

Секция «Психология»

Феномен физической анонимности в современных реалиях российского менталитета

Levchenko Vladimir Vladimirovich

Московский университет МВД РФ, Факультет подготовки психологов, Москва, Россия

E-mail: levchenkovlad@mail.ru

В 1995 году американские психологи Патриция Эллисон и Джон Говерн, изучая феномен «физической анонимности» [2], открытый Филиппом Зимбардо в 1970 году (Zimbardo, 1970) [1], провели свой собственный эксперимент. Каждый раз, останавливаясь с помощником-водителем перед светофором, они намеренно не трогались с места первые 12 секунд после того, как загорался зелёный свет. Когда стоящая за ними машина начинала сигналить, экспериментаторы подсчитывали количество гудков, подаваемых её водителем. При анализе полученных данных оказалось, что неидентифицируемые водители, управлявшие машинами с закрытым верхом, вели себя менее сдержанно и начинали сигналить уже через первые четыре секунды. Они сигналили в два раза больше и по продолжительности в два раза дольше, чем идентифицируемые водители, управлявшие автомобилями с открытым верхом.

Для проверки актуальности данного эксперимента применительно к современной действительности и русскому менталитету, было проведено исследование, ключевым вопросом которого являлась проблема влияния социального статуса на сознание среднего российского водителя. Учитывая особенности условий, в которых проводился эксперимент (минусовая температура), сопоставление проводилось между водителями автомобилей с затонированными стёклами и водителями незатонированных автомобилей (в эксперименте участвовало 60 водителей – по 30 в каждой серии). Дополнительным нововведением стало проведение опыта в две серии: в первый раз на бюджетной марке автомобиля (Lada 2107), во второй – на автомобиле представительского класса (Land Rover). Первая серия эксперимента не только подтвердила данные П. Эллисон и Д. Говерна, но и превзошла ожидания: неидентифицируемые водители подавали в 3 раза больше сигналов, продолжительность которых была в 2 раза дольше. Во второй серии снизился как общий показатель количества сигналов, поданных водителями, так и частное превосходство неидентифицируемых водителей (в 2 раза больше по количеству и в 1,5 раза дольше по времени), что говорит о «закостенелом чиновничестве» в подсознании среднего россиянина: подсознательный страх менее обеспеченного перед более состоятельным.

Полученные данные показывают, что отечественный менталитет действительно уникален: в выборе между разумом и чувством русский человек чаще всего выбирает чувство. Но всегда ли оправдывается пословица «что русскому хорошо, то немцу - смерть»? Неприязнь к дисциплине сказывается и в ситуации на дорогах: за 2013 год в ДТП в России погибло около тридцати тысяч человек – примерно столько же жертв в США. Однако, при перерасчёте на численность населения, смертность в ДТП в США соотносится со смертностью в ДТП в России как 1 к 2,2 (по количеству населения - примерно

316 000 000 (США) / 143 500 000 (Россия)). Профилактика подобного явления должна быть многоаспектной: с одной стороны, это нормативно-правовое регулирование – например, перенять опыт Казахстана, где запрещена тонировка с использованием плёнки передних боковых дверей и лобового стекла (в России подобная тонировка разрешена с регламентированным уровнем светопропускания) – это способствует высокому уровню идентификации водителя. С другой стороны, стоит уделить внимание качеству разъяснительной работы инспекторов ГИБДД.

Литература

1. 1. Зимбардо Ф. Социальное влияние. [Пер. с англ. Н. Мальгина, А. Федоров]. — СПб.: Питер. 2000.
2. 2. Майерс Д. Социальная психология. – 7 изд. – СПб.: Питер. 2008.