми являются ценности личной жизни: любовь, счастливая семейная жизнь, здоровье. Однако, их представленность в группах различается. Так, у политически ориентированных респондентов на первом месте — любовь, затем — здоровье и счастливая семейная жизнь, в то время как для людей с установкой «вне политики» здоровье занимает первое место, затем — семья и только потом — любовь (см. также: [10]). Примечательно, что и наиболее динамичная группа ЦО (они изменяются в зависимости от ситуации) по структуре также различается у респондентов двух групп. Если в группе политически ориентированных участников на четвертом месте — наличие хороших и верных друзей, то в группе «вне политики» — это ценность познания. И далее в порядке убывания: на пятом месте в первой группе — интересная работа, во второй — ценность

Таблица 1. Ранговая структура ценностных ориентаций в группах «политически ориентированные» (группа 1) и «вне политики» (группа 2)

ЦО	Активная, деятельная жизнь	Здоровье	Интересная работа	Красота природы и искусства	Любовь	Материально обеспеченная жизнь	Наличие хороших и верных друзей	Уверенность в себе	Познание	Свобода как независимость	Счастливая семейная жизнь	Творчество
1 гр.	10	2	5	11	1	6	4	7	9	8	3	12
2 гр.	6	1	8	12	3	11	7	9	4	5	2	10

Примечание: 1 ранг — самый значимые ЦО, 12 ранг — самые не значимые

свободы как независимости в поступках и действиях; на шестом месте в группе политически ориентированных — ценность материально обеспеченной жизни, для людей «вне политики» — активная, деятельная жизнь; седьмое место в первой группе занимает ценность уверенности в себе, во второй группе — наличие хороших и верных друзей. Наконец, восьмое место в структуре ЦО политически ориентированных респондентов принадлежит ценности свободы как независимости, а в группе «вне политики» — ценности «интересная работа». В категории наименее значимых ЦО в двух группах — эстетические ЦО и творчество. Обращает на себя внимание и то, что к категории наименее значимых в первой группе была отнесена также ценность активной, деятельной жизни, а во второй — ценность материально обеспеченной жизни. Это может объясняться тем, что первая, политически ангажированная группа, не нацелена на активное проявление своих политических предпочтений, а вторая («вне политики»), не испытывая материальных проблем, ценит независимость и познание, значительно больше, чем первая группа.

Выявленные в группах различия по показателям социальной идентичности респондентов во многом согласуются с их ценностной структурой. Так, большинство политически ориентированных участников исследования чаще идентифицирует себя с семьей (70%), единомышленниками (67,5%), людьми той же профессии (60%), и той же национальности (42,5%). Большая часть респондентов с ориентацией «вне политики» идентифицирует себя с друзьями (79% выборки), единомышленниками (72%), семьей (66%) и с коллегами (50%).

Резюмируя, заметим следующее. Несмотря на то, что респонденты из группы «политически ориентированные» идентифицируют себя со своими единомышленниками, активная деятельная жизнь как ценность для них не значима (пенсионеры и студенты). Наличие друзей, интересная работа и материально обеспеченная жизнь являются для данных людей более значимыми ценностями, чем для тех, кто «вне политики». Идентификация с единомышленниками в группе «вне политики» намного выше, чем в группе с ориентацией на политику. Они выше ценят познание, свободу (независимость) и активную деятельную жизнь, т.е. те ценности, которые характеризуют их как *субъектов* (активных, независимых людей) [11; 14; 24]. Отстраненность от политической жизни наши респонденты (по данным качественных методик) объясняют предсказуемостью и стабильностью политической ситуации в стране и отсутствием острого политического диалога между партиями. Выявленные социально-психологические факторы (ценность семьи, интересной работы, заботы о здоровье, а также идентичность) указывают на ценностно-мотивационные основания мировоззренческой ориентации респондентов, объявляющих себя «вне политики». Будучи людьми в значительной степени обеспеченными (в большинстве своем это работающие респонденты), они ценят семейное счастье, любовь, здоровье, активный образ жизни, независимость, возможности познания. Именно группа, позиционирующая себя «вне политики», проявляет признаки коллективно-го субъекта [8; 9].

Политически ангажированные респонденты больше акцентированы на социальных связях с семьей, с единомышленниками, людьми той же профессии. Интересная работа для них выступает скорее в качестве средства достижения материально обеспеченной жизни, чем как ценность-цель. Вовлеченность этой группы респондентов в политическую жизнь связана, как показал анализ их ценностных ориентаций, не с желанием проявить себя в пространстве практической политики, а с потребностью символически аффилироваться с некими политическими силами, чтобы достичь понимания истоков собственных социальных проблем и их преодоления [16; 21; 23].

Сравнительный анализ выраженности коллективных чувств к значимым социальным объектам в двух группах

Сравнительный анализ (по критерию Манна-Уитни) выраженности коллективных чувств в группах респондентов с разными по-

литическими ориентациями показал, что обе группы респондентов статистически значимо различаются (при $p < 0.05$) по переживанию таких чувств как страх, беспокойство, унижение, разочарование, чувство несправедливости, радости, надежды относительно происходящих в стране событий в области внешней политики (напряженные отношения с ЕС, Крым, военные действия на Украине и т.п.), в связи с работой городских служб, сокращением товарооборота с другими странами, автоматизацией и компьютеризацией всех сторон жизни и т.д. В нашей работе мы учитывали только максимально выраженную степень переживания чувств к значимым социальным объектам («значительно переживаю» или «сильно переживаю»).

Частотный анализ показал, что респонденты из двух групп по-разному переживают экономическую ситуацию, связанную с сокращением товарооборота с другими странами. Выраженное переживание *страха* в группе политически ориентированных присутствовало у 28% респондентов, в то время как в группе «вне политики» это чувство (в такой же степени) разделяли лишь 3,7% участников. Аналогичные результаты были обнаружены относительно переживания *беспокойства* (35% в первой группе, 7,4% — во второй), *унижения* (15% и 1,9%), *разочарования* (42% и 13%), *несправедливости* (20% и 5,6%). Чувство *надежды* относительно изменения сложившейся ситуации присутствовало у 10% политически ориентированных участников, в то время как респонденты с установкой «вне политики» не разделяли этого чувства совсем.

События внешней политики в группе политически ориентированных участников исследования вызывали чувство *разочарования* (22,5% респондентов), *унижения* (17,5%), *несправедливости* (17%) и в меньшей степени — чувство *беспокойства* (12,5%). В группе респондентов «вне политики», наоборот, внешнеполитические события (напряженные отношения с ЕС, экономические санкции и т.п.) переживались, прежде всего, как *беспокойство* (20,3%), но в меньшей степени как *разочарование* (18,5%), и *несправедливость* (16,7).

Повышение курса валюты и снижение курса рубля в первой группе вызывало сильное чувство *беспокойства* (32,5% выборки), *разочарования* (22,5%), *страха* (20%), *унижения* (12,5%). Во второй группе данные чувства разделяло меньшее число респондентов. Так, *беспокойство* переживало только 29% участников, страх, разочарование и чувство несправедливости — 14,9% респондентов, а унижение только 5% из них. Однако именно в этой группе число участников, выразивших надежду на позитивное из-

менение ситуации, было в два раза больше, чем в группе политически ориентированных.

Заметим, что телевидение в период проведения исследования активно продвигало идею целесообразности политики Центробанка и Минфина с регулированием курса валют для решения существующих проблем в российской экономике. Однако респонденты, разделяющие взгляды политических партий и движений, продемонстрировали низкий уровень доверия к этой информации. И это несмотря на то, что в данной группе присутствовало доверие к телевидению как каналу информации у половины участников (50%), чуть меньше, чем к интернету (57%). Респонденты с установкой «вне политики» проявили доверие только к интернету (68%) и друзьям (22%), полностью проигнорировав телевидение, радио и печатные издания. Можно думать, что в этой группе интернет служит средством получения разнообразной информации, изучения палитры мнений для размышления, а информированность о социально значимых явлениях увеличивает социальный капитал. В группе же «политически ориентированных» респондентов значительная их часть доверяет телевидению, предоставляющему, как правило, готовые рецепты и формирующему стойкие убеждения. Однако полученные данные указывают на то, что кредит доверия телевидению не бесконечен, особенно, когда речь идет о значимых социальных явлениях.

Выявлены различия и в переживании такого события в стране как *усиление военно-промышленного комплекса*. В группе политически ориентированных респондентов чувства *страха, беспокойства, разочарования, несправедливости* переживались больше, чем в группе людей, не разделяющих взгляды каких-либо политических организаций, партий. Так, в первой группе данное событие вызывало не только чувства несправедливости (15% выборки), беспокойства (15%), разочарования, страха (7,5%), унижения (5%), но и чувства радости (10%) и надежды (17%). Во второй группе чувства страха (3,8%), несправедливости (3,8%) присутствовали у ограниченного числа людей, а унижение не переживалось ими совсем. Позитивные чувства в этой группе также переживались ограниченно, чувство радости присутствовало у 7,5% респондентов, надежды — у 11%.

Среди менее динамичных событий и социальных явлений, вызывающих разные чувства у москвичей из двух групп, следует отметить *работу городских служб, автоматизацию и компьютеризацию всех сторон жизни*. Работа городских служб среди политически ориентированных участников вызвала различные по модальности чувства: *разочарование* (17,5%), *чувство не-*

справедливости (17,5%), унижения (10%) с одной стороны, и надежды (10% выборки), с другой. В то время как в группе с установками «вне политики» работа городских служб вызвала только беспокойство (22%).

Явление *автоматизации и компьютеризации всех сторон жизни* политически ориентированные участники переживали исключительно позитивно. Чувство *радости* разделяли 12,5% респондентов, а *надежды* — 25% группы. В группе «вне политики» данное явление, наоборот, больше вызвало чувство *радости* (29% выборки), чем *надежды* — (15%). То есть в целом, чувства респондентов носили позитивный характер.

Следует обратить внимание и на сходство в выраженности чувств представителей двух групп. Речь идет о коллективном переживании *страха* ($p=0.09$), *разочарования, сожаления* ($p=0.28$), *несправедливости* ($p=0.53$) в отношении *повышения цен, а также страха* ($p=0.25$), *разочарования и сожаления* ($p=0.114$) в связи со *снижением (или «замораживанием») уровня заработной платы, стипендий, пособий* в стране. Выявлена общность переживания респондентами *разочарования* ($p=0.31$), *беспокойства* ($p=0.031$) и *несправедливости* ($p=0.08$) в связи с проводимыми *реформами в области науки, образования и медицины*. Всех респондентов, не зависимо от их политических взглядов, беспокоило состояние дел в *области сельского хозяйства* ($p=0.23$), они разочарованы тем, что не наблюдается заметных изменений в этой области народного хозяйства ($p=0.19$). Работа *средств массовой информации* вызвала только чувство разочарования и сожаления ($p=0.08$). Те же чувства респонденты испытывали относительно *снижения морально-нравственных и культурных норм поведения в обществе* ($p=0.72$). Объединил всех участников исследования и широкий спектр чувств по отношению к явлениям, сохраняющимся в современном мегаполисе, т. е. *коррупции и преступности*. Речь идет о *страхе* ($p=0.53$), *беспокойстве* ($p=0.85$), *разочаровании и сожалении* (0.28), *чувстве несправедливости* ($p=0.91$), связанных с ростом преступлений в городе и стране.

Заключение

Результаты нашего исследования свидетельствуют о том, что более половины респондентов по разным причинам числят себя вне политики. В этой группе чувство страха в целом было менее выражено, чем в группе политически ориентированных участников. Однако беспокойство и разочарование у аполитичных респон-

дентов вызывали не только повышение курса валют, но и внешняя политика государства. В то время как сокращение товарооборота со странами ЕС не явилось источником сильных переживаний. Респонденты этой группы — материально обеспеченные и независимые люди, высоко оценивающие познание и активную деятельность. В их переживании такого явления как *усиление военно-промышленного комплекса* чувства страха, несправедливости присутствовали незначительно. Однако и позитивные чувства по поводу этой тенденции выражены слабо. В группе же политически ориентированных респондентов чувства *страха, беспокойства, разочарования, несправедливости* переживались значимо больше. Названная тенденция вызывала противоречивые чувства: несправедливости, беспокойства, разочарования, страха, с одной стороны, и чувства радости и надежды, с другой.

Обращает на себя внимание то обстоятельство, что социальные явления и события в целом сильнее переживались в группе политически ангажированных людей. Причем, наиболее выраженные чувства страха, беспокойства и разочарования эти респонденты (большинство имеет средний и ниже среднего уровень дохода) испытывали относительно финансовой (повышение курса валюты, снижение курса рубля) и экономической (сокращение товарооборота) политики государства. Примечательно, что чувства унижения и несправедливости в группе политически ориентированных также были выражены сильнее, чем в группе «вне политики». Объединили две группы лишь испытываемые ими позитивные чувства по поводу такого явления, как автоматизация и компьютеризация всех сторон жизни. Однако, если политически ориентированные респонденты скорее испытывали надежду, то люди «вне политики» — радость.

Дополнив портреты двух групп их социально-психологическими характеристиками, можно заметить парадоксальный эффект. В то время, как сторонники политических партий, т. е. люди, интересующиеся политикой, не разделяют ценностей активной, деятельной жизни, они подвержены страхам, идентифицируют себя прежде всего с семьей, аполитичные респонденты, в свою очередь, обнаруживают *субъектные качества*: тягу к активной деятельности, приверженность ценностям познания, свободы и независимости в большей степени, чем политически ангажированные респонденты. Вероятно, интерес к политике проявляется здесь не столько в плане потенциальной политической активности, сколько в контексте совладания с жизненными трудностями и попытками объяснить для себя происходящее в российском обществе.

Литература

1. Воробьева И.В. Противоречия и парадоксы политических ориентаций в структуре жизненного мира россиян // Социологические исследования. 2016. № 1. С. 17–26.
2. Динамика социально-психологических явлений в изменяющемся обществе. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1996.
3. Дробышева Т.В., Емельянова Т.П. Коллективные чувства представителей разных групп общества в отношении значимых социальных явлений [Электронный ресурс] // Информационный гуманитарный портал «Знание. Понимание. Умение». 2015. №4 (июль—август). URL: http://zpu-journal.ru/e-zpu/2015/4/Drobysheva_Emelyanova_Collective-Feelings/ [архивировано в WebCite] (дата обращения: дд. мм. гггг).
4. Дробышева Т.В., Журавлев А.Л. Город как объект исследования в социальной психологии: к истории вопроса // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2016. Том 1. № 1. [Электронный ресурс] <http://www.soc-econom-psychology.ru/engine/documents/document195.pdf>
5. Дюркгейм Э. Социология. Её предмет, метод, предназначение / Пер. с фр., составление, послесловие и примечания А.Б. Гофмана. М.: Канон, 1995.
6. Емельянова Т.П. Феномен коллективных чувств в психологии больших социальных групп // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2016. Том 1. № 1. [Электронный ресурс] <http://www.soc-econom-psychology.ru/engine/documents/document195.pdf>
7. Емельянова Т.П., Дробышева Т.В. Образ будущего благосостояния в обыденном сознании россиян // Психологический журнал, 2013. Т. 31, №5. С. 25–41.
8. Журавлев А.Л. Теоретические подходы к исследованиям разных форм коллективного субъекта // Психология человека в современном мире. Том 5. Материалы Всероссийской юбилейной научной конференции. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2009. С. 254–264.
9. Журавлев А.Л., Емельянова Т.П. Психология больших социальных групп как коллективных субъектов // Психологический журнал. 2009. Т. 30. №3. С. 5–15.
10. Журавлева Н.А. Динамика ценностных ориентаций личности в условиях макросоциальных изменений // Макропсихология современного российского общества. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2009. С. 207–278.
11. Личность и бытие: субъектный подход: Материалы научной конференции. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2008.
12. Назаров М.М., Кублицкая Е.А. Социальные настроения в столичном мегаполисе: результаты сравнительного анализа // Наука. Культура. Общество. 2016. № 1. С. 171–188.
13. Психология XXI века: Учебник для вузов / Под ред. В.Н. Дружинина. М.: ПЕР СЭ, 2003.
14. Психология человека в современном мире. Том 4. Субъектный подход в психологии: история и современное состояние. Личность профессионала в обществе современных технологий. Нейрофизиологические основы психики: Материалы Всероссийской юбилейной научной конференции. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2009.
15. Россия в глобализирующемся мире: мировоззренческие и социокультурные аспекты / Отв. ред. В.С. Степин. М.: Наука, 2007.

16. Справляющее поведение: Современное состояние и перспективы / Под ред. А.Л. Журавлева, Т.Л. Крюковой, Е.А. Сергиенко. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2008.
17. Современная психология: справочное руководство / Отв. ред. В.Н. Дружинин. И.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1999.
18. Современная социальная реальность России и государственное управление: социальная и социально-политическая ситуация в России в 2012 году. Том 1. М., 2014.
19. *Соснин В.А., Журавлев А.Л.* Психология массового поведения: истоки и современные тенденции исследования // Знание. Понимание. Умение. 2014. № 1. С. 49–61.
20. Социальная психология: Учебное пособие для вузов / Отв. ред. А.Л. Журавлев. М.: ПЕР СЭ, 2002.
21. Социально-психологическая динамика в условиях экономических изменений. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1998.
22. Стогней А. Экономический кризис оказался для россиян важнее вывода войск из Сирии. 2016. [Электронный ресурс] <http://money.rbc.ru/news/5717c7629a794712d694ba02>
23. Стресс, выгорание, совладание в современном контексте. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2011.
24. Субъектный подход в психологии. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2009.
25. *Ушаков Д.В., Журавлев А.Л.* Образование и конкурентоспособность нации: психологические аспекты // Психологический журнал. 2009. Т. 30. № 1. С. 5–13.