

ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

Объект исследования

Содержащиеся в тексте приговора Кировского районного суда г. Казани от 24.11.2009 г. по делу № 1-376/2009 цитаты из произведений И. М. Муртазина (из книги И. М. Муртазина «Минтимер Шаймиев: Последний президент Татарстана. Книга 1», из публикаций И. М. Муртазина в Интернете по адресам <http://irek-murtazin.livejournal.com> и <http://www.kazan.livejournal.com>, из статей И. М. Муртазина в газетах «Казанские вести» № 1 и «Наши казанские вести» № 1).

Материалы, представленные на исследование

Ксерокопия страниц 2—46 из приговора Кировского районного суда г. Казани от 24.11.2009 г. по делу № 1-376/2009.

Вопросы, поставленные перед специалистом-психологом

1. Направлено ли содержание предоставленных на исследование текстов на возбуждение ненависти либо вражды между людьми по признаку принадлежности к какой-либо социальной группе?
2. Содержатся ли в представленных на исследование текстах элементы пропаганды исключительности, превосходства либо неполноценности граждан по признаку их социальной принадлежности?
3. Могут ли представленные на исследование тексты способствовать разжиганию социальной розни, в том числе, связанной с насилием?

Определение психологического содержания категорий, содержащихся в вопросах

Прежде чем ответить на поставленные вопросы, следует определить психологическое содержание категорий, упомянутых в них.

Категории, входящие в первый вопрос

1. Психологическое содержание понятия «**ненависть**» определяется как стойкое активное отрицательное чувство человека, направленное на явления, противоречащие его потребностям, убеждениям, ценностям. Ненависть способна вызвать не только соответствующую оценку своего предмета, но и агрессивное поведение, направленное против него. *Формированию ненависти обычно предшествует острое недовольство, вызываемое нежелательным развитием событий, или систематическое накопление более слабых воздействий источника отрицательных переживаний*; предметом

ненависти в таких случаях становится реальная или предполагаемая причина этих событий. В практике воспитания контроль за формированием отношений ненависти осуществляется посредством раскрытия сущности отрицательных явлений и их причин. Для сдерживания развития нежелательной Н. ей противопоставляются нравственные убеждения, а также осознание объективной неизбежности неприятных для человека событий. (В. К. Вилюнас, цит. по изданию: Психология эмоций. Хрестоматия.— СПб: Питер, 2008)

Ненависть — чувство сильной вражды, злобы (С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. Толковый словарь русского языка.— М.: Азъ, 1995).

Следовательно, ненавистью называется самое сильное, предельно отрицательное чувство, сильнее неприязни, отвращения, нелюбви.

2. Определение понятия **«вражда»** не содержится в психологических словарях, а значит, это понятие в строгом смысле не является психологической категорией. Однако мы можем вынести суждение о том, что такое вражда, опираясь на определения в толковых словарях русского языка: вражда — самая крайняя негативная характеристика отношений между людьми, не имеющая иной цели, кроме причинения зла. Это суждение может быть подкреплено таким понятием психологического круга, как «враждебная агрессия» — агрессивное поведение, имеющее цель нанести ущерб объекту агрессии. В таком случае «причинение зла» и «нанесение ущерба объекту агрессии» мы можем поставить в один ряд.

3. Психологическое содержание понятия **«возбуждение»** определяется как свойство живых организмов — активный ответ возбудимой ткани на раздражение. Основная функция для нервной системы... Процесс возбуждения возникает лишь при определенной интенсивности внешнего стимула, превышающей абсолютный порог возбуждения (порог восприятия), свойственный данному органу (Психофизиологический словарь).

Категории, входящие во второй вопрос

1. Пропаганда (лат. propaganda дословно — «подлежащая распространению (вера)», от лат. prorgo — «распространяю») — распространение фактов, аргументов, слухов и других сведений, в том числе заведомо ложных, для воздействия на общественное мнение. Пропагандой является распространение политических, философских, научных, художественных и других идей в обществе; в более узком смысле — политическая или идеологическая пропаганда с целью формирования у широких масс населения определенных

взглядов. Она может выражаться в форме призывов, воззваний, поучений, советов, предостережений, требований, угроз и т. п. (Большой энциклопедический словарь).

Категории, входящие в третий вопрос

1. Понятия **«возбуждение (разжигание) социальной вражды (розни)»** и **«призыва к насилию»** составляет содержание ч. 1 ст. 1 Федерального закона «О противодействии экстремистской деятельности».

Психологическое содержание понятия **«возбуждение (разжигание) социальной вражды (розни)»** — умышленное и целенаправленное действие, критериями которого являются:

1. Создание или подкрепление отрицательной эмоциональной оценки или отрицательной смысловой установки в отношении той или иной социальной группы или отдельных лиц как членов этой группы;

2. Формирование негативной оценки или негативной установки в отношении других лиц, групп, организаций или их отдельных действий путем связывания их с социальной группой, в отношении которой у адресатов существовала ранее или создана в результате действий данного лица (организованной группы лиц) негативная оценка или негативная смысловая установка;

3. Формирование у адресатов убеждения в неравноценности лиц, принадлежащих к той или иной социальной группе, в морально-нравственном, интеллектуальном или другом отношении.

4. Призывы к непосредственным действиям в отношении лиц другого социального положения, направленным на угрозу их жизни, здоровью, материальному благосостоянию, носящим оскорбительный или унижительный характер и обосновываемым принадлежностью этих лиц к данной социальной группе.

(И. Н. Геранина, Е. И. Логинова. Психолого-лингвистическое исследование текстов на предмет выявления признаков разжигания в обществе национальной, расовой или религиозной вражды // Судебная экспертиза, 2008, № 3, с. 38—39.)

Призывы можно рассматривать как **«воздействие на сознание, волю и поведение людей с целью побудить их к совершению соответствующих действий или воздержанию от определенных действий»** (Н. Ф. Кузнецова. Преступления, посягающие на внутреннюю безопасность или политическую систему России // Курс уголовного права. Том 5. Особенная часть.— М.: ИКД «Зерцало-М», 2002). Существенными особенностями призывов является их

целенаправленность, конкретность, понятность смысла призыва для адресатов.

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ЧАСТЬ

Методы исследования

Исследование материала было разделено на две части, в первой из которых были использованы такие методы, как контент-анализ, интент-анализ, психосемантический анализ, методика Готшалка-Глезер.

Контент-анализ — качественно-количественный анализ содержания текстов с последующей интерпретацией выявленных числовых закономерностей для выявления социальных установок и тенденций, представленных в образах. Формальные и содержательные компоненты образов анализируются по их месту, в объеме и частоте их встречаемости. Категории анализа заданы поставленными вопросами.

При **интент-анализе** исследуются структура интенций в тексте, выраженность, однозначность и то, как заложенный смысл понимается аудиторией. В психологии под интенцией понимается субъективная направленность на некий объект, активность сознания субъекта. В основе выделения объекта лежит значимость объекта в тексте. Критерием значимости выделения объектов выступает подробность описания объекта.

Психосемантический анализ выявляет систему смысловых оппозиций в тексте («порядочность-предательство», «слабость-сила» и др.).

Диагностика осознаваемых и неосознаваемых аффектов в содержании текстов проводится по методике Готшалка-Глезер. Величина аффекта определяется по трем основным характеристикам: частота появления определенных категорий в тексте, степень интенсивности проявления аффекта в содержании высказывания и степень личного участия в эмоционально значимых состояниях и действиях. При измерении аффектов агрессии проводится симультанная оценка по четырем шкалам, используемым при анализе речевого содержания методом Готшалка-Глезер.

Во второй части мы оценивали материал, используя систему ВААЛ.

Система ВААЛ позволяет прогнозировать эффект неосознаваемого воздействия текстов на массовую аудиторию, анализировать тексты с точки зрения такого воздействия. В основе оценки эмоционального воздействия фонетики слова и текста на подсознание человека лежат результаты докторской диссертации А. П. Журавлева. Они нашли отражение в его книгах:

А. П. Журавлев. Фонетическое значение.— Л.: Изд-во ЛГУ, 1974;
А. П. Журавлев. Звук и смысл.— М.: Просвещение, 1981.

В настоящее время пользователями системы являются ряд крупных банков, рекламных компаний, издательских компаний, газет, коммерческих фирм. Она нашла успешное применение при проведении кампаний по выборам депутатов Государственной Думы 1993, 1995 и 1999 годов, выборов Президента России в 1996 году. Также систему ВААЛ используют в исследовательских целях психологи, психотерапевты, лингвисты, практики НЛП.

Результаты исследования

Исходя из результатов, полученных при проведении первой части исследования, мы можем сделать следующий промежуточный вывод: в цитатах из произведений И. М. Муртазина (произведения указаны в разделе Объект исследования), содержащихся в тексте приговора Кировского районного суда г.Казани от 24.11.2009 г. по делу № 1-376/2009, имеются отдельные высказывания, которые способны вызвать у читателя состояние психологического дискомфорта, что может проявляться в эмоциональных реакциях негативного характера — разочарование, тревога, страх, раздражение, гнев, в том числе в отношении каких-либо «социальных групп», если таковые определены в исследуемом материале. А также способны привести к возникновению состояния фрустрации (психическое состояние, возникающее в ситуации реальной или предполагаемой невозможности удовлетворения тех или иных потребностей). Реакции на фрустрацию подразделяются на два основных типа: стенические и астенические и обычно носят характер замещающих действий. К астеническим относят варианты ухода от реальной ситуации в область фантазий, грез и мечтаний. К стеническим — появление внутренних тенденций к агрессии, которая либо задерживается, проступая в виде раздражительности, либо открыто прорывается в виде гнева (или ненависти) и деструктивных действий (вражда) по отношению к фрустрирующей ситуации или объекту-фрустратору.

Следовательно, в контексте данного вывода правомерно было бы утверждать, что содержание предоставленных на исследование текстов **может быть направлено на возбуждение негативных эмоций и является способствующим возникновению состояния фрустрации** с возможной последующей психической разрядкой в виде раздражительности, гнева.

Однако для того, чтобы в полной мере оценить степень выраженности

негативных эмоций (что является важным в контексте достижения таких целей, как «возбуждение ненависти либо вражды» и «разжигание социальной розни, в том числе, связанной с насилием», поскольку такая реакция на полученную информацию может быть обусловлена только очень сильным стимулом), вызванных содержанием текстов, необходимо также выяснить, насколько вообще коммуникативно эффективными являются тексты, представленные на исследование.

Во второй части исследования, как уже было сказано выше, мы использовали систему ВААЛ для оценки эмоционального воздействия на читателей тех текстов, которые были представлены на исследование.

В данной системе эмоциональный анализ текстов проводится по биполярным шкалам, каждая из которых представлена с помощью пары антонимичных прилагательных русского языка и числовой оценки от -100% до $+100\%$. Всего используется 24 встроенных биполярных шкалы: хороший-плохой, красивый-отталкивающий, радостный-печальный, светлый-темный, легкий-тяжелый, безопасный-страшный, добрый-злой, простой-сложный, гладкий-шероховатый, округлый-угловатый, большой-маленький, грубый-нежный, мужественный-женственный, сильный-слабый, холодный-горячий, величественный-низменный, громкий-тихий, могучий-хилый, веселый-грустный, яркий-тусклый, подвижный-медлительный, быстрый-медленный, активный-пассивный. Два антонима представляют два противоположных полюса оценки.

Результаты второй части исследования показывают, что подавляющее большинство цитат из произведений И. М. Муртазина, предоставленных на исследование, **не обладают выраженными фоносемантическими характеристиками, а значит не обладают эффектом неосознаваемого воздействия на массовую аудиторию**, и следовательно ни коим образом **не являются коммуникативно эффективными** в контексте достижения таких целей, как «возбуждение ненависти либо вражды» и «разжигание социальной розни, в том числе, связанной с насилием».

Цитаты, которые обладают хоть сколько-нибудь выраженными фоносемантическими характеристиками, исходя из результатов исследования, в основном производят на читателя впечатление чего-то «женственного», «нежного», «хилого» и в меньшей мере — «мужественного», «сильного», «громкого».

Таким образом, опираясь на результаты второй части исследования, мы

можем сказать, что эмоциональное воздействие текстов на читателей не достигает той степени выраженности, чтобы их содержание могло быть квалифицировано как направленное на **возбуждение ненависти либо вражды** между людьми по признаку принадлежности к какой-либо социальной группе, или же способствующее **разжиганию социальной розни, в том числе, связанной с насилием.**

На основании изложенного с учетом представленных материалов и руководствуясь поставленными на исследование вопросами, мы приходим к следующему заключению:

По вопросам № 1, 3

Направлено ли содержание предоставленных на исследование текстов на **возбуждение ненависти либо вражды** между людьми по признаку принадлежности к какой-либо социальной группе?

Могут ли представленные на содержание тексты способствовать **разжиганию социальной розни, в том числе, связанной с насилием?**

Содержание предоставленных на исследование текстов не может быть квалифицировано как направленное на **возбуждение ненависти либо вражды** между людьми по признаку принадлежности к какой-либо социальной группе, а также как способствующее **разжиганию социальной розни, в том числе, связанной с насилием**, поскольку

1. в содержании предоставленных на исследование текстов отмечены высказывания, которые способны вызывать **негативные эмоции как таковые и являются способствующими возможному возникновению состояния фрустрации;**
2. эмоциональное воздействие текстов на читателей не достигает той степени выраженности и, что еще важнее, не обладает такими фоновыми характеристиками, чтобы их содержание могло быть квалифицировано как направленное именно на **возбуждение ненависти либо вражды** между людьми по признаку принадлежности к какой-либо социальной группе, а также способствовать **разжиганию социальной розни, в том числе, связанной с насилием;**

По вопросу № 2

Содержатся ли в представленных на исследование текстах элементы **пропаганды исключительности, превосходства либо неполноценности граждан по признаку их социальной принадлежности?**

Исходя из определения понятия «пропаганда», данного нами выше и встречающегося в большинстве словарей, становится ясно, что это — **распространение** (то есть действие, непосредственно физический акт) **каких-либо идей**, например, это может быть и раздача рекламных буклетов и листовок в защиту (животных, природы, человека), и приглашений посетить увеселительное мероприятие и пр. Таким образом, понятие «пропаганда» не входит в круг психологических понятий, а следовательно, ответ на этот вопрос находится вне компетенции психолога.