

© 1999

Степанов С.

СОЦИОНИКА В ТИПОЛОГИИ ГРУПП

В статье подчёркивается, что дифференцированное восприятие окружающего мира определяет не только характер индивидуального, но и особенности массового сознания. Поэтому методологическое использование соционики оказывается плодотворным и при изучении больших общественных групп.

Вместе с тем соционические закономерности, присущие индивидуальному уровню и межличностным отношениям, нельзя механически переносить на тот общественный срез, где основными действующими агентами являются группы, массы. Применительно к этому масштабу надо говорить уже о массово-дифференцированном мышлении, выделять типы информационного метаболизма групп со своими различиями в восприятии окружающего мира и характерной ценностной иерархией. В этом случае оптимальным объектом исследований является политическая партия — сознательно организованный и социально активный представитель того или иного типа массового сознания, манифестирующий определённую ценностную позицию.

Ключевые слова: соционика, информационный метаболизм, массовое сознание, идеология, политическая партия.

В ходе исследований, связанных с типологией больших общественных групп, оказалось, что методологическое применение соционики плодотворно и на этом уровне.

В течение 1995–1998 г.г. было проведено изучение идеологических особенностей различных документов — программ, уставов, материалов печатных изданий и выступлений лидеров более чем 100 партий и общественных организаций Санкт-Петербурга [10].

Результаты исследования дают возможность утверждать, что дифференцированное восприятие окружающего мира определяет не только характер индивидуального, но и особенности массового сознания, которое обеспечивает глубину социального познания за счёт неравномерной оценки различных аспектов действительности.

Вместе с тем следует подчеркнуть, что соционические закономерности, присущие индивидуальному уровню и межличностным отношениям, нельзя механически переносить на тот общественный срез, где основными действующими агентами являются группы, массы. Применительно к этому масштабу надо говорить уже о массово-дифференцированном мышлении, выделять типы информационного метаболизма групп со своими различиями в восприятии окружающего мира и характерной ценностной иерархией. На этом уровне «мыслят не люди, как таковые, и не изолированные индивиды осуществляют процесс мышления, — мыслят люди в определенных группах, которые разработали специфический стиль мышления в ходе бесконечного ряда реакций на типичные ситуации, характеризующие общую для них позицию» [8]. Тут формируются некие генерализованные стандарты, принципы мышления и поведения, по отношению к которым отдельный человек совместно с другими людьми чувствует некое позитивное отношение и согласие. Эти групповые ценности вырабатывают устойчивые способы восприятия и отношения человека и к отдельным событиям, и ко всей действительности в целом [1].

А. С. Ахиезер подчеркивает, что массовое сознание принципиально отличается от суммы индивидуальных сознаний, от общих черт множества личностных культур тем, что в его основе лежит общий (для группы) нравственный идеал, который является основой общей интерпретации явлений и общей социально значимой активности [4].

Появление массового сознания тесно связано с распадом единого религиозного мировоззрения, крушением «монополии церковной интерпретации мира» (К. Манхейм). Распад религиозного единомыслия «как объединяющего начала, как объективной силы, стоящей над конфликтной типной природой человека и представляющей все способы мышления и понимания мира» (А. Аугустинавичюте) породил множество соперничающих аспектов восприятия действительности [3]. У К. Ясперса можно обнаружить понятие «разбожествление мира» — это распад целого на отдельные перспективы. Разбожествление — не неверие отдельных людей, а возможное последствие духовного развития [15]. В традиционной отечественной мысли этот процесс носит название апостасии. Его сущность «заключается во всё большем отходе христианского человечества от подлинного, неповрежденного Евангельского учения и в подмене Евангельских заветов иными идеалами» (Архиепископ Аверкий (Таушев)).

Цепь продуктов религиозной эволюции можно представить в следующем виде: ценность – мировоззрение – доктрина. В этом последовательно разворачивающемся ряду ценность есть один из базовых аспектов распавшейся религии, мировоззрение — картина мира, открывающаяся с некоторой точки зрения, и определённая иерархия предпочтений на основе той или иной ценности. Идеология описывает желаемое состояние общества и ставит перед ним те или иные цели, а доктрина оговаривает практические действия и тактику достижения целей, обозначенных идеологией.

Образование основных идеологических систем — национализма, либерализма — является отдалённым результатом крушения религиозного единомыслия. Вместе со своими эволюционными формами — традиционализмом, модернизмом и синкретизмом эти течения образуют ценностно-идеологическую матрицу социума — аналог социона на групповом уровне.

Таким образом «религиозный, затем мировоззренческий и, наконец, идеологический плюрализм» (У. Матц) приводит в итоге к партийному плюрализму — многопартийности, где «партийные аспекты являются *дополняющими* друг друга частичными пониманиями целого» (К. Манхейм).

Элементарной единицей массового сознания поэтому следует считать, во-первых, тип массового сознания — нелинейную общность, члены которой существуют в едином символическом поле и объединены только общим мировоззрением, а также совокупностью устойчивых повторяющихся реакций на события общественной жизни. И, во-вторых, это будет партия — сознательно организованный и социально активный представитель того или иного типа массового сознания.

Тип массового сознания, который можно ещё назвать ценностной общиной, идеологической нишей, отличает «своего рода готовность снова и снова репродуцировать те же самые или сходные мифические представления» [14]. И этот «изначальный образ есть ступень, предшествующая идее, это почва её зарождения» [13]. В свою очередь «некая» идея «служит исходным пунктом идеологии и возникновения интеллектуальных движений, которые более или менее выражено воздействуют на всё общественное сознание, либо выливаются в массовые политические движения» [9].

С учётом разработки темы массового сознания Л. Г. Судас, можно дать следующее определение идеологической ниши. Это специфический вид общественного сознания, который обеспечивает взаимодействие между социально-политической деятельностью людей и смысловым, ценностно-нормативным содержанием этой деятельности. В информационном поле ниши аккумулируются определения, стереотипизированные образцы ценностных ориентаций, схемы восприятия и оценивания, видения социального мира, которые рассматриваются в данной среде как наиболее предпочтительные, а в некоторых случаях и как единственно возможные. Эти стереотипы имеют основополагающий смысл для коллективных трактовок реальности. Через призму той или иной системы ценностей различные стороны общественного бытия проявляются для данной группы как приемлемые или неприемлемые, подлежащие одобрению или осуждению [12]

Бессознательно-дорефлекторный уровень общественно-политической самоиндификации, каким является тип массового сознания, будучи филогенетически первичным и онтогенетически первичным, формирует необходимый базис для более высоких — сознательных и организованных форм группового сознания. Такими формами являются партии. Образование партии происходит через актуализацию латентного, бессознательно действующего в нише ценностного ядра в ответ на экспансию чуждого мировоззрения или иного фактора, вызывающего нарушения сложившегося в обществе баланса сил и ценностей. Партия уже есть сознательная рефлексия определённого мировосприятия, общественного образа жизни.

Понятие о политической нише уже встречалось у ряда авторов. Так, С. Е. Заславский говорит об определённых идеологических «нишах» в идейно-политическом спектре общества. К. С. Гаджиев выделяет «общественно-политический тип», который есть «нечто бóльшее, чем просто политическая программа той или иной партии или политический принцип. Это — система взглядов на окружающий мир, тип сознания» [6]. У К. Манхейма это «аспекты наблюдения социально-политической действительности». А. А. Галкин обосновывает крайне интересное для нас представление о партиях как участниках информационного обмена в обществе, выполняющих определённую функцию [7].

Дифференцировка типов массового сознания обуславливает выполнение идеологиями такой специфической социальной функции, как продуцирование и обеспечение общества различными ценностями. Тип массового сознания в результате информационного метаболизма перерабатывает информацию, поступающую из окружающего мира, и создаёт определённый продукт — ценностный аспект. Именно в этой нише он сохраняется в максимальной чистоте, формирует её и является депо этой ценности для всех остальных типов массового сознания, которые имеют иную ценностную специализацию. Поэтому именно за специализированными ценностными нишами следует признать право на эталонную чистоту продукта их жизнедеятельности, его аутентичность. Настойчивые претензии какой-либо ниши на всеобщую обязательность её ценностей, третирование других мнений, равно как и прямой запрет на иную точку зрения, а также уничтожение людей, на данный момент времени занимающих одну из ниш, нарушает целостный гомеостаз — жизненно важное для общественного здоровья динамичное равновесие. Только дополнение типами массового сознания друг друга и равноправная кооперация общественно-политических сил — проводников различных ценностных аспектов гарантирует устойчивое и гармоничное развитие социума.

Итак, типы массового сознания — это группы, отличающиеся использованием различных принципов организации поступающей информации, но сам путь прохождения информации, механизм её преобразования, в сущности, одинаков. На основании определённого разделения функций между субъектами структура ценностно-идеологической ниши будет выглядеть следующим образом. Внутри каждого типа массового сознания можно выделить элиту, состоящую из интеллектуалов — производителей ценностных положений и пассионариев, которые на этой основе своими активными действиями организационно оформляют нишу. Конечными потребителями ценностей и стромой, опорой ниши является масса поддерживающих данное направление. Собственно, таким образом осуществляется продвижение любого продукта, как культурного, так и материального. Например, это цепочки кинорежиссёр-продюсер-зритель, производитель-sales-менеджер-покупатель, писатель-критик-читатель.

В отличие от неизменности индивидуального типа ИМ в течение всей жизни человека, в среде массового сознания постоянно происходят динамические процессы, приливы и оттоки сторонников. Поэтому в нише существуют резиденты — постоянные субъекты ниши и нерезиденты, — мигрирующие субъекты.

Таким образом, тип массового сознания (идеологическая ниша) представляет собой механизм усвоения информации об окружающем мире на уровне группы. Через восприятие нормативов и стереотипов реагирования, характерных для того или иного типа массового сознания, осуществляется самоопределение индивида («самоуяснение» по К. Манхейму). Так реализуется механизм социализации — осмысленное социо-культурное ускорение бытия

личности. Человеческие существа являются в одно и то же время биологическими индивидами и социальными агентами, конституированными как таковые в отношении и через отношение с социальным пространством, точнее, с полями, считает П. Бурдьё [5].

Следовательно, у психически и социально здорового человека можно выделить два кода информационного метаболизма — индивидуальный тип ИМ, один из шестнадцати, описанных А. Аугустиновичюте, и признаки принадлежности к тому или иному типу массового сознания. Последние могут быть разной степени интенсивности — от латентных, проявляющихся лишь вербально, до максимально осознанной профессиональной работы в политической партии. Но в любом случае наличие идеологических пристрастий есть ведущий признак социализированной личности. Под социумом в данном случае мы понимаем совокупность самостоятельных и вместе в тем нераздельных из-за дискретности восприятия личностей.

О тех лицах, у которых ценностные предпочтения не диагностируются, с уверенностью можно сказать, что они находятся в ином положении по отношению к социуму, — то есть вне него. Это состояние аналогично положению тех, кого называли «деклассированными элементами», что на самом деле обусловлено отсутствием ценностного мнения и через это невовлечённостью в дела социума. Поэтому таких субъектов правильнее было бы именовать элементами «деидеологизированными». У кого по тем или иным причинам нет дискретности мировосприятия, тот просто не нуждается во включённости в социум, он не имеет потребности в общении с другими людьми и поэтому будет связан с обществом лишь необходимостью удовлетворения физиологических нужд. Положение внесоциальных лиц является внешним, «нулевым» для вышеприведённой трехэлементной цепочки творческого процесса производитель-распространитель-потребитель.

Систематизацию внесоциальных субъектов можно представить следующим образом:

1. **Околосоциальные субъекты** — внесоциальные по дееспособности.
 - 1.1.1. *Физиологические* — дети и глубокие старики.
 - 1.1.2. *Патологические* — психические больные.
2. **Надсоциальные** — монахи. Преодолели в себе как индивидуальный, так и массовый тип информационного метаболизма. Оценка, сравнение, — т. е. дифференцирующий механизм работы мозга тут заменён посредством соответствующей практики на качественно иной способ познания — веру. Жизнь в духе. (Ходят верою, а не видением (2 Кор. 5, 7)).
3. **Подсоциальные** (антисоциальные) субъекты. Недифференцируемость типа массового сознания тут определяется биологически инстинктивным образом жизни.
 - 3.1.1. *Стационарные* — лица без определённого места жительства и/или занятий. Вся их жизнь протекает вне общества. Полное выключение из социума.
 - 3.1.2. *Факультативные* — профессиональный и организованный криминалитет. Живут вне норм общества за счёт общества. Параллельное существование, — как в социуме, так и в своём мире, откуда в первое совершаются лишь набеги за добычей. Внешнее и временное, периодическое пребывание в качестве члена социума.

В качестве примера можно вспомнить, как ребёнок, иной пенсионер или божж/люмпен пробирается сквозь тесноту в общественном автобусе, воспринимая окружающих лишь как препятствие на пути. В этих слоях люди легче сходятся и быстрее переходят на «ты», тогда как обращение к другим «Вы» есть признание дифференцированности, неравенства в обществе и осознание своего места в нём.

Таким образом, ценностно-идеологическая ниша обеспечивает:

1. межгрупповые коммуникации;
2. эволюцию общества;
3. социализацию личности.

Дальнейшее изучение массового сознания с точки зрения соционики потребует формализации ценностных аспектов выделенных идеологических ниш. Установление структуры ценностных предпочтений каждого типа массового сознания позволит описать характер интERTипных отношений и вплотную приблизит нас к оформлению теории информационного метаболизма групп.

Л и т е р а т у р а :

1. Вестник МГУ. Серия 12. № 2. 1995.
2. *Алексеев А. А., Громова Л. А.* Психогеометрия для менеджеров. — Л., Знание. 1991.
3. *Аугустинавичюте А.* Теория интERTипных отношений. //Соционика, ментология и психология личности. — № 1-5. 1997.
4. *Ахизер А. С.* Критика исторического опыта. — М. 1991.
5. *Бурдые П.* Социология политики. — М., Socio-Logos. 1993.
6. *Гаджиев К. С.* Типология современного либерализма. — М., ИНИОН. 1988.
7. *Галкин А. А.* //Полис. — № 5. 1994.
8. *Манхейм К.* Идеология и утопия. — М., ИНИОН. 1992.
9. *Матц У.* Идеология как детерминанта политики в эпоху модерна. — //Полис. № 1-2. 1992.
10. *Степанов С. И.* Проблема типологии российских политических партий. — СПб, Автореф. дис. канд. мед. наук. 1997.
11. *Степанов С. И.* Разработка и обоснование медико-социальных и организационно-психологических критериев профессиональной деятельности медицинских сестёр в области менеджмента. — СПб, Автореф. дис. канд. мед. наук. 1997.
12. *Судас Л. Г.* Массовое сознание: в поисках новой парадигмы. — М. 1996.
13. *Юнг К. Г.* Психологические типы. — СПб. 1995.
14. *Юнг К. Г.* Психология бессознательного. — М. 1994.
15. *Ясперс К.* Духовная ситуация времени. — М. 1990.