**Рецензия на статью Великановой О.В. «Функции лидера в массовом сознании. Гитлеровская Германия и советская Россия» студентки 37 группы Каральковой Алины.**

Статья О.В. Великановой посвящена исследованию такого многопланового феномена как культ лидера, но в данном случае, «лидер» -не конкретный человек, а продукт пропаганды, массовых иллюзий и представлений.

Не смотря на то, что статья была написана в 1999, она не теряет своей актуальности и по сей день. Связано это с тем, что чаще всего, данный культ появляется в периоды кризисов, переворотов в привычном укладе жизни общества. Автор показывает это на примере послереволюционной России и Германии XX века, захваченной идеей национализма. Сложно назвать стабильной текущую мировую обстановку, постоянно присутствуют социально-экономические и политические проблемы. Соответственно, возникает вопрос о формировании нового культа лидера.

Автор статьи предлагает рассмотреть такую форму взаимоотношений лидера и народа, как культ, с разных сторон, обращая внимание на каждую составляющую этого исторического, психологического и социального явления, опираясь при этом на методы массовой психологии и труды Фрейда, Ле Бона и Тарда. Из этого следуют 7 ипостасей, в которых образ лидера существует в коллективном сознании: идеология - гражданская религия; лидер - религиозный символ; лидер – родовой символ; лидер - политический символ; лидер- национальный символ; лидер- образец для подражания, сексуальная ипостась образа лидера. Приобретая большее или меньшее значение, каждая из них отвечает коренным потребностям, лежащим в природе человека. Образ лидера воплощает ценности, доминирующие в обществе в той или иной период (Гитлер – национальные, Ленин – классовые). Подводя итог, Великанова пишет о том, что культ не обуславливается спецификой условий общества, но и требует изучения в антропологическом и культурном контексте.

Данная статья показалась мне интересной, способной дать довольно полный ответ на происхождение феномена «культ лидера». Каждая обозначенная автором функция лидера в массовом сознании аргументирована историческими фактами и примерами, высказываниями авторитетных личностей того времени, лозунгами, строками из стихов и частушек. Более того, показывается и обратная сторона культа, существующая в обществе «разношерстность»: у каждого из рассматриваемых лидеров находились и противники. Также, сравнивая примеры России и Германии, показываются как общие черты, так и расхождения в существующих культах. Читая статью, можно отследить развитие PR-технологий и методов имиджмейкинга, и снова, найти сходства и различия с ныне существующими.

Каждый читатель сможет вынести для себя что-то новое и полезное из данной статьи.