

УДК 304.2

Л. Н. Дорогова, И. А. Скрипачева

**К вопросу о разнообразии маркеров  
социальных настроений в обществе  
(историко-культурологический аспект)**

*Рассматривается проблема существования на каждом этапе развития общества разнообразных по способам проявления, эмоциональной насыщенности и общественной значимости социальных настроений, которые обладают присущими им признаками-маркерами. Маркеры позволяют выявлять те или иные социальные настроения настоящего или прошлого, соотносить их с конкретным временем, условиями жизни, историческими событиями, обнаруживать признаки трансформации социальных настроений. С помощью маркеров при внимательном их изучении можно обнаруживать измененные социальные, нравственные, эстетические и другие подтексты социальных настроений.*

**Ключевые слова:** маркеры, история, культура общества, социальные настроения, деятельность, социальная психология, полимаркерность, частотный анализ, смена подтекстов маркеров.

L. N. Dorogova, I. A. Skripatcheva. On the issue of the diversity of markers of social sentiments in society (historical and cultural aspect)

*Discusses the problem of the existence at each stage of development of society in diverse ways, emotional intensity and social significance of social attitudes, which possess inherent attributes-markers. Markers allow you to identify certain social mood correlate them with specific time, living conditions, historical events, to detect signs of transformation. Using markers in their careful study can reveal the changed social, moral, aesthetic and other implications of social mood.*

**Keywords:** markers, history, culture of a society, social moods, activity, social psychology, polymarkerness, frequency analysis, change of subtexts of markers.

Маркеры социальных настроений — это показатели, которые свидетельствуют о факте наличия в социальных настроениях классов или групп людей разных по общественной значимости существенных эмоционально-чувственных состояний, влияющих на поведение, мироощущение, межличностное общение в тот или иной период времени. Будучи обнаружены, маркеры позволяют: осознать присутствие изменений в коллективном сознании той или иной социальной группы, в ее настроениях, осуществлять диагностику «социального здоровья», прогнозировать возможные последствия реализации на практике действий, вызванных разными умонастроениями, принимать меры, содействующие снижению социальной напряженности. Эти умонастроения в любом обществе изменчивы, зависимы от многих сторон экономической, политической, нравственной, индивидуально-личностной и других аспектов жизни.

Выявление маркеров настроений важно не только для понимания состояния социально-экономического, политического, морально-этического здоровья общества. Оно важно и для диагностики состояния нравственной жизни семьи, учебного или трудового коллектива.

Интерес к теме маркеров социальных настроений обусловлен, кроме того, грядущими событиями — выборами Президента России. В связи с этим активизируется интерес к выявлению палитры социальных настроений, существующих в обществе. Повышенный интерес социологических служб, представителей разных политических партий к изучению общественного мнения, настроений, вызванных положением дел в государстве, объясняется необходимостью составления будущих программных документов, формулированию лозунгов, в которых должны найти отражение выявленные в ходе опросов интересы, нужды и потребности тех или иных социальных слоев. Поэтому проблема маркировки социальных настроений разных социальных слоев общества имеет не просто исследовательскую мотивировку, но и утилитарную.

В рамках учебного курса культурологии при освещении событий, относящихся к тому или иному периоду истории культуры, в условиях ограниченности учебных часов возникает необходимость выбора приоритетов в освещении событий этого исторического периода для включения их в текст лекционного материала. Такие маркеры

событий необходимы для выбора примеров, демонстрирующих разные социальные настроения конкретного времени. Они позволяют избегать односторонности при изложении материала, связанного с освещением конкретного исторического времени, давать более полную характеристику социальным процессам изучаемого периода.

При изучении сферы применения понятия «маркеры» применительно к социальным настроениям может возникнуть вопрос, касающийся замены понятия «маркеры» понятием или категорией социологической науки — «индексы социальных настроений». Не для всякого историко-культурного контекста конкретного времени уместно использование применяемого в социологических исследованиях «индекса социальных настроений» (например, Средневековья). Это связано с тем, что число таких индексов в современной практике соц-опросов доходит до двадцати, и, кроме того, они выражаются в числовой форме, что не позволяет описывать с должной степенью конкретности, эмоционально-образной насыщенности характер социальных настроений, связанных с историческими событиями, имевшими место в культурной жизни прошлых эпох. По этой причине понятие «индексы социальных настроений» не может в полной мере заменить понятие «маркер» при характеристике изучаемого исторического периода в развитии культуры.

С теоретико-культурологической точки зрения маркер не является и мемом. Несмотря на то что маркер, подобно мему, можно отнести к единице культурной информации, пространство его существования намного уже мема. К мему относят любую фразу, идею, звук, символ, передающиеся от человека к человеку на основе подражания. Последний критерий является основополагающим потому лишь, что на подражании строится весь механизм возникновения мема, впрочем, как может быть, при определенных условиях и социального настроения. Однако как единица культурной информации мем не зависит от конкретной ситуации, а представляет собой универсальный код. На практике это проявляется в случаях, когда один и тот же мем используется для объяснения самых разных ситуаций. Маркер же позволяет обнаружить конкретную информацию о качественном состоянии какого-либо субъекта или субъектов в конкретных ситуациях и определенных временных границах. Очевидность наличия того или иного маркера социальных настроений ограниче-

на временными границами жизненного цикла настроений. А эти настроения зависят от срока жизни конкретных событий, их вызывающих.

К проблеме природы социальных настроений в обществе ученые обращались начиная с XIX в., в частности Г. Тард («Общественное мнение и толпа»), Г. Лебон («Психология народов и масс»), Н. К. Михайловский («Герои и толпа»). В более позднее время исследование социальных настроений привлекало и продолжает привлекать внимание ученых разных научных направлений: социальных психологов, историков, социологов, политологов. В их числе Б. Д. Парыгин «Общественное настроение», Б. Ф. Поршнев «Социальная психология и история»; Ж. Тощенко, С. Харченко «Социальное настроение». Среди психологов внимание этой проблеме уделяли М. Г. Ярошевский и А. В. Петровский в коллективном труде «Психология»; Д. В. Ольшанский в работе «Психология масс» и многие другие. Социальные настроения, господствующие в обществе, — предмет изучения общественных наук, которые под тем или иным углом зрения обращаются к проблемам динамики общественных явлений.

В научной практике XX и нач. XXI в. сформировалось мнение, согласно которому изучение общественных настроений — это прерогатива психологии и социальной психологии. Однако отнесение этого направления научных исследований только к социальной психологии, видимо, не может считаться абсолютно адресным. В исторической ретроспективе, к которой обращаются культурологи в ходе изложения учебных тем, связанных со сменой культурных парадигм разных эпох, истоки смены общественных настроений так или иначе обнаруживают в том числе и в историко-политических реалиях разных эпох. Совершенно не случайно Б. Ф. Поршнева, историка по своей научной специализации, изучавшего средневековые и нововременные общественно-политические движения, стали считать одним из ведущих специалистов социально-психологической исследовательской традиции, связанной с общественными движениями и, соответственно, их рождающими настроениями. Работа ученого «Социальная психология и история» в своей основе строится на историческом материале революционного движения в России начала XX в. К проблеме общественных движений и порождаемых ими настроений обращались ученые, исследовавшие разные фор-

мы социального поведения масс в истории обществ: Е. В. Тарле «Партизанская борьба в национально-освободительных войнах Запада», «Северная война и шведское нашествие на Россию» и другие его труды; М. А. Барг и Е. Б. Черняк рассматривали истоки социальных настроений в коллективном труде «Великие социальные революции XVII—XVIII вв.», и многие другие. Очевидно, что изучение мотивов смены династий, форм государственного правления, причин социальных волнений и т. п. неизбежно включало в себя анализ сопровождавших эти действия настроений, господствующих в какой-либо социальной среде. При этом в соответствии со спецификой той или иной научной дисциплины, присущими ей методами выбирались и объекты наблюдений, определяемые как маркеры, которые должны были засвидетельствовать частоту проявления обнаруженных показателей настроений.

В разных научных исследованиях при наличии внутренней установки искать факты протестного действия в качестве объектов наблюдений избираются: высказывания (в интернет-сообществе — посты) [9; 10, с. 61—64], в беседах с населением — ответы на вопросы; при анализе международных или внутригосударственных событий особое внимание привлекает комплекс мероприятий-маркеров (митинги, пикеты, шествия, забастовки, голодовки и т. п., вплоть до насильственных действий по отношению к стражам порядка, администрациям и т. п.). По тому, какой маркер социального настроения выбирается тем или иным исследователем, очевидны цели исследования. Скажем, существуют маркеры, свидетельствующие о масштабах общественного недовольства, вызванного неудовлетворительной работой различных служб, связанных с работой транспорта, снабжением, плохим городским благоустройством и т. д. и т. п. В таком случае маркерами разных настроений служат письма, жалобы, заявления в разные инстанции [1, с. 78—85]. Однако в социальном пространстве наряду с подобными маркерами общественных настроений всегда можно обнаружить и маркеры иных по формам проявления социальных настроений. Полимаркерность социальных настроений — характерная особенность исторического периода любого времени. Это свидетельствует о разной мотивации в поведении людей, различных интересах и связанных с ними умонастроениях в одних и тех же временных границах.

Учет полимаркерности необходим для большей полноты понимания, изучения, описания существующих или существовавших тенденций развития культуры общества. Это способно придать описанию конкретного исторического периода уникальную, характерную только для него окраску, показать полноту жизненных ситуаций. Однако, как замечает И. Н. Шкуратов, «настроение не предметно, а лично — это, во-первых, и, во-вторых, оно не специальное переживание, приуроченное к какому-то частному событию, а разлитое общее состояние» [11, с. 17].

Поэтому при выявлении маркеров социальных настроений определенного времени обращает на себя внимание «направленность интересов» тех или иных групп людей, объединенных общим настроением, наличие демонстративной сплоченности при реализации действий, основанных на этих интересах. Сегодня, если обратиться к исторической ретроспективе, можно обнаружить самые разные по характеру и степени массовости социальные настроения, существовавшие в едином временном поле. В одном случае они очевидны и «открыты» для наблюдения, в других случаях имеют «скрытый» характер, который не выявляется лишь до определенного времени.

Для понимания механизма формирования социальных настроений важен момент совпадения, синтонии или созвучия интересов, проявляемых к определенным видам деятельности, формам поведения, идеям у некоторого числа социальных групп, субъектов деятельности. Например, в числе таковых состояний может быть назван интерес к конкретным способам реализации социальных настроений с помощью художественной практики. Так, в 20—30-е годы XX в. в нашей стране получило широчайшее распространение увлечение театральными постановками. Позже в исследовательских трудах этот процесс был назван «Всеобщей театрализацией Республики». Такое состояние «демонстративной сплоченности» наиболее полно описано в работах, посвященных изучению театрального творчества. При этом само включение разных групп населения в подобный процесс исходило не из руководящих директивных постановлений органов власти, как до, так и вскоре после Октябрьской революции, а зарождалось внутри разных социальных групп, и, конечно, же молодежи в первую очередь. В этом проявлялась потребность коллективного творчества, совместного действия, пронизанного общим интере-

сом, общим влечением к самореализации. По воспоминаниям представителей старшего поколения, родившегося в начале 1900-х годов XX в., в пору их молодости, которая пришлось на 20—30-е годы этого столетия, увлечением было участие в театральных постановках. Теперь трудно поверить, что в жизни далеких от столицы и крупных промышленных центров деревень и маленьких городков (например, село Зеленое в Казахстане или село Заметчино в Пензенской области) самодеятельное театральное творчество составляло существенную долю свободного времени и социальной активности молодежи. Отсутствие специальных помещений для демонстрации подготовленных ею театральных постановок несколько не смущало самодеятельных артистов, игравших даже в дровяных сараях. «Стихийная творческая энергия масс искала выхода. В массовых празднествах или массовых действиях, в которых принимало участие огромное количество народа... Сатирические театры миниатюр, «живая газета», ТРАМЫ (театры рабочей молодежи), «Синяя блуза» возникали по всей России, в Средней Азии, на Кавказе, в Карелии» [6; 4].

Всеобщая театрализация как социально-творческое явление, как маркер социальных настроений в обществе вновь проявилась в 60—70-е годы XX в., что выразилось в создании множества театральных студий по всей стране. В числе таких театров-студий, например, в Москве — студенческий театр МГУ под рук. Р. Быкова, театры «Современник», «на Юго-Западной»; театр под руководством В. Спесивцева; Ивановский молодежный театр под рук. Р. Гринберг; Пермский народный театр молодежи под рук. Л. Футлика; Омский театр поэзии под рук Ю. Шушковского и др. [3]. Части из таких любительских театров со временем удалось развиваться в профессиональные театры. В этот же период появилось и получило дальнейшее развитие студенческое движение «КВН» («Клуб веселых и находчивых») [7]. Это движение было подхвачено молодежью в разных регионах Советского Союза и после некоторого перерыва возобновилось в формах либо профессионального эстрадного театра, либо традиционной студенческой клубной самодеятельности.

Социально-культурным маркером 70—80-х годов было всесоюзное увлечение анекдотами на самые разные темы: о политических лидерах, о семейных и соседских отношениях, о продуктовой проблеме и т. д. [5]. Особое место занимали анекдоты о реалиях повсед-

невной жизни от «армянского радио», со специфическим юмором и интонациями. История происхождения «армянского радио» сегодня сводится к народным истокам, так как известно, что в эфире вещавшего в те годы государственного ереванского радио никогда не было такой рубрики. Формула «вопросы армянскому радио» остается культурным мемом. Богатство подтекстов анекдотов от «армянского радио» было столь разнообразно, остро актуально и заразительно, что оно было подхвачено в ряде восточных и западных стран Европы: Болгарии, Франции, Чехии, Восточной Германии, Польше и др. странах. Однако в отличие от нашей страны характер шуток в других странах имел менее острый характер, да и сами программы назывались иначе: во Франции — «Blague arménienne», в Польше и Германии — «Radio Eriwan» и в Иране — «Irawan mikoid» [10].

Как всеобщее увлечение студийным театральным творчеством, так и народный фольклор являлись формами проявления социальных настроений и по своим социальным функциям далеко выходили за пределы просто художественно-эстетической практики. Они служили маркерами сплывающих страну, характерных для данного времени социальных настроений в обществе. При этом все это проходило на фоне существовавших и в тот период проблем в экономической жизни общества (ограниченных материальных возможностей, продуктового дефицита, бытовых неудобств), при наличии «цензуры», идеологической дисциплины. Кроме того, своеобразным маркером культурной жизни советского общества за все время его существования было особое явление дружеского, товарищеского, открытого «домашнего» общения. Это не мешало людям разных возрастов и профессий собираться вечерами на «посиделки» у кого-нибудь дома и вести оживленные беседы на самые разные темы. В дружеском общении, в откровенных разговорах на самые разные темы проявлялась та самая «демонстративная сплоченность», которая постепенно ушла из обыденной жизни по мере социального расслоения общества и изменения подтекста слова «дружба». Кстати сказать, социально-нравственный контекст понятия «дружба» является маркером изменений, происходящих не только в повседневной жизни разных поколений россиян, но и в общественном сознании эпох. Проблема дружбы и дружеского бескорыстного открытого общения отмечалась и исследователями-филологами, использующими частотный анализ



лексики той или иной эпохи. Так, в книге А. Вежбицкой «Понимание культур через посредство ключевых слов» приведены такие наблюдения социолога Ф. Знаниецкого: «Возможно, самые известные добровольные, длящиеся отношения между отдельными индивидами, столь же близкие, как отношения между братьями, но независимые от наследственных связей, — это отношения дружбы (friendship). Они возникают в различных сложных коллективах, но достигают расцвета только в Древней Греции и Риме — судя по свидетельствам, содержащимся в трудах Платона, Ксенофонта, Аристотеля, эпикурейцев и Цицерона. Дружба редко упоминается в средневековой литературе, в которой предполагается, что основные отношения сотрудничества между людьми сводятся к религиозным; но она возродилась в эпоху Возрождения...» [2, с. 65].

В числе слов-маркеров, способных помочь осознать происходящие изменения в духовной жизни людей современного российского общества, есть слово «товарищ». Его смысловое поле в наши дни утратило тот подтекст, который можно восстановить по стихам В. Маяковского («Надо обвязать и жизнь мужчин, и женщин / Словом нас объединяющим: «Товарищ») или словами из песни на слова поэта Лебедева-Кумача: «Наше слово гордое «товарищ / Нам дороже всех красивых слов».

Во время одной из телевизионных передач по Центральному телевидению (2017 г.), посвященной экономическим вопросам, в которой кроме ведущего участвовали и специалисты в области экономики, одна из экспертов обратилась к телеведущему, используя слово «товарищ», на что получила резкий ответ: «Я вам не товарищ!» В интонации, отражающей не только уровень культуры ведущего, но и социально-нравственное отношение к смыслу самого слова «товарищ», к личности собеседника проявилась социальная пропасть и нравственно-этикетная сторона бытования конкретного понятия в современной жизни нашего общества. В данном случае это слово стало маркером социальных настроений в обществе, фиксирующим одну из социально-нравственных черт — социально-нравственное отчуждение.

В работе Б. Ф. Поршнева, посвященной исследованию социальных настроений, приведен пример, характеризующий нравственные установки советских людей, своеобразные маркеры, сложившиеся за годы социалистического образа жизни. «Совершенно новые чер-

ты психологии сравнительно с капиталистическим строем особенно бросаются в глаза не нам самим, а посторонним наблюдателям. Вот как написал об этом в 1964 г. гостивший в СССР английский прогрессивный писатель Алан Силлитоу: «В Братске говорят: “Здесь мы ставим дома”, или “Мы пускаем новый завод”, или “Мы построили новую плотину”. А в Англии всегда слышишь только: “Говорят, в будущем году они начнут строиться на том земельном участке”. Если бы я спросил рабочего в Ноттингеме: “Что это вы тут строите, приятель?”, он бы ответил: “Да вот они хотят ставить электрическую станцию”, “Они опять строят новые дома для учреждений”. В Советском Союзе я ни разу не слышал, чтобы мне сказали “они строят”, все здесь говорят «мы строим», будь то писатель, заместитель председателя горсовета, боксеры в спортивном зале Братска, водитель такси, студент, работница, выкладывающая плитками пол в помещении электростанции в Волжске» [8, с. 64—65].

Как видно, природа маркеров социальных настроений разнообразна, как разнообразны и формы их «предъявления» в обществе. Распознавание смысловых оттенков или подтекстов слов, действий, способов организации отдельных групп людей, формы времяпрепровождения и другое — все это имеет отношение к социальным действиям, проливает свет на разнообразие социальных настроений, рождающихся в разных конкретных жизненных ситуациях. А это, в свою очередь, позволяет различать суть происходящих изменений в общественном сознании и социальном настроении масс.

\* \* \*

1. Алексеев В. В. Письма трудящихся в газеты как источник социологической информации (Некоторые вопросы источниковедческого анализа) // Методы сбора данных: анализ документов, наблюдение, эксперимент. М.: МГУ, 1985. С. 78—85.

2. Вежбицкая А. Понимание культур через посредство ключевых слов. М.: Языки славянской культуры, 2001. 287 с.

3. Витин В. А. Студийное движение как форма обновления театра // Вестник Восточно-сибирского гос. ин-та культуры. 2011. № 1. С. 63—73.

4. Жукова Н. И. Реализация педагогического потенциала художественно-эстетического воспитания студенческой молодежи // Орловский гос. ин-т искусства и культуры: дис. ... канд. пед. наук. Орел, 2015. 146 с.

5. Каган М. С. Анекдот как феномен культуры: Вступительный доклад // Анекдот как феномен культуры: материалы круглого стола 16 ноября 2002. СПб.: СПб. философское общество, 2002. 186 с.

6. Любительское художественное творчество в России XX в.: словарь. М.: Прогресс-Традиция, 2010. 496 с.

7. Перепелкина Я. С. Культурная диверсификация русского любительского театрального творчества: дис. ... канд. филос. н. Белгород, 2011. 164 с.

8. Поршнев Б. Ф. Социальная психология и история. М.: Наука, 1979. 235 с.

9. Усова М. В. Сеть как маркер современного общества: социально-философский аспект // Вестник Поволжского ин-та управления. 2014. С. 39—146.

10. Чижик А. В. Факторы формирования социального настроения на основе анализа эмоциональной окраски постов в русскоязычном Twitter // Новые информационные технологии в автоматизированных системах. СПб.: Санкт-Петербургский государственный университет, 2016. С. 61—64.

11. Шкуратов И. Н. Настроение как фундаментальный феномен жизни. М.: МГУ им. Ломоносова, 2002. С. 17.

12. Шмелёва Е. Анекдоты об армянском радио: структура и языковые особенности. URL: <http://www.ruthenia.ru/folklore/shmelevaljhtm>; URL:<http://www.russiahousenews.info/humor/aneddoti-armyanskoe-radio>