

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ КАЗЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ МИНИСТЕРСТВА ВНУТРЕННИХ ДЕЛ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ИМЕНИ В.Я. КИКОТЯ»

**В. А. Балашова**

**И. В. Семчук**

# **Психология толпы и массовых беспорядков**

Учебное пособие

Москва  
2018

**ББК 88.5**

**Б20**

**Балашова, В. А.**

*Психология толпы и массовых беспорядков* : учебное пособие / В. А. Балашова, И. В. Семчук. – М. : Московский университет МВД России имени В.Я. Кикотя, 2018. – 131 с. – ISBN 978-5-9694-0525-7.

В учебном пособии раскрыто понятие массового сознания толпы в различных аспектах правового, этического, профессионального, политического и других форм. Представлены психологические характеристики толпы, ее виды.

Предназначено для курсантов и слушателей, а также преподавателей организаций МВД России.

**ББК 88.5**

**Рецензенты:** доцент кафедры педагогики и психологии Санкт-Петербургского университета МВД России кандидат педагогических наук, доцент подполковник полиции **А. А. Рожков**; старший психолог 2-го оперативного полка полиции ГУ МВД России по г. Москве кандидат психологических наук майор полиции **О. В. Черненко**.

**ISBN 978-5-9694-0525-7**

© Московский университет  
МВД России имени В.Я. Кикотя,  
2018

© Балашова В. А., 2018

© Семчук И. В., 2018

## СОДЕРЖАНИЕ

|                                                                                                      |            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Введение.....</b>                                                                                 | <b>4</b>   |
| <b>Раздел I. Психология массового сознания.....</b>                                                  | <b>7</b>   |
| Тема 1.1. Проблема изучения массового сознания в социально-психологической парадигме.....            | 7          |
| Тема 1.2. Структура массового сознания. Факторы формирования и изменения массового сознания.....     | 19         |
| <b>Раздел II. Психология массового поведения.....</b>                                                | <b>27</b>  |
| Тема 2.1. Феномен толпы и ее характеристики.....                                                     | 27         |
| Тема 2.2. Формы массового поведения и слухи.....                                                     | 51         |
| <b>Раздел III. Психология массовых настроений.....</b>                                               | <b>65</b>  |
| Тема 3.1. Формирование массовых настроений и механизмы воздействия на них .....                      | 65         |
| Тема 3.2. Общественное мнение .....                                                                  | 90         |
| <b>Раздел IV. Массовые беспорядки .....</b>                                                          | <b>97</b>  |
| Тема 4.1. Влияние массового сознания на возникновение массовых беспорядков .....                     | 97         |
| Тема 4.2. Языковые и образные средства воздействия на толпу. Психологические аспекты пропаганды..... | 107        |
| <b>Заключение .....</b>                                                                              | <b>121</b> |
| <b>Практические задания по темам курса.....</b>                                                      | <b>124</b> |
| <b>Библиографический список .....</b>                                                                | <b>129</b> |

## ВВЕДЕНИЕ

На первом учебном занятии, посвященном изучению психологии толпы и массовых беспорядков, слушателями был задан вопрос: «Когда едешь в метро в час пик, можно сказать, что там находится толпа, толпа пассажиров?». Действительно, современный человек, живущий в мегаполисе, находится в постоянном окружении множества незнакомых ему людей: на улице, в общественном транспорте, в торговом центре и т. д. Г. Лебон считал, что толпа *похожа на листья, поднимаемые ураганом и разносимые в разные стороны, а затем падающие на землю*. Смотря репортажи о путешествиях в разные крупные города мира, слышим комментарии о том, что они похожи на огромные муравейники, кишачие людьми.

Понятия «массовое сознание» и «массовое поведение» были введены в науку с появлением урбанизации общества. На сегодняшний день речь идет о глобализации общества, которая способствует трансформации устоявшихся в нашем сознании представлений о тех или иных общественных явлениях. Таким образом, толпа находится в час пик в метро, в торговом центре, на улице при массовых гуляниях и т. д.

Для современных людей подобная ситуация является привычной. Они могут даже не осознавать, что такие условия жизнедеятельности оказывают непосредственное или опосредованное влияние на их психологические особенности. Например, чтобы окружающие люди не нарушали наше индивидуальное пространство, мы научились воспринимать их как «серую массу». Кроме того, современные технологические достижения, все больше захватывающие наше внимание, изменяют и другие психические познавательные процессы (например, восприятие), и вызывают больший интерес, чем другой человек, другая личность.

Поэтому современные психологи (особенно, специалисты в области детской психологии) делают акцент на данные особенности, которые при отсутствии системы регулирования и контроля пользования модными гаджетами может перерасти в серьезную проблему для всего человечества. Общество окажется в условиях, которые представлены в художественном фильме «Суррогаты», где настоящую жизнь реальных людей проживали за них их копии, роботезированные куклы (суррогаты). Конечно, это всего лишь фильм, фантазия. Но как объяснить тот факт, что описываемые одно—два столетия назад в художественных произведениях вещи, которые воспринимались ранее как

фантазия, выдумка, стали реально возможными на сегодняшний день. Тем более, что социальные сети предоставляют человеку возможность демонстрировать себя только с положительной стороны. С одной стороны, они дают возможность поддерживать общение на расстоянии, но, с другой стороны, отмечается зависимость от социальных сетей, которая приводит к замещению реального общения виртуальным и неспособности к социальной адаптации и коммуникации.

Сегодня, когда человек способен передвигаться на автомобиле, летать на самолете, звонить по беспроводному телефону, общаться по видеосвязи, направлять письма без почтового конверта и др., мы говорим о достижениях технического прогресса. Но, что если злоупотребление данными технологиями способно не только помочь развитию человека, но и привести его к регрессу?

Однако нас интересуют психологические особенности поведения толпы и массовых беспорядков. Здесь нельзя не сказать о роли современных технологий, поскольку они способствуют возникновению и распространению новых и более эффективных форм воздействия на массы (через СМИ, интернет-ресурсы), особенно, если эти массы подвержены их влиянию.

Таким образом, современный человек находится в постоянном окружении бесчисленного множества людей, которое оказывает на него того или иного рода воздействие и впечатляющих эффектов технологических достижений.

Современное общество претерпевает различного рода трансформации: изменяются культурно-нравственные, политические, социально-правовые, интеллектуальные и другие ценности. Осознание того, что человечество может не пережить очередную глобальную войну, актуализировало психологическое воздействие на общественное сознание с целью манипулирования им в соответствии с имеющимися интересами.

Подобного рода стратегия приводит к возникновению локальных, но разрушительных противоборств и войн, преддверием которых становятся массовые беспорядки.

На сегодняшний день для мирового сообщества важным стало решение проблемы террористической и экстремистской угрозы. Данная проблема предполагает учитывать целый комплекс факторов, способствующих ее глобализации, одним из которых является психологический аспект.

Устранение, предотвращение и профилактика массовых беспорядков должно происходить на основании анализа политико-экономи-

ческих, социально-психологических, культурно-нравственных условий жизнедеятельности общества.

Выделяются индивидуальный, групповой и общественный уровень сознания, каждый из которых требует особого внимания со стороны общественных и политических деятелей для защиты от негативного информационного воздействия с целью недопущения массовых беспорядков.

Подобного рода деятельность имеет сложный характер и требует контрманипулятивных мер воздействия, а также различного рода компетентностей.

Современное мировое общество живет в условиях глобальных перемен, которые затрагивают различные сферы. В свою очередь, это оказывает воздействие на индивидуальное, групповое и общественное сознание, что в итоге приводит к трансформационным процессам массового сознания и массового поведения. Данные трансформации являются актуальными для научного исследования, поскольку изучение динамики массового сознания является основанием прогнозирования нашего будущего.

Сотрудникам правоохранительной системы необходимы знания в области психологии масс и ее поведения, формирования механизма массовых беспорядков и характеристики личности лиц, в них участвующих. Именно сотрудники ОВД являются теми, кто непосредственно сталкивается со всеми этими проявлениями и для них особенно важно понимание особенностей массового противоправного поведения с целью предупреждения, пресечения и противодействия с данными проявлениями, реализации профилактической деятельности по формированию высокого уровня правосознания в обществе, где главными ценностями являются порядок и жизнь.

## Р а з д е л I. ПСИХОЛОГИЯ МАССОВОГО СОЗНАНИЯ

### Тема 1.1. Проблема изучения массового сознания в социально-психологической парадигме

Прежде чем рассмотреть, что такое массовое сознание необходимо разобраться, что же такое «массы».

Массовое сознание – это качество конкретного его носителя («массы»), возникающее вследствие отражения общих обстоятельств, происходящих в глобальных масштабах и каким-либо образом уравнивающих людей. Согласно Б. А. Грушину, массы – это «ситуативно возникающие социальные общности, вероятностные по своей природе, гетерогенные по составу и статистические по формам выражения (функционирования)»<sup>1</sup>.

Масса неоднозначно трактуется в психологии, но в большинстве случаев определяется как *стихийное образование людей*. Эмпирические исследования и наблюдения позволяют прийти к трем основным разновидностям «массы»: толпа (случайно возникающее сообщество людей, например скопление зевак), собранная публика (зрители в кинозале) и несобранная публика (электорат, поклонники определенного музыкального направления и т. п.).

В общественном сознании впервые термин «массы» появляется в связи с социальными переменами XVII–XIX вв. Англичанин Э. Берк и француз Ж. де Местр первыми называли пугающую аристократов в то время силу «толпой» или «массой». Французский философ, политический деятель и публицист Л. Г. Бональд считал, что разрушения средневековых социальных групп и корпораций ведет общество в «массу изолированных индивидов».

В конце XIX в. первым признанным теоретиком масс стал Г. Лебон (1896). Толпа им рассматривалась как психологический феномен, который возникает при непосредственном взаимодействии людей независимо от их этно-культурных, социально-психологических и иных особенностей. Независимо от повода, послужившего образованием толпы, в ней возникает социально-психологическое единство массы, ее «духовная» составляющая – «душа толпы». Толпа пропитывается определенными едиными чувствами, взаимное внушение дает ей весомое накопление энергии, в толпе заглушается, пропадает сознательная личность.

---

<sup>1</sup> Грушин Б. А. Массовое сознание. М. : Политиздат, 1987. С. 248–260.

Достаточно давно модель массы только как толпы давно не является общепринятой. В современной науке толпа учитывается лишь как один из видов массы, однако в ряде концептуальных подходов учитывается, что данная модель находится в обусловленном противоречии с новыми экспериментально регистрируемыми тенденциями – нарастанием атомизации, низкой коммуникабельности, отчуждением между людьми. С течением времени, базовой моделью массы становится не толпа, а публика.

Габриэль Тард в своем труде «Мнение и толпа» еще в 1902 г. требовал «перестать смешивать толпу и публику». Он утверждал, что в толпе, индивиды физически сплочены, в публике – индивиды рассеяны, толпа – «гораздо более нетерпима», публика – пассивна. Поэтому Г. Тард требовал на смене понятия «толпа» понятием «публика».

Позже влиятельный американский социолог, профессор социологии Роберт Парк намеренно исследовал различия между массой как толпой, обстоятельством образования которой является естественное взаимодействие людей, и публикой, у которой подобное взаимодействие, возможно, совсем отсутствует. Американский социолог Герберт Блумер считал, что важнейшими характеристиками массы как аудитории является анонимность и обособленность ее членов, низкое взаимодействие между ними, случайность их социального происхождения и положения, а также отсутствие организованности.

Американский социолог и журналист Девид Рисмен (Risman, 1950), ввел понятие «толпы одиноких», он рассматривал человеческие массы в системе современного западного общества: люди чувствуют себя отделенными от него, и других людей, а отношения между ними достаточно часто проявляются в форме недоверия и агрессивности.

В западной науке во второй половине XX в. бесповоротно определяется неоднозначность в толковании понятия «массы». По оценке американского социолога и публициста Дэниела Белла, в западной науке определилось, по меньшей мере, пять разнообразных концептуальных толкований «массы». Под массой понималось:

- Герберт Блумер считал, что масса это – «недифференцированное множество», абсолютно однообразной аудитории средств массовой информации взамен иным, более неоднородным сегментам общества;

- «суждение некомпетентных», низкое качество нынешней культуры, является результатом обессиливания возглавляющих позиций просвещенной элиты (Ортега-и-Гассет Хосе);

– Юнгер Фридрих Георг немецкий философ рассматривал «механизированное общество», где человек являет собой придаток машины, дегуманизированным элементом «суммы социальных технологий»;

– «бюрократическое общество», выделяющееся обширно разделенной организацией, в которой принятие решений допускается исключительно на высших этажах иерархии (Г. Зиммель, М. Вебер, К. Маннгейм);

– общество, которое характеризуется неимением отличий, сходством, бесцельностью, отчуждением, недостатком интеграции (Э. Ледерер, Х. Арендт).

Позже количество толкований расширилось до семи, хотя отдельные из них пересекаются с типологией Д. Белла.

Так, в западной науке понятие «массы» расплылось в силу своей неоднозначности, а также в силу того, что в рациональной индивидуалистической культуре Запада сами массы рассыпались как некая объединенная действительность. Таким образом, пришел своего рода закат «эпохи масс» и их исследования в западной науке на несколько десятилетий.

В отличие от западного, отечественному обществознанию понятие «массы» было чуждо. Монархия всегда опасалась реальных масс и, соответственно, не приветствовала сколько-нибудь продуктивных научных размышлений о них. В России в конце XIX в. в соответствии с европейскими аристократическими традициями преобладали теории «героя» и «толпы» (Михайловский, 1882), поэтому падение монархии не изменило ситуации. В исключении самого революционного периода начала XX в., марксистско-ленинская идеология возродившаяся из нее наука, также не принимали это понятие. Основными качествами массы выделяют следующие:

– **статичность** – аморфность массы, отсутствие в ней способности к структурированию и самостоятельной организации;

– **непостоянство состава**, т. е. возобновление массы как в количественном, так и в качественном отношении;

– **ситуативность** – временность существования массы;

– **гетерогенность**, т. е. разношерстный состав массы по полу, социальному происхождению, возрасту, образованию и т. д.

Выделяют основные виды по ряду ведущих признаков.

Классификация масс разделяет их:

1) на большие и малые;

2) устойчивые (постоянно функционирующие) и неустойчивые (импульсные);

- 3) сгруппированные и несгруппированные, упорядоченные или неупорядоченные в пространстве;
- 4) контактные и неконтактные (дисперсные);
- 5) спонтанные, стихийно возникающие, и специально организуемые;
- 6) социально однородные и неоднородные.

В. И. Ленин, исходя из реалий России в начале XX в., выделял особые виды и разновидности масс: прогрессивные, или революционные, массы в противовес консервативным, реакционным, или антиреволюционным, а также нейтральные, не определившиеся массы; активные, действующие, борющиеся и пассивные, бездеятельные, «сонные», выжидающие; сплоченные массы, дисциплинированные, самостоятельные и распыленные, неорганизованные, анархичные; решительные и нерешительные; экстремистские и робкие. Такие характеристики были достаточны для принятия политических решений и осуществления, эффективных на определенных этапах политических действий.

Другие виды масс носят еще более сложный и менее конкретный, даже виртуальный, чем реальный характер. Таким образом, психология масс устроена таким образом, что существующее в настоящее время в виде совершенно виртуальных образований, уже в скором будущем может обернуться толпами погромщиков или «восставшими массами».

Толпа (масса) является сложным, несистематизированным, неструктурированным образованием, которое испытывает своего рода потребность в упорядочивании. З. Фрейд отмечал, что масса легковерна и чрезвычайно легко поддается влиянию, она некритична, неправдоподобного для нее не существует. Она думает образами, порождающими друг друга ассоциативно, – как это бывает у отдельного человека, когда он свободно фантазирует, – не выверяющимися разумом на соответствие с действительностью. Чувства массы всегда весьма просты и весьма гиперболичны. Масса немедленно доходит до крайности, высказанное подозрение сразу же превращается у нее в непоколебимую уверенность, зерно апатии – в дикую ненависть.

Главное отличие масс от иных социальных групп, классов и слоев общества заключается в наличии особого, неорганизованного и плохо структурированного массового сознания, которое возникает само по себе. Оно является разновидностью общественного сознания, которое объединяет представителей разных социальных групп общими переживаниями. Данные переживания возникают при особых обстоятель-

ствах, объединяющих членов разных групп и одинаково для них значимых. При этом обстоятельства являются настолько значимыми, что переживания обладают надгрупповым характером.

В отличие от классических групп, стабильных и высокоструктурированных, массы выступают как временные, функциональные общности, разнородные по составу, нообъединенные значимостью психических переживаний входящих в них людей. Общность переживаний в массе является главным критерием приобщения к ней, в отличие от остальных социальных групп. Классификация масс происходит на основании основных особенностей. К основным особенностям, различающим массы между собой, относятся: преобладание факторов организованности или стихийности в возникновении массы, уровень сплоченности или рассеянности, устойчивость их существования во времени, степень компактности их нахождения в социальном пространстве, размеры.

Основная сложность рассмотрения генезиса и процессов функционирования массового сознания заключается в том, что описать эти явления можно только на конкретно-историческом уровне, основываясь на социально-экономических особенностях субъекта массового сознания, его содержания, условиях возникновения, воздействующие культурные особенности, расстановку политических сил.

Относительно генезиса массового сознания выделяют *четыре основных этапа его развития*.

**Первый этап** – до XVIII в. До этого времени общество представлялось скоплением автономных индивидов, действующих самостоятельно, управляемых собственными чувствами и разумом. Такому пониманию способствовала малая плотностью населения, которое проживало в небольших деревнях и феодах (господских владениях). В процессе разрастания средневековых городов стали появляться отдельные признаки (примеры) массовой психологии: ярмарки, уличные праздники, карнавалы и т. п.

История изучения массового сознания возникает на рубеже XVIII–XIX вв. **Второй этап** относится к рубежу XVIII–XIX вв. Промышленная революция и процесс урбанизации кардинально изменили картину в целом: возникли массовые профессии, возросла миграция из аграрных провинций, или даже из других стран. До этого момента преобладали концепции, согласно которым общество является скоплением автономных индивидов, действующих самостоятельно, руководствуясь собственным разумом и чувствами. Такому понима-

нию способствовало расселение людей и небольшая плотность населения на большой территории. Однако позже все изменилось.

На рубеже XVIII–XIX вв. в эпоху промышленной революции начался процесс урбанизации, что привело к массовому распространению ограниченного числа укладов жизни. Последовавшие социально-психологические явления в обществе привели к деиндивидуализации человека, к типизации его психики, сознания и поведения. Возникновение крупных городов и активизация миграции постепенно привели к размыванию психологических границ между людьми. Началось формирование больших социально-профессиональных групп, что обозначало процесс крупномасштабной социальной реформы, которая способствовала деструктуризации психологических типов, замененных новыми «неклассическими» формами общественного сознания.

Однако появление понятия «массовое сознание» в научной области начало встречаться в середине XIX в. Фундаментальные научные труды, авторами которых являются Г. Тард, Г. Лебон, Ш. Сигеле и У. Макдауголл, обращенные в сторону исследования данного понятия, имели в основном публицистический, социологический, но не психологический характер. Таким образом, **третий этап** начинался с середины XIX в., когда в научной литературе появилось словосочетание «массовое сознание» в научно-публицистических трудах Габриэля Тарда («Законы подражания», 1892 г.) и Густава Лебона («Психология народов и масс», 1896 г.).

Только в 20–30-е гг. XX столетия данное понятие приобрело характер научного термина. Однако до середины 80-х годов в его исследовании произошел перерыв, так как в самой структуре общества происходили значительные перемены.

Необходимо отметить, что в тот период времени мир раскололся на два политических лагеря – социалистический и капиталистический, что, естественно, отразилось и на преобразование общества каждого из них. В западной науке массовая психология начала исчезать, появился культ «свободного индивида», который предвещал зарождение индивидуальной психологии. В отечественной науке произошло структурирование общества по социально-классовому признаку. В данный период времени утвердилась доминирующая роль классовой психологии, которая ассимилировала в себе массовое и индивидуальное сознание. Так, выделяется **четвертый этап** понятие «массовое сознание», которое стало употребляться в виде научного

термина в 20–30 гг. XX в. В то время развитие общественной ситуации привело к так называемому «массовому обществу» или «восстанию масс». Массовость стала рассматриваться не как маргинальный компонент социальной жизни, а как принцип функционирования современного общества в целом. Массовость стала пониматься не в качестве прорыва иррационального, а в качестве особенностей социальной организации, характеризующейся формированием одинаковых стандартов поведения.

Таким образом, массовое сознание в историческом контексте представляет собой результат урбанизационного процесса в обществе.

На сегодняшний день как в зарубежной, так и в отечественной психологической науке, не сформировались концептуальные положения о массовизации психики и массовой психологии. Современные международные политические события, многократное увеличение миграционных потоков, рост социально-экономических проблем и военных столкновений демонстрируют, что необходимо изучение данного явления, поскольку кардинальные перемены, приводящие к трансформации привычной картины мира способны дестабилизировать мировую обстановку; произошло необходимо исследовать механизмы, способствующие организации и структурированию общественных отношений.

Изучение данного вопроса осложняется тем фактом, что в массовый характер конкретного общества включен этнокультурологический аспект, возникший в результате активного роста миграции. Данный аспект выявляет сложность и дифференцированность массовой психики, исследование которой должно быть основано на полимодальном подходе.

На основании имеющихся знаний, касающихся массовой психологии, *массовое сознание* определяется как внеструктурное динамическое образование, не включенное в социально-групповую структуру общественного сознания, являющееся частью более широкого целого. Условно это «надгрупповое» сознание, которое определяется как зависимое от ситуации, производное от общественного сознания.

Следовательно, массовое сознание – это форма общественного сознания, которая активизируется и актуализируется своими проявлениями в динамичные периоды культурно-исторического развития общества. Проявления массового сознания обладают случайным характером, выступая в качестве признаков временного, стихийного варианта развития.

Другая точка зрения рассматривает массовое сознание как самостоятельный феномен, имеющий своего социального носителя – массы. При этом его появление является отражением, переживанием и осознанием реальных условий и обстоятельств социального характера, объединяющих различные социальные группы общими проблемами и событиями. В данном случае массовое сознание – это глубинное образование, приобретающее психологические признаки социальной определенности.

Наличие двух противоположных в своем представлении об этимологии массового сознания демонстрирует его сложность и специфичность. Массовое сознание является сложноорганизованным, неустойчивым социально-психологическим образованием, претерпевающим трансформацию под влиянием внешне- и внутрисполитических, социально-экономических, культурологических и других факторов.

Различные теоретико-методологические концепции, изучающие массовое сознание, могут быть объединены в две основные группы. С одной стороны, массовое сознание – это форма общественного сознания, значительно проявляющаяся лишь в бурные, динамичные периоды формирования общества. С другой стороны, массовое сознание характеризуется как достаточно самостоятельный феномен. И это сознание определенного социального носителя («массы»), которое сосуществует в обществе наряду с сознанием классических групп. Возникает оно как отражение, переживание и осознание действующих в значительных социальных масштабах обстоятельств, в том или ином отношении общих для членов разных социальных групп, оказывающихся тем самым в сходных жизненных условиях и уравнивающих их в том или ином плане. Отсюда следует, что массовое сознание является глубинным образованием и отражает действительность «первичного порядка», которое лишь потом обретает необходимые психологические признаки социальной определенности.

Необходимо указать, что в 50–60-е гг. XIX в. особая сфера научного исследования – психология народов, становится одной из первых форм социально-психологической теории. Немецкие философы **Морис Лацарус** (M. Lazarus, 1824–1903 гг.) и **Хейман Штейнталь** (H. Steinthal, 1823–1899 гг.) выступили непосредственными создателями психологии народов, которые, совместно в 1859 г., основали журнал: «Психология народов и языкознание». Они считали, что центральной силой истории человечества является «народный дух» или «дух целого», который определяется в данной концепции как единое

сверхличное сознание народа, которому свойственны психические особенности, общие для всех представителей того или иного народа. В языке народа отражаются его общие психические качества, которые определяют его единство. По мнению немецких ученых, объектом исследования должны быть также исторические судьбы отдельных народов, т. е. истории их зарождения, расцвета и гибели. Таким образом, как отмечали М. Лацарус и Х. Штейнталь, вся эта область исследования была призвана определять специфику и особенности единого национального народного духа.

Позже немецкий философ, физиолог, психолог, один из основоположников экспериментальной психологии **Вильгельм Вундт** (W. Wundt, 1832–1920 гг.) высказал идею о том, что именно сложные проявления психической жизни, а именно: речь и мышление должны стать объектом анализа «психологии народов», изучающей психику по продуктам культуры. Он пришел к выводу, что предметом самостоятельного психологического исследования являются эволюционные процессы, возникающие из общности духовной жизни различных народов. Представляя собой содержание народного сознания, данные культурные явления становятся объектом исследования новой области психологического знания.

Таким образом, изучая сложные особенности психической жизни различных общностей, ученые пытались определить сложное понятие «народность». Необходимо отметить также, что данные исследования, проводившиеся на первоначальном этапе становления новой науки, имели достаточно односторонний характер, наиболее ярко проявившийся в том, что только язык признавался главной сферой проявления народности.

На рубеже XIX и XX вв. на первое место выходит новая теория, в центре изучения которой были поставлены вопросы психологического обоснования исторической деятельности масс и объяснения формирования и развития «психологии масс». Эти идеи были высказаны целым рядом западно-европейских ученых, среди которых необходимо назвать имена Г. Лебона, Г. Тарда, З. Фрейда, С. Сигеле, Г. Блумера и других. Свой вклад в развитие данной проблематики внесли и известные русские ученые, психологи, социологи, юристы – Н. К. Михайловский, А. А. Богданов, Н. И. Кареева, Л. Петражицкий, И. А. Ильин, П. А. Сорокин, В. М. Бехтерев и многие другие, плодотворно работающие в этой области.

Французский врач, **Гюстав Лебон** (G. Le Bon, 1841–1931 гг.) разработал собственную теорию народов и рас, согласно которой совокупность людей обладает обусловленными психологическими признаками. Эти признаки проявляются через совокупности моральных и интеллектуальных особенностей, совокупности идей и чувств конкретной нации или народа. По его мнению, одним из основных факторов, оказавшим воздействие на формирование устойчивых психологических признаков расы, являлось влияние предков, поскольку именно предыдущие поколения закладывают основание расы в виде основных идей, чувств, убеждений, формирующих побудительные причины ее поведения, передаваемые из поколения в поколение. Следующим фактором, воздействующим на формирование психологических признаков расы, является влияние среды, которое определялось самым могущественным фактором влияния. Согласно Г. Ле Бону, это самый слабый фактор изменения. Г. Лебон отмечал, что различные трансформации окружающей среды оказывают лишь побочные физические и нравственные влияния, которым подвергается человек в течение всей его жизни<sup>1</sup>.

Основные идеи Г. Лебона нашли свое продолжение в научных трудах **Габриэля Тарда** (G. Tarde, 1843–1904 гг.). Г. Лебон сделал попытку лишь описать психологию толпы, а Г. Тард попытался проанализировать ее содержание. Одним из самых важных факторов психической жизни людей, способствовавших их организации в какие-либо объединения, группы, коллективы и т. п., являлась способность к подражанию без которого невозможно функционирование и развитие всего общества как широкое социальное явление.

На рубеже веков для **Зигмунда Фрейда** (1856–1939 гг.) становится чрезвычайно актуальной задача исследования законов формирования и проявления психики больших социальных групп. На основании психоанализа индивидуального «я», З. Фрейд выделяет проявления социального, которое обнаруживается в виде другого человека, воспринятого и осмысленного на интеллектуальном сознательном уровне каждого отдельного индивида в нейтральном или абстрактном смысле, а также выражается в виде разнообразных проявлений неорганизованных или организованных масс и их вождей. Отмечая в психике индивидов наличие асоциальных влечений в скрытом виде, З. Фрейд делает

---

<sup>1</sup> Ле Бон Г. Психология народов и рас. В кн.: Западно-европейская социология XIX – начала XX веков / под ред. В. И. Добренькова. М. : Издание МУБиУ, 1996. С. 102.

вывод о том, что человека можно считать социальным животным, которого очеловечивает, делает из него личность именно цивилизация, культура, создавая на протяжении тысячелетий своего формирования определенные запреты, нормы, законы общежития в социуме<sup>1</sup>.

Данная проблематика была изучена и русскими учеными. Русский философ, публицист, литературовед второй половины XIX в. **Н. К. Михайловский** (1842–1904 гг.) был одним из первых, кто изучал проблему подражания и его влияния на психику человека. По его мнению, способность к подражанию, является одним из важных факторов психической жизни людей, что способствуют объединению их в группы, коллективы, скопления людей. Особое внимание Н. К. Михайловский уделяет изучению психической природы феномена подражания в социальной среде, особенно в толпе, которая обладает особенностями стадного характера. Он выделял условия в массовом движении, которые толкают каждого участника к бессловесному подражанию. Данные условия представляют собой комплекс социокультурных обстоятельств, имеющих экономический, политический, нравственный, умственный характер. Основная мысль Михайловского заключалась в том, что в этих общих условиях присутствует «...непреодолимая сила бессознательного подражания»<sup>2</sup>, которая определяет подражательный характер массовых движений. В этой силе представлены особенности психики и моделей поведения наиболее элементарной формы проявления массовых движений – толпы.

Известный русский психолог академик **В. М. Бехтерев** (1857–1927 гг.), основатель коллективной рефлексологии, посвящал свои труды психологическому объяснению общественных форм поведения и действия людей. Основой данной концепции является анализ формирования и развития различных коллективных рефлексов, начиная с наследственно-органических (т. е. инстинктов) и кончая согласованными коллективными действиями и коллективным творчеством. Непосредственно Бехтерев в научный оборот вводит понятие «коллективного рефлекса», с помощью которого он и объясняет механизм формирования психики человека. Он называл все проявления коллективной деятельности – коллективными рефлексам, коллективными реакциями. Ученый считает, что самый простой вид коллективного рефлекса имеет наследственно-органический характер, т. е. предпола-

<sup>1</sup> Фрейд З. Будущность одной цивилизации. М.-Л., 1930. С. 13.

<sup>2</sup> Михайловский Н. К. Герои и толпа // Отечественные записки. – 1882. – № 2. – С. 509–510.

гает собой рефлекс, направленный на удовлетворение витальных потребностей человека в отношении еды, питья, защиты, удовлетворение сексуальных потребностей, влечение к сообществу и т. д. Благодаря тому, что удовлетворение всех вышеперечисленных инстинктов достигается эффективнее коллективными усилиями, то на заре развития человечества возникали различные массовые сообщества людей, такие как общины, кооперации. Их примером служили охотничьи, рыбацкие кооперации, земледельческие, скотоводческие объединения. По мнению В. М. Бехтерева, основой формирования и развития первичных социальных объединений служит, разделение труда и сотрудничество между отдельными его носителями<sup>1</sup>.

Учение **А. Л. Чижевского** (гелиопсихология) основано на изучении влияния возмущений в солнечной деятельности на организм человека. Акцент в рассуждениях Чижевского делался на физических факторах солнечного происхождения. В 1915–1916 гг. он заявил о своей гипотезе, согласно которой: возрастающая «агрессивность» процессов на Солнце, которая выражается в видимых в телескоп пятнах и вспышках на его диске, и повышенная земная активность (массовые события в природе и обществе) не случайно совпадают во времени, поскольку между ними имеется причинная связь.

Ученый полагал, что различные клетки сложнейших биосистем и различные одноклеточные организмы по-разному настроены на восприятие энергетических воздействий разных полос общего электромагнитного излучения Солнца. Однако А. Л. Чижевский считал недостаточным ограничиваться Солнцем при изучении роли внешних, внеземных причин изменений пульса живого вещества планеты.

Резюмируя суть данного учения, можно отметить, что силы внешней природы связывают или освобождают заложенную потенциально в человеке его духовную сущность и принуждают интеллект действовать или коснеть.

Анализ формирования, развития и функционирования массового сознания является сложным и трудоемким процессом, поскольку описание данных явлений возможно, исходя из конкретных особенностей социального носителя массового сознания. Для того чтобы осуществить этот анализ, необходимо рассмотреть макроформы массового сознания, в качестве которых выделяются **массовые настроения** и **общественное мнение**.

---

<sup>1</sup> Бехтерев В. М. Коллективная рефлексология. В кн.: Бехтерев В. М. Избранные работы по социальной психологии. М. : Наука, 1994. С. 143–146.

## Тема 1.2. Структура массового сознания.

### Факторы формирования и изменения массового сознания

**Массовое сознание** – *один из видов общественного сознания, наиболее реальная форма его практического существования и воплощения*, свойственное существенным неструктурированным множествам людей («массам»). Массовое сознание определяется как совпадение в какой-либо момент (совмещение или пересечение) основных и наиболее значимых компонентов сознания большого числа, весьма разнообразных «классических» групп общества (больших и малых), однако оно несводимо к ним.

Массовое сознание – типизированное представление, которое связывает в себе сознание существенной части людей. Данное сознание обусловлено сбором мнений участников с определенной целью, идеей или другим аспектом интересов.

Массовое сознание – один из наиболее значимых каналов воздействия на людей и, следовательно, управления ими.

Сущность массового сознания определяется практически как бесконечное, в случае если попробовать – предвидеть все без исключения вероятные виды возникновения тех или иных значительных масс людей в рамках как отдельного общества, так и человеческой истории в целом.

**Структура** массового сознания *представлена двумя уровнями развития*: основной (первичный) – это эмоционально-действенный уровень, и вторичный – рациональный. Основной составляющей массового сознания является яркое эмоциональное переживание социальной проблемы, имеющей характер общей значимости, например: война, революция, экономический кризис и т. д. Достижение максимального уровня переживания проблемы (так называемой, «точки кипения») становится системообразующим фактором массового сознания. Данное переживание, характеризующееся сильными эмоциями, чувствами, подавляет обыденные стандарты (нормы, ценности и образцы поведения), порождая потребность в оперативных действиях. У людей возникают потребности в немедленном реагировании на возникшие проблемы, причем без учета привычных норм поведения и ценностей, поэтому оно определяется как эмоционально-чувственная основа («ядро») массового сознания.

На основе «ядерного», эмоционально-действенного уровня постепенно образуется рациональный, который включает в себя определенные когнитивные компоненты – например, общедоступные знания или наиболее актуальную для общества информацию.

По своему психологическому составу рациональный уровень массового сознания включает в себя статичные (оценки и ожидания, ценности и «общие ориентации») и динамичные (настроение и мнения масс) компоненты.

***Рациональный уровень представлен основными блоками.***

1. Это блок социальных ожиданий и оценок людьми собственных возможностей повлиять на сложившуюся общественную систему в целях реализации существующих ожиданий.

2. Блок быстро меняющихся мнений и настроений людей, отражающих оценку ими общественной атмосферы, правительства, лидеров, социально-политических акций.

3. Блок социально-политических ценностей, формирующего основу политико-идеологического выбора (например, ценности справедливости, демократии, равенства, стабильности, порядка или противоположные им). Данные ценности выявляют отношение массового сознания к происходящим событиям.

Развитие рационального уровня массового сознания происходит посредством распространяемых с помощью слухов или средств массовой информации «необходимых» сведений.

В зависимости от преобладания в массовом сознании одного из двух уровней (эмоционально-действенного или рационального) формируется массовое поведение, характер которого может быть стихийным или управляемым. Кроме того, воздействие, оказываемое на массовое сознание, также обуславливает поведение масс. Необходимо отметить, что до определенных моментов массовое сознание (и, соответственно, поведение массы) обычно податливо по отношению к внешним воздействиям.

**Основными характеристиками (свойствами) массового сознания является:** эмоциональность, заразительность, мозаичность, подвижность и изменчивость. Массовое сознание всегда конкретно, как правило, оно неоднородно, аморфно, противоречиво, лабильно и размыто.

Как полагал Х. Ортега-и-Гассет, когда единичный субъект, становится частью массы, он неизменно подпадает под власть определенных, а именно инстинктивных, иррациональных страстей, темных импульсных реакций. Интеллекту, разуму, логической аргументации вовсе нет места в массовой психологии. З. Фрейд утверждал, масса импульсивна, изменчива и возбудима. Ею почти исключительно руководит бессознательное.

Такие свойства связаны со свойствами субъекта массового сознания. Реальная диалектика взаимосвязи «массы» и ее сознания такова,

что возникающие обычно основы массового сознания сами формируют свою массу, которая, в свою очередь, в дальнейшем формирует свое сознание. Б. А. Грушин верно писал, что нет недостатка в эмпирических доказательствах того ежедневно и повсеместно наблюдаемого факта, что массовое сознание обнаруживает безусловную способность к «самопорождению», к спонтанному возникновению и изменению в процессе и результате непосредственно-практического освоения массами их ближайшего общественного бытия.

**Развитие массового сознания находится в зависимости от масштаба охвата людей общими психическими состояниями.** Первоначально возникая в рамках традиционно выделяемых групп, отдельные компоненты массового сознания могут распространяться, захватывая представителей других групп и слоев общества и увеличивая тем самым массу, а могут, наоборот, и сокращаться, сужая размеры субъекта массового сознания и поведения.

Нечеткость границ субъекта весьма затрудняет формирование типологии массового сознания. В качестве оснований для его классификации на отдельные типы были выбраны следующие **свойства**:

1) **«общий и актуальный мыслительный потенциал»** (объем различных позитивных знаний, практически используемый массой в своей жизнедеятельности);

2) **«пространственная распространенность»** (формат захватываемой им массы);

3) **темпоральность** (устойчивость или неустойчивость во времени);

4) **степень связности** (противоречивости или непротиворечивости);

5) **управляемость** (удельный вес и пропорции, соотношение входящих в массовое сознание стихийных и институционализированных форм);

6) **уровень развития** (высокий – низкий, развитое - неразвитое);

7) **характер выраженности** (сильный, средний, слабый);

8) **особенности используемых языковых средств** (более или менее экспрессивных, включающих сугубо литературные или нелитературные компоненты).

В начале XX в. российскими политиками выделялись также разновидности массового политического сознания: сознание «просвещенное» и «темное», «прогрессивное» и «реакционное», «удовлетворенное» и «неудовлетворенное».

Поскольку массовое сознание является сложноорганизованным образованием, со свойственной ему неустойчивой динамикой, названные попытки создания данной типологии не способны были

охватить полностью это объемное, многомерное образование. Следовательно, массовое сознание может быть типологизировано **в пространственной системе координат**, т. е. методом моделирования массовое сознание может быть изучено под разными углами зрения. В результате чего получается его сферическая модель.

Так, в США в 70-х гг. XX в. исследовали и типологизировали массовое политическое сознание, в котором было выделено 12 «матричных» параметров, в соответствии с которыми были выделены либерал-технократический, либерал-реформистский, либертариистский, традиционалистский, радикал-либертариистский, радикал-эскапистский, правопопулистский, радикал-демократический, радикал-бунтарский, радикал-романтический и радикал-социалистический типы массового политического сознания.

В обобщенном виде оценка и дифференциация содержания массового сознания, возможна на основе совокупности **трех основных характеристик**:

– *наличный (средний) уровень развития сознания масс в обществе, который включает в себя не только когнитивные элементы (объем знаний и суждений, способности суждения масс о тех или иных социально-политических явлениях и процессах), но и направленность чувств и фантазий, способности эмоционально реагировать на окружающую действительность;*

– *диапазон и направленность потребностей, интересов, а также запросов, отличающих условия жизни масс в обществе;*

– *диапазон информации, в массовом масштабе циркулирующей в обществе, в том числе специально направляемой на массовое сознание через многочисленные каналы воспитательных и образовательных институтов и средства массовой информации.*

### **Общественное и индивидуальное сознание: их взаимосвязь**

В своей книге «Психология масс» Г. Лебон утверждал, что, когда человек попадает в толпу, он исчезает, как индивидуум и становится частью массы, которая рождается как новое существо с иными качествами. Толпа одинаково влияет на всех людей независимо от возраста, социального положения и религиозных взглядов.

*Психология массового сознания влияет на индивидов следующим образом:*

– *каждый отдельный человек ощущает мощь всей толпы и считает себя всемогущим, совершая непредсказуемые поступки;*

– *действия в толпе проявляются с такой силой, что люди жертвуют своими интересами ради интересов толпы;*

– у людей проявляются особые качества, которые весьма отличаются от характера. *Сознательная личность совершенно утеряна, воля и способность различения отсутствуют*, все чувства направлены в сторону, указанную главным в толпе.

Человек, принадлежащий толпе, опускается по лестнице цивилизации, так считал З. Фрейд. Массовое сознание напоминает сложный общественный феномен, импульсы, которой достаточно сильны, чтобы заглушать остальные качества личности. Толпа считает, что нет ничего невозможного. У массового сознания нет ни страха, ни сомнений. Манипуляция массовым сознанием происходит постоянно, для этого и собирается толпа. Именно в таком состоянии люди легко переходят от одного мнения к другому. Крайности – нормальное состояние толпы, так как высказанное подозрение, немедленно становится полноценной уверенностью, а небольшая антипатия в толпе молниеносно превращается в дикую ненависть. Для этого необходим всего один человек, который будет служить спичкой, в этом пожаре эмоций.

*Сознание отдельного человека, отражающее только его личное состояние, называется индивидуальным.* Некое количество таких сознаний создают массовое, которое нужно разнообразным социальным группам для бытия в повседневной жизни. Исследования доказали, что массовое сознание приобрело некоторые преобразования, но базовые признаки остались неизменными.

Таким образом, **общественное сознание – это комплекс идей, взглядов и оценок, характерных данному обществу в осознании им собственного бытия**, которое образуется на основе сознаний отдельных людей, но не является их простой суммой. Каждое индивидуальное сознание индивидуально, каждый человек конкретным образом отличается от другого человека именно содержанием своего индивидуального сознания. Таким образом, общественное сознание является комплексом идей, взглядов и чувств, которые объединило в себе из индивидуальных сознаний, тем самым, представляя собой качественно новое явление.

**Индивидуальное сознание – это комплекс идей, взглядов, чувств, характерных конкретному человеку**, человека всегда разнообразнее и ярче общественного сознания, но оно всегда более ограничено по взгляду на мир и гораздо менее объемно по масштабу рассматриваемых проблем.

**Сознание отдельного человека (индивидуальное) не достигает той глубины, которая присуща общественному сознанию, оно**

охватывает все стороны духовной жизни общества. Но общественное сознание приобретает свою всеохватность и глубину из содержания и опыта отдельных индивидуальных сознаний членов общества.

Таким образом, **общественное сознание есть всегда продукт индивидуального сознания.**

Но, с другой стороны, любой индивид является носителем, как современных, так берущих свое начало из глубины веков, общественных идей, общественных взглядов и общественных традиций. Таким образом, элементы общественного сознания всегда попадают в индивидуальное сознание отдельных индивидов, преобразуясь в элементы индивидуального сознания и, соответственно, общественное сознание не только развивается индивидуальным сознанием, но формирует индивидуальное сознание. Таким образом, **индивидуальное сознание всегда является продукт общественного сознания.**

Таким образом, взаимосвязь индивидуального и общественного сознания характеризуется тем, что **оба этих вида сознания неразделимо связаны, но остаются обособленными особенностями существования, взаимно влияющими друг на друга.**

Общественное сознание имеет сложную внутреннюю структуру, в которой выделяются уровни и формы:

**Формы общественного сознания – это различные способы интеллектуального и духовного освоения действительности:** политика, право, мораль, философия, искусство, наука и т. д. Таким образом, можно говорить о следующих ***формах общественного сознания.***

**1. Политическое сознание.** Представляет собой систему знаний и оценок, посредством которых общество осознает сферу политики. Политическое сознание является специфическим основанием остальных форм общественного сознания, так как в нем отражаются экономические интересы классов, социальных слоев и групп. Политическое сознание оказывает существенное влияние на группировку политических сил общества в борьбе за власть и, соответственно, на все остальные сферы социальной жизни.

**2. Правовое сознание.** Представляет собой систему знаний и оценок, посредством которых обществом осознается сфера права. Правовое сознание непосредственно связано с политическим сознанием, потому что в нем четко представлены политические и экономические интересы классов, социальных слоев и групп. Правосознание оказывает значительное влияние на экономику, на политику и на все сто-

роны социальной жизни, поскольку выполняет в обществе организационно-регулятивную функцию.

**3. Нравственное сознание.** Это исторически формирующиеся принципы морали в отношениях между людьми, между людьми и обществом, между людьми и законом, и т. д. Таким образом, нравственное сознание является серьезным регулятором всей организации общества на всех его уровнях.

**4. Эстетическое сознание.** Является отражением окружающего мира в форме особых сложных переживаний, связанных с чувствами возвышенного, прекрасного, драматического, трагического и комического. Его особенность состоит в том, что в нем формируются идеалы, вкусы и потребности общества, связанные с явлениями творчества и искусства.

**5. Религиозное сознание** выражает в себе внутренний опыт человека, связанный с ощущением им своей связи с чем-то высшим себе и данному миру. Религиозное сознание находится во взаимодействии с другими формами общественного сознания, и, прежде всего, с нравственным. Религиозное сознание обладает мировоззренческим характером и, следовательно, оказывает значительное воздействие на все формы общественного сознания через мировоззренческие принципы его носителей.

**6. Атеистическое сознание** представляет собой мировоззренческий взгляд тех членов общества, которые не признают наличия Высшего человеку и мировому бытию, и отрицают существование любой реальности, кроме материальной. Как и мировоззренческое сознание оно также оказывает значительное влияние на все формы общественного сознания через жизненные позиции его носителей.

**7. Естественнонаучное сознание.** Это система экспериментально подтвержденных и статистически закономерных знаний о природе, обществе и человеке. Данное сознание является одним из наиболее определяющих для характеристик той или иной цивилизации, поскольку затрагивает и определяет большинство социальных процессов общества.

**8. Экономическое сознание.** Это форма общественного сознания, в которой отражены экономические знания и социально-экономические потребности общества. Экономическое сознание формируется под влиянием конкретно существующей экономической реальности и определяется объективной необходимостью её осмысления.

**9. Экологическое сознание.** Является системой сведений о взаи-

отношениях человека и природы в процессе его общественной деятельности. Его формирование и развитие происходит целенаправленно, под воздействием политических организаций, социальных институтов, средств массовой информации, специальных социальных учреждений, искусства и т. д.

Многообразие форм общественного сознания соответствует многообразию социальных процессов, которые осмысливает человек.

### **Общественное сознание формируется на двух уровнях.**

**1. Обыденное, или эмпирическое сознание.** Основу данного сознания составляет непосредственный опыт повседневной жизни. С одной стороны, обыденное сознание является приспособлением человека к общественному бытию, с другой стороны, осмыслением общественного бытия и попытками его оптимизации.

**Обыденное сознание** – это низший уровень общественного сознания, который позволяет устанавливать отдельные причинно-следственные связи между явлениями, строить простые умозаключения, открывать простые истины, но **не позволяет глубоко проникать в сущность вещей и явлений**, или подниматься до глубоких теоретических обобщений.

**2. Научно-теоретическое сознание.** В отличие от обыденного сознания, это более сложная форма общественного сознания, которая стоит выше повседневных задач.

Данное сознание включает в себя результаты интеллектуального и духовного творчества высокого порядка, таких как: мировоззрение, естественнонаучные концепции, идеи, устои, глобальные воззрения на природу мира, сущность бытия и т. д.

Возникая на основе обыденного сознания, **научно-теоретическое сознание делает жизнь людей более осознанной и способствует более глубокому развитию общественного сознания, поскольку раскрывает сущность и закономерности материальных и духовных процессов.**

## Р а з д е л II. ПСИХОЛОГИЯ МАССОВОГО ПОВЕДЕНИЯ

### Тема 2.1. Феномен толпы и ее характеристики

Термин «толпа» возник в социальной психологии в период революционного подъема масс в конце XIX – начале XX в. Понятие толпы в то время определялось как слабо организованные выступления трудящихся против эксплуататоров. Когда употребляется термин «толпа», то подразумевается неопределенное множество людей, организованно или хаотично движущуюся массу, объединенную или разделенную конкретными критериями.

Стоит отметить, что появлению в науке термина толпы предшествовало формирование понятия «массового человека» и «массового сознания» на рубеже XVIII–XIX вв.

Процесс массовизации был связан с процессом урбанизации, большим увеличением иммиграционных потоков из сельской местности в города и ростом промышленного производства, которые привели к появлению массовых профессий и, как следствие, деиндивидуализации человека. Можно сказать, что уже на этом первоначальном этапе началось угасание персонификации личности, ее персональной ответственности и эмпатийных способностей. Взамен начался рост стандартизации, т. е. соответствие требованиям, унифицированным для урбанизированного общества, что привело к утрате понимания уникальности в прежнем смысле.

Если вспомнить роман-антиутопию Е. И. Замятина «Мы», где общество было стандартизировано вплоть до «розово-талонных» отношений и отсутствовало выделение уникальности, неповторимости человека, то станет понятно, какое психологическое воздействие оказал на психическое состояние людей процесс урбанизации и адаптации к новым условиям жизни. Отмечено, что в деревнях все, все про всех знают, а в городах, можно не знать имени соседа по площадке.

В крупных городах с многомиллионной численностью населения заметен низкий уровень чувства ответственности, порожденного анонимностью и чувством одиночества, о чем свидетельствуют результаты исследований отечественных и зарубежных авторов. Отмечается также проявление «невовлеченности» в происходящее с другими людьми и терпимости к нарушению собственных прав.

Так, в 1975 г. американским ученым Т. Мориарти было проведено исследование, целью которого было установить, насколько распространена среди людей снисходительность к нарушению основных

прав личности. В рамках эксперимента двум испытуемым, которые находились в одной комнате, было предложено выполнить тест, что невозможно было выполнить за предоставленные 20 минут.

Один из испытуемых был «подставным» и получил инструкцию с максимальной громкостью слушать на своем магнитофоне рок-музыку и уменьшить громкость только после третьей просьбы «неосведомленного» испытуемого. Из 20 человек только один сразу потребовал выключить музыку в категоричной форме, трое испытуемых потребовавших тишины один раз, не повторили свою просьбу после того, как получили ответ, что музыка будет выключена, как только закончится песня (данное обещание не выполнялось). Все остальные 80 % испытуемых не обратились с просьбой выключить музыку, хотя и выказывали признаки недовольства, продолжая терпеть беспокойство, будучи не в состоянии сосредоточиться на задании.

Когда испытуемых спросили, почему они плохо выполнили тест, лишь немногие из них ссылались на музыку, оговариваясь, что совсем не уверены, в данной причине. Только после настоятельных расспросов исследователя студенты признавались, что не могли сосредоточиться из-за музыки и даже злились на любителя рока; хотели вмешаться, но так и не решились, успокаивая себя, что задание не настолько важно, чтобы устраивать противоборство. Дальнейшие исследования показали, что при выполнении более «важных» тестов число терпеливых испытуемых не уменьшилось.

Т. Мориарти и его сотрудники провели еще один эксперимент, где «подставные» участники громко разговаривали в библиотеке или в кинозале, мешая своим соседям. Чуть более четверти испытуемых отреагировали на такое поведение, пересаживаясь на другое место, а другие – терпели.

Другое исследование создавало ситуацию прямого столкновения жертвы со «злоумышленником», который выжидал момент и при выходе человека из телефонной будки спрашивал его, не видел ли тот кольцо, которое было им забыто на телефонном автомате. Естественно, услышав отрицательный ответ, «агрессор» продолжал настаивать: «А вы уверены? Некоторые берут чужие вещи, сами того не замечая. Если вам не трудно, не могли бы вы вытряхнуть свои карманы?». В ответ на подобную «просьбу» разозлился только один человек, трое других вежливо отказались, а остальные 80 % вывернули карманы.

Таким образом, по мнению Т. Мориарти, результаты данных экспериментальных исследований являются показателем социальной

проблемы, которая означает, что стрессогенный характер условий современной жизнедеятельности у людей порождает чувство одиночества и безликости и, как следствие, бездействия и конформность.

Понятие толпы рассматривается с позиции различных наук: социологии, политологии, психологии. В рамках психологической науки **толпа** – *это бесструктурное скопление людей, лишенных ясно осознаваемой общности целей, но взаимно связанных сходством эмоционального состояния и общим объектом внимания.*

Г. Лебон дал весьма образное определение толпы, что толпа похожа на листья, поднимаемые ураганом и разносимые в разные стороны, а затем падающие на землю.

Вероятность проявления стихийного поведения сильно возрастает при объединении малых групп, состоящих из индивидов, высказывающих недовольство и негодование по определенному поводу, в достаточно большую группу. При этом стихийное поведение направлено на выражение людьми испытываемых чувств, оценок и мнений, на изменение ситуации через действие. Зачастую субъектом такого стихийного поведения является толпа.

Толпой как субъектом массовых форм внеколлективного поведения часто становится:

- публика, под которой понимается большая группа людей, возникающая на основе общих интересов, часто без какой-либо организации, но обязательно при ситуации, которая затрагивает общие интересы и допускает рациональное обсуждение;
- контактная, внешне неорганизованная общность, действующая крайне эмоционально и единодушно;
- совокупность индивидов, составляющих многочисленную аморфную группу и не имеющих в своем большинстве прямых контактов между собой, но связанных каким-либо общим более или менее постоянным интересом. Таковыми оказываются массовые увлечения, массовая истерия, массовые миграции, массовый патриотический или лжепатриотический угар.

Как же происходит формирование толпы? Стихийно и организовано. Скорее всего, даже одновременно и стихийно и организовано. С одной стороны, существуют активисты, которые инициативно привлекают внимание окружающих людей, даже, если просто что-то говорят или делают. А, с другой стороны, под этим воздействием собираются зрители – «зеваки», которым интересно просто посмотреть, что происходит, что закономерно, потому что в основе этого лежит

ориентировочно-познавательная активность человека. И они могут даже не представлять, в какие события может перерасти «безобидное зрелище».

Например, в конце 90-х гг. один человек, позиционировавший себя как художник, приковал себя обнаженного к цепи и, бегая на четвереньках, изображая недружелюбную собаку, лаял, огрызался, бросался на прохожих и метался из стороны в сторону. Событие собрало вокруг него немалое количество людей, которые наблюдали за подобным невразумительным поведением.

Или, например, в рассказе А. П. Чехова «Брожение умов» прохожие останавливались на улице и смотрели в ту же сторону, что и два человека, сосредоточенно смотревших в неизвестном направлении. Опять проявление ориентировочного рефлекса и познавательной активности.

Американские психологи провели исследование по сюжету рассказа А. П. Чехова. Их интересовало, каким образом число людей, ведущих себя тем или иным образом, способствует формированию посторонних друг другу людей в толпу.

Были образованы группы в количестве 1, 2, 3, 5, 10 и 15 человек. Разные по численности группы, останавливаясь на многолюдной улице, смотрели в определенном направлении в течение одной минуты. При этом реакция окружающих фиксировалась на видео. Результаты исследования показали, что при группах от 1 до 5 человек число прохожих, останавливавшихся и начинавших смотреть в том же самом направлении, быстро увеличивалось в зависимости от размеров «провоцирующей группы». Группы из 5, 10 и 15 человек оказывали примерно одинаковое воздействие (при одном человеке останавливались 4,05 %, при 15—39,98 % прохожих). Это пример стихийного формирования так называемой, пассивной толпы, которая быстро собирается и рассеивается.

Согласно наблюдениям с воздуха, любая толпа в начале образования и в состоянии относительного покоя имеет кольцеобразный вид (если вокруг нет каких-либо препятствий, например, зданий и т. п.). При этом было отмечено движение одних людей от центра толпы к ее периферии, а других — от периферии к центру. Такое явление имеет двойное значение: с одной стороны, оно оценивается как средство распространения информации в толпе, а с другой, — способствует разделению людей по степени их активности. Так было отмечено, что наиболее активные участники стремятся к центру толпы, а пассивные придерживаются ее

периферийной стороны. Однако различные эксперименты и наблюдения выявили, что состояния страха и неопределенности привлекают людей в сторону центра толпы. Это явление можно определить как «эффект пружины»: сначала люди плотно сжимаются в центр кольца, а затем быстро движутся в каком-то одном или нескольких направлениях.

В научной литературе выделяют следующие основные механизмы формирования толпы и развития ее характерных качеств: **циркулярная реакция** (это нарастающее взаимонаправленное эмоциональное заражение) и **слухи**.

**Динамика формирования (этапы) толпы** являются следующие.

**I. Образование ядра толпы.** Возникновение толпы редко выходит за пределы причинно-следственных связей социальных явлений. При этом, несмотря на то, что одним из существенных признаков толпы означает случайный состав образующих ее людей, формирование толпы начинается с некоторого ядра, в качестве которого и которое создают **зачинщики**.

Ядро толпы может быть создано под влиянием вполне разумных позиций и их объяснений с постановкой конкретных целей.

Но затем динамика событий меняется, становится лавинообразной и стихийной. Толпа растет, поглощая случайных прохожих, не желающих участвовать или наблюдать за происходящими событиями.

Как уже было отмечено ранее, ориентировочно-познавательная активность способствует скоплению людей, стихийному и спонтанному (например, в результате какого-либо происшествия). Иными словами, первоначально толпу формирует любопытство.

В зависимости от характера наблюдаемого происшествия у человека возникает ответная реакция на это события, которая подкрепляется эмоциональными комментариями со стороны других собравшихся понаблюдать. На фоне собственной эмоциональной оценки в совокупности с происходящим возбуждением со стороны окружающих лиц человек испытывает изменения своего эмоционального состояния вплоть до потери своего обычного эмоционального состояния и самообладания. Здесь происходит **циркулярная реакция**, которая объединяет собравшихся схожими эмоциями и обуславливает тем самым их психическое взаимодействие.

**II. Циркулярная реакция** является первым этапом формирования и функционирования толпы.

**III. Второй этап – процесс кружения**, в процессе которого чувства участников обостряются еще больше, возникает готовность реагиро-

вать на информацию, поступающую от присутствующих. Причем реагировать в соответствии с царящим чувственно-эмоциональным настроением, хотя самими участниками это пока еще не осознается. Внутреннее напряжение и эмоциональное возбуждение нарастают. Возникает предрасположенность к совместным и немедленным действиям.

**IV. Появление нового общего объекта внимания** – это следующий этап, который характеризуется появлением нового общего объекта внимания, на котором фокусируются импульсы, чувства и воображение людей. Если первоначально общий объект интереса составляло возбуждающее событие, собравшее вокруг себя людей, то на этом этапе новым объектом внимания становится образ, создаваемый в процессе кружения в разговорах участников толпы. Данный образ является результатом творчества самих участников. Образ всех объединяет, ориентирует и направляет, выступая в качестве объекта совместного поведения. Возникновение такого воображаемого объекта становится фактором, сплачивающим толпу в единое целое.

Для иллюстрации полезно вспомнить одну сцену из романа П. Зюскинда «Парфюмер». Когда толпа зевак собралась посмотреть на казнь убийцы, лишившего жизни нескольких молодых невинных девушек; мерзкого и противного типа. Но, когда убийца появился на эшафоте, одетый в костюм, и достал свой платок, надушенный созданным им ароматом, в основе которого были жизни его жертв, демонстративно рукой взмахнул им в воздухе, толпа обомлела. Ее настроение резко переменилось – с жажды отмщения на любовь. И эта волна любви нарастала вместе с распространяющимся ароматом, она окутывала всю толпу, и люди уже смотрели не на плаху, а друг на друга, тянулись друг к другу, любили друг друга.

Таким образом, сцена казни в романе превращается в вакханалию. После этого люди просто расходятся, не глядя друг на друга, забыв, зачем они здесь изначально собрались.

Таков механизм «забывания» или «отрицания» того, что натворил человек в толпе, можно объяснить определенной психологической защитой. Известно, что криминальные личности, совершившие преступление, обладают системой самооправдательных мотивов, т. е. всегда находят объяснение своему правонарушению вовне, а не в самих себе.

Человек, совершивший акт вандализма или насилия в толпе, также находит для себя «независимые» от него самого причины такого поведения. Причина подобного заключается в его маргинальной личности.

5. Последним этапом формирования толпы является **активизация индивидов через возбуждение**. Этот этап осуществляется за счет стимулирования через возбуждение импульсов, соответствующих воображаемому объекту. Подобное стимулирование, в основе которого находится внушение, происходит чаще всего как результат руководства лидера. Это побуждает людей, формирующих толпу, приступить к конкретным действиям (в том числе агрессивного характера).

Обычно именно **зачинщики или ядро толпы** развертывают активную деятельность в толпе, направляя тем самым, ее поведение. Субъектами, примкнувшими вследствие идентификации своих ценностных ориентации с направлением действий толпы, являются **участники толпы**. Они не зачинщики, но оказываются в сфере влияния толпы и активно участвуют в ее действиях. Агрессивные личности представляют особую опасность, они примыкают к толпе исключительно из-за появившейся возможности дать разрядку своим невротическим, нередко садистским, наклонностям.

В среду участников толпы попадают также и добросовестно заблуждающиеся, они присоединяются к толпе из-за ошибочного восприятия обстановки, они подвижны, например, ложно понятым принципом справедливости. Обыватели примыкают так же к толпе, они не проявляют большой активности, но их привлекает экссесс в качестве волнующего зрелища, которое разнообразит их скучное, унылое существование.

В толпе находят себе место повышено внушаемые люди, которые поддаются общему заражающему настроению, которые без сопротивления отдаются во власть стихийных явлений. Участниками толпы оказываются и просто любопытные, наблюдающие со стороны, которые не вмешиваются в ход событий, однако их присутствие увеличивает массовость и усиливает влияние стихии толпы на поведение ее участников.

Зарубежный автор Х. Джекобс предложил способ, позволяющий определить численность толпы. В его основе лежит формула, согласно которой, необходимо сложить показатели, определяющие длину и ширину площади, занятой толпой, и умножить на коэффициент плотности, который равен для плотных толп – 10, для менее плотных – 7. Данную оценку сложно провести, если состав толпы быстро меняется, а сама толпа находится в движении. Занимаясь измерением плотности (численностью) толпы, Х. Джекобс на примере политических митингов установил, что полиция и люди, симпатизирующие толпе,

способны преувеличивать ее численность в 2, 3 и даже в 20 раз. А люди, негативно реагирующие на толпу, преуменьшают ее размеры.

Что касается качественной характеристики толпы, то, как уже было отмечено ранее, в каждом конкретном случае состав толпы зависит от тех причин, по которым она возникла.

Рассматривая особенности формирования толпы, стоит обратиться к исследованию Г. Лебона, который, опираясь на психологический подход, выделил следующие ее свойства.

1. Толпа уравнивает всех, сводит людей к одному уровню психических проявлений и поведения, что, в свою очередь, порождает однородность людей в толпе. Такое утверждение Г. Лебон обосновывает идеей коллективного бессознательного, т. е., люди в толпе руководствуются лишь бессознательными представлениями, одинаковыми для всех одинаковы, а сознательные представления подавляются и исчезают.

2. Интеллектуально толпа ниже образующих ее индивидов; в толпе происходит быстрый перенос внимания, легко и доверчиво воспринимаются любые, даже самые невероятные слухи. Все это способствует тому, что толпа легко поддается воздействию призывов и лозунгов.

3. Г. Лебон подчеркивал, что человек в толпе способен на агрессию и жестокость, совершить любые акты насилия, вандализма, которые за пределами толпы кажутся ему невозможными.

4. Толпа очень эмоциональна и импульсивна.

Данные свойства толпы, согласно Г. Лебону становятся возможным благодаря **трем основным механизмам**.

**1. Анонимность.** Анонимность порождает безликость и безответственность отдельного индивида на фоне многочисленной толпы. Каждый начинает полагать, что любые действия будут отнесены к толпе, а не к нему лично (как школьники, которые решают прогулять урок все классом, считая, что всему классу ничего не будет.) Можно сказать, что происходит перенос ответственности с себя на никого конкретно.

**2. Заражение.** Г. Лебон, считал, что психическое состояния эмоционального заражения людей в толпе сопоставимо с заражением людей болезнями.

**3. Внушаемость.** Согласно Г. Лебону, внушаемость самый важный механизм. Он направляет поведение толпы и проявляется в том, что индивиды некритически воспринимают любые стимулы и призы-

вы к действию и способны совершить такие акты, которые находятся в полном противоречии с их сознанием, характером, привычками.

Взгляды Г. Лебона, часто испытывая его сильное влияние, о толпе разделяли Г. Тард, С. Сигеле, Б. Сидис и др.

Продолжая рассматривать психологические свойства толпы, следует отметить такие, которые проявляются в различных сферах: когнитивной, эмоционально-волевой, темпераментальной, моральной.

**I. В когнитивной сфере** присутствуют следующие особенности толпы.

**Неспособность к осознанию**, которая означает бессознательность, инстинктивность и импульсивность толпы. В поведении толпы вступает в действие стадный инстинкт, если ситуация становится экстремальной, то этот инстинкт усиливается, особенно, когда нет лидера, выкрикивающего сдерживающие слова, как вожака у стаи. Толпа не способна подавлять бессознательные рефлексy.

**Особенности воображения.** Учитывая, что в толпе легко верят любым даже самым невероятным слухам, становится очевидно, что толпа очень восприимчива к впечатлениям и обладает сильно развитой способностью к воображению. Не реальные факты поражают воображение толпы, а то, как они предъявляются ей. Наверное, поэтому существует такая особенность толпы, как массовые галлюцинации, когда в воображении участников толпы события искажаются.

**Особенности мышления.** Толпа мыслит образами и восприимчива только к образам, она не отделяет субъективное от объективного.

Толпа не принимает ни противоречий, ни разногласий, ни споров. Кто осмеливается высказать ей иную точку зрения, становится ее врагом, не заслуживающим пощады. Толпа примитивно мыслит, поэтому ее поведение инстинктивно и радикально. С толпой практически всегда бессмысленно что-либо обсуждать. Тем более, что толпа отворачивается от очевидности, и предпочитает поклоняться привлекательным для нее иллюзиям. При этом в толпе нет предумышленности.

Некоторые особенности мышления толпы стоит выделить отдельно.

**1. Категоричность.** Для толпы есть только одна правда – ее. Поэтому толпа выражает авторитетность в своих суждениях и нетерпимость.

**2. Консерватизм.** В своей основе толпа чрезвычайно консервативна, питает глубокое отвращение ко всем новшествам и испытывает благоговение и стремление к сохранению традиций. По мнению авторов, это спорный момент, поскольку некоторые исторические приме-

ры демонстрируют, что как раз отсутствие каких-либо изменений, вызванных временем, приводили к восстаниям, бунтам и революциям.

**3. Внушаемость.** Взгляды З. Фрейда относительно описания феномена толпы рассматривают ее как человеческую массу, находящуюся под гипнозом. Ранее уже было отмечено, что толпа восприимчива к слухам и образам, еще она очень восприимчива к внушению. Наверное, поэтому в современном мире толпа становится средством, инструментом, орудием, с помощью которого пытаются достигнуть своих целей политические и иные лидеры.

Любая толпа находится в состоянии ожидания и внимания, которые облегчают всякое внушение. Снова стоит отметить подвластность толпы слухам.

**4. Заражаемость.** Вспомним, что Г. Лебон также отмечал подобное свойство толпы. Изначально человек склонен к подражанию (таким образом, он перенимает опыт старшего поколения, примиряет социальные роли, в целом, развивается). Мнения и верования распространяются в толпе путем заражения.

**II. Эмоционально-волевая сфера** толпы обладает также различными психологическими особенностями.

**Эмоциональность.** Люди, образующие толпу, заражают окружающих и сами заражаются от них. В толпе проявляется такое социально-психологическое явление, как эмоциональный резонанс, который означает, что участники толпы при обмене эмоциональными зарядами постепенно накаляют общее настроение до такой степени, что происходит эмоциональный взрыв, с трудом контролируемый сознанием. Наступлению эмоционального взрыва способствуют определенные психологические условия поведения личности в толпе.

**Высокая чувственность.** Чувства и идеи отдельных лиц, образующих толпу, образуют временное явление, которое в науке называется коллективная душа. Толпе свойственны примитивные и крайние чувства.

Гиперболизация чувства в толпе обусловлена тем, что это чувство, распространяясь очень быстро посредством внушения и заражения, вызывает всеобщее одобрение, что содействует возрастанию его силы.

Отсутствие персональной ответственности участников толпы еще больше увеличивает силу ее чувств.

**Экстремизм.** При условии вышеназванных свойств и особенностей толпы, характеризующих ее как агрессивную, эмоционально-зараженную, подвластную иллюзиям и безответственную массу, становится за-

кономерным выделение такого ее свойства, как экстремизм. Исходя из указанных свойств толпы, ее силы направлены только на разрушение. Указанное обусловлено обострению инстинктов, которое происходит в толпе на фоне эмоционального возбуждения и возрастающего напряжения. Причем сила разрушения настолько обострена и кульминирована, что толпа не дорожит своей жизнью во время возмущения.

**Особенность толпы** заключается, в том числе, в специфике социально-психологических явлений, которые определяют общее поведение ее участников. Толпа создается как противопоставление данной общности объекту недовольства. Очевидно в рамках политической борьбы за власть, формируются оппозиционные силы, которые состоят из организаторов «общественного недовольства», «единомышленников» и просто на просто наемников, которые жаждут проявить себя как воины, получив за это вознаграждение. При этом этим воинам просто необходимо дать волю и разрядку своей натуре, выплеснуть агрессию и жестокость.

Своего рода сублимация (бесчинствовать без причины является нарушением социально-правовых норм, а «бороться» за идеи и взгляды в окружении массы «единомышленников» позволяет уйти от персональной ответственности) является делом значимым. Только возникает вопрос: кому нужна подобная значимость?

Необходимо понимать, что противопоставление в толпе «мы» и «они» в современных условиях достигает весьма опасной величины. Происходящие в мире события, затрагивающие политэкономические и социально-политические проблемы, показывают, что современный мир очень дифференцирован, что является опасным основанием для применения различных провокаций и пропагандирования. Необходимо научиться жить в этих различных условиях с сохранением человеческого чувства уважения к себе и к другим людям.

Толпа иррациональна, у нее отсутствует критическое к себе отношение присутствует самолюбование. И те, кто оказывается по ту сторону баррикад, воплощают собой образ врага. А врага, по мнению толпы, следует уничтожить. В этот момент толпу можно укротить только силой противодействия, поскольку возбужденная и взбудораженная, а если при этом еще и направляемая, толпа способна подчиниться только силе, а доброта ее не трогает, поскольку воспринимается как проявление слабости.

Может быть, поэтому, современные исследователи и обыватели отмечают рост агрессии у современных подростков, которые оказы-

ваются способными творить и снимать сцены насилия, не чувствуя и не осознавая при этом, какое морально-нравственное преступление они совершают. Развивающаяся личность подростка стремится стать поскорее взрослой, а взрослые говорят, что окружающий мир жесток и не терпит проявления слабости. Таким образом, ориентировочно-ценностная система еще не зрелой личности оказывается дезориентированной. Воспитание социально-зрелой и пусть даже социально полезной личности – это задача не только семьи, но и всего общества.

**Мотивация.** Что же побуждает человека, присоединиться к толпе, и осмелиться на активные действия. На первый взгляд, складывается впечатление, что человека «довели», и у него уже больше возможности бороться адекватными методами. Вопросы, касающиеся социальных проблем и условий жизнедеятельности общества, рассматривая поведение толпы, многие авторы отмечают, что личный интерес очень редко бывает могущественным двигателем в толпе, в то время как у отдельного человека он стоит на первом месте. Желания толпы являются очень страстными, но непродолжительными, толпа мало способна проявить настойчивую волю, как и рассудительность. Если, конечно, не упустить ситуацию динамики поведения толпы. В отечественной и мировой истории известны случаи, когда из-за недооценивания определенных социально-политических или социально-экономических событий происходили кардинальные перемены в жизни целой страны (например, путчи 91 и 93 годов XX в. в СССР, политический переворот на Украине и в других странах).

**Безответственность.** Как уже было отмечено ранее, обезличенность толпы, где индивидуальный человек превращается в массового, порождает невероятную жестокость и агрессивность толпы, что является закономерным следствием деятельности подстрекателей и провокаторов.

**III. В темпераментальной сфере** психологические особенности являются следующими. Поведение толпы динамично, что проявляется в ее физической активности и диффузности.

**Физическая активность.** Энергия, которой оказывается заряжена толпа, требует выхода, тогда толпа начинает действовать – превращать внушенные ей идеи, идеалы и ценности в действия.

**Диффузность.** Говоря о наличии у толпы определенных идей, идеалов и взглядов, стоит отметить, что мнение толпы непостоянно. Объяснением этому является поверхностность этих взглядов, которые постоянно дифференцируются. Поэтому диффузность структуры

толпы порождает такое ее свойство, как легкая превращаемость из одного вида в другой. Данные превращения при этом происходят спонтанно. Те, кто владеет механизмами этих преобразований, способен целенаправленно манипулировать поведением толпы.

**IV. Психологические особенности в моральной сфере** проявляются в моральности и религиозности.

**Моральность.** Несмотря на инстинктивность поведения толпы, ее агрессию и жестокость, толпа способна на проявление самоотверженности, преданности, бескорыстия, самопожертвования, чувство справедливости и т. д. Например, советской армии во времена Великой Отечественной войны удалось переломить ход войны, благодаря преданности, существовавшей идеологии, чувства патриотизма, верности вождю и своему народу – тому, что называется моральный дух, который усиливался любовью к Родине.

Надо сказать, что в моменты радикальных потрясений формирование и развитие чувства патриотизма выпадает из поля зрения властей (что понятно, поскольку необходимо сфокусировать внимание и ресурсы на внутреннюю политику, экономику и т. д.). Однако данное чувство, как любое другое, нуждается в перманентном поддержании, воспитании, мотивации. Любому солдату, любому человеку необходимо знать, ради чего или ради кого, он готов пожертвовать собой и своей жизнью, чтобы эта жертва не была напрасной.

На подобных знаниях, в том числе, осуществляется вербовка в экстремистские и террористические организации.

**Религиозность.** Убеждения толпы основаны на подчинении, нетерпимости и пропаганде, а это присуще религиозному чувству. Толпа нуждается в вере, эти верования усваиваются ею в том случае, когда облечены в религиозную форму.

Вспомним, как в ходе Великой Отечественной войны вождь страны И. В. Сталин, наперекор атеистическим позициям политической идеологии, обратился к народу «Дорогие братья и сестры!» с призывом воевать против фашизма и объединиться в этой борьбе.

Власть толпы на человека неоднозначна: кого-то она привлекает и завораживает, и он чувствует острую потребность присоединиться к ней, стать ее частью, подчиниться ей. Других она отпугивает: люди сторонятся ее, боятся попасть в гущу рьяных событий или даже стать ее жертвами. Так или иначе, толпа и те явления, которые связаны с ней, оказывают психологическое воздействие на отдельного человека, на группу лиц, на общество.

Современные события всегда имеют массовый характер, поскольку процесс урбанизации и рост промышленного производства давно «массовизировали» общество. Современному человеку, как отмечают многие психологи, в огромном множестве окружающих его людей свойственно чувствовать одиночество и отчужденность от окружающего мира. Защитные механизмы психики человека вырабатывают подобную защитную реакцию, что все вокруг воспринимаются как «обезличенная» «деперсонолизированная» «серая масса». Поэтому на многие происходящие в социальном мире явления человек может демонстрировать поведение, что это его не касается. Конечно, подобные явления весьма печальны.

Зная, что для каждого человека необходимо чувство социальной принадлежности и социальной значимости, параллельно при этом, отмечая, что в современном мире человек испытывает чувство одиночества и отчужденности, проявляется социальный диссонанс, способный дестабилизировать не только конкретную личность, но и все общество.

Возможно, в силу названных противоречий современный человек оказывается подвластен толпе. Потому что там, стихийно и стремительно удовлетворяется его потребность в социальной принадлежности и значимости и подавляется чувство одиночества и отчужденности. Главным становится именно это, а не то, что происходит вокруг, что делает в этот момент сам человек, какие эти события имеют цели, реальную оценку и последствия. Будучи винтиком в механизме толпы, человек становится ее орудием, даже не осознавая этого, потому что в этот момент система ценностно-смысловых ориентиров подвержена инстинктивным чувствам.

Проведенные наблюдения за особенностями поведения толпы позволили выявить ряд ее характерологических особенностей.

**1. Толпа динамична.** Она постоянно движется, переструктурируется, изменяется ее форма и динамика происходящих внутри нее явлений. Толпа сама влияет на формирование и развитие тех или иных событий своими возгласами, выкриками, лозунгами, действиями. Исследования показали, что эмоционально заряженная и напряженная толпа ищет повод для выхода внутренней энергии, поэтому она способна на разрушения, агрессию и жестокость. Но есть способ, позволяющий предотвратить это. Если включить музыку, то толпа начинает танцевать, тем самым сублимируя внутреннюю агрессию в активные, динамичные, но не разрушающие, действия. Вы замечали, что сейчас, когда Вы едете в метро, идете по длинному переходу или прогуливаетесь

по большому торговому центру, играет мелодичная инструментальная музыка, которая внутренне умиротворяет и успокаивает.

**2. Толпа подвластна влиянию.** Подобное влияние осуществляется либо лидером в толпе, которого она сама выбрала (при этом необязательно, это будет лидер, олицетворяющий собой воплощенный идеал, или привлекающий своими выдающимися успехами и способностями. Это будет человек, поймавший настроение толпы, так сказать, «поймавший волну»). При этом допускается, что при отсутствии, интеллектуально привлекательных черт он будет обладать особым обаянием, которое породит огромное чувство симпатии и желание слушаться (служить) этому человеку. Либо влияние на толпу оказывается кем-либо со стороны посредством «подставных» «мнимых» лидеров, которые выполняют функции организаторов и контролеров над толпой. В некоторых случаях они могут не знать истинных целей тех лиц, чьи указания они выполняют. В обоих случаях в основе данного влияния, оказываемого на толпу, лежит ее желание быть управляемой. Толпа жаждет этого, выбирая или подчиняясь ради этого, более-менее отвечающему ее представлениям лидеру.

**3. Толпа хаотична.** Несмотря на желание быть управляемой и поддаваться влиянию, толпа в один миг способна превратиться в хаотичное образование, несущее саморазрушение. В связи с этим в истории известны случаи гибели людей в результате давки в местах скопления огромного множества людей. Этому способствует определенный эмоциональный настрой толпы. (Например, давка, которая произошла в 1953 г.: когда собралось множество людей, желающих попрощаться с вождем И. В. Сталиным. Давки, которые происходят на рок-концертах: когда толпа, находящаяся в состоянии эмоциональной нирваны, не замечает ничего и никого, подчиняясь власти своего кумира. Давка, которая произошла в 90-х годах в подземном переходе, когда, люди, возвращавшиеся с массового мероприятия, пытались укрыться от неожиданного урагана).

Таким образом, как и любое другое социальное явление, толпу можно классифицировать по различным основаниям. Определив за основу классификации такой признак, как управляемость, выделяют следующие виды толпы.

**Стихийная толпа.** Формируется и проявляется без какой-либо организации и руководства со стороны конкретного физического лица.

**Ведомая толпа.** Формируется и проявляется под воздействием, влиянием, которое присутствует с самого начала или появляется

впоследствии со стороны конкретного физического лица, который является ее лидером.

**Организованная толпа.** Данный вид определен Г. Лебоном. В данном случае в качестве толпы рассматривается собрание индивидов, вступивших на путь организации. Лебон не отмечает особой разницы между толпой организованной и неорганизованной. Однако такой подход неоднозначен. Если какая-либо общность людей организована, значит, в ней присутствуют структуры управления и подчинения, следовательно, это не толпа, а формирование.

На основании характера поведения людей в толпе выделяется несколько ее типов и подтипов.

**Окказиональная толпа.** Образуется на основе любопытства к неожиданно возникшему происшествию (дорожная авария, пожар, драка и т. п.).

**Конвенциональная толпа.** Основанием для ее образования является интерес к какому-либо заранее объявленному массовому зрелищу, развлечению или любому социально значимому конкретному поводу. Готова лишь временно следовать достаточно диффузным нормам поведения.

**Экспрессивная толпа.** Формируется также, как и конвенциональная толпа. В ней совместно выражается общее отношение к какому-либо событию (радость, энтузиазм, возмущение, протест и т. п.)

**Экстатическая толпа.** Является крайней формой экспрессивной толпы. Характеризуется состоянием общего экстаза на основе взаимного ритмически нарастающего заражения (массовые религиозные ритуалы, карнавалы, рок-концерты и т. п.).

**Действующая толпа.** Формируется как и конвенциональная, осуществляет действия относительно конкретного объекта. К действующей толпе относятся следующие *подвиды*.

1. **Агрессивная толпа.** Объединена слепой ненавистью к конкретному объекту (какому-либо религиозному или политическому движению, структуре). Обычно сопровождается избиениями, погромами, поджогами и т. п.

2. **Паническая толпа.** Стихийно спасающаяся от реального или воображаемого источника опасности.

3. **Стяжательская толпа.** Вступает в неупорядоченный непосредственный конфликт ради овладения определенными ценностями. Провоцируется властями, игнорирующими жизненные интересы граждан или покушающимися на них. Например, ажиотажный рас-

хват продуктов с прилавков магазинов, разгром продовольственных складов, осаждение финансовых учреждений и т. д.

**4. Повстанческая толпа.** Формируется на основе общего справедливого возмущения действиями властей. Своевременное внесение в нее организующего начала способно возвысить стихийное массовое выступление до сознательного акта политической борьбы.

Характеристика видов толпы, анализ ее особенностей и проявлений, позволяют сделать вывод о том, что толпа опасна. Толпой можно управлять, но как долго она способна оставаться подвластным инструментом в руках умелого манипулятора. Где та «точка невозврата», после которой средство достижения цели обращается против его обладателя. Чтобы ответить на этот вопрос, следует каждый конкретный случай изучить отдельно. Однако даже при этом условии значимым остается соблюдение меры: нельзя недооценить толпу, нельзя просто «оставить» толпу.

Толпа представляет собой мощную разрушающую силу, способную превратиться в социальное орудие в борьбе за социальные интересы общества или против них.

#### *Психологические особенности индивида в толпе*

В общественных науках, в том числе в психологии, существуют такие понятия, как субъект и объект, личность и группа, человек и общество. При изучении процессов адаптации, социализации личности и ее взаимодействия в рамках общественных отношений у исследователей возникал вопрос, чем в большей степени обусловлены данные явления – влиянием биологического (психофизиология) или социального факторов. В целом каковы особенности взаимодействия единичного и множественного (личности и общества)?

Бытует мнение, что человек и общество – это противоположности в системе социально-психологических знаний, между которыми существует перечень различий. Однако, исходя из понимания толпы как бесчисленного множества людей, следует, что масса состоит из индивидов, а индивиды образуют массу. Таким образом, эти два понятия неразрывно связаны.

Возникает вопрос: каким образом они связаны. Поскольку индивиды формируют массу, которая, в свою очередь, изменяет их сознание и поведение, следует предположить, что данная связь является прямо пропорциональной. Нельзя понять массу без учета индивидуальных особенностей, составляющих ее людей. При этом нельзя также понять индивида, который является частью массы. Дей-

ствительно, оценивая конкретное общество или толпу, выделяют социально-психологические, социально-демографические, политические и иные характеристики, входящих в нее людей (приведем пример, сегодня была проведена акция, поддержать которую вышли на улицу тысячи молодых людей, обеспокоенных проблемой финансирования государственных программ, направленных на поддержание бюджетных мест в высших учебных учреждениях).

Следовательно, озвученная проблема, требует ее изучения одновременно с двух сторон, поскольку, как уже было отмечено ранее, масса оказывает влияние на входящих в нее индивидов, которые также влияют на массу. Это способствует взаимовлиянию и видоизменению друг друга.

Однако в социальной психологии было время, когда данную проблему рассматривали только со стороны влияния массы на индивида. Причем подобное влияние расценивалось как процесс «оболванивания» «хорошего» индивида какой-то «плохой» массой. Это называлось процессом массовизации индивидуальной психики и имело негативный оценочный характер.

На сегодняшний день современные ученые пришли к мнению, что все не так просто. В общественных явлениях, так же, как и в природе, все взаимосвязано. Поэтому при изучении психологических закономерностей поведения толпы, необходимо двигаться не только от общего к частному, но и от частного к общему. Для иллюстрации приведем слова З. Фрейда, согласно которому противопоставление индивидуальной и социальной или массовой психологии, которое, на первый взгляд, может показаться столь значительным, многое из своей остроты при ближайшем рассмотрении теряет (Фрейд, 1969).

***Масса меняет индивидуальное поведение.*** Было отмечено, что масса, вовлекающая в себя значительное число людей, стирает групповые различия между ними и трансформирует всю индивидуальную психику, подчиняя себе индивидуальное сознание. Г. Лебон отмечал, что в массе стираются индивидуальные различия людей, способствует исчезновению их своеобразия.

Иными словами, масса не только что-то «отнимает» у индивидуальной психики, но и придает ей новые свойства и качества, а именно:

1. Индивид, входящий в массу, испытывает чувство неодолимой мощи, которое позволяет ему подчиниться инстинктам и оказываемому воздействию. В этот момент принадлежность к массе гарантирует его анонимность, а, следовательно, избегание персональной от-

ветственности. Последствием этого является возрастающее чувство силы и власти у индивида в толпе, связанное с пониманием своей безнаказанности.

2. Индивидуальная психика изменяется в результате эмоциональному заражению и подражанию, которые особенно активируются в массе. Это, своего рода, массовый гипноз, который возникает на основании совпадений участников толпы в их эмоционально-волевой сфере, поскольку зачастую толпа объединена общими интересами, целями, желаниями, ожиданиями и стремлением этого добиться. Это эффект психического заражения. **Масса заражает индивида.** Индивид, заражаясь массовыми идеями, чувствами и переживаниями, начинает подражать ей.

3. Согласно Г. Лебону, основной причиной, проявляющей у индивидов, объединенных в толпу, специфические общие черты является внушаемость. При этом он отмечал, что главные отличительные признаки находящегося в массе индивида: исчезновение сознательной личности, преобладание бессознательной личности, ориентация мыслей и чувств в одном и том же направлении вследствие внушения и заражения, тенденция к безотлагательному осуществлению внушенных идей. Фактом своей принадлежности к толпе человек «спускается на несколько ступеней ниже по лестнице цивилизации». Человек в толпе не подчиняется своей воле, в этот момент его воля подчиняется воле других: он обладает спонтанностью, порывистостью, энтузиазмом и даже героизмом примитивной формы.

**Влияние массы на индивида противоречиво.** В истории известны случаи линчевания человека толпой. Когда разъяренная общность набрасывалась на жертву и буквально разрывала его (так, кстати, заканчивается произведение П. Зюскинда «Парфюмер». Сила влияния кажущегося очарования и обаяния «парфюмера», захлыстнувшая группу бродяг, привела их в такое состояние, что каждому хотелось получить хотя бы «кусочек счастья», исходившее от него.

Ранее названные обезличенность и безнаказанность, царящие в толпе, являются катализаторами инстинктивных чувств, а детонатором, приводящим в действие возбужденную толпу, становятся лозунги, призывы, конкретные приказы, которые стимулируют толпу непосредственно в лице ее лидера или опосредованно через подстрекателей.

**В толпе человек способен на все.** В качестве изменения индивидуального сознания участника толпы необходимо назвать феномен **ретроградной амнезии** – частичной потери памяти на произошедшие

события. В этом случае человек не может подробно вспомнить, что именно он делал, каким образом и где, будучи участником толпы. Эти воспоминания, как правило, имеют отрывочный, фрагментарный характер. Амнезия сопровождается упадком сил после сильного эмоционального стресса, что соответствует состоянию «физиологического аффекта». А, как известно, в ряде стран уголовный кодекс предусматривает уменьшение наказания за преступление, совершенное в этом состоянии.

Обычно индивид совершает поступки ради личной пользы, выгоды. В толпе побуждение выгоды в большинстве случаев отсутствует. Во всяком случае, речь здесь идет об очевидной выгоде, поскольку: во-первых, в некоторых случаях толпа собирается для достижения конкретной цели – выразить свое недовольство властью имущим, свергнуть конкретную власть и установить новую, реализовать свои ожидания и т. д. Во-вторых, в толпе или над толпой стоит лидер, который ее активными дестабилизирующими действиями достигает своих корыстных целей. Такой «серый кардинал», в руках которого бесчисленное множество людей становится единым мощным оружием.

На основании вышеизложенного следует отметить следующие особенности, которыми обладает человек в толпе.

**1. Анонимность.** Ощущение собственной анонимности порождает отсутствие персонализации личности и ее действий, что приводит к осознанию собственной безнаказанности. Человек начинает вести себя «как все», потому что изначально ему необходимо чувства социальной принадлежности к какой-либо группе. Находясь внутри целой толпы, в которой нарастает волна эмоционального возбуждения, вызванная ликованием или недовольством, человек как никогда чувствует данную принадлежность и ту силу, которую она ему дает. Этим и объясняется жестокость, которая сопровождает действия агрессивной толпы.

**2. Инстинктивность.** В толпе индивид отдает себя во власть инстинктам. Этому способствует анонимность и безответственность индивида в толпе. Способность к саморефлексии и объективному взгляду на ситуацию в этот момент исчезает, рационализация действий отсутствует, присутствует эффект полного погружения в толпу и слияния с ней. Ориентиры, задающие направление деятельности отдельному индивиду оказываются вытеснены массовыми явлениями, которые подавляют человека и поглощают полностью его эмоционально-волевою и мотивационно-потребностную сферу.

**3. Бессознательность.** Когда индивид находится в толпе, его сознательная личность растворяется. В этот момент хочется вспомнить про коллективное бессознательное, поскольку в одном месте среди множественного скопления людей происходит обострение инстинктивных чувств.

**4. Состояние единения (ассоциации).** В толпе индивид чувствует силу человеческой ассоциации, которая влияет на него своим присутствием. Воздействие выражается либо в поддержке и усилении, либо в сдерживании и подавлении индивидуального поведения человека.

Согласно наблюдению Г. Лебона, каковы бы ни были индивиды, объединяющиеся в толпу, этого достаточно, чтобы у них образовалась коллективная душа, которой они оказываются подчинены и подконтрольны независимо от интеллектуальных, эмоционально-волевых и других черт личности. Коллективная душа превращает толпу в единый организм, слившийся из разнородных элементов, действующий по одному принципу.

**5. Состояние гипнотического транса.** Индивид, пробыв некоторое время среди действующей толпы, впадает в такое состояние, которое напоминает состояние гипнотического транса. Человек не осознает социальной опасности своих поступков, если осознает, не желает останавливаться, так как в этот момент он находится в состоянии крайней степени напряжения. Под влиянием внушения, приобретаемого в толпе, индивид совершает действия с неудержимой стремительностью.

**6. Ощущение неодолимой силы.** Множественность толпы, ее численность, позволяют индивиду осознать неодолимую силу. Благодаря этому осознанию поведение индивида в толпе подчинено инстинктам. Чувство персональной ответственности в толпе исчезает, потому что толпа анонимна и ни за что не отвечает.

**7. Заражаемость.** В толпе всякое действие является заразительным, поэтому индивид легко «принимает правила этой игры» и отказывается от собственных интересов ради интересов толпы.

**8. Аморфность.** В толпе полностью стираются индивидуальные черты людей, исчезает их оригинальность и личностная неповторимость. В силу обострения инстинктивных чувств, порожденных особым эмоциональным и психическим состоянием, вовне прорывается аморфная однородность. Это означает, что поведение индивида в толпе обусловлена одинаковыми установками, побуждениями и взаимной стимуляцией. Все предстает в однозначном образе, без каких-либо возможных оттенков. Кто не с нами, то против нас.

**9. Безответственность.** В толпе у человека полностью утрачивается чувство ответственности, которое в остальных случаях является сдерживающим фактором для индивида.

**10. Социальная деградация.** Исходя из того, что в толпе отсутствуют рационализация и объективность своих поступков и действия, происходит подчинение инстинктивным чувствам, обостренным эмоциональным напряжением толпы, следует отметить, что, становясь частью толпы, человек деградирует, опускается на несколько ступеней ниже в своем развитии. Личность человека в толпе претерпевает колоссальные изменения.

### ***Лидер как фактор управления толпой***

Прежде чем рассматривать вопрос управления толпой, стоит напомнить, что толпа – это бесструктурное скопление людей, лишенных ясно осознаваемой общности целей, но взаимно связанных сходством эмоционального состояния и общим объектом внимания. Влияние толпы при этом на индивида неоднозначно: она может отпугивать, а может привлекать.

Ранее было отмечено, что массы, зараженные состоянием эмоционального возбуждения, распространяющегося по принципу «циркуляторной реакции», и характеризующиеся активизацией инстинктивных механизмов, превращаются в общность, объединенное стадным чувством. Любому стаду необходим вожак.

Был проведен небольшой эксперимент по выявлению особенностей, в соответствии с которыми выбирается лидер. В аквариум с рыбами поместили одну рыбу, у которой был удален отдел головного мозга, отвечающий за координацию движения. Такая рыба плавала хаотично, без какой-либо четкой траектории перемещения, чем, собственно, и отличалась от своих сородичей. В результате остальные рыбы стали подражать ее движениям, повторяя их и следуя за ней. На данном примере был сделан следующий вывод: в качестве лидера общность выбирает себе индивидуума, прежде всего, выделяющегося от других необычным и нестандартным поведением. В качестве лидера может выступать человек, не обладающий необходимой компетентностью, а просто отличающийся необычной манерой поведения, которая привлекает внимание. Это подтверждается тем, что на сегодняшний день многие люди пытаются выделиться чем-то необычным и получить за это положительное подкрепление. Поэтому некоторые современники увлекаются руфингом, зацепингом, паркурком, экстремальными видами спорта и др. А в ответ они услышат слова поощрения, например: «Он такой сумасшедший!», «Он обладает такой харизмой!» и т. д.

Существуют исторические примеры подчинения масс необычным личностям. Например, Гитлер. Ему удалось подчинить себе миллионы людей, заразив их идеей фашизма. Документальная хроника показывает, что порывистость и резкость свойственна его поведению, присутствует истеричность речи. Однако массы это будоражило, и лозунги Гитлера получали практическую поддержку. Современные примеры отдельных лидеров демонстрирует, что наличие лидера и его личность зачастую определяют поведение целой толпы.

Появление лидера в толпе обозначается или в результате стихийного выбора или в порядке самоназначения, что не является редкостью.

**Самозванный или самоназначенный лидер** обычно подстраивается под настроения и чувства людей в толпе и способен побудить участников ее к поведению определенного типа. Любое скопление индивидов инстинктивно подчиняется власти вождя (иными словами, «стаду нужен вожак»). Априори толпа жаждет повиноваться и инстинктивно покоряется тому, кто готов или желает стать ее лидером.

Стоит выделить интересный момент в поведении толпы: с одной стороны, в толпе индивид испытывает чувство неодолимой мощи, поэтому оказывается вовлеченным в активные действия, зачастую противоправного характера. С другой стороны, самой толпе необходим лидер. Что это означает? С одной стороны, это может говорить о том, что руководство лидера позволяет маргинальной личности, участвующей в массовых беспорядках, переложить ответственность за свои действия и поступки на него. Так называемая «система самооправдательных мотивов». С другой стороны, толпе нужна подпитка, некоторое внешнее воздействие, которое будет целенаправленным или попустительским, главное – чтобы было обозначено его наличие. С другой точки зрения, необходимость мощного многочисленного социального образования в наличии лидера подчеркивает своего рода «рабскую» психологию всего общества. Как в пословице «Барин приедет. Барин нас рассудит».

Существует позиция, согласно которой люди в толпе теряют свою волю и инстинктивно обращаются к тому, кто ее сохранил. Предоставленная самой себе толпа скоро утомляется своими собственными беспорядками и инстинктивно стремится к рабству.

При этом отмечается, что толпа столь же нетерпима, сколь и доверчива в отношении авторитета. Она уважает силу, требует от ее лидера силы и даже насилия, стремиться, чтобы ею владели. Роль и воля лидера в толпе – это ядро, вокруг которого интегрируются мнения. Роль вожаков состоит в создании определенной веры, убеждения.

Этим объясняется их большое влияние на толпу. Чаще всего вожаками бывают психически неуравновешенные люди, находящиеся на грани безумия. Вспомним историю: многие лидеры государств в разные исторические периоды осуществляли захватническую политику чужих земель посредством увлечения за собой подчиненный им народ. Качеством, которым отличаются вожаки толпы: является то, что *это люди действия*, а не теоретики.

Классификация вожаков представлена двумя категориями:

– *люди энергичные*, с сильной волей, но появляющейся у них лишь на короткое время;

– *люди, обладающие* сильной и в то же время стойкой волей (встречаются намного реже).

Один из основных факторов, способствующих влиянию лидера на толпу, – его *обаяние*. Этот прием является классическим для женщин на протяжении многих тысячелетий. Как часто в художественной литературе автор отмечает необычайную прелесть героини, подчеркивая ее обаяние или очарование. Обаяние – это вид господства какой-нибудь идеи или личности над разумом индивида. При этом оно может характеризоваться противоположностью чувств, например: восхищения и страха. Выделяют два вида обаяния: приобретенное и личное. Личное обаяние независимо от положения и власти. Оно основывается на личном превосходстве, на военной славе, на религиозном страхе и др. Иными словами, природа обаяния обусловлена успехом.

Очевидно, что лидеры – это люди особого склада личности. В отличие от позиции Г. Тарда, считавшего, что масса сама находит себе лидеров, выталкивая их из себя, большее распространение получили взгляды Г. Лебона, который описывает *четыре основных типа «вожаков»*.

*Первый* – убежденные проповедники, апостолы неких верований (независимо, религиозных, социальных или сугубо политических). Такой тип характеризуется религиозно настроенным умом, простым совершенно не поддающимся влиянию доводов раз ума; одержим желанием распространить свое верование и стремлением его реализовать. Иные представления и разъяснения недоступны для его понимания. Г. Лебон особо подчеркивал внешнюю «простодушную наивность» этих людей. Ничто их не затрудняет. Для них ничего нет легче, чем перестроить общество. В структуре поведения этого типа личности особенно выделяется жажда разрушения: почти во все времена имел силу общий психологический закон, по которому нельзя быть апостолом чего-либо, не ощущая настойчивой потребности кого-либо умертвить или что-либо разрушить.

**Второй тип лидеров массы** – фанатики одной идеи. Повседневно встречаются умные люди, даже выдающиеся, теряющие способность рассуждать, когда дело касается некоторых вопросов. Увлеченные своей политической или религиозной страстью они обнаруживают изумительное непонимание и нетерпимость. Это случайные фанатики, фанатизм которых становится опасным лишь тогда, когда его раздражают. Это «помощники апостолов», часто движимые яростью (манией) преследования.

**Третий тип лидеров массы** «принадлежит к обширной семье дегенератов». Обладая физическими или умственными пороками, они занимают низкие положения, из которых нет выхода, становятся очевидным врагом общества, к которому они не могут приспособиться по причине своей неспособности. Это естественные защитники доктрин, согласно которым обещают им и лучшую будущность, и как бы возрождение. Данный тип не обладает одержимостью или увлечением конкретной идеей, ему также не свойственна особая стойкость веры. Здесь все решает личная заинтересованность.

Наконец, **четвертый тип лидеров массы**, обычно приходящий на смену предыдущим «вожакам» и овладевающий массой после того, как фанатики ее сформировали и основательно «разогрели» – обычный тиран или диктатор. Он может сочетать в себе некоторые черты предшествующих «проповедников», но не это главное. Он умеет заставить массу полюбить себя и возбудить боязнь к себе.

Следует отметить, что опыт истории показывает, во главе масс стояли особого типа лидеры, не обычные, неоднозначные личности. При этом лидер и масса оказывались взаимосвязаны: исчезала или реструктурировалась масса – исчезали и ее лидеры. В свою очередь, если что-то происходило с лидерами, быстро трансформировалась или прекращала свое существование подчиненная им масса.

## **Тема 2.2. Формы массового поведения и слухи**

Массовое поведение не является схожим с групповым поведением.

**Массовое поведение** – это спонтанные и кратковременные общественные действия большого количества людей, находящихся в неопределенной ситуации.

Американский социолог Норман Гудмен выделил основные признаки массового поведения:

- ограниченное во времени, непродолжительное социальное действие;
- неуверенная идентификация и общественные границы;

– ослабленные общественные нормы (общественные нормы в рамках массового поведения не действуют).

Следовательно, массовое поведение обладает спонтанным и выраженным эмоциональным характером.

Существует несколько форм массового поведения: сплетни, массовая истерия, паника, бунт, толпа.

***В поведении толпы проявляются:***

– как идеологические влияния, с помощью которых готовятся определенные действия,

– так и изменения в психических состояниях, происходящие под воздействием каких-либо конкретных событий или информации о них.

В действиях толпы происходит стыковка и практическая реализация влияний и идеологических, и социально-психологических, их взаимопроникновение в реальное поведение людей.

Совместные чувства, воля, настроения оказываются эмоционально и идеологически окрашенными и многократно усиленными.

О толпе и ее характеристиках достаточно подробно было написано в предыдущем параграфе. Рассмотрим остальные формы.

***Сплетни*** – совокупность сведений, которые возникают из неизвестных источников и распространяются по неформальным каналам. В распространении сплетен выделяют три этапа.

1. Сглаживание. В процессе распространения сплетни становятся короче, количество подробностей сокращается, и тем самым, становятся легкими к усвоению.

2. Обострение, акцентирование. Происходит отбор ключевой информации.

3. Усвоение. Усвоение сплетен усиливает массовое настроение.

***Массовая истерия*** – состояние общей нервозности, страха и повышенного возбуждения, которое возникает как реакция на угрозу. Обстановка массовой истерии служит фоном, на котором разворачиваются нередко самые трагические действия.

***Паника*** – форма массового поведения, при которой люди, столкнувшись с опасностью, реагируют нескоординированно. Под влиянием паники люди действуют эмоционально, порой инстинктивно, что приводит к жертвам.

***Паника – это эмоциональное состояние, возникающее в результате дефицита или чрезмерного избытка информации о какой-либо непонятной ситуации, и проявляющееся в импульсивных действиях.***

**Факторы, способные вызвать панику, многообразны.**

**Суть:** их природа может быть:

- физиологической;
- психологической;
- социально-психологической.

***Известны случаи возникновения паники в повседневной жизни как следствие катастроф и стихийных бедствий.***

Два основных момента, определяющих возникновение паники.

**Первый** связан непосредственно с внезапностью возникновения угрозы для жизни, здоровья, безопасности, например, при взрыве, аварии, пожаре.

**Второй этап** связан с накоплением возрастающего психологического напряжения и срабатыванием определенного психического катализатора. Например, благоприятным условием для возникновения паники являются длительные переживания, опасения, накопление тревоги, неопределенность ситуации, предполагаемые опасности, невзгоды; а ее катализатором может быть все что угодно.

*Механизм развития бурной динамической паники можно представить как осознаваемую, частично осознаваемую или неосознаваемую цепь:*

- включение «пускового сигнала» (вспышка, громкий звук, обвал помещения, землетрясение);
- воссоздание образа опасности;
- активизация защитной системы организма на различных уровнях сознания;
- инстинктивное реагирование и следующее за этим паническое поведение.

Возникновение и развитие паники в большинстве случаев связаны с действием шокирующего стимула, сразу отличающегося чем-то заведомо необычным. Для того чтобы привести к настоящей панике, действующий на людей стимул должен быть

- либо достаточно интенсивным;
- либо повторяющимся (например, взрыв, сирена, автомобильный клаксон, серия гудков и т. п.);
- должен привлекать к себе внимание;
- вызывать эмоциональное состояние, подчас неосознанного животного страха.

### **Этапы панической реакции**

**Первый этап** реакции на панический стимул – как правило, резкий испуг, потрясение, ощущение сильной неожиданности, шока и

одновременно восприятие ситуации как кризисной, критической, угрожающей и даже безысходной.

**Второй этап** – возникшее потрясение, сопровождающееся хаотическими индивидуальными, зачастую беспорядочными попытками понять произошедшее событие в рамках существующего личного опыта или путем спонтанного припоминания известных аналогичных ситуаций, переходит в замешательство. Здесь присутствует острое чувство реальной угрозы, которое мешает логическому осмыслению происходящего и вызывает новый страх. Необходимость быстрой интерпретации ситуации становится особенно актуальной и требует немедленных действий. Сначала этот страх сопровождается криком, плачем, двигательной ажитацией. Если такой страх не будет подавлен, то развивается следующая стадия.

**Третий этап** – усиление интенсивности страха по известным психологическим механизмам циркулярной реакции. Тогда страх одних людей отражается другими, что, в свою очередь, еще больше усиливает страх первых. Усиливающийся страх стремительно снижает уверенность в коллективной способности противостоять критической ситуации, у большинства возникает ощущение обреченности. Это приводит к совершению неадекватных действий, которые обычно людям, охваченным паникой, кажутся спасательными. Это этап «хвата за соломинку», в итоге приводящий к паническому бегству (за исключением тех случаев, когда бежать людям просто некуда). Тогда может возникать подчеркнуто агрессивное поведение: известно, насколько опасен бывает зверь, загнанный в угол, даже если он обычно убегает от опасности.

**Четвертый этап** – массовое бегство. Паника именно как особый вариант массового поведения реально становится заметной, проявляясь в наблюдаемых феноменах – прежде всего в массовой бегстве и это является кульминацией паники. Раньше или позже, именно бегство становится естественным следствием любой паники. Стремление спрятаться, укрыться от надвигающегося страха (ужаса) – естественная реакция.

**Пятый этап** – завершение паники. Внешне паника заканчивается при прекращении людьми бегства. Бегство останавливается по причине усталости, попытке осознать бессмысленность бегства и возвращению к здравомыслию. Следствиями паники являются усталость, оцепенение, состояние крайней тревожности, возбудимости и готовности к агрессивным действиям.

Анализ многочисленных примеров коллективной паники позволили выявить некоторый «усредненный» сценарий. Очень сильный или повторяющийся шокирующий стимул вызывает испуг сначала у одного или нескольких человек. В толпе минимальный порог возбудимости обычно имеют женщины или дети, а в боевой ситуации – молодые и неопытные, не закаленные в сражениях солдаты. Их испуг проявляется в выкрикиваемых фразах «Пожар!» «Танки!» и т. д., выражением лиц и суетливыми телодвижениями. Женские или детские крики в стрессовой ситуации оказывают разрушительное влияние на психику.

Эти люди становятся источником, от которого страх передается остальным. В результате происходит нагнетание, возрастание эмоционального напряжения через механизм циркулярной реакции. Далее, если не были своевременно предприняты необходимые меры, люди теряют самоконтроль, и начинается паническое бегство, которое кажется спасительным, а на самом деле усугубляет опасность.

Одним из главных условий предотвращения паники (появления спасающейся толпы) является четкая организация управления в экстремальных условиях: громкая команда, указание направления движения и т. п.

При панике людьми движет безотчетный страх. Они утрачивают самообладание, солидарность, мечутся, не видят выхода из ситуации.

**Бунт** – форма массового поведения, ряд стихийных форм коллективного протеста: массового волнения, мятежа, восстания. Бунт – неповиновение официальным властям, причиной которого является массовое недовольство.

### **Факторы, сильно влияющие на поведение толпы**

**1. Суеверие** – возникает под влиянием страха, пережитого человеком, в результате формируется ложное мнение. Многие суеверия связаны с верой во что-либо. Независимо от уровня образования и культуры им подвержены самые разные люди. В основном суеверие основано на страхе, и оно многократно усиливается в толпе.

**2. Иллюзия** – разновидность ложного знания, закрепившегося в общественном мнении, которое может дать самые неожиданные эффекты, когда проявляется в толпе. В данном случае речь идет об иллюзиях, относящихся к восприятию социальной действительности. Социальная иллюзия – это суррогат реальности, создаваемый в воображении человека вместо подлинного знания, которое он не приемлет. В основе иллюзии находится незнание.

**3. Предрассудки** – ложное знание, превратившееся в предубеждение. Предрассудки активны, агрессивны, напористы, отчаянно сопротивляются подлинному знанию до такой степени, что толпа не примет никаких аргументов, противоречащих предрассудку.

Психологическая природа предрассудков состоит в том, что память человека, запечатлевая определенное мнение (знание), сохраняет сопровождающее его чувство, эмоцию, отношение. Факты, противоречащие определенному мнению, отбрасываются под влиянием эмоций, которые обычно переполняют, захлестывают толпу.

В случаях, когда распространенные стереотипы общественного мнения перенасыщаются эмоциями, возможно возникновение *массового психоза*, во время которого люди способны совершать самые безрассудные поступки, перестают отдавать себе отчет во всех последствиях своих действий.

**Факторы, определяющие характер мнений и верований толпы, бывают двоякого рода:**

- факторы непосредственные;
- факторы отдаленные.

**Непосредственные факторы**, влияющие на толпу, действуют уже на подготовленную отдаленными факторами почву – без этого они не вызвали бы столь сокрушительных результатов, которыми нередко поражает беснующаяся толпа.

Факторы, способные впечатлять и саму толпу, всегда обращаются к ее чувствам, а не к рассудку.

Стоит отметить, что на сегодняшний день характер массовости твердо укрепился в жизни общества. Это подтверждается проведением флэшмобов, активной коммуникацией в социальных сетях, погоней за распродажами и модными вещами. Это приводит к выводу, что позиция «быть не как все» сменилась позицией «быть не хуже других», а для этого следует приобрести все то, что есть в других и при этом попытаться выделиться. При этом способы выделения себя из серой массы, самопрезентации и демонстрации выбираются весьма специфические – от увлечением экстремальными видами деятельности – до формирования зависимости, от пластической хирургии.

Конечно, человеку необходимо чувствовать свою принадлежность к какой-либо группе, что является одним из показателей его успешной социализации. Однако явление массовости вытесняет понятие личности и выделение персонификации. Даже в социальных сетях, где у каждого пользователя существует своя индивидуальная страница,

размещается информация в соответствии с «модными и актуальными» явлениями. Такой подход не просто стереотипизирует общество, но и уравнивает его, обезличивает, лишает своей уникальности.

Именно *обезличивание участников характеризует толпу*. Некоторые ее активисты специально прячут лица, надевая маски. Обезличивание позволяет субъекту поддаться инстинктивным побуждениям, абстрагироваться от осознанности действий, не бояться ответственности и наказания как последствий своих бесчинств. Известно по опыту мировых войн. Когда происходили массовые столкновения на поле боя, их участники, охваченные общим порывом, бросались в атаку или держали оборону до конца, до последнего патрона, вопреки инстинкту самосохранения. По окончании войны, кроме высшего руководства, среди других людей нельзя было установить, кто среди остальных участников и за что должен понести ответственность. М. Хайдеггер при оценке последствий Второй Мировой войны, попытавшись проанализировать, кто, и в чем был виновен среди воевавших на стороне фашизма, ввел термин **Das Man**, который означает «одновременно все и никто».

Однако нельзя сказать, что сама по себе толпа всегда обезличена и не имеет характеристики. Например, если вспомнить массовые выступления студентов в зарубежных странах (странах Евросоюза) против увеличения размера оплаты обучения в высших образовательных учреждениях, что приводило к невозможности получения высшего профессионального образования для большинства людей.

Или вспомнить марши и митинги старшего поколения, пенсионеров, в 90-х годах XX в., в переломные исторические периоды для России. Пожилые люди требовали сохранения коммунистического политического режима с целью стабилизации внутривнутриполитического, социально-экономического положения в стране.

В каждом из приведенных примеров первоначально мирные шествия и демонстрации затем перерастали в дальнейшее столкновение с сотрудниками правоохранительной системы и противостояние с ними.

В обоих приведенных примерах стоит отметить, что сама толпа имела определенную характеристику: по возрасту (молодые или пожилые люди), по причинам, вызвавшим ответное реагирование масс и последовавшим за этим требованиям, по силе сопротивления, по динамике развития событий и т. д.

Следовательно, несмотря на то, что многие авторы отмечают такие свойства толпы, как диффузность и аморфность, заключен вывод, что

толпа – это определенное явление, обладающая ситуативной характеристикой, динамикой развития, мотивацией и вовлеченностью ее участников, их активными и ответными действиями с последующим завершением или разрешением. Последнее, в свою очередь, приводит либо к окончанию активных, но безобидных действий толпы (демонстрация расходится, митинг завершается и т. д.), либо – к эмоциональному и действенному «взрыву» толпы, которая жаждет отвоевать свое, противостоять и проявить себя любой ценой (что приводит к возникновению массовых беспорядков). Конечно, подобные ситуации редко стихийны, в большинстве случаев они управляемы кем-то или чем-то извне.

В любом обществе наряду с системами официальной коммуникации существуют системы неофициальные. Примером переноса информации из неофициального источника (разговоры, слухи, сплетни) в систему официальной коммуникации является «желтая» пресса. Кроме того, существуют различные ток-шоу, где обсуждают «злободневные» или «сенсационные» вопросы, различные реалити-шоу – все это влияет на индивида, целевую аудиторию, общество в целом и, естественно, общественные отношения.

Среди этого информационного потока необходимо быть очень избирательным, чтобы не попасть под воздействие «лжеинформации». Необходимо уметь дифференцировать весь объем получаемой информации и отличать «зерна от плевен». Это весьма непросто. Определенная информация любого характера и содержания, если попадет на эмоционально благоприятную почву, даст свои «плоды».

Кроме того, такие явления, как подражание и конформизм, могут привести к опосредованному принуждению следовать той или иной идее. В качестве примера отметим, что нередко в сознании индивида закрепляется убеждение, исходящее от соседей, друзей, родственников и т. д.

Отмечая слухи в качестве источника информации и средства воздействия на сознание общества, необходимо рассмотреть их более детально.

**Слухи** – это особый вид функционирования недостоверной информации, передающейся исключительно в устной форме, как бы неформально и «по секрету», что способствует усилению ее циркуляции в обществе. Механизм возникновения слухов очень схож с законом рынка: «спрос рождает предложения». Появление слуха – это результат дефицита информации об актуальной проблеме, волнующей большинство людей. Кстати, слухи прекращаются, когда исчезают недостаток получения необходимой информации.

Отечественным психологом Д. В. Ольшанским было предложено классифицировать слухи с точки зрения их эмоциональной характеристики.

1. **«Слух-желание»**. Это слухи, содержащие достаточно сильное эмоциональное желание, отражающие некоторые актуальные потребности и ожидания аудитории, в которой они возникают и распространяются (например, слухи о повышении заработной платы или пенсии). «Слух-желание» осуществляет двоякую социально-психологическую функцию.

С одной стороны, он соответствует пожеланиям людей и потому как бы поддерживает тонус их социального существования, т. е. такого рода слухи успокаивают общество, препятствуя возникновению в нем негативных эмоций.

С другой стороны, именно такие слухи деморализуют население, создавая завышенные ожидания. Когда с течением времени становится очевидно, что сформировавшимся желаниям не суждено осуществиться, могут возникать противоположные явления – вспышки агрессивного поведения, панические реакции, ненависть по отношению к тем, кто якобы «наобещал», но не выполнил обещанного.

2. **«Слух-пугало»**, т. е. слухи, несущие и вызывающие выраженные эмоционально негативные, пугающие настроения и состояния, отражающие некоторые актуальные, но нежелательные ожидания аудитории, в которой они возникают и распространяются. Такие слухи возникают в периоды социального напряжения: стихийного бедствия, войны и т. п.

3. **«Агрессивный слух»**. Такие слухи вызывают сугубо негативные эмоциональные настроения и состояния, отражающие некоторые актуальные нежелательные ожидания аудитории, в которой они возникают и распространяются. Например, слухи о возможном ядерном ударе Советов по территории США во время холодной войны и особенно в период Карибского кризиса.

4. **«Нелепые слухи»**, которые могут быть и желательными, и пугающими, и даже агрессивными, однако существенным в них остается выраженная нелепость описываемого, к примеру, слухи о скором конце света.

Борьба со слухами включает в себя мероприятия профилактического и противодейственного характера. Слухи распространяются достаточно быстро, остановить их нелегко. Самый эффективный способ борьбы со слухами – это предупреждение ситуации, способствующих их возникновению.

*Исходя из причин возникновения слухов, задача профилактических мероприятий сводиться к следующему.*

1. Предотвращение нарастания высокого уровня неопределенности и тревожности в обществе.

2. Создание и поддержание на должном уровне системы информирования, обладающей у аудитории имиджем высокой надежности и достоверности.

3. Создание устойчивой обратной связи от аудитории к источнику информации, своевременное реагирование на нужды и запросы людей.

4. Формирование такой эмоциональной среды, которая исключала бы возможность распространения слухов, даже в том случае, если они провоцируются преднамеренно.

5. Если слух возник, следует не только опровергнуть и привести достоверные факты, но и обязательно снять ту тревожность, которую он породил или которая является его причиной.

Более сложной является задача активного противодействия существующим слухам. Пресечение слухов направлено на снижение заразительности, распространяемости и живучести. Здесь могут быть использованы следующие **приемы**.

*Игнорирование неправдоподобных слухов* (технология «Бойкот») с одновременной демонстрацией опровергающих фактов.

*Подтверждение слуха*. Иногда для предотвращения дальнейшего разрастания сюжета лучше подтвердить слух. Иногда честное и искреннее признание повышает доверие к источнику, и помогает контролировать последующий ход событий. Подтвердить слух может представитель руководства компании, имеющий доверие в обществе.

*Опровержение слуха*. Официальное опровержение слуха уместно лишь при условии, что данный источник пользуется уважением и доверием у аудитории, а также когда опасный слух является довольно абсурдным. Тогда следует непосредственно указать на содержание слуха, его причину и изложить альтернативную версию событий. С целью эффективности опровержения слуха необходимо проведение дополнительных мероприятий. Это обусловлено психологическими особенностями восприятия человека: разрушить создавшийся стереотип значительно сложнее, чем создать новый.

*Ирония, юмор*. Порой помогает использование юмора – высмеивание «нелепой» информации в процессе яркого и богатого различными метафорами выступления представителями руководства компании или авторитетным лицом.

*Контрслух.* Если нет уверенности в авторитетности официального источника, уместно распространить информацию, по содержанию, противоположную сюжету слуха. Делать это нужно под различными предлогами, но без упоминания о самом слухе и его сюжете. Здесь необходимо проявить особую внимательность к каждой детали, так как минимальный просчет может привести к усилению слуха.

*Доведение до абсурда.* Прием «доведение до абсурда» подразумевает распространение информации, не противоположной содержанию, а наоборот, усиливающей тенденцию, лежащую в основе первоначального слуха. Счастливые перспективы или драматизм ситуации доводятся до таких масштабов, что воспринимается как нереальные. Подобная гиперболизация направлена на то, чтобы аудитория поняла, что имеет дело с «нелепым» слухом.

*Дискредитация автора.* Об авторе (источнике) слуха распространяется компрометирующая информация. Если дискредитировать автора невозможно, следует попытаться снизить доверие к слуху посредством оповещения аудитории о существовании некоего врага, распространяющего слухи с целью нанесения какого-либо ущерба.

*Назначение ответственного лица или «пост» слухов.* Можно официально назначить лицо, у которого можно проверить слух, или же «пост» слухов, что сложнее, однако как вариант можно использовать. Часто эта роль отводится менеджерам по персоналу, представителю профсоюза или специалисту по связям с общественностью.

*Устранение причин.* Наиболее эффективное средство борьбы против слухов – устранение поводов, их вызывающих.

*Публичное разоблачение «сплетника».* Крайне негуманный, но эффективный способ. Осуждение сплетника отбивает желание распускать слухи у тех, у кого оно могло появиться. Правда, иногда, «разоблаченный» не раскаивается, а скорее его манипуляции становятся более утонченными. К тому же важно найти реального распространителя слуха, а не просто «козла отпущения».

Возможна также **схема борьбы со слухом**, которая включает в себя несколько методов, приведенных ниже. Пошагово она выглядит следующим образом:

1. Учесть слух. Обязательно нужно узнать, выявить слух и принять его во внимание.
2. Найти контраргумент, который бы сводил суть слуха «на нет», до нуля.
3. Публично выявить «заказчиков», кому было выгодно распространение данного слуха.

Однако следует помнить, что усилия по неодобрению слухов могут способствовать их распространению. Поскольку разоблачение опровергаемой информации происходит посредством ее доведения до аудитории, нежелательная информация доходит даже до тех, кому ранее она была неизвестна. Возможны два варианта развития событий: в одном случае, опровержение признается истинным, а слух – ложным, в другом случае, слух рассматривается как достоверный, а опровержение – как стремление скрыть истину. Поэтому сначала следует тщательно просчитать, какое количество людей уже знает о слухе, и оценить степень пользы или вреда от его публичного опровержения.

При организации нейтрализации и противодействия слухам нужно учитывать, что существует определенный минимум времени, в течение которого можно преодолеть воздействие слуха. Если это время упущено, то даже хорошо аргументированное опровержение не способно устранить последствия распространения слуха. Как подчеркивает В. В. Латынов, некоторые слухи несут настолько сильный эмоциональный заряд, что развеять их рациональными аргументами не представляется возможным. Таковыми являются слухи о заговорах, отравлениях, политических убийствах, похищениях. Для исчезновения подобных слухов, по мнению Латынова необходимо либо значительное изменение самой социальной ситуации, либо появление в общественном сознании нового, но такого же по своей сути слуха.

Таким образом, чтобы управлять слухом, нужно уменьшить его значимость для слушателя или устранить неопределенность в его содержании. Устранение неопределенности особенно важно, если слух является выдумкой. Если же в нем смешались правда и ложь, то устранение неопределенности в ложной части слуха превратит его в более реальное событие. Далее следует попробовать уменьшить степень значимости его для аудитории, тем самым препятствуя его распространению. В этом заключается одно из простых правил борьбы со слухами.

Слухи широко используются в системе информационно-психологического противодействия и являются эффективным средством неформальной стихийной или организованной коммуникации. Они могут быть и полезными или причинить непоправимый вред. Им следует уметь противодействовать.

Кроме слухов, еще стоит также отметить, что такое «сплетня» – «это неполная, пристрастная информация, которая вызывает общественный резонанс, если затрагивает стороны жизни элитных социальных групп».

Вспоминая бихевиористскую схему, которой подчинено формирование поведения человека «стимул-интерпретация-реакция», стоит отметить, что вербальное средство воздействия является этим стимулом. В качестве интерпретации выступает эмоциональная окраска (каким образом преподносится та или иная информация, какие переживания и отклики вызывает), а реакция проявляется непосредственно в поведении масс. Недаром лозунги и пропаганда, обращенные в общество, всегда «эмоционально заряжены» для усиления нужного эффекта.

Как отмечалось ранее, одним из основных средств воздействия на толпу является слово, но не просто слово, а слово, имеющее яркую эмоциональную окраску, обладающее призывом к действию, как команда при дрессировке животного. Но, если вспомнить, что в толпе, поведение людей приобретает инстинктивный характер, возможно, так оно и есть.

Кроме языковых средств, массы также подвластны влиянию образов. Г. Лебон отмечал, что толпа мыслит образами... Толпа, способная мыслить только образами, восприимчива только к образам. Только образы могут увлечь ее или породить в ней ужас и сделаться двигателями ее поступков... Могущество слов находится в тесной связи с вызываемыми ими образами и совершенно не зависит от их реального смысла.

Следовательно, образы и слова обладают *суггесторным значением*. Это подтверждается тем обилием рекламной информации, которая окружает современное общество. Автором данной работы несколько лет назад было проведено исследование, направленное на выявление особенностей рекламного воздействия (телевизионной рекламы) в зависимости от функциональной организации головного мозга. Результаты исследования показали, что рекламный слоган (воздействие словом) и картинка (презентация товара) способствовали проявлению поведенческого компонента. Отличие состояло в том, что реклама, где преобладал когнитивный компонент, больше воздействовала на испытуемых, у которых доминирующим является правое полушарие головного мозга, а реклама с когнитивным компонентом – на испытуемых с ведущим левым полушарием.

Недаром существует пословица «Хлеба и зрелищ!». Подверженность человека образам может быть объяснена тем, что первоначальным способом получения и обработки информации в процессе развития личности является наглядно-образное мышление, когда любое

объяснение ребенку об особенностях окружающего мира необходимо показать и продемонстрировать, закрепив, тем самым воспитательное воздействие. Также в теории деятельности: сначала осуществляется экстериоризация деятельности (метод проб и ошибок), затем ее интериоризация (выполнение действий «в уме»), что позволяет сначала увидеть собственные ошибки, а затем их не допустить.

Кроме того, образ, так же, как и слово имеет смысловое значение в его символическом обозначении и выражении. Например, когда люди читают художественную литературу и текст описываемого автором события рождает в их представлении определенный сюжет, событие или ситуацию на основании слов-описаний. И, наоборот, когда человек видит какой-либо образ, то он старается передать о нем впечатление в словах, наиболее отражающих его особенности и уникальность.

Иллюстрацией психологического воздействия слова и образа на массы может служить увлеченность в Америке с середины XX в. по настоящее время комиксами, которая охватывает почти 60 % взрослого населения в возрасте 30–40 лет и почти 100 % детей. На протяжении нескольких лет в Японии существует культ аниме. Образ мультипликационных героев настолько сильно устоялся в сознании японской молодежи, что они переносят эти образы в реальную жизнь, пытаясь быть внешне похожими на них.

Кроме того, картография тоже является областью применения психологического воздействия с помощью образа. Например, в Австралии, на материке, который на всех остальных картах мира изображается внизу справа, принято другое картографическое представление мира, где Австралия находится наверху, а все остальные материки внизу.

Для того чтобы наиболее эффективно воздействовать на личность, необходимо знать ее релевантный канал (аудиальный или визуальный), но для воздействия на толпу, внутри которой сосредоточено множество личностей, используются вербальные и образные средства воздействия. Например, это демонстрируется в театральном спектакле, где художественные персонажи имеют вербальные и образные особенности.

## Р а з д е л III. ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ НАСТРОЕНИЙ

### Тема 3.1. Формирование массовых настроений и механизмы воздействия на них

Всем известно, что в жизни человека и общества существуют различного рода стереотипы. Очевидно, что жизнедеятельность человека сталкивается со стереотипизированным восприятием, взглядом, мнением. Однако возникает вопрос: почему возникают стереотипы, какова их роль и в чем секрет влияния, оказываемого на одного человека или общество в целом.

В основе формирования общественного сознания и культуры в качестве регуляторов поведения человека выступают врожденные и приобретенные в процессе социализации факторы – культурные и социальные стереотипы, которые взаимосвязаны с процессом идентификации человека с определенной социальной группой или обществом и осознании себя их частью.

Первоначально термин «стереотип» был употреблен американским журналистом У. Липпманом в 1922 г. По его мнению, стереотип – это «картинка у нас в голове», которая создает негативное представление о человеке. Буквально его значение в переводе с греческого означает «твердый отпечаток» (от греч. *stereos* – твердый и *typos* – отпечаток).

**Стереотип** (социальный) – это «относительно устойчивый, упрощенный образ социального объекта (например, человека, группы, события или явления), который формируется в условиях дефицита информации, и является результатом обобщения собственного опыта или общественных представлений».

В психологической науке социальный стереотип определяют как определенную разновидность когнитивных схем, которые возникают относительно конкретной социальной группы. Поэтому стереотипы существуют этнические, гендерные, возрастные, профессиональные. По мнению Н. И. Семечкина, формирование стереотипов обусловлено социальным научением, а именно: наличие социальных, общественных, групповых представлений, окружающие индивида в процессе развития его личности является основой возникновения стереотипа. В этом заключается отличительная особенность стереотипа от прототипа, на формирование которого влияют приобретенный индивидуальный опыт и знания.

Благодаря стереотипам у людей возникают и закрепляются приблизительные, схематичные представления о представителях других

социальных групп, которые не просто ошибочно характеризуют их, но приклеивают к ним необоснованные ярлыки и шаблоны.

Например, в современном мире мы уже привыкли к такому явлению как трудовая миграция. Учитывая, что в социальном мире также, как и в мире животных существует естественный отбор, первоначально, рудовой мигрант, прибывший в другое государство, так сказать «самомеком», может получить только низкооплачиваемую, зачастую нечистоплотную работу. И, когда мы видим этих людей, одетых в спецодежду разнорабочего, уборщика, дворника, возникает представление, что такие же они и вне работы: неопрятные, испачканные и бескультурные. Однако стоит увидеть, как рабочие-мигранты помогают женщине спустить или поднять детскую коляску, уступают место в общественном транспорте пожилым людям или женщине с ребенком, то здесь происходит когнитивный диссонанс, т. е. разрушение стереотипа, поскольку то, что, казалось очевидным ранее, получило опровержение и не вписалось в ранее составленную когнитивную схему.

Стоит отметить, что «дыма без огня не бывает». Для формирования того или иного социального стереотипа существует определенного рода почва. Например, не секрет, что с увеличением миграционного процесса, возрастает и уровень криминализированности общества. Увеличивается количество корыстно-насильственных преступлений, совершенных приезжими из других государств. Однако это не означает, что все мигранты совершают преступление.

Другим фактором, способствующим формированию социальных стереотипов, является наличие угрозы безопасности социальной жизни, которая порождает чувство тревоги, страха, опасения, слухи и, как следствие, стереотипы. В данном случае имеется в виду террористическая угроза обществу. На сегодняшний день это является одним из самых актуальных вопросов для мирового общества. Примером тому является Евросоюз. Европейские граждане, которые когда-то чувствовали гражданскую и социальную защиту со стороны европейских государств, теперь выходят на демонстрации и митинги, недовольные их внутренней (в частности, миграционной) и внешней политикой. Европейские граждане открыто говорят о недовольстве поведением прибывших в их страны мигрантов, которое порождает неприязнь по отношению к ним. После череды криминальных и террористических преступлений европейцы буквально пытаются докричаться до государственных правителей о том, что они боятся за собственную безопасность и будущее своих детей.

С другой стороны, нельзя не отметить, что вынужденным мигрантам приходится бороться за свое выживание в чужой стране, в которую они вынужденно бежали из своей страны от войны; где нет нормальных условий для жизни, нет должной социальной поддержки нет стабильного жизнеобеспечения и безопасности и неизвестно, какое будущее.

Выше указанное служит возникновению как социальных стереотипов, так и этнических конфликтов, которые только усугубляют сложившуюся обстановку.

Россия столкнулась с этой угрозой еще в императорские времена. Однако, столкнувшись с этим явлением в 90-х гг. XX в., стало понятно, что характер терроризма изменился: от локального к глобальному. Определенные события в тот период не прошли бесследно и отпечатали общественное сознание по сей день: например, когда в общественном месте мы видим мужчину восточной внешности с бородой или восточную женщину в хиджабе, непроизвольно возникает напряжение и ассоциации, основанные на трагических событиях прошлых лет. В этом нет вины общества, психика человека и инстинкт самосохранения выполняют защитную функцию, поэтому возникает подобное предубеждение.

Говоря о предубеждении, стоит отметить, что они составляют содержание стереотипа. Последствием этого становится социальная дискриминация. Отметим основные особенности социальных стереотипов, выделяемые в психологической науке.

1. **Возникновение стереотипов происходит в условиях дефицита времени и спонтанно**, что является неконтролируемым процессом. Единственное, что подвластно человеку – это ослабить влияние стереотипов в отношении других людей и групп, не давать им возможности влиять на его поведение.

2. Данная особенность основана на предыдущей: **избавиться от стереотипов полностью невозможно**.

3. По мнению У. Липпмана, **стереотипы** возникли как необходимость **сохранить и укрепить свое привилегированное социальное положение**. Например, богатые люди выражают мнение, что, если человек не может сколотить себе капитал, то он либо ленив либо глуп.

4. **Содержание стереотипов является отражением реальных признаков, свойственных социальным группам. Однако в стереотипах находят также отражение страх, ксенофобия, заблуждения, незнание, случайные наблюдения и ошибочные обобщения.**

В качестве иллюстрации последней особенности отметим поражение африканцев белыми людьми. Причем проблема отношения к людям с темным цветом кожи как, мягко говоря, к «другим» не разрешена и по настоящее время. Вспомним протесты со стороны темнокожего населения, которые недавно буквально охватили Америку, против дискриминационного и противоправного отношения со стороны американских стражей порядка по отношению к ним.

Стереотипизация восприятия и понимания обществом каких-либо социальных объектов, явлений или событий способна довести общество не только до дискриминации, но и до проблемы более глобального характера – геноцида.

Ранее было отмечено, что стереотип – это определенная когнитивная схема. При этом сами стереотипы выполняют ряд когнитивных функций: функцию схематизации и упрощения, функцию формирования и хранения групповой идеологии и т. д. Основу стереотипов составляет ряд психологических процессов таких, как избирательное внимание, оценка, формирование понятий и категоризация, атрибуция, эмоции, память, схематизация, а также процессы усвоения индивидом уже существующих стереотипов в процессе социальной идентификации и конформизма.

Рассмотрим значение когнитивных процессов на формирование стереотипов.

**1. Категоризация.** Формирование понятий и категоризация предоставляют возможность упорядочить различные окружающие объекты в определенные категории. Отнесение объектов к категориям является инструкцией по формированию поведения к данному объекту: категория сводит этот процесс к наиболее краткому варианту.

Очевидно, что человек постоянно испытывает на себе воздействие окружающих объектов, которые являются стимулами. Обработка этих стимулов, их преобразование в полноценную картину мира представляет собой формирование понятий, с помощью которых возможно мысленно представлять эти события, ситуации, места и людей, что способствует деятельности сознания.

Таким образом, категоризация – психический процесс отнесения единичного объекта к определенному классу, в качестве которого могут быть значения, символы, эталоны, социальные стереотипы и т. д.

Категоризация является неотъемлемой составляющей для психической деятельности.

Однако не всегда существует возможность выделения различных аспектов для дальнейшей категоризации. Возникает ошибка, которая создает основание для возникновения очередного стереотипа.

**2. Схематизация.** Согласно Н. И. Семечкину, схемы представляют собой ряд взаимосвязанных мыслей, представлений, социальных установок и стереотипов, предоставляющих возможность быстрого распознавания объектов при наличии ограниченных информационных ресурсов.

Существуют различные типы схем: схемы личности; ролевые схемы; скрипты; схемы свободного содержания; схемы самости. Остановимся на наиболее актуальных для нашей темы типах.

«Схемы личности – это индивидуализированные структуры знаний о конкретных людях и их особенностях». Знакомясь с человеком, мы определяем, к какой известной когнитивной схеме можно его отнести, чтобы выстраивать с ним дальнейшие взаимоотношения. Таким образом, к конкретному человеку формируется определенная имплицитная теория личности, содержащая его наиболее существенные характеристики.

Всем известно, что у каждого человека в его жизнедеятельности существует целая совокупность социальных ролей, которая включает в себя составляющие его частной и общественной жизни. При этом у каждого из нас есть представления о том, каким должен быть человек, выполняющий ту или иную социальную роль. Эти представления позволяют давать оценку эффективности исполнения социальной роли конкретным человеком, люди говорят: «она – хорошая или плохая мать», «он – профессиональный или некомпетентный специалист» и т. д. Данные представления определяют ожидания, на совокупности которых возникает социальный стереотип, в основе которого лежит установка (готовность к определенным интерпретациям).

На основании непосредственно приобретенного опыта возникает репертуар когнитивных схем.

**3. Атрибуция.** Каузальная атрибуция – еще один механизм формирования социальных стереотипов, который заключается в интерпретации субъектом межличностного восприятия причин и мотивов поведения других людей. Ее изучением занимались различные иностранные ученые. У истоков стоял Ф. Хайдер, разработавший основные категории и принципы, а также это Г. Келли, Э. Джонс, К. Дэвис, Д. Кенноуз, Р. Нисбет, Л. Стрикленд.

Значение атрибуции заключается в том, что она способствует организовывать информацию в психологически значимом аспекте, необходимость которой обусловлена многочисленностью событий, происходящих вокруг нас. Также роль атрибуции состоит в упорядо-

чивании вновь поступившей информации. Проведенные исследования выявили, что атрибуции связаны с чувством контроля: чем выше уровень контроля у человека, тем больше атрибуций у него производится.

В целом, исследование социального стереотипа было и остается актуально. Особенно сегодня, когда территориальные границы доступны для преодоления как в реальном, так и в виртуальном пространстве.

*Исследование социального стереотипа* имеет несколько аспектов изучения.

**1. Аспект когнитивный.** Стереотип изучается как элемент когнитивного процесса, как результат процесса стереотипизации (генерализации, схематизации). Сюда же следует отнести изучение фиксированности и устойчивости стереотипа, выявление степени истинности содержащегося в нем знания,

**2. Аспект аффективный** или исследование стереотипа как элемента эмоционально-оценочного процесса. С этой точки зрения, стереотип изучается различными теориями установки в рамках проблемы фиксации и изменения установки, а также анализа взаимодействия ее компонентов.

**3. Аспект социально-психологический или конативный**, тесно связан с изучением аффективного аспекта. Сюда относятся исследования стереотипа как образа человека, представителя той или иной категории людей. Большую часть исследований стереотипа в данном случае составляют исследования этнического предубеждения.

**4. Аспект социологический** или исследование стереотипа как элемента, участвующего в процессе функционирования социальной группы и общности.

Концепция У. Липпмана, согласно которой стереотип – это «картинка в голове», основным его свойством рассматривает устойчивость, провоцирующую возникновение проблем при формировании общественного мнения, понимаемое как процесс столкновения стереотипов. По мнению Липпман устойчивость стереотипов обусловлена их защитной функцией социальных ценностей конкретной группы.

Согласно психологической теории стереотипа Г. В. Оллпорта, представителя психоаналитической школы, стереотип является составной частью теории предрассудка. Под предрассудком Оллпорт подразумевает сильную симпатию или антипатию, основанную на ошибочном и жестоком обращении, при этом направленной на группы людей или на индивида как члена данной группы. Предрассудки –

это ригидные и ошибочные обобщения относительно групп людей. Приспособление для рационализации предрассудка Г. В. Оллпорт называет стереотипом, определяя его то, как преувеличенное мнение, то, как имидж в рамках категории.

В отличие от У. Липпмана Г. В. Оллпорт в своих работах не относит стереотип к жестко закрепленным формированиям. По его мнению, стереотип послушно приспосабливается к преобладающему характеру предрассудка и к требованиям ситуации. Важен и тот факт, что Г. В. Оллпорт учитывает социокультурные факторы, воздействующие на эти явления. Он отмечает, что предрассудки меняются, когда в их изменении есть социальный, экономический и личностный смысл. Не все люди неизлечимо слепы в отношении своего собственного нелогичного и вредного стиля мышления. Особую роль Оллпорт в изменении стереотипов или предрассудков отводит образованию. Он полагает, что с упрощением борется образование: когда в условиях развития общества уровень образования возрастает, тогда стереотипность мышления должна снижаться.

В социальной психологии существует теория ролей, некоторым образом объясняющая процесс стереотипизации. Понятие роли было введено американским психологом Дж. Г. Мидом: роль – это: социально санкционированная и социально значимая функция личности, выполняемая в соответствии с общепринятым социальным стандартом. С точки зрения сторонников теории ролей (Дж. Г. Мид, Я. Морено, Р. Линтон), каждый человек, – совокупность ролей.

Каждая роль состоит из отдельных, отличительных для нее действий, которые в совокупности образуют устойчивую систему. В процессе социализации и взаимодействия с обществом у человека формируется представление о типичных формах поведения. При взаимодействии с другой личностью люди относят ее по тем или иным признакам к определенной общественной группе, что формирует предположения, каким образом данный человек может повести себя в определенной ситуации.

В отечественной психологии А. А. Бодалев, занимаясь изучением особенностей восприятия одного человека другим, полагал, что системы ролей, формируясь в обществе, создают «эталоны» ролей и обязательные их атрибуты.

Следовательно, теория ролей приравнивает всех людей к некоему типичному субъекту без учета индивидуальности человека. А. А. Бодалев, анализируя проблему стереотипизации, считал, что в стерео-

типах всегда находит выражение запас теоретических и практических знаний, которыми располагает человек о каждом народе, о каждом из общественных классов, о поле, возрасте, профессии. Явление стереотипизации, по его мнению, «развертывается после того, как познающий другого человека субъект установит его принадлежность к какой-либо социальной общности, определит его социальную роль, статус. Выявление принадлежности познаваемого человека к определенному «классу», «типу», «категории» людей влечет за собой создание у познающего лица установки на дальнейшее фиксирование в человеке – объекте познания определенных качеств.

Отечественный исследователь В. Н. Куницын характеризует стереотип как эмоционально окрашенный образ, в котором присутствуют элементы описания, оценки и предписания. Р. И. Мокшанцев считает, что стереотип складывается в условиях дефицита информации как результат обобщения личного опыта и представлений, принятых в социуме, часто предвзятых. Вследствие этого социальный стереотип неточен.

С точки зрения американского социального психолога Т. Шибутани, стереотип – это популярное понятие, обозначающее приблизительную группировку людей с точки зрения некоего легко различимого признака, поддерживаемое широко распространенными представлениями относительно свойств этих людей. Он считает, что социальные стереотипы формируются посредством выделения наиболее ярких форм поведения группы людей, классифицируемых определенным образом, и утверждал, что выживают те стереотипы, которые подтверждаются реальностью. На степень их устойчивости влияет согласованность с представлениями других людей, т. е., кто объединяется в один стереотип, часто сами себя идентифицируют друг с другом как существа одного рода. Поэтому внешним выражением стереотипов Т. Шибутани считает некий объект, образ действия.

С точки зрения социальных психологов А. Адлера, Э. Фромма, К. Хорни, процессы персонификации связаны с процессами стереотипизации. Они утверждают, что персонификации – это индивидуальный образ самого себя или другого, который представляет собой комплекс чувств, отношений, представлений, возникающих на базе опыта, связанного с удовлетворением потребностей или тревогой. При этом возникшие образы не всегда соответствуют реальности.

По мнению социального психолога Р. Таджури, стереотип – это склонность воспринимающего субъекта легко и быстро заключать вос-

принимаемого человека в определенные категории в зависимости от его возраста, пола, этнической принадлежности, национальности и профессии и тем самым приписывать ему качества, которые считаются типичными для людей этой категории. Социальный психолог Ш. Берн под стереотипами понимает мнения о личностных качествах группы людей.

Исследование стереотипа в эмоционально-оценочном аспекте неразрывно связано с исследованием *социальной установки*, или *«аттитюда»*. У. Томас и Ф. Знанецкий определяли установку через призму понятия «ценность», под которым имелся в виду любой объект, обладающий поддающимся определению содержанием и значением для членов социальной группы. Согласно В. Н. Куницина, под социальной установкой или аттитюдом подразумевается состояние сознания индивида относительно некоторой социальной ценности.

В 1935 г. Г. В. Оллпорт при исследовании аттитюда выделил перечень его различий. Однако в результате остались те черты аттитюда, которые отмечались всеми исследователями:

- определенное состояние сознания и нервной системы;
- выражающее готовность к реакции;
- организованное;
- на основе предшествующего опыта;
- оказывающее направляющее и динамическое влияние на поведение.

Современные исследователи придерживаются отмеченных свойств стереотипа. Например, А. В. Мокшанцев при исследовании стереотипа выделяет следующие его свойства:

- они способны влиять на принятие человеком решения, нередко самым нелогичным образом;
- в зависимости от характера установки (позитивной или негативной) стереотипы едва ли не автоматически «подсказывают» одни доводы в отношении какого-то события, явления и вытесняют из сознания другие, – противоположные первым;
- стереотип обладает выраженной конкретностью.

П. Н. Шихирев, обсуждая проблему установки, полагает, что наблюдать и делать о ней какие-либо предположения можно лишь по ее проявлениям в поведении: действиям, высказываемым взглядам, обнаруживаемым эмоциям и т. п.

Несколько другой подход к понятию установки наблюдается у Д. Каца – представителя западной социальной психологии. По мнению Каца установка, есть предрасположенность индивида к оценке какого-либо

объекта (его символа или аспекта), его мира как положительного или отрицательного. Мнение является вербальным выражением установки. Но установки могут выражаться и в невербальном поведении. Установки включают как аффективный (основное чувство приязни или неприязни), так и когнитивный (убеждения) элементы, которые отражают объект установки, его характеристики, его связи с другими объектами.

Возникает вопрос: какова взаимосвязь стереотипа и установки. По данному поводу существует несколько научных мнений. Например, социальный психолог П. Дууб рассматривает стереотип как когнитивный элемент одной конкретной установки – этнического предубеждения. Стереотип является выражением установки в сознании (когнитивной структуре) человека.

Социальные психологи Е. Виолетт и К. Силверт выдвинули идею, что стереотипы «обладают признаками организованного способа поведения, они выражают функциональное состояние готовности, они организованы вокруг и относительно какого-либо объекта или группы объектов. Это особые установки отличаются также значительной эмоциональной интенсивностью».

В представлении В. Липпмана яркий эмоциональный образ является обязательным признаком любой категории, связанной с ценностной структурой личности. Г. В. Оллпорт ограничивает сферу действия стереотипа тем аспектом, который связан с его функцией элемента внутренних механизмов психологической защиты (в первую очередь, таких, как замещение, проекция, рационализация и т. п.). Поскольку эти процессы активно участвуют в формировании картины человеческих отношений, единственной формой существования стереотипа Г. В. Оллпорт объявляет антропостереотип, порожденный психодинамикой личности. В таком случае стереотип и стереотипизированное мышление привилегии личности определенного типа – нетворческой, авторитарной.

Однако Д. Фишмэн считает, что авторитарный тип в какой-то мере является результатом среды, поэтому «личный» полностью социальный стереотип представляется маловероятным.

На основании вышеизложенного можно предположить, что стереотипы возникают в процессе социального взаимодействия и поэтому являются социальными установками в конкретном понимании этого слова. Согласно мнению большинства ученых, стереотип отличается повышенной интенсивностью аффективного элемента и устойчивостью к изменениям, причем явно или имплицитно констатируется взаимозависимость этих двух свойств стереотипа.

Таким образом, стереотип является неотъемлемым элементом познания и сознания в обществе. Ежедневно сталкиваясь с огромным количеством информации, человек обращается к стереотипу, который ее упрощает и схематизирует. Однако данное упрощение и схематизация делает мышление однотипным, стандартным, неоригинальным и человеку остается только усваивать готовые социальные, этические, эстетические и другие стереотипы поведения с детства. На этом основании неосознаваемо приобретаются соответствующие ценностные установки, мотивы, которые являются составными элементами социальных отношений, объединяют группу индивидов в единое целое, в итоге формируют массовое сознание. Поведение людей основано на стереотипах, нормах, стандартах, которые играют роль указателей, способствующих ориентироваться индивиду среди одобряемых обществом моделей поведения и мышления.

Стереотип – это стандартное знание. Стереотип независимо от его знака (положительного или отрицательного) по мнению Г. В. Оллпорта есть «преувеличенное убеждение, связанное с категорией».

Стереотипизация в процессе познания людьми друг друга может привести к двум различным следствиям. С одной стороны, к определенному упрощению процесса познания другого человека. В данном случае стереотип не обязательно подразумевает оценочную нагрузку: в восприятии другого человека, которая проявляется в сторону его эмоционального принятия или непринятия. Остается лишь упрощенный подход, который не способствует точности построения образа другого, заставляет заменить его некоторым штампом, однако в каком-то смысле остается необходим, так как помогает сократить процесс познания.

В другом случае стереотипизация приводит к возникновению предубеждения. Если суждение строится на основании предыдущего определенного опыта, который был негативным, то любое новое восприятие представителя той же самой группы окрашивается неприязнью. Возникновение подобных предубеждений подтверждено многочисленными экспериментальными исследованиями. Очевидно, что особенно отрицательно они проявляют себя не в экспериментальных условиях, а в условиях реальной жизни, нанося при этом серьезный вред общению людей и их взаимоотношениям. Особенно распространены являются этнические стереотипы, когда на основе ограниченной информации об отдельных представителях каких-либо групп строятся предвзятые выводы относительно всей группы.

Стереотипы являются продуктом нормальных психологических процессов, которые естественным и неизбежным образом ведут к их формированию и сохранению. Следовательно, чтобы понять, как стереотипы создаются и сохраняются, важно обладать базовым пониманием психологических процессов, из которых они произрастают.

Источником формирования социальных стереотипов является личный опыт человека и общественные нормы. Как следствие этого, стереотипизация становится необходимым инструментом социального познания и осмысления окружающего мира. Это, в свою очередь, позволяет быстро категоризовать и интерпретировать информацию, поступающую извне. Однако не стоит забывать и об обратной стороне стереотипа, из-за которой возникают ошибки, недопонимание и расхождение с действительным положением вещей.

Следовательно, стереотипы являются способом обработки информации и регуляторами поведения. Согласно мнению Н. И. Семеничкина, «стереотипы – духовное образование, сложившиеся в сознании людей эмоционально окрашенные образы, передающие значения, в которых есть элементы описания, оценки и предписания».

Причины возникновения стереотипов – общая тенденция к упрощению, игнорированию различий. Они выступают как регуляторы социальных взаимоотношений. Их отличает экономия мышления, «защита» (оправдание своего поведения), удовлетворение агрессивных тенденций, способ выхода напряжения. Стоит отметить, что устойчивость стереотипа относительна. В лонгитюдных исследованиях (повторных, с интервалом в несколько лет) обнаружен эффект «затухания», движения в сторону большей схематизации и абстракции.

Разновидность стереотипов (например, этнические, национальные, культурные, социальные, профессиональные, и т. д.) становится не только аналитическим инструментарием, позволяющая составить человек полноценно оформленную картину о социальном мире со всеми его социальными взаимодействиями, взаимосвязями и взаимоотношениями; но также является основой, от которой отталкиваются с целью манипулирования массовым сознанием. Наличие разнородных и неоднородных элементов в обществе еще не означает его дестабилизации, до тех пор, пока этим не начинают оперировать. И если это происходит, то по совокупности обстоятельств может привести к изменению массового настроения, массового поведения, к массовым беспорядкам.

Стоит отметить, что стереотипы являются одним из видов социальной установки. Ранее всего термин установка (attitude) был упо-

треблен Г. Спенсером, затем Н. Н. Ланге. В понимании У. Томаса и Фл. Знанецкого, социальные установки – это психическое переживание значения, смысла, ценности социального объекта.

Нельзя переоценить значение установки в жизнедеятельности человека. Это своего рода программирование или самопрограммирование. Многие психологи отмечают, что установка должна быть ориентирована «на добро», т. е. нести положительный заряд и положительное подкрепление психофизическому состоянию человека.

Когда человек дает себе установку «на успех», то происходит активизация необходимых ресурсов организма человека (психических, физических, моральных), что повышает шансы человека добиться желаемого результата.

Замечено, что есть люди, которые говорят «я всегда готовлюсь к худшему, чтобы потом, если ничего не получится, сильно не расстраиваться». Вопрос: какие в этом случае будут задействованы ресурсы? Защитные, чтобы снизить заранее травмирующий эффект, пока еще, не наступившей неудачи. А для достижения заветной цели должны быть задействованы волевые ресурсы личности, способствующие максимально продвинуться по заданному пути. Поэтому установка человека «я сделаю все, что смогу в этой ситуации» приближает человека к намеченному успеху. Во-первых, это будет честно перед самим собой. Во-вторых, даже если цель не будет достигнута, путь к ней заметно сократится. В-третьих, человек сам для себя поймет, на что он способен.

Многие опубликованные издания по популярной психологии, ориентированные на повышение самооценки личности и достижение успеха, основополагаются на принципе позитивной установки.

**Установка** – это «готовность, предрасположенность субъекта, возникающая при предвосхищении им появления определенного объекта и обеспечивающая устойчивый целенаправленный характер протекания деятельности по отношению к данному объекту».

Впервые данное понятие было введено в *экспериментальной психологии* немецкими психологами для обозначения фактора, обусловленного прошлым опытом (готовности действовать тем или иным образом), определяющего скорость реагирования на воспринимаемую ситуацию (Л. Ланге), и некоторые *иллюзии восприятия* (Г. Мюллер, Т. Шуман), а также для описания возникающего при постановке задачи неосознаваемого состояния готовности, обуславливающего направленность различных психических процессов.

Изучением установки занимались многие исследователи. Так, в 1931 г. Р. Парк отметил, что аттитюды обладают латентностью: у каждого аттитюда есть бессознательная стадия, на этой стадии поддерживаются одни реакции и затормаживаются другие. В 1935 г. Г. Оллпорт дал классическое определение аттитюда: установка – состояние умственной и нервной готовности, основанное на опыте, направляющее реакции индивида в отношении всех объектов и ситуаций, с которыми она связана.

В 1940 г. сформировалось два направления по изучению значения установки: изучение устойчивости структуры аттитюда и аналитическое направление. Далее в 1950 г. А. Кемпбелл определяет аттитюды как прогнозируемый синдром реакций, последовательно возникающих по отношению к социальным объектам. Дж. С. Брунер, Л. Дж. Постмен подчеркивали творческую роль человека, роль мотивации, ценностей. В 60-е годы прошлого века Д. Катц определяет установку как предрасположенность индивида к оценке какого-либо опыта или его символа, которая может выражаться как вербальным (мнение, оценка), так и невербальным поведением.

Обобщая различные точки зрения в отношении понимания установки, аттитюд – это приобретенная оценочная и относительно устойчивая реакция, направленная на определенные объекты, влияющая на наше поведение по отношению к этим объектам.

В качестве объяснения психических явлений установка наиболее глубоко разработана Д. Н. Узнадзе и его школой. Одна из серьезных трудностей, возникающих при необходимости изменить свою установку, связана с тем, что многие из наших установок обусловлены нашими предубеждениями относительно тех или иных явлений или людей, рационально обсуждать которые нам слишком трудно.

Отличие предубеждения от стереотипа состоит в том, что стереотип представляет собой обобщение, которого придерживаются члены одной группы относительно другой, а предубеждение предполагает суждение с позиций «хороший» или «плохой», которое заочно формируется о других людях.

Формирование предубеждений чаще всего бывает связано с потребностью определить свое положение по отношению к другим людям (особенно в плане превосходства). Стоит отметить, что из всего разнообразия существующей информации человеку свойственно принимать ту, которая согласуется с собственными ожиданиями. Вследствие этого происходит укрепление заблуждений на основании

отдельных случаев, что способствует формированию предубеждения. Например, если из 10 водителей, не владеющих мастерством и культурой вождения, приходится хотя бы одна женщина, то это способствует предубеждению, что женщины плохо водят автомобиль.

Предубеждения позволяют людям направить свою агрессию на «группу-мишень», в подтверждении этому существуют различные исторические примеры. Например, объясняя торможение прогресса из-за присутствия в стране «дикарей» в Северной и Южной Америке, были уничтожены практически все культуры аборигенов.

Как было отмечено зарубежными авторами, наиболее подвержены предубеждениям люди с авторитарным типом личности, сформированной средой и воспитанием. Такая личность имеет склонность к жестокости, с трудом налаживает контакты с другими людьми, до крайности упрощает ситуации и обычно нерушимо верит в превосходство своей социальной группы и своей культуры. Такие личности становятся либо организаторами либо участниками социальных столкновений.

***Структура установки включает три компонента:***

- описательное знание;
- отношение;
- планы, программы поведения.

Значение установки и ее эффекты демонстрируются при изучении ее роли в регуляции деятельности. Таким образом, основные функции установки представлены в деятельности человека:

а) установка определяет устойчивый, последовательный, целенаправленный характер протекания деятельности, выступает как механизм ее стабилизации, позволяющий сохранить ее направленность в непрерывно изменяющихся ситуациях;

б) установка освобождает субъекта от необходимости принимать решения и произвольно контролировать протекание деятельности в стандартных, ранее встречавшихся ситуациях;

в) установка может выступить и в качестве фактора, обуславливающего инертность, косность деятельности и затрудняющего приспособление субъекта к новым ситуациям. Эффекты установки непосредственно обнаруживаются только при изменении условий протекания деятельности.

Следовательно, значение установки представлены адаптивной, защитной, экспрессивной (отображает индивидуальную значимость культурных ценностей), познавательной и функцией координации познавательной системы психических процессов.

Согласно диспозиционной концепции личности В. А. Ядова, отдельные установки выстраиваются в определенную уровневую систему диспозиций:

- 1) элементарные установки (формируются на основе витальных потребностей, в простых ситуациях не осознаваемы);
- 2) социальные установки (формируются на базе оценки отдельных социальных объектов и ситуаций);
- 3) базовые социальные установки (определяют общую направленность личности);
- 4) система ценностных ориентации.

Изменение установки обычно имеет цель добавить знания, изменить отношение, показать последствия изменения взглядов, мнений и т. п.

Изменение отношения к социальному объекту трансформирует установку, например, посредством внушения. При сильном внушительном эффекте (например, гипноз) установка становится убеждением. Процесс формирования установки обусловлен влиянием родителей, авторитетной личности и средствами массовой коммуникации.

Установка используется при изучении отношений личности как члена группы к тем или иным социальным объектам, механизмов саморегуляции, устойчивости и согласованности социального поведения, процесса социализации и изменения установки, например, под влиянием пропаганды, а также при прогнозировании возможных форм поведения личности в определенных ситуациях.

Рассматривая установку в контексте отношения к различным социальным объектам, нельзя не сказать о ценности.

Понятие **ценности** применяется в гуманитарных науках для обозначения объектов, явлений и их свойств, а также абстрактных идей, воплощающих в себе общественные идеалы и выступающих, вследствие этого, эталоном должного. Выделяют три формы проявления ценности.

1. Ценность – это общественный идеал, выработанный общественным сознанием, содержащее абстрактное представление об атрибутах должного в различных аспектах общественной жизни. Такие ценности могут быть как общечеловеческими, «вечными» (истина, красота, справедливость), так и конкретно историческими (патриархат, равенство, демократия).

2. Ценность – это произведения материальной и духовной культуры или воплощение общественных идеалов (этических, эстетических, политических, правовых и др.), находящих свое отражение в человеческих поступках.

3. Социальные ценности, преломляясь через призму индивидуальной жизнедеятельности, входят в психологическую структуру личности в форме личностных ценностей, являющихся одним из источников мотивации ее поведения.

У каждого человека существует своя система ценностей, которая сформировалась в результате совокупности факторов: культурно-исторического опыта, в котором он живет, воспитания, социального окружения, образования, личного опыта и т. д. Эта система ценностей является связующим звеном между общественным и индивидуальным миром.

Каждому обществу свойственна своя система ценностей. Надо сказать, что ценность – это не только результат духовного и культурного развития общества, но еще и инструментарий, посредством которого происходит воздействие на массовое сознание.

Например, в 90-е гг. XX в. в России царил культ западной культуры. Причем данный культ не привносил в жизнедеятельность общества конструктивного характера. Принцип был такой: все, что раньше было запрещено – теперь можно. Избытка быть не может. В то время быть приверженцем своей культуры среди молодежи было не модно. Это нашло отражение в культурных и субкультурных предпочтениях, этических и нравственных аспектах жизни молодого поколения, в речевых выражениях и т. д. Отойти от культуры собственного народа, своего общества. Что несет в себе такая переориентация? Подобные проявления означают деинтификацию личности по отношению к своей родной культуре, своего народу, самому себе.

Почему в процессе войн происходит разграбление и уничтожение продуктов культурной жизни противника? Почему происходит подмена интерпретации и осмысления исторических событий и документов? Потому что культура есть отражение жизни и самого общества, к которому она принадлежит. Не поэтому ли современные эксперты бьют тревогу в отношении разрушения Древней Пальмиры как культурно-исторического памятника человечества.

Утраты культурных ценностей может привести к такому социальному перевороту, о котором мы даже представления не имеем. Вспомним, художественный фильм, где рассказывалась жизнь общества, в котором были запрещены ценности культурного наследия (живопись, литература и т. д.). В фильме показано, что без культурных ценностей жизнь общества стала серой и безынтересной. Однако, несмотря на какие запреты, люди стремились сохранить предметы культуры.

В реальной жизни во времена мировых или локальных войн люди, несмотря на лишения, стремятся сохранить предметы культуры и накопленные знания, потому что в них находится духовное возрождение и сохранение любого народа.

**Представления** – образы предметов, сцен и событий, возникающие на основе их *припоминания* или же продуктивного *воображения*. В отличие от *восприятия*, представления могут носить обобщенный характер. Если восприятия относятся только к настоящему, то представления относятся к прошлому и возможному будущему. Представления отличаются от восприятия значительно меньшей степенью ясности и отчетливости.

Тем не менее, чувственно-предметный характер представлений позволяет классифицировать их по модальности (представления зрительные, слуховые, обонятельные, тактильные и др.). Опора на представление хорошо знакомых сцен или мест служит одним из наиболее эффективных средств запоминания. Преобразования представлений играют важную роль в решении мыслительных задач, особенно тех, которые требуют нового «видения» социальной ситуации.

Устойчивые представления, закрепившиеся в сознании людей, являются стереотипами. Таким образом, рассмотренные понятия стереотипа, предубеждения, установки и представления являются тесно взаимосвязанными. Подобная взаимосвязь формирует когнитивную картину мира у человека, направляя его либо на правильном, соответствующем действительности, либо в ошибочном направлении.

В заключение отметим, что стереотипы – это регуляторы поведения и социальных взаимоотношений; это духовное образование, сложившееся в сознании людей эмоционально окрашенные образы, передающие значения, в которых есть элементы описания, оценки и предписания.

Стереотипы являются инструментарием по воздействию на массовое сознание в средствах массовой коммуникации.

Причины возникновения стереотипов – тенденция к упрощению, игнорированию различий. Они определяются как экономия мышления, «защита» (оправдание своего поведения), удовлетворение агрессивных тенденций, способ выхода напряжения. Стереотипы относительно устойчивы. В лонгитюдных исследованиях (повторных, с интервалом в несколько лет) обнаружен эффект «затухания», движения в сторону большей схематизации и абстракции.

Макроформами массового сознания являются массовые настроения и общественное мнение. Названные макроформы представляются своеобразными «ядрами», различных «полей» массового сознания

(совокупности разнообразных образов, знаний, мнений, волевых импульсов, чувств, верований и т. д.), которые связывают различные компоненты массового сознания в некое единое целое.

**Массовые настроения** определяются как особые психические состояния, каждое из которых отражает субъективную реакцию людей относительно удовлетворенности политическими условиями жизни; оценки возможностей реализации социально-политических притязаний; стремления к изменению условий ради осуществления притязаний. Выявим психологическое значение общественного мнения.

### ***Настроения масс: взаимосвязь индивидуального и социального***

Понятие «настроение» в психологии существует несколько определений: «это индивидуально-общепсихологическая часть, представленная анализом внутренних переживаний, прежде всего эмоциональных, не всегда осознанных состояний». Это часть социально-психологическая, представленная анализом противоположных явлений, осознанных, рациональных, более объективных в отличие от субъективных состояний.

### ***Индивидуальное и социальное в природе настроений***

Известно, что человек – это создание социальное. В жизни человека важную роль играет процесс социализации, поскольку он определяет его положение в обществе. Настроение – это отражение эмоционально-волевой сферы личности человека. Что же отражает настроение масс? Непосредственно их эмоциональную оценку, переживание и отношение к условиям и обстоятельствам, обуславливающих жизнедеятельность.

Проблема настроений в психологической науке рассматривается на основании определенных характеристик, отражающих особенности этого психоэмоционального состояния: осознанное – неосознанное; рациональное – эмоциональное; внешнее – внутреннее; предметное – личностное; долговременное – кратковременное; устойчивое – импульсивное; организованное – неорганизованное.

Данные характеристики в совокупности относятся к одной общей, называемой «социальное – индивидуальное». Социальное определяется как осознанное и рациональное, связанное с конкретными предметами, событиями и явлениями, по поводу которых существует настроение. Оно долговременно и устойчиво.

Индивидуальное рассматривается как эмоциональное, менее осознанное, кратковременное, импульсивное, демонстрирующее внутреннее состояние психики, которое проецируется на внешний мир в поведении человека и его мировоззрении.

В психологии среди ученых всегда актуален вопрос, что первично, а что вторично: социальное или индивидуальное? С точки зрения формирования и развития личности первично социальное, поскольку оно оказывает психологопедагогическое воздействие на человека. В рамках проблемы массовых настроений выявляется тесная обратная взаимосвязь. С одной стороны, существует эффект заражения индивида в обществе (о чем было сказано ранее): подчинение веяниям моды, конформизм, сам процесс адаптации и социализации подразумевает подстройку под существующие общественные нормы. С другой стороны, в атмосфере общества проявляется индивидуальное отношение, которое при интеграции аналогичных отношений нескольких индивидов, становится общественным настроением или массовым настроением.

При этом социальное настроение представляет собой фактор, который упорядочивает индивидуальное, подчиняя его реальности внешнего предметного мира.

Однако в современных концепциях зачастую выделяют превалирование в настроении либо социального, либо индивидуального, что приводит к их противопоставлению. Но с точки зрения общественных отношений, их динамики и условий трансформации это недопустимо. Тем более, когда речь идет о психологии масс, где индивид, испытывая на себе социальное воздействие, способен актуализировать или преобразовать настрой общества.

В основе возникновения массовых настроений находится взаимодействие двух факторов: объективный (предметный) фактор, обозначающий реальную действительность, в которой живут люди; субъективный фактор, который формируется на основании представлений людей об окружающей действительности, ее оценки в соответствии с познавательной, мотивационной сферой личности и притязаниями. Таким образом, притязания и ожидания людей, их совпадение-несовпадение с реальными условиями формируют массовые настроения.

В контексте массовых настроений следует выделить их психологический и социально-политический аспекты.

**Психологический аспект** подразумевает взаимосвязь притязаний с намерениями, предметами потребностей и аффективными процессами, которые определяют поведение человека. Притязания создают «систему психологического напряжения», что приводит к изменению деятельности.

Следовательно, в основе массовых настроений лежат распространенные среди людей потребности, формирующие фактор, порождающий соответствующие притязания.

**Социально-политический аспект** отмечает, что возникновение массовых настроений зависит от уровня однородности социально-политической структуры общества. Чем плюралистичнее данная структура, тем более дифференцировано общество, в котором присутствуют различные потребности и интересы, порождая то или иное настроение. Таким образом, дифференцированность общества, его разнородность являются фактором риска для возникновения негативных массовых настроений, поскольку несовпадение потребностей и интересов разных или нескольких социальных групп может привести к ситуации, которая называется «перетягивание одеяла на себя». Следовательно, чем более однородными являются общественные отношения, тем более однородно-нормативный характер массовых настроений.

В целом возникновение и развитие массовых настроений зависят от степени очевидности расхождения притязаний людей с предоставляемыми возможностями их удовлетворения со стороны социально-политической системы. Иными словами, речь идет об обусловленности массовых настроений чувством социальной справедливости.

Известно, что существует взаимосвязь между степенью психической напряженности жизни людей, перенапряженностью их деятельности и интенсивностью массовых настроений. В соответствии с этим Г. Лебон отмечал, что динамичное проявление настроений оппозиционного характера усугубляется «ослаблением прежних верований», «возрастанием могущества толпы» и «противоречивостью информации в печати».

Действительно, если вспомним историю России, то в конце 80-х – начале 90-х гг. XX в. внутриполитическая ситуация в стране была дестабилизирована в результате разрушения существовавшей несколько десятилетий советской политической идеологии, произошел раскол внутри общества, была утрачена прежняя система ценностей и ориентиров для общественных отношений и отдельной личности. Результатом этого стали человеческие жертвы, социально-экономические, политико-патриотические и морально-нравственные потери, возвращение к относительно стабильной организации жизнедеятельности общества в течение нескольких лет.

На сегодняшний день ситуация с оппозиционными настроениями усугубилась, чему способствуют и средства массовой информации. Отсутствие избирательности, некритичности форм преподнесения информации, акцентированное выделение факторов, оказывающих негативное психоэмоциональное воздействие на массы, дестабилизи-

руют равновесие общественных отношений. В результате массовые настроения в современном обществе имеют сложный дифференцированный характер.

Один из фундаментальных психологических законов гласит, что Настроения могут быть ошибочными, например порожденными тем или иным ложным слухом. Но чем они относительно устойчивее, тем более представляют уже некое «мы» и тем самым некую общественную силу, чему-то противостоящую (Поршнева Б. Ф., 1966).

Один из наиболее сложных вопросов в проблеме массовых настроений и их функционирования в социально-политических процессах состоит в их классификации. Понятно, что недостаточно выделить явление, рассмотреть его природу и основные характеристики. Когда речь идет о таком многогранном феномене, имеющем разнообразные формы проявления, то необходимо выделение определенных разновидностей, составление своеобразной матрицы, включающей наиболее значимые виды. Именно здесь начинаются огромные проблемы.

**Проблема типологии настроений:** так же, как и массовое сознание, массовые настроения можно классифицировать по различным основаниям: по степени массовости, уровню эмоциональности, наличию действенного компонента и т. д. Так же, как и при типологизации массового сознания, наиболее эффективным, согласно Э. Я. Баталову, будет разработка сферической, интегральной модели, определяемой как динамическая система взаимодополняющих друг друга моделей, которые только в своей совокупности способны дать адекватное реальному объекту представление о сложном, постоянно изменяющемся, «пульсирующем» духовном образовании.

Если рассматривать значение массового настроения, то, прежде всего, оно проявляется в политическом действии, которое не бывает нейтральным в отношении политической системы. Кроме того, побуждаемые массовыми настроениями действия по отношению к обществу, оценивает непосредственно общество в соответствии с существующей идеологией.

Массовые настроения оцениваются по вызываемым ими политическим действиям, которые способны оказать позитивное (прогрессивное) или негативное (реакционное) значение.

Выделяя политико-психологическую функцию феномена массовых настроений, необходимо учитывать, что содержательная направленность настроений определяется их идеологическим оформлением. Следовательно, оценка совпадения ожиданий с реальными обстоя-

тельствами зависит от совпадения или расхождения идеологических и политических позиций субъекта настроений.

Таким образом, настроения, с одной стороны, являются психическим отражением жизнедеятельности, с другой – они развиваются по законам массовой психологии, изменяя при этом условия. Настроения составляют основу идеологии и податливы ее воздействию.

**Основные функции массовых настроений: первая функция – сигнальная.** Политические настроения дают субъективную оценку степени удовлетворенности существующей общественно-политической системой в целом и предоставляемыми системой возможностями реализации тех или иных притязаний в частности. Данная функция осуществляет принцип обратной связи между обществом и властью.

**Вторая функция – психологическая подготовка и формирование массового субъекта потенциального политического действия.** Настроение, распространяясь среди множества людей, имеющих схожие притязания и возможности их реализации, сплачивает их, объединяя общие переживания. Появляющееся на основании данного объединения ощущение силы приводит к готовности реализовать эту силу, проявив себя.

**Третья функция – инициирование и последующее регулирование массового политического поведения.** Закономерное развитие настроения приводит к необходимости своего разрешения. Должна произойти психоэмоциональная разрядка психологического напряжения, вызванного чувством сильного эмоционального волнения, переживания, ожидания. В целом настроения регулируют поведение: в зависимости от их интенсивности, стадии развития, уровня выразительности будут наблюдаться спады и подъемы общественных движений, происходить изменения во внутривнутриполитической ситуации.

**Гетерогенность и ситуативность:** в психологической науке массы рассматриваются как специфические социально-психологические неустойчивые образования настроенческого типа. Согласно Б. Ф. Поршневу, люди, охваченные однородным настроением и выражающие его более или менее совместно, тем самым составляют общность.

Основным в понимании массы является то, что это особое объединение людей на основании общих настроений и действий, прямо не взаимосвязанных с их классовым разделением.

Особую роль имеют исследования социально-политических механизмов поведения масс в кризисные периоды развития общества. Именно данные периоды способствуют подробному изучению динамики мас-

совых настроений и специфики их проявлений, выявлению степени их осознанности и стихийности, подверженности манипулированию.

В динамике развития массовых настроений особую роль играет распространение слухов. Слухи способствуют провоцированию спонтанного поведения со стороны масс, зачастую не осознанного, а реактивного. Содержательная сторона слухов способна не только запустить поведенческий механизм масс в действие, но и сформировать определенное «самооправдательное» убеждение своих действий и поступков. Особенно это эффективно, если психоэмоциональное состояние масс дестабилизировано (это непосредственно относится к пониманию массы, так как это неустойчивое социально-психологическое образование настроения), поскольку тогда слухи попадут на «благоприятную почву».

Анализ распространения оппозиционных настроений показывает, что их возникновению предшествует, так называемое, «брожение масс». Подобное происходит на основании расхождения притязаний людей и условий реальной жизни, которое также демонстрируется средствами массовой коммуникации. При увеличении разрыва между тем, что говорится, и тем, что делается, нарушается политико-психологическая однородность общества, происходит процесс «брожения».

Следует отметить, что оппозиционные силы с целью активизации данного процесса «брожения» оперируют существующими в обществе социально-экономическими различиями, политическими, историческими и правовыми пробелами, которые начинают заполняться новыми трактатами об альтернативных вариантах развития общества. Что и произошло на Украине. Нарастающая заразительность усиливает распространение настроений.

В целом динамика массовых настроений имеет известный «циркуляторный» характер, приводящий с каждым разом к акцентуированию существующих в обществе расхождений между ожиданиями и реальными условиями жизнедеятельности.

**Циклы развития настроений:** в общем виде, включая конкретную толпу и широкие политические массы, цикл развития настроений включает в себя четыре основных этапа. Первый этап – это начало развития настроений, начавшееся брожение характеризуется лишь смутным беспокойством, ощущением социально-политического дискомфорта, переживанием диффузных аффективных сигналов, свидетельствующих о рассогласовании потребного и достигаемого. За этим находится «некий неприятный осадок», о котором писал А. Н. Леонтьев (1974) и который остается у людей на фоне в целом привычно-

терпимой жизни. Брожение – это скрытое, неосознанное, поддающееся влиянию (в частности, идеологическому) недовольство.

Второй этап – это поворот (настроений и психики в целом), в ходе которого происходит качественное изменение психического состояния масс. От первоначального недовольства, возникающего по поводу тех или иных конкретных сфер жизни, следует поворот к аффективно-когнитивным рассогласованиям желаемого и реальной жизни, причины которых видятся в политической сфере. На этой стадии возникают собственно политические настроения, пока еще не обязательно носящие массовый характер.

Третий этап, обозначаемый как подъем, связан с появлением действительно массовых настроений. К этому времени из всего множества конкретных настроений, связанных с отдельными вызвавшими их явлениями и процессами, выделяется доминантное политическое настроение. Соответствуя наиболее распространенным притязаниям, оно быстро распространяется, формируя массу. За счет множественных циркуляций в многочисленных общностях людей это настроение быстро усиливается, достигая такого уровня интенсивности, который требует немедленного разрешения. На этой стадии настроение уже вполне оформлено в идеологическом и политическом отношении. Обычно эта стадия ведет к реализации притязаний и, тем самым, к разрешению настроений.

Четвертый этап, образно называемый отливом, возникает в результате разрешения настроений и удовлетворения в определенной мере реально или иллюзорно, основных притязаний, вызвавших данное настроение. Бывает, однако, и так, что стадия угасания и связанные с ней пассивность и апатия возникают как следствие неразрешимости настроений, после того как массы, несмотря на предпринятые действия, не сумели достичь возможностей для реализации своих притязаний. В этом варианте они (обычно временно) смиряются с недостижимостью потребного.

**Уровни развития настроений:** динамика массовых настроений связана не только со сменой их направленности и интенсивности, но и с быстротой перехода от настроений к осознанным мнениям, практическим политическим оценкам и конкретным действиям.

**Первый уровень** – то, чего люди хотят и что молча переживают. На данном уровне настроения ограничены недостаточно осознанными притязаниями и проявляются в переживаниях невербального характера.

**Второй уровень** – на что люди надеются и что способны выразить вербально. Здесь настроения осознаны в виде надежд и чаяний,

устремлений, однако ограничены лишь словесными формулировками, мнениями, пожеланиями. В конкретном выражении, например, пре-словутыми «наказами» кандидатам в ходе избирательной кампании.

**Третий уровень** – то, что люди в принципе готовы отстаивать. Это уровень настроя на определенные убеждения, предготовности к действиям во имя своих убеждений, однако еще не самих действий.

**Четвертый уровень** – декларирование принципов, которыми человек «не может поступаться», во всяком случае, на вербальном уровне.

Наконец, **пятый уровень** – то, что люди привыкли считать своим и ни за что не отдадут. Уровень активного, уже действенного отстаивания значимых притязаний, борьбы за их осуществление.

### Тема 3.2. Общественное мнение

Очевидно, что общественное мнение является отражением позиции общества или общественности, которое существовало в любую эпоху культурно-исторического развития человечества и существует по сей день. Следовательно, все, что когда-либо происходит, порождает общественное мнение или возникает на его основе. В социологической науке общество определяется как совокупность людей, осуществляющих совместную деятельность и отношения. Иными словами, общество является универсальным способом организации социальных связей, взаимодействия и отношений людей. Понимание **общественности** подразумевает группу людей, сознающих неопределенный и проблематичный характер ситуации, и реагирующих на нее конкретным образом.

Общественное мнение невозможно отождествить ни с одной из форм общественного сознания. Предмет общественного мнения невозможно вместить в рамки определенной формы, так как общественное мнение может быть сформулировано по различным сферам жизнедеятельности общества: по вопросам политики, права, морали, искусства, религии, науки и т. д. Таким образом, общественное мнение может быть определено как одна из форм общественного сознания, так как по своему предмету оно пронизывает все формы сознания, выступая как вид общественного сознания, уступая ему при этом в широте диапазона.

Существует одна важная сторона анализируемого вопроса – сущность, содержание общественного мнения.

Во-первых, рассматриваемый феномен является конкретным выводом определенной общности людей по тем или иным объектам, своего рода итог мыслительной деятельности людей.

Во-вторых, критериями отбора при формировании общественного мнения служат общественные интересы и потребности. Только те явления или факты общественной жизни становятся его объектами, которые приковывают к себе внимание, вызывают потребность в выработке по ним общего суждения.

В-третьих, массовые суждения людей обладают различной степенью объективности (истинности). Это объясняется тем, что мнения могут формироваться на основе как научных знаний, так и ложных взглядов и ошибочных представлений. В случае недостатка объективной информации люди компенсируют ее слухами, интуицией и т. д. Общественное мнение, не имеющее в своей основе твердого научного фундамента, может быть ошибочным. Суждение научной критики нередко заменяется предрассудками, выдаваемыми за общественное мнение.

В-четвертых, общественное мнение выступает в качестве побудительной силы, регулирующей поведение людей, их практическую деятельность. Этот феномен существует в сознании людей; и выражается публично, выступая, в свою очередь, как мощное средство общественного воздействия.

**Общественное мнение** понимается как состояние массового сознания, включающее скрытое или видимое отношение общности, или совокупности общностей, к настоящим событиям и явлениям. Оно выполняет экспрессивную, контрольную, консультативную и директивную функции.

Общественное мнение представляет собой комплекс предпочтений, выражаемых множеством людей по общезначимой проблеме.

***Признаки общественного мнения:***

- публичность высказывания мнения;
- широкая распространенность в массах;
- подвижность, динамичность;
- выступление как продукт взаимодействия людей;
- затрагивание общих интересов;
- формирование по общественно значимым вопросам в процессе борьбы мнений.

**Общественное мнение** включает в себя два важных момента: оценочное суждение и проявление социальной воли. Оно может быть выражено в вербальной и в невербальной форме, в непосредственном поведении. Выражается общественное мнение через объединения людей, организации, средства массовой информации, отдельного человека.

### ***Характеристики общественного мнения:***

- направленность (бывает позитивной, негативной, нейтральной);
- интенсивность;
- определенная стабильность;
- динамизм;
- распространенность;
- зрелость.

Основными факторами формирования общественного мнения являются отмеченные ранее социально-экономические, политические, культурологические условия жизни общества, а также различные средства коммуникации. Общественное мнение способно формироваться как стихийно, так и сознательно. Основные методы формирования общественного мнения являются **внушение, убеждение, подражание**.

Объект общественного мнения ограничен не только его сущностью и рамками, но и признаками, в соответствии с которыми общественное мнение рассматривает то или иное явление действительности в качестве объекта для своих суждений.

*Общественный интерес.* Первый и важнейший из этих критериев, связан с понятием «общественный интерес». В соответствии с ним из всего бесконечного ряда явлений действительности предметом рассмотрения общественности становятся только те, которые представляют собой для общества непосредственный интерес.

Самое первое сопоставление личных и коллективных общественных интересов обнаруживает безусловное различие между ними. Оно может сказываться, к примеру, в их несовпадении, разногласии, даже антагонизма по содержанию.

*Дискуссионность.* Второй существенный признак объекта общественного мнения связан со спецификой мнения как особого типа человеческого суждения. Данная специфика проявляется в сфере индивидуального сознания. Далеко не каждая мысль человека может быть отнесена к разряду общественного мнения. Предметом рассмотрения общественности становятся именно те высказывания, которые предполагают различие в оценках, суждениях, характеристиках, т. е., заключают в себе больший или меньший момент спорности, дискуссионности.

*Компетентность.* Данный критерий свидетельствует о том, что не каждая проблема может достичь желаемых высказываний по ее решению, можно сказать, что члены общества, взятые в сумме, не обладают необходимой информацией для какого либо спора компетенцией.

Таким образом, не любое групповое, коллективное мнение является общественным, а лишь то, что соответствует следующим критериям (признакам) – социальный интерес, дискуссионность, компетентность. Его выразители – классы, социальные слои, содружество классов, народ. Значит, мнение можно классифицировать как индивидуальное; групповое, или мнение общественности (или общественное).

***Условия формирования и функционирования общественного мнения:***

- возможность получения объективной, оперативной, систематизированной информации;
- возможность обмениваться мнениями внутри самой общности в целом и значимых ее групп;
- соблюдение права публично выражать диапазон мнений по конкретной проблеме.

Исследование общественного мнения позволяет провести мониторинг и оценку социально-психологического состояния общества в целом или какой-либо конкретной его группы. Данная оценка подразумевает в себе деструктивную или конструктивную характеристику положения в обществе.

Известно, что общественное мнение полифункционально: отражает отношение людей по актуальным и факультативным вопросам; регулирует поведение людей, социальных групп и социально-политических общественных институтов, предъявляя для всех социально-правовые и морально-нравственные нормы организации и контроля общественных отношений.

Общественное мнение как социально-психологический феномен пытались объяснить различные научные деятели. Например, Г. Тард обосновывал появление общественного мнения действием такого психического механизма как подражание, на основании которого возникают и развиваются человеческие взаимоотношения, происходит передача убеждений, намерений, верований. Взаимоотношения двух индивидов, из которых один подражает другому, представляет собой модель социального бытия. Подражание уже находится в индивидуальном сознании, так как человек с помощью памяти воспроизводит себя сам, повторяя свое прошлое. Затем при взаимоотношениях между двумя или более людьми подражание становится основным механизмом социального поведения.

Г. Зиммель находил в подражании одно из существенных средств взаимопонимания. По его мнению, под влиянием подражания форми-

руются не только простейшие навыки деятельности, но и духовные ценности – идеи, вкусы, наклонности, манеры поведения. В данном случае подражание становится главным механизмом процесса идентичности человека с группой, общностью.

В. С. Коробейников и С. Ф. Хитрова рассматривают данный феномен через его принадлежность к общественному (массовому) сознанию, конкретизируя, что общественное мнение является проявлением (состоянием) общественного сознания, в котором отражается оценка большими социальными группами, народом в целом явлений, представляющих актуализированный общественный интерес с учетом существующих общественных отношений.

По мнению Б. Д. Парыгина, общественное мнение – это массовое явление групповой психологии, психического состояния масс, социально-психологическое коммуникативное явление. А. К. Уледов считает, что общественное мнение – это рассуждения людей, в которых выражены их отношения к фактам, явлениям, процессам действительности, их оценка.

В любом случае особенность общественного мнения заключается в его принадлежности определенным субъектам, следовательно, оно демонстрирует субъективное отношение людей к объекту.

В своей книге «Общественное мнение» У. Липпман высказал мнение, что сейчас общественное мнение, прежде всего, по политическим вопросам, формируется с помощью средств массовой информации. При этом он считал, что мнения – это улица с двусторонним движением, поскольку общество состоит из различных организаций, групп, ассоциаций, позиции которых не всегда совпадают с позициями властей. Однако общественное мнение имеет ограниченные возможности, так как не может объективно отражать социальную реальность, а в отдельных случаях является даже ошибочным. Данная точка зрения У. Липпмана подкреплена *теорией стереотипизации массового сознания*, согласно которой в повседневной жизнедеятельности люди, как правило, оценивают ситуацию и поступают шаблонно в соответствии с имеющимися у них стереотипами.

Стоит отметить, что, как правило, в любой ситуации, в любом социально-психологическом явлении существует альтернатива. Однако данная альтернатива может не быть доступна для всего общества, становясь особым мнением для его определенного слоя.

Безусловно, общественное мнение играет важную роль в жизни общества. *Основными функциями общественного мнения* являют-

ся функция социального контроля, экспрессивная, консультативная и директивная функции.

Функция социального контроля призвана противодействовать дисбалансу в общественных отношениях. Общественное мнение способно реагировать на принятие и выполнение правительственных решений, способствуя или тормозя их реализацию.

Значение экспрессивной функции заключается в выражении определенной позиции общества по отношению к фактам и явлениям в его жизни. Это общественное мнение осуществлять контроль над органами государственной власти, оценивать их деятельность, что является показателем гражданского общества.

Консультативная функция общественного мнения реализуется посредством опросов населения, результаты которых используются для выбора одобряемых обществом способов разрешения определенных актуальных проблем.

Директивная функция – это необходимость для реализации результатов опроса, которое зависит от многих обстоятельств. Иллюстрацией этой функции может быть волеизъявление народа при проведении референдумов. Современные примеры демонстрируют, что реализация данной функции общественного мнения происходит в критический, переломный исторический момент. Таким примером является присоединение Крыма к России в 2014 году.

Роль общественного мнения особенно проявляется в гражданском обществе, которое стремится обходиться без государственных органов правосудия. Это способствует выработке суждений и оценке общественных событий, норм поведения, выработке путей решения актуальных проблем. Вследствие этого общественное мнение становится действенным социальным институтом.

Изучение общественного мнения непосредственно приводит к изучению общества. Одним из основных методов изучения общества является наблюдение. В связи с этим в науке выделяют следующие распространенные типы исследований:

- социологические исследования, направленные на выяснение мнения людей по поводу определенных субъектов;
- коммуникационный аудит, заключающийся в осмыслении несогласованностей, существующих в коммуникации между руководством организаций и целевыми группами общественности.
- неформальные исследования, представленные в накоплении фактов, анализе информационных материалов и т. д. Другими словами, данные методы не требуют непосредственного вмешательства.

Общественное мнение формируется при соблюдении следующих важных условий:

- общественное мнение формируется тогда, когда на обсуждение народа выносятся проблема, которая затрагивает социальные интересы людей (экономической, социальной, политической, духовной жизни);

- предметом рассмотрения общественности чаще всего выступают те формы общественного сознания, те вопросы, которые предполагают различия в оценках, характеристиках, заключают в себе момент дискуссионности;

- уровень компетентности. Если человек незнаком с каким-либо обсуждаемым вопросом, то на просьбу высказать мнение чаще всего отвечает: «Я не знаю».

Основной причиной формирования общественного мнения является необходимость в естественной движущей силе для общества, а, общественное мнение – это состояние массового сознания, заключающее в себе отношение (скрытое или явное) различных социальных групп к событиям и фактам социальной действительности.

Цель формирования общественного мнения – стремление привести в соответствие имеющееся действительное с желаемым, стремление выразить свое отношение, повлиять на течение событий и процессов.

## Р а з д е л IV. МАССОВЫЕ БЕСПОРЯДКИ

### Тема 4.1. Влияние массового сознания на возникновение массовых беспорядков

После того как массовое сознание закрепилось как научное понятие, в литературе стали отмечаться исследования массового насилия, что относится к рубежу XIX–XX веков.

Массовое сознание как интегративная детерминанта массового поведения, имеет ряд особенностей – **высокую динамичность, противоречивость и спонтанность**, так как формируется и изменяется под действием более широкого и мобильного спектра факторов, существенно зависит от устойчивости интеграции различных реально действующих факторов и условий, неоднозначно и противоречиво проявляется на индивидуальном, групповом и массовом уровнях.

Массовое сознание обуславливает характер таких явлений, как массовое мнение, настроение и поведение. С его организующим началом связаны направленность и характер организованного и стихийного поведения. Поэтому интересующий феномен – стихийное массовое поведение, являющееся разновидностью массового поведения, – важно исследовать с учетом влияния на него массового сознания и массового мнения.

Возникновение массовых беспорядков является многоаспектным и комплексным процессом, в котором выделяется роль психологических, социологических и социально-психологических факторов.

Изучение массовых беспорядков происходит в рамках психологического и социологического подходов.

Ранее было отмечено, что в толпе у индивида активизируются инстинктивные начала, обуславливающие иррациональный характер его поведения. Толпа, представленная множеством таких индивидов, превращается в стадо, неуправляемый табун.

К. Ясперс отмечал импульсивность, суггестивность, нетерпимость, индивидуальную нерешительность массового человека на фоне возрастания коллективного духа и участия непреодолимой мощи толпы. Д. Рисман утверждал, что «управляемые люди», подверженные авторитарному воспитанию, особенно предрасположены раскрываться в массе.

В ситуации массового беспорядка его участник идентифицирует себя с коллективным идеалом.

В целом психологический подход выделяет гомогенность и иррациональность толпы, оценивая ее как неполноценную. Вспомним Г. Лебона, который подчеркивал безликость и аморфность массы.

Социологический подход в противовес психологическому подходу выделяет рациональность и гетерогенность массовых скоплений людей. Его основателем является американский социолог Р. Парк, который начал свое изучение с рассмотрения расовых беспорядков в Чикаго в 1919 г. Позже в 1962 г. в США Н. Дж. Смелзер выдвинул «теорию коллективного поведения», в основе которой находилась модель типичной последовательности развития массового беспорядка. По Дж. Смелзеру, массовый беспорядок характеризуется структурной предрасположенностью и напряженностью, представления, о которых распространяются в общественном сознании. Это явление Дж. Смелзер назвал *«обобщенное представление»*, под которым обозначался процесс идеологической обработки, травли «козлов отпущения», на которых возлагается вина за социально-структурные проблемы. При этом применяются ряд факторов, возбуждающих общественную атмосферу и ускоряющих взрыв общественного недовольства. Агитация и социальный контроль при этом играют существенную роль.

В начале 70-х гг. XX в. возникла полемика между Дж. Смелзером и Дж. Н. Сколнеком. Согласно Дж. Н. Сколнеку, понятие «обобщенное представление» допускает иррациональность коллективного поведения, дискредитируя тем самым коллективный протест. Он противопоставляет свою позицию, согласно которой, беспорядки – это рациональные ответы на определенные социальные неурядицы. В ответ Дж. Смелзер оппонирует, указывая на некритический взгляд Дж. Н. Сколнека при оценке идеологии протестующих.

Данный аспект является дискуссионным. Массовые беспорядки не всегда находят рациональное объяснение их возникновению. Но, с другой стороны, все действия и поступки имеют свою мотивацию. Отмечая наличие коллективного духа, нельзя отрицать мотивированное поведение людей, управляемых какой-либо идеей или призывом. Кроме того, даже в рамках юридической психологии отвергается существование, так называемого, «безмотивного» преступления, поскольку его мотив скрыт в глубине криминальной личности и без специализированной психодиагностической процедуры (судебной экспертизы) его выявить очень сложно.

Как отмечено, массовые беспорядки – это многоаспектный, комплексный процесс, поэтому большинство социологических, психологических и социально-психологических теорий объясняют лишь их

отдельные аспекты. Однако наибольшая эффективность предупредительно-контрольных механизмов достигается именно при комбинации данных теорий. Рассмотрим каждую из них.

**Социологические теории** ориентированы на общественные и групповые основания.

**Социально-структурные теории** интегрируют множественность причин возникновения массовых беспорядков, указывая на их локализацию в конкретной социальной структуре. Таким образом, возникновению беспорядков могут способствовать социально-экономические трудности, разочарование в связи с нереализованными ожиданиями, фрустрации.

**Теория образования норм** отмечает, что при массовом скоплении людей во время беспорядков в процессе взаимодействия и выработки коллективных решений возникают новые нормы. Данная концепция определяет ситуацию беспорядка как активный процесс воссоздания реальной действительности.

**Теория образования структуры** указывает на то, что во время беспорядков происходит распределение функций и ролей среди их участников, при этом возникает кратковременная локальная структура власти и идеологии.

**Психологическая теория** рассматривает личностные особенности участников беспорядков. Данная концепция рассматривает формирование склонности к насилию как результат дефектов психолого-педагогического воздействия. Навыки насильственных действий и их психологического оправдания усваиваются в субкультуре насилия.

Данные личности ищут в беспорядках приключений, возможности самоутвердиться, приобрести социальную идентификацию. Зачастую они затрудняются сформулировать собственные мысли, мирно разрешить межличностный конфликт.

Каждому беспорядку предшествует процесс роста и накопления социального напряжения. Для возникновения массового беспорядка необходимы причина и повод. При этом истинная причина может быть подменена любым другим основанием, а повод быть чрезмерно простым и иметь символическое обозначение, выполняя, тем самым роль катализатора для активизации непосредственных насильственных действий. Практика показывает, что зачастую в качестве этой роли выступает полицейское противодействие, которое гиперболизируется теми, против кого оно направлено или средствами массовой коммуникации. При этом пропагандирование и слухи способствуют обострению ситуации, эскалации насилия.

При столкновении между массами и полицией динамика быстро доходит до конфликта. В группе участников массовых беспорядков возрастает чувство солидарности друг с другом и предубеждение в отношении «группы-врага». В дальнейшем этот процесс нарастает.

По *теории символического интеракционизма* враждебные группировки не только взаимно реагируют друг на друга, но и обоюдно оценивают и интерпретируют себя и свое поведение. Соответственно чужая группа и ее поведение ложно интерпретируются. Динамика враждебности такова: сначала поведение чуждой группы расценивается как провокация, на следующем этапе процесс повторяется со стороны другой группы. Происходит эскалация насилия.

В переходные и кризисные периоды времени развития общества массовые беспорядки происходят особенно часто, происходящие социальные преобразования ведут к политической и социально-экономической неустойчивости, к дестабилизации общественных отношений, вслед за которой возникает всеобщая растерянность.

Общественные проблемы, спровоцированные подобными явлениями, требуют четких оперативных, конструктивных и инновационных решений. Своевременная трансформация и модернизация проблемных явлений позволит предотвратить масштабные и неуправляемые массовые беспорядки с пагубными для общества последствиями. Для этого необходимо уметь вовремя понять ожидания со стороны общества и предоставить объективные возможности для их реализации.

Как отмечено ранее, средства массовой информации пропагандистки воздействуют на общественное мнение и стремятся вызвать непосредственную реакцию в форме массового политического поведения. Кроме того, использование средств массовой коммуникации как способ воздействия на сознание индивида, группы или общества порождает множество социальных проблем.

### ***Характеристика проявлений массовых беспорядков***

Как показывают исследования современных массовых беспорядков, волнений и восстаний, важнейший лежащий в их основе фактор – чувство полного блокирования всех надежд.

Причины возникновения массовых беспорядков различны: социально-экономические, внешне- и внутривнутриполитические, этнические, религиозные, правовые и т. д. В современном обществе нередко причиной массовых беспорядков являются экстремистские призывы и агитация, «неспортивное столкновение» среди футбольных фанатов.

Несмотря на многообразие причин возникновения массовых беспорядков, основу их составляют неразрешенные противоречия. Ана-

лизируя проявления массовых беспорядков, следует выделить несколько оснований для их типологизации. По характеру возникновения среди массовых беспорядков стоит обозначить преднамеренные и непреднамеренные. Масштаб действия массовых беспорядков выявляет его локальный характер (обычно происходят в каком-либо районе города или небольшом населенном пункте). Если массовые беспорядки выходят за рамки местных масштабов, то они принимают характер региональных конфликтов со всеми вытекающими отсюда последствиями.

Предпосылки данному социальному явлению необходимо искать, основываясь на массовых настроениях, улавливаемых в обществе. Как правило, они обозначаются субъективной сигнальной реакцией, переживаниями комфорта или дискомфорта. Отмечая интегрированный характер массовых беспорядков, необходимо назвать его особенности:

- степень удовлетворенности-неудовлетворенности социально-политическими условиями жизни;
- субъективную оценку возможности реализации притязаний людей в этих условиях;
- стремление к изменению условий ради осуществления притязаний.

Природа массовых настроений определяется тем, что они становятся заметными при наличии двух факторов:

- притязаний (или ожиданий) значительных масс людей, связанных с их потребностями и интересами;
- реальных условий жизни.

Стоит отметить, что массовые настроения быстро распространяются и весьма заразительны. Они легко и быстро объединяют тех, кто находится в схожих условиях жизни, формируя чувство общности «мы», как правило, направленное против неких «они», от которых зависит не устраивающее людей социально-политическое положение. Объяснение такому динамическому влиянию массовых настроений заключается в снижении уровня непосредственного сознательного контроля над ними.

Если вспомнить последние события в европейских странах, связанные с нападением мигрантов на европейское население, то, основываясь на объединении субъектов, находящихся в схожих сложных условиях, нестабильном и незащищенном социально-политическом положении мигрантов, становится понятна мотивация тех противоправных действий, которые были ими совершены. С другой стороны, постоянные и многочисленные миграционные потоки в европейские

государства дестабилизировали и социально-политическое положение местного населения, которое высказывает недовольство миграционной политикой своих государств и обеспокоено своей безопасностью и восстановлением прежних условий жизни. Таким образом, очевидно, что массовые настроения обладают не только быстрой заразительностью, но еще и обратной связью.

Основной функцией массовых настроений является *социально-психологическая*, направленная на формирование и мотивационное обеспечение социально-политических действий достаточно больших масс людей. Объединяя массу, эти действия выливаются в массовые выступления, иницируя и регулируя социально-политическое поведение, способствуя динамичному развитию общества.

Кроме того, что была выделена обратная связь, свойственная массовым настроениям, они также отличаются некоторой двойственностью: во-первых, являются отражением, следствием реальной жизни, во-вторых, – развиваются и воздействуют на реальность, преобразовывая ее.

Стоит отметить, что на массовые настроения активно и эффективно воздействуют средства массовой информации и коммуникации. Комплексное социально-политическое и социально-психологическое воздействие на массовые настроения складывается с помощью двух компонентов: пропагандистско-идеологическое воздействие – осуществляется путем манипуляции притязаниями; и социально-политическое воздействие (включающие социально-экономические факторы) – реализуется при помощи манипулирования различиями в уровне жизни.

С целью стабилизации массовых настроений необходимо сбалансировать притязания общества и его отдельных групп и объективные возможности их достижения. Иначе существует действительная опасность возникновения массовых беспорядков, в ходе которых накопившиеся неудовлетворения различных притязаний и ожиданий, оборачиваются непосредственной угрозой для всего общества. Подобные примеры известны в истории, когда происходили бунты, революции и военные столкновения.

Отметим социально-психологические особенности толпы, ориентированной на массовые беспорядки:

- снижение интеллектуального начала и повышение эмоционального;
- появление чувства силы и осознание анонимности;
- повышение групповой внушаемости и снижение эффективности действия механизмов независимого мышления;

- потребность в лидере, которому она будет безоговорочно подчиняться, или объекта ненависти, который она будет уничтожать;
- подавление чувства ответственности за собственные поступки, способность как на крайнюю жестокость, так и на самопожертвование;
- быстрый эмоциональный спад, после достижения цели или поражения происходит смена поведения и оценка происходящего и т. д.

В целом массовые настроения – это результат субъективной оценки обществом социально-политической действительности, формирующейся на основании мотивационно-потребностной сферы, ценностно-ориентированной системы, системы притязаний и ожиданий.

### ***Динамика развития массовых беспорядков и правила защиты***

Динамика развития массовых беспорядков характеризуется тремя основными стадиями.

1. ***Осложнение обстановки.*** Эта стадия является предпосылкой массового антиобщественного поведения. Характеризуется социальной напряженностью, накоплением недовольства. На данной стадии происходит резкое усиление тенденции к расслоению населения на богатых и бедных при неразвитости среднего класса и обострение противоречий между ними. Кроме того, возникновение тревожной информации, распространение слухов, недовольство действиями властей, инфляция, обострение чувства социальной справедливости, объединение оппозиционных сил и появление неформального лидера, владеющего авторитетом в обществе способно максимизировать кризисную ситуацию, вывести ее на критический уровень и спровоцировать так называемый массовый беспредел.

2. ***Возникновение повода для массовых беспорядков и их осуществление.*** На данной стадии появляется формальный повод, который используется зачинщиками в качестве детонатора. Этим поводом является событие, способное оправдать участников эксцессов в их собственных глазах, придать их действиям «справедливый» характер и позволить привлечь в эти события большие массы людей. Интересная отличительная черта массовых беспорядков состоит в том, что их возникновение приводит к непрогнозируемым действиям, которые становятся независимыми от породивших их причин.

В этот период проявляются такие особенности массовых беспорядков, как: выдвижение требований с позиции силы, анонимность требований, внезапность и неотвратимость действий, активное препятствование, направленное против действий силовых структур; привлечение внимания общества к происходящим событиям путем угроз, слухов и т. д.

**3. *Обстановка после массовых беспорядков.*** Эта стадия характеризуется ситуацией после их ликвидации, которая далеко не сразу становится нормальной. Обстановка в любое время может осложниться под воздействием слухов, неудовлетворенности результатами событий. Специфика последствий массовых беспорядков состоит в том, что психологическая реакция людей на массовые беспорядки различна – от депрессивного состояния до мобилизационного, поэтому сохраняется опасность их возобновления.

На основании вышеизложенного следует, что массовые беспорядки – это опасное социальное явление, основой и причиной которого является актуализация негативных массовых настроений в обществе.

На сегодняшний день в свете мировых политических событий актуализирован вопрос личной и общественной безопасности в условиях возрастания террористической и экстремистской угрозы. Ранее отмечалось, что массовые беспорядки обостряются в кризисные моменты для государства, поскольку в условиях непосредственной угрозы благополучию привычной картины общественных отношений происходит дестабилизация социально-правовых норм и устоев, что приводит к всеобщему волнению и, как следствие, массовым столкновениям и беспорядкам.

### **Правила поведения и способы защиты при массовых беспорядках**

Данные правила поведения и способы защиты выстроены на психологическом основании. Для того чтобы выполнить предлагаемые ниже рекомендации по поведению в экстремальной ситуации необходимо рационально действовать, выстроить психологическую защиту и активизировать волевые ресурсы.

#### ***Основные правила поведения в толпе:***

- нельзя поддаваться общему психозу и стремиться спастись любой ценой. Чтобы не стать пешкой в толпе, необходимо отключить эмоции и полагаться на разум – анализ ситуации поможет найти наиболее перспективные пути спасения;

- не следует слепо подчиняться мнению толпы, сколь бы верным оно не казалось, – нужно принимать самостоятельное решение, исходя из конкретной ситуации;

- не рекомендуется высказывать или каким-либо образом проявлять свое несогласие с мнением и действиями толпы, так как инакомыслящих и инакодействующих она уничтожает. Не высказывайте, не защищайте свое мнение, не вступайте в дискуссию в толпе, сосредоточьтесь на действии, оно важнее слов.

Следует сопротивляться массовому психозу. Нельзя принимать на веру слухи, блуждающие в толпе. Полезно оценить себя со стороны: самокритика, ирония и стыд – хорошие рычаги для саморегуляции.

Можно использовать приемы аутотренинга: глубокое дыхание, созерцание неподвижных предметов, разговор с самим собой и т. п. Эффективно помогают такие приемы самоотрезвления, как прикусывание губ, сильные щипки самого себя за руку, удары по щеке или причинение любой другой боли.

В ситуации массового психоза следует сосредоточиться на близких людях, которых необходимо защитить, что возможно только в том случае, если ситуация и собственное психическое состояние полностью контролируются. Как показывает опыт, под влиянием толпы социальные связи разрушаются, люди перестают заботиться о родных и близких, подчас не замечают их.

***Не поддаваться отрицательному влиянию толпы*** – значит, наполовину выиграть бой за выживание, так как физические действия, непосредственно направленные на спасение, в условиях массового психоза вторичны. Сохранение сознания способствует управлению собой.

Необходимо помнить, что стихия толпы тем разрушительнее, чем менее воспитаны ее участники.

Лучше предупредить, предотвратить или не допустить возникновения опасной ситуации. Поэтому специалисты в области безопасности настоятельно рекомендуют не приближаться к толпе! В дни, когда велика вероятность возникновения социальной напряженности или даже во время массовых гуляний не следует лишний раз выходить на улицу, тем более с малолетними детьми.

### ***В местах массового скопления людей:***

- по возможности необходимо избегать наиболее опасных мест (где существует вероятность быть зажатым толпой); лучше держаться края толпы, так как в этом случае можно вовремя и без проблем уйти, если начнутся беспорядки;

- следует понять характер и направление будущих людских потоков и отдельных направлений – это путь к спасению в случае начала массовых беспорядков;

- необходимо помнить, что в толпе есть шанс спастись не тогда, когда спасаются все, а когда паника и массовое бегство только предполагаются;

- если в разбушевавшейся толпе вы оказались вместе с друзьями и близкими знакомыми, то можно оказать совместное сопротивление

общему психозу, попытаться вывести из толпы детей, женщин, пожилых людей и даже несколько ослабить его решительными действиями;

– если в толпе около вас объявился провокатор, необходимо найти способ его урезонить: в категоричной форме приказать ему замолчать, обратиться за помощью к представителям правопорядка или другим людям.

### ***При приближении уличной толпы:***

– следует быстро уйти в боковые улицы и переулки, используя по возможности проходные дворы;

– следует найти место (укрытие), где можно переждать беспорядки;

– в крайнем случае необходимо забраться на устойчивое возвышение, спрятаться под стоящим поблизости трамваем, троллейбусом, тяжелым автомобилем и т. п.;

– нельзя убегать от толпы в сторону ее движения и в неизвестные переулки, это может спровоцировать погоню или привести в тупик, где толпа вас настигнет, в конечном счете, вы можете оказаться в ситуации «меж двух огней», между толпой и силами правопорядка.

### ***В движущейся толпе:***

– необходимо избегать мест соприкосновения толпы со строениями, особенно с витринами, заграждениями, водосточными трубами;

– следует «плыть» в одном направлении, стараясь устоять на ногах;

– рекомендуется снять шарфы, галстуки, цепочки, очки, затянуть пояса, ремни, крепко завязать шнурки;

– нельзя пытаться оказывать сопротивление движению толпы, приближаться к неподвижным предметам, тем более хвататься за них;

– ни в коем случае нельзя нагибаться, поправлять обувь, поднимать потерянные вещи – это может привести к падению, что в толпе равносильно смерти.

### ***В стрессовой толпе:***

– следует избавиться от объемных вещей и освободить карманы;

– если с вами дети, то надо поднять их над головой;

– необходимо защищать грудную клетку руками, поэтому их нельзя поднимать или опускать.

### ***В толпе, находящейся в помещении:***

– при опасности возникновения давки следует снять очки, украшения, галстуки, шарфы, крепко зашнуровать шнурки на обуви, избавиться от колющих, режущих, стеклянных и объемных предметов;

– входить в охваченную паникой толпу есть смысл только при быстро распространяющемся пожаре, вливаться в толпу безопаснее там, где ее плотность невелика;

- нельзя вливаться в толпу сбоку, нагибаться, поднимать с пола потерянные предметы;
- старайтесь избегать мест наибольшего давления – сужений, выступов, тупиков;
- если есть возможность, нужно воспользоваться запасными выходами, у которых в начальный момент опасности, как правило, нет давки;
- в плотной толпе, когда нет возможности поднять ребенка над головой, двое взрослых должны повернуться лицом к лицу и, упервшись друг в друга согнутыми в локтях и прижатыми к корпусу руками, поместить его между собой.

Все указанные правила не являются гарантией защиты от опасности, исходящей от толпы и негативных последствий массовых беспорядков, но они способны помочь людям с наименьшими физическими и нравственными потерями для себя выйти из этой сложной и неуправляемой ситуации. Главное при этом – сохранить способность управлять собой!

## **Тема 4.2. Языковые и образные средства воздействия на толпу.**

### **Психологические аспекты пропаганды**

Слово способствует выделению человека из массы. Согласно Борису Федоровичу Поршневу, видному отечественному психологу, в первобытном обществе изначально выделялся не самый сильный и не самый умный, а тот, кто первым овладел способностью производить членораздельные звуки. Эта способность «звучать» завораживала остальных, заставляя их вначале подчиняться, а затем и подражать человеку, произносящему различные звуки. На этом держались все первобытные магические ритуалы, колдовство и шаманство. С течением времени появилось и другое, противоположное свойство слова – не поддаваться внушению и уклониться от подражания, т. е. формировалась так называемая воля, однако представляла она собой лишь внутреннюю речь. Таким образом, освобождаясь от магии чужого слова, человек освобождался от действия чужого внушения, противопоставляя ему собственное сознание, собственную мысль. **Речевое воздействие** – это влияние на собеседника в процессе общения с помощью различных приемов с целью изменить его взгляды и мнения или побудить к каким-либо действиям. Речевое воздействие можно понимать также как управление человеческим поведением, производимое с помощью речи и невербальных средств общения.

Всякое использование языка предполагает воздействующий эффект, механизм речевого воздействия функционирует в процессе любого акта словесной коммуникации. Речевое общение – это совместная деятельность коммуникантов, в процессе которой они взаимно регулируют действия, управляют мыслительными процессами, корректируют представления, убеждения партнера по коммуникации.

Одними из основных способов **информационно-психологического воздействия** на толпу является внушение, убеждение и подражание. Рассмотрим каждый из них. Внушение – это сознательная, вербализованная деятельность со стороны субъекта воздействия. Убеждение строится на логическом обосновании добиться осознанного согласия личности действовать. Подражание заключается в том, что чье-либо поведение или психическое состояние принимается, воспроизводится и тиражируется.

Анализ различных способов информационно-психологического воздействия на толпу позволяет отметить, что эффективным оно является не только в результате влияния на ее участников смыслового значения информации, но также значительную роль играют сила шума и частота звука.

Известно, что под ритмичную, динамическую музыку толпа начинает танцевать, выплескивая, тем самым эмоциональное напряжение и бушующее недовольство. Музыка спокойная, мелодичная способствует стабилизации психоэмоционального состояния и снятию внутреннего напряжения. Наверное, поэтому в переходах метро и на станциях при большом пассажиропотоке стали включать именно мелодичную музыку, чтобы снять психологическое напряжение, вызванное внешними условиями и нивелировать агрессию.

На основании вышеуказанного стоит отметить, что **основным средством психического воздействия** на толпу является *слово*, причем используется экспрессивная, эмоциональная лексика, что способствует психическому заражению толпы.

Если вспомнить выступления Гитлера, то именно такой была его речь – экспрессивной, эмоционально-возбуждающей, заражающей и подчиняющей воле лидера.

Языковые средства воздействия непосредственно связаны с функционированием потребностной сферы человека. Речь человека видоизменяется в зависимости от того потребностного и деятельностного контекста, в котором она используется. Всем из нас знакомы ситуации, в которых мы сами или кто-то в наш адрес может высказать просьбу,

требование, пожелание, указание и т. д. Языковые средства отражают статус воздействующего человека во взаимодействии с партнерами, сферу их взаимодействия. Язык – это средство коммуникации, которое несет в себе смысловую и эмоционально окрашенную информацию. Следовательно, данные средства могут быть применены совместно с регуляцией уровня удовлетворения потребностей.

В современном мире, наверное, каждый знает о методике НЛП (нейролингвистическое программирование). В данном случае слово является импульсом, активизирующим ту или иную программу деятельности.

Оратор, желающий увлечь толпу, должен обращаться к сильным выражениям, гиперболизировать, трактовать, повторять и никогда не оперировать рассуждениями – все это способы аргументации для толпы.

Неоднократное повторение одного и того же утверждения проявляет механизм воздействия на толпу: идея внедряется в умы так прочно, что, в конце концов, воспринимается как истинное положение, закрепляясь тем самым в области бессознательного.

Для повышения **эффективности речевого воздействия** необходимо иметь в виду три основных принципа:

1. **Принцип доступности**, который связан с необходимостью учитывать культурно-образовательный уровень слушателей (собеседников), их жизненный и профессиональный опыт.

2. **Принцип экспрессивности**, требующий использования средств выразительности (тона и громкости речи, интонации, риторических тропов и фигур, мимики, жестов).

3. **Принцип ассоциативности**, предполагающий обращение к ассоциациям слушателей.

Речевое воздействие может быть прямым и косвенным. Если говорящий осознанно выбирает языковые единицы для достижения поставленной цели, а слушатель фиксирует выбор говорящего, то речь следует вести о прямом воздействии. Возможно оказание скрытого воздействия, при котором говорящим осуществляется коммуникативная маскировка целей и ситуации воздействия. При косвенном воздействии выбор языковых единиц может не осознаваться ни отправителем информации, ни ее получателем.

Управление толпой находится в руках у лидера, который, обладая определенными качествами, ведет ее в нужное ему направление. Чтобы толпой грамотно управлять, необходимо знать, что она обладает

автоматическим мышлением, т. е. восприимчива к стереотипам и простым повторяющимся формам и образам.

При обращении к толпе, нужно тщательно продумывать речь, потому что зачастую большее влияние оказывает не точность информации, а ее образность, та эффектность, которая помогает в сознании толпы формироваться идеологическим представлениям. Выступление вождя должно изобиловать мощными словами, состоять из формулировок, вмещающих в себя знакомые всем понятия, например – братство, равенство, любовь и т. д. Не все до конца понимают, что значат эти слова, но звучат они для всех весомо. Не стоит также нагружать толпу перечислением сложных фактов и данных, особенно цифр, внимание будет рассеиваться, лучше сразу все округлять и обобщать.

**Коммуникации в толпе.** Современный человек живет в окружении огромного информационного пространства, которое стало сферой воздействия и манипулирования массовым и индивидуальным сознанием. Любой из нас, кто когда-либо видел репортаж с места события массовых беспорядков, может отметить, что комментарии ведущего в эфире накаляет эмоциональное напряжение при просмотре данного материала. Кроме того, сегодня средства массовой информации работают в оперативном интерактивном режиме: показывают репортажи с места событий в прямом эфире.

В свете динамики такого мощного информационного потока стали открыто говорить о том, что на данный момент ведется информационная война, целью которой является владение умом конкретного или даже мирового общества. Поэтому целенаправленно организованный коммуникативный процесс является рычагом воздействия и управления обществом, в том числе и толпой.

Ранее были названы наиболее эффективные способы управления толпой – это внушение, убеждение и подражание. В толпе присутствует эффект эмоционального заражения, которое активизирует поведение индивида в нужном для нее направлении, вплоть до того, что оно может стать неуправляемым.

Иными словами, что индивид, заражаясь непосредственно эмоциональной энергией от поведения окружающих, или узнав о происходящих событиях по каналам официальной или неофициальной коммуникации, становится участником стихийного поведения.

Такой эффект достигается в силу того, что люди обладают готовностью поддаваться эмоциональному заражающему действию со стороны окружающих, при условии, что это с их мировоззренческими

позициями и системой ценностей. Если такого совпадения не существует, при умело организованном и реализованном воздействии, способствующем очень сильному эмоциональному заражению, эффект будет достигнут тот же. Для иллюстрации приведем пример того, что, когда зевает один человек, другой тоже начинает зевать, даже если он бодро себя чувствует; или, когда кто-то искренне и весело смеется, другой человек начинает улыбаться. Все эти эмоциональные реакции вызваны механизмом эмпатии, людской способностью к эмоциональному сопереживанию.

### ***Психологические аспекты пропаганды***

Термин «пропаганда» (от лат. *propaganda* буквально распространение) обладает несколькими значениями, такими, как:

1) это «система деятельности, направленная на распространение знаний, художественных ценностей и другой информации с целью формирования определенных взглядов, представлений, эмоциональных состояний, оказания влияния на социальное поведение людей»;

2) «распространение в массах идеологии и политики определенных классов, партий, государств»;

3) «средство манипуляции массовым сознанием».

В основе пропаганды находится пропагандистское сообщение.

Пропаганда – это не просто средство информационно-психологического воздействия на эмоционально-волевую сферу массового сознания, но и весьма специфический информационный процесс. В совокупности все это выделяет следующие особенности пропаганды:

- пропаганда создает и применяет существующие стереотипы и установки, подвергая их познавательно-оценочной интерпретации, влияющей на процесс усвоения информации массами;

- пропаганда преподносит информацию таким образом, чтобы любой ее адресат стремился поделиться этой информацией, тем самым распространив ее;

- элемент сенсационности, эксклюзивности, дает адресату чувство уникальности, компетентности своей персоны;

- пропаганда особенно характеризуется интерпретационным и эмоционально окрашенным характером передаваемого сообщения;

- пропаганда представляет собой информацию с учетом психологических особенностей познавательных процессов, таких как восприятие, внимание, память, мышление, представление;

- пропаганда умеет манипулировать массовым сознанием, даже преодолевая механизмы психологической защиты.

Ранее было отмечено, что современный человек находится в окружении огромного информационного поля, где необходимо проявлять избирательность при обращении к тому или иному источнику. Современные эксперты заявляют о происходящей информационной войне, целью которой является завладеть умом общества или даже всего человечества.

На сегодняшний день мы достаточно сталкиваемся с агитацией и пропагандой того или иного рода. Наверное, настолько часто, что уже перестали замечать это воздействие и тем оно становится опаснее.

Информационную войну, активным орудием которой является пропаганда, можно назвать своего рода психологическим экспериментом над человечеством. Подключая в сознание людей ту или иную информацию, можно ошибиться в прогнозах, и даже не предугадать чем это обернется, какие вызовет действия и последствия в мировом обществе.

Говоря об информационной войне, стоит сказать, что наиболее ярким примером пропаганды является политическая. Она охватывает огромное пространство, начинаясь с предвыборной кампании кандидатов на политический пост, и, заканчиваясь борьбой за сферу влияния на мировой политической арене между государствами.

Таким образом, политическая пропаганда – это мощное информационное оружие.

Пропаганда может пониматься как умышленно спровоцированная и направляемая кампания с целью заставить людей принять данную точку зрения, настроение или ценность. Ее особенность состоит в том, что, стремясь достичь этой цели, она не предоставляет возможности беспристрастного обсуждения противоположных взглядов. Цель доминирует, а средства подчинены этой цели.

У пропаганды, так же, как и у рекламы, существует целевая аудитория, целью воздействия на которую является ее активные действия в соответствии с установками и мировоззренческой позицией, внушаемой пропагандистским сообщением. Существуют **правила**, применяемые в пропаганде.

Во-первых, привлечь внимание людей.

Во-вторых, объект внимания преподносится в положительном ракурсе.

В-третьих, используемые образы должны быть простыми и точными.

В-четвертых, необходимо регулярное повторение призывов и лозунгов.

В-пятых, без вступления в спор, твердить постоянно одно и то же.

Нельзя не заметить, что пропаганда использует нестандартные методы и способы формулировки и преподнесения информации массам. Таким образом, ее эффективность опосредована изобретательностью авторов пропагандистского сообщения.

3. Фрейд отмечал, что масса легковерна и чрезвычайно легко поддается влиянию, она не критична, неправдоподобного для нее не существует. Чувства массы всегда весьма просты и весьма гиперболичны.

**Рассмотрим** наиболее распространенные приемы манипулятивного воздействия обществом.

1. *Ссылка на авторитет (по рекомендации людей, их свидетельству).* Содержание приема заключается в приведении кем-либо высказывания личности с высоким авторитетом или же, наоборот, таких людей, которые вызывают отрицательное отношение остальных, на которых направлено манипулятивное воздействие.

2. *«Свои ребята», «рубаха парень» (игра в простонародность).* Содержание приема состоит в попытках установить доверительные отношения с аудиторией как с близкими по духу людьми на основании того, что идеи коммуникатора (его предположения или высказывания) хороши потому, что они принадлежат народу.

Осуществляется инсценирование ассоциативной связи личности коммуникатора и его суждений с позитивными ценностями народа в целом, о чем уже говорилось выше.

3. *«Перетасовка» (или «подтасовка») карт.* Содержание данного приема заключается в отборе и тенденциозном (пристрастном) преподнесении только положительных или только отрицательных доводов при замалчивании противоположных.

4. *«Общий вагон» («общая платформа», «фургон с оркестром»).* Через подбор особых суждений у человека формируют такое впечатление, будто в то, что произносится, верят и все остальные, возникает уверенность в том, что большинство членов группы разделяет точку зрения оратора или кого-либо еще из широко известных лиц.

5. *Осмеяние.* При использовании этого приема осмеянию могут подвергаться люди, идеи, организации и т. п.

Эффект действия данного приема основывается на том, что даже при осмеянии идей человека или какой-либо организации в дальнейшем у реципиентов возникает шутливое отношение к самому объекту, и последующие высказывания человека или организации уже не воспринимаются аудиторией серьезно.

6. *Метод отрицательных групп отнесения.* Основывается на том, что утверждается идея о существовании единственно верной сово-

купности людей. И все те, кто эти идеи разделяет, обладают положительными, ценными качествами в отличие от тех, которые придерживаются иной точки зрения (например, религиозные организации и их члены утверждают, что они лучшие).

*7. Повторение лозунгов и шаблонных фраз.* Условием эффективности данного приема является грамотно сформулированный лозунг, многократное повторение которого может повлиять на воображение, чувства и поступки людей (например, Ельцинский лозунг: «Голосуй или проиграешь!»).

*8. Эмоциональная подстройка.* Способ создания настроения с одновременной подачей определенной информации, которую те или иные люди желают «продвинуть» в массы.

Настроение вызывается при помощи различных средств: соответствующего внешнего окружения, определенного времени суток, освещения, театрализованных форм и т. д. Именно на таком фоне подается соответствующая информация.

*9. Продвижение через медиатор.* Информация передается через посредников, авторитетных для данной аудитории лиц, в качестве которых могут выступать видные деятели культуры, звезды шоу-бизнеса и т. п.

*10. Мнимый выбор.* Суть заключается в том, что слушателям, читателям, зрителям сообщаются несколько точек зрения по какому-либо вопросу, но при этом одна из них представлена в лучшем, более выгодном свете.

Неслучайно японцы называют пропаганду войной мысли. Она несет в себе идеологическую установку, выгодную определенным манипуляторам для достижения ими собственных целей. Выигрывает эту войну тот, кто оказывается самостоятелен и устойчив в выборе позиции, обращается к объективным фактам и аргументам, компетентен и ориентирован на первостепенные ценности.

***Формы и технологии информационно-психологического воздействия пропаганды.*** Если сама пропаганда – это мощное оружие воздействия, то целью этого оружия является эмоционально-волевая и когнитивная сфера личности. По характеру сообщения, которое в себе несет пропаганда, А. Цуладзе выделяет позитивную и негативную пропаганду.

По типологии источника информации пропаганда делится на белую, серую и черную.

***Белая пропаганда*** ссылается на официальные источники (например, на информацию правительственных органов). Она является открытой, использует проверенные данные и не маскирует своих целей.

**Серая пропаганда** не всегда указывает свои источники информации, использует как проверенные, так и непроверенные сведения, стремится подтасовать факты и мнения, чтобы навязать свои выводы и оценки.

**Черная пропаганда** всегда скрывает свои подлинные источники информации, ставит своей целью введение массового сознания в заблуждение.

Центральное место в пропаганде занимает пропагандистское сообщение – соответствующим образом подготовленная информация, учитывающая потребности пропаганды.

Позитивная (конструктивная) пропаганда доводит определенные убеждения в доступной для понимания обывателя форме. Ее цель – способствовать гармонии и согласию в обществе, его воспитание согласно общепринятой системе ценностей. Позитивная пропаганда выполняет воспитательную, информационную, разъяснительную функции в обществе.

Негативная (деструктивная) пропаганда навязывает убеждения по принципу «цель оправдывает средства». Здесь целью является разжигание враждебности, агрессивности, эскалация социальных конфликтов и противоречий в обществе. Другими словами, целью является раскол общества и столкновения внутри него. При этом применяется технология «образа врага». Основная функция данной пропаганды – создание иллюзорной, параллельной реальности, трансформация (искажение) системы ценностей и мировоззрения. Например, в американских художественных фильмах зачастую «образ врага» имеет российский облик, с постоянно сопровождающей его негативной характеристикой, направленной на формирование определенного стереотипа. Подобное столкновение «образами» особенно наглядно происходило во времена раскола мира на социалистический и капиталистический лагерь.

**По целевой направленности психологического воздействия пропаганды на массовое сознание выделяют следующие формы:** пропаганда созидания, пропаганда стойкости и героизма, пропаганда просвещения, пропаганда разрушения, пропаганда разделения, пропаганда устрашения и пропаганда отчаяния.

**Пропаганда созидания** рекламирует строительство общества нового типа и побуждает людей принять участие в этом строительстве.

**Пропаганда стойкости и героизма** призывает мужественно переносить издержки строительства общества нового типа или военного времени, демонстрирует героизм и самопожертвование отдельных личностей и на этих примерах проповедует массовый героизм.

**Пропаганда просвещения** информирует о тех или иных действиях правительства, политического лидера или политической партии, об экономической или военной мощи того или иного государства, рекламирует определенный, например, американский, образ жизни, преподносит систему ценностей какого-либо общества как единственно правильную.

**Пропаганда разрушения** работает против идеологии враждебного государства, убеждая население, что система ценностей этого государства глубоко порочна, а канонизированные герои – всего лишь больные люди или, что еще хуже, преступники.

**Пропаганда разделения** разжигает национальные, религиозные, социальные противоречия, использует трения между солдатами, офицерами и генералами, а также между разными родами войск противника.

**Пропаганда устрашения** запугивает руководство и население враждебной страны или военнослужащих противника экономической и военной мощью своего государства. Иногда пропаганда устрашения, помимо психологического, использует и физическое воздействие.

**Пропаганда отчаяния** оперирует реально существующими проблемами, акцентируя трудное социально-экономическое положение во враждебной стране, внушая населению, что до их нужд правительству нет никакого дела, что оно не способно улучшить обстановку. В военное время пропаганда отчаяния внушает солдатам и офицерам армии противника, что их положение безнадежно (по причине окружения, нехватки оружия и продовольствия и т. п.), а дальнейшее сопротивление бесполезно.

По типологии источника информации пропаганда разделяется на белую, серую и черную.

Белая пропаганда ссылается на официальные источники (например, на информацию правительственных органов). Она является открытой, использует проверенные данные и не маскирует свои цели.

Серая пропаганда не всегда указывает свои источники информации, использует как проверенные, так и непроверенные сведения, стремится подтасовать факты и мнения, чтобы навязать свои выводы и оценки.

Черная пропаганда всегда скрывает свои подлинные источники информации, ставит своей целью введение массового сознания в заблуждение.

### ***Основные принципы убеждающего воздействия***

**Принцип повторения.** Многократное повторение пропагандистских тезисов способствует склонению большего числа людей на свою сторону и повышает эффективность воздействия на противника.

**Принцип непротиворечивости.** Единогласное и солидарное мнение общности людей усиливает формирование убеждения «как у многих».

**Принцип предпочтения первичной информации.** Тот, кто первым передал важное сообщение, получает психологическое преимущество, так как его содержание достигает адресата раньше, чем сообщение средств информации оппонентов по тому же вопросу.

**Принцип обеспечения доверия к источнику информации.** Пропаганда не должна использовать фальсифицированными данными, которые могут стать очевидны для аудитории.

К числу приемов достижения доверия к источнику информации относят:

- создание имиджа «особой осведомленности»;
- создание имиджа «объективности, независимости и альтернативности».

**Основными способами специфического внушения** являются:

**«Приклеивание ярлыков».** Данный способ направлен на то, чтобы опорочить, дискредитировать какую-либо идею, личность или явление посредством оскорбительных комментариев, вызывающих негативное отношение.

**«Сияющее обобщение».** Состоит в обозначении идеи или личности обобщающим родовым понятием, которое имеет положительную эмоциональную характеристику с целью побудить объект воздействия принять и одобрить преподносимое понятие или суждение.

**«Перенос».** В рамках данного способа преподносится определенный образ, вызывающий ассоциации, имеющим в глазах объекта воздействия ценностное значение.

**«Свидетельство».** Заключается в цитировании высказываний личности, которое содержит положительную оценку преподносимой идеи и таит в себе цель побуждения объекта воздействия к выгодного по данному поводу мнению.

**«Игра в протонародность».** Побуждает объект внушения к отождествлению субъекта и его идей с позитивными ценностями, обладающими «народным» характером. (Например, в рамках предвыборной кампании при выдвижении на второй срок в президенты, Б. Н. Ельцин стал танцевать на сцене во время проведения концерта).

**«Общая платформа».** Оперирование аргументом, будто большинство представителей разделяют ее предлагаемую идею.

Параллельно выделяют также и неспецифическое внушение – это «провоцирование у объекта воздействия отрицательных психических состояний, вызывающих нужное поведение». Его цель состоит

в спровоцировании у объекта воздействия таких психологических состояний как страх, беспокойство, депрессию, панику посредством акцентирования фрустрации.

Перечислим **основные способы неспецифического внушения**: устрашение (вызов страха), эмоциональное подавление, инициирование агрессивных эмоциональных состояний, использование когнитивного диссонанса (внутренние противоречия, возникающие в сознании человека между различными познавательными элементами).

На методе когнитивного диссонанса основывается метод **«промывания мозгов»**, который означает, что подчинение минимальным требованиям вначале приводит к выполнению более существенных потом.

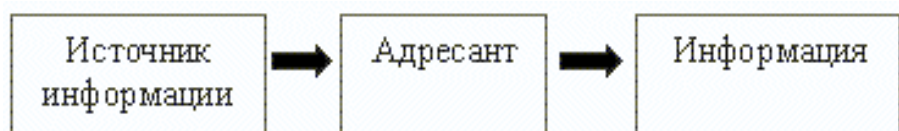
Рассматривая процесс реализации пропаганды, необходимо отметить и ее структуру:



В качестве адресанта в основном выступают правительство, политические партии или политический лидер, а в странах с тоталитарной формой правления, этим адресантом могут являться запрещенные политические партии и диссиденты.

Ранее подчеркивалась основополагающая роль средств массовой информации и коммуникации с точки зрения реализации пропагандистской деятельности. Поэтому в отдельных случаях адресантом могут быть непосредственно они (СМИ или СМК), а роль источника информации отводится политическому лидеру, правительству или политическим партиям.

В данном случае первая часть указанной схемы преобразится следующим образом:



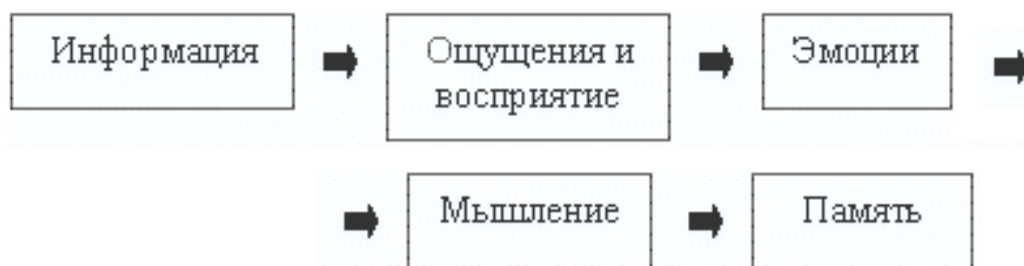
Адресантом является массовое сознание граждан собственной страны, население дружественных, враждебных или нейтральных стран, а также военнослужащие отечественной армии или армии противника. Например, антипропаганда относительно политического режима, политического лидера и идеологии противоборствующей стороны в перерывах между боями в период Великой Отечественной войны. Следующий пример, когда Южная Корея включила активную антипропаганду против политической идеологии, существующего социально-политического строя личности политического вождя Северной Кореи, чем вызвало волну недовольства негодования со стороны последней. При этом в средствах массовой информации стали говорить об угрозе возникновения войны между данными странами.

Согласно Войтасик, основная психологическая цель пропаганды – воздействие на систему идейных, общественных и политических установок людей. Изменение этой системы может произойти путем формирования новых установок или через усиление, ослабление уже существующих. По его мнению, установка – «это сформированная под воздействием пропаганды, воспитания и опыта относительно устойчивая организация знаний, чувств и мотивов, вызывающая соответствующее отношение человека к идейным, политическим и общественным явлениям окружающей его действительности, выражающееся в ней, политические и социальные. Идеологические установки являются совокупностью знаний и эмоциональных отношений к идеологии государства, поэтому они доминируют в сознании и оказывают влияние на все другие группы установок. Политические установки выражают устойчивый тип поведения и отношения граждан к внешней и внутренней политике государства. Социальные установки выражают отношение личности к общественным нормам и стандартам и проявляются в социальном поведении данного человека.

Другие виды установок – патриотические, интернационалистические, мировоззренческие и т. п., формируются под воздействием политической пропаганды и вытекают из трех вышеописанных групп.

Пропаганда является специфическим информационным процессом. Существует выражение «Знание – сила», а информация – это власть. И в рамках информационной войны это подтверждается, властью обладает не только тот, кто владеет информацией, а еще и тот, кто эту информацию внедряет.

Познавательный процесс в пропагандистской коммуникации представлен следующим образом:



Озвучивая особенность жизнедеятельности современного человека в условиях перенасыщенного информационного поля, необходимо учитывать его воздействие на психическое состояние человека. Учитывая, что массивный информационный поток несет в себе и манипулирование массовым и индивидуальным сознанием, психологическое воздействие его усиливается и провоцирует негативные последствия. Например, отечественным психотерапевтом А. М. Свядощем доказано, что информационное воздействие вызывает у современного человека стрессовое или даже невротическое состояние. Может быть, как раз психологическое воздействие посредством информации и является тем самым психологическим оружием, разработать которое ученые пытались в XX веке.

Испытывая чрезмерное психологическое воздействие, вызывающие неблагоприятные последствия для психологического состояния, человек сознательно развивает определенные барьеры, позволяет избежать информационных перегрузок: избирательное внимание, избирательное восприятие, избирательность призыва.

Чтобы обойти и использовать эти защитные психологические барьеры в своих целях, **пропаганда должна соответствовать следующим требованиям.**

1. Быть направленной на конкретную целевую аудиторию.
2. Привлекать внимание этой аудитории и соответствовать ее интересам.
3. Преодолеть шум, исходящий от других сообщений, с помощью повторения.
4. Соответствовать представлениям целевой аудитории и избегать конфликтной информации.
5. Удовлетворять интересы и потребности данной целевой аудитории.

В целом информация пропагандистского характера направлена на эмоционально-волевую сферу общества, ответные реакции в которой побуждают к совершению нужных адресанту действий.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В условиях глобализации и возрастающих в мировых масштабах проблем нередко толпа становится инструментом для дестабилизации обстановки. Психология масс устроена таким образом, что существующее сегодня в виде совершенно виртуальных образований, уже завтра может обернуться толпами погромщиков или «восставшими массами». В историческом контексте массовое сознание представляет собой закономерный итог процесса урбанизации в общественной жизни людей.

Массовое сознание – это вид общественного сознания: носитель чувств, знаний, ценностей, норм, разделяемых совокупностью индивидов, массой людей. Массовое сознание является многомерным явлением.

Массовое сознание возникает как результат индивидуального опыта и взаимодействия людей друг с другом.

Массовое сознание является результатом осмысления реалий жизни и ее условий. Данный вопрос весьма актуален для исследования в рамках полипарадигмального подхода.

Человек в толпе способен на все, поскольку его действия имеют деперсонализированный характер. Результатом подобной деперсонализации в совокупности с оказанием психологического воздействия становятся массовые беспорядки. Массовые беспорядки чрезвычайно опасны. Их глубинные причины кроются в негативных массовых настроениях, в неудовлетворенности каких-либо социальных притязаний больших масс людей. Поводом для массовых беспорядков может стать любая провокация извне, связанная с оперированием в деструктивном смысле реально существующими проблемами общества.

Толпа и ее поведение представляют собой серьезную угрозу как для ее участников, так и для окружающих, что обусловлено ростом агрессивности, понижением самоконтроля, которые являются результатом деиндивидуализации. Отсюда следует основное правило спасения во время массовых беспорядков: сохранить индивидуальность, достоинство личности, не поддаться власти обезумевшей толпы. В противном случае у человека остается мало шансов на выживание, так как он полностью сливается с толпой и зависит от факторов вероятности, везения, случайности.

Выявление психологических особенностей массового сознания и массового поведения выявляет роль языковых средств. Здесь слово выступает не только как носитель определенного значения, но и как

средство психологического воздействия. Пропаганда – это не только средство информационно-психологического воздействия на эмоционально-волевую сферу массового сознания, но и специфический информационный процесс.

Современная цивилизация достигла определенных этапов развития, которые позволяют контролировать, регулировать, управлять и манипулировать сознанием современного общества.

Культурно-историческое развитие человечества привело к массовизации образа жизни, поведения и мышления. Возникли различного рода стереотипы, которые выполняют функцию оперативной обработки информации в условиях перенасыщенного информационного поля.

В данных условиях сложно выделить индивидуальность и уникальность отдельной личности, поскольку массовизация общества провоцирует психологическую защиту – восприятие окружающих людей в качестве толпы, «серой массы». На фоне этого проявляется естественное желание выделиться из толпы, заявить о себе, о чем свидетельствует увлечение экстремальными видами деятельности, отчет о которых выкладывается в фото- и видеоформате в социальных сетях.

Современное общество живет, с одной стороны, в комфортных, с другой стороны, – в непростых условиях. Те средства, которые изначально должны были выполнять для человека вспомогательную функцию при осуществлении его деятельности, постепенно овладевают им. Банальный пример, изобретение калькулятора способствовало тому, что сначала люди ленились считать «в уме» или «в столбик», а сейчас почти не умеют. Вопрос: по какому пути пойдет развитие человечества, если психические познавательные процессы будут осуществляться опосредованно? (Например, думать за человека будут его современные гаджеты).

В условиях огромного информационного потока, повсеместности и доступности средств массовой информации и коммуникации реализуется демонстрация выгодной информации. Учитывая то, что наличие сложноорганизованного и дифференцированного информационного поля способствует развитию неврозов, фрустраций и депрессий, это становится благоприятной почвой для возникновения массовых социальных недовольств и волнений.

В современном обществе отмечается рост открытой прямой агрессии, проявляющейся локальными или глобальными вспышками. При

этом отмечается, что активными участниками массовых агрессивных и враждебных действий являются маргинальные личности. Отчасти современное общество само их порождает.

В вопросе о психологических особенностях поведения толпы и массовых беспорядков, кроме причин и механизмов, объясняющих условия возникновения и динамику развития данных явлений, находится целый спектр проблем различного характера: политического, социально-экономического, культурно-языкового, духовно-нравственного и философского. Последнее может быть объяснено тем, что история формирования массового сознания исходит к особенностям воздействия мифосознания на историческое общество.

## **ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ ПО ТЕМАМ КУРСА**

### **Практическое задание 1**

Учащимся необходимо, работая в группе по 3–4 человека, дать оценку и провести анализ массового сознания современного общества конкретного государства. Критериями оценки и анализа массового сознания при этом являются:

- внешние и внутренние политические события;
- социально-экономические, культурные и психологические особенности жизнедеятельности общества;
- наличие и характер общественного мнения и массового настроения.

Ответ должен быть подробным и развернутым. После каждого выступления группы по данному заданию происходит обсуждение с аудиторией, в рамках которого тезисно отмечаются основные моменты.

### **Практическое задание 2**

Учащимся необходимо провести анализ роли интерактивного сообщества (групп в социальных сетях) в современном обществе с позиции психологии толпы.

Следует определить, что такое интерактивное сообщество:

- это форма общественного мнения;
- форма массового настроения;
- или средство по управлению и регулированию массового поведения. (Возможно, это все названные параметры вместе).

Необходимо обосновать свое мнение.

Задание можно выполнять как индивидуально, так и в группах по 3–4 человека. После этого перейти к совместному обсуждению результатов работы.

### **Практическое задание 3**

Учащиеся делятся на группы. С целью закрепления теоретического материала учащимся предлагается подготовить устную презентацию по следующим темам:

- 1) «Структура массового сознания»;
- 2) «Генезис массового сознания»;
- 3) «Мифосознание и массовое сознание»;
- 4) «Динамика массового сознания»;
- 5) «Массовое сознание как комплексная система».

Время для выполнения задания – 30 минут.

Каждая группа выступает перед учебной аудиторией с подготовленной устной презентацией. После каждого выступления посредством дискуссии проводится анализ темы выступления.

#### **Практическое задание 4**

Аудитории перечисляются определенные типы социальных стереотипов и социальных установок: гендерные, возрастные, этнические, культурные, географические, групповые, профессиональные.

1. Учащимся необходимо самостоятельно и индивидуально дать психологическую характеристику каждому типу и оценить его значение в современном обществе (привести пример, как данный тип стереотипа проявляется).

2. Разработать способы (рекомендации) для преодоления данных типов социальных стереотипов и социальных установок.

После выполнения задания индивидуально перейти к совместному обсуждению каждого типа стереотипа.

#### **Практическое задание 5**

##### **«Экспресс» (список пассажиров)**

Учащимся предоставляется список условных пассажиров: цыганка, скинхед, неаккуратно одетая женщина с маленьким ребенком, человек из деревни с большим мешком, бывший заключенный, полицейский, кришнаит, панк, человек, который говорит на непонятном языке.

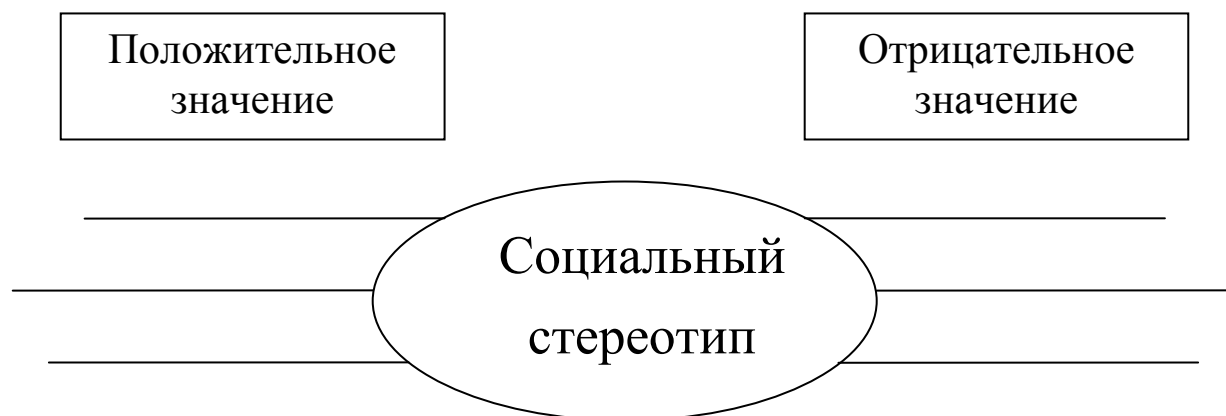
**Задание:** Вам необходимо проранжировать данный список пассажиров следующим образом: составьте из данных лиц группу пассажиров (или несколько групп), которые будут ехать в одном купе, сохраняя при этом благоприятный психологический климат в микрогруппе, без риска возникновения конфликта.

После этого приступить к совместному обсуждению. При ответе по заданию учащимся необходимо давать комментарии, по какому принципу были выбраны субъекты названной группы.

**Для преподавателя:** в представленном списке каждый имеет характеристику, формирующую стереотип его восприятия. При выполнении данного задания демонстрируется роль самого стереотипа, их взаимодействия и способы преодоления.

### Практическое задание 6

Учащимся необходимо заполнить следующую схему:



При совместном обсуждении преподаватель с учащимися называют положительное и отрицательное значение социального стереотипа с подробными комментариями почему они так считают.

### Практическое задание 7

Учащимся необходимо дать ответы на следующие вопросы.

1. Приведите примеры предрассудков, обусловленных действием психологической защиты. Как их можно изменить или преодолеть?
2. Как социальная роль искажает восприятие человека (приведите примеры и прокомментируйте их).
3. Какие особенности социального взаимодействия могут способствовать упрочению стереотипов? К каким последствиям может привести наличие стереотипов (как этого не допустить)?

### Практическое задание 8

Учащимся необходимо дать оценку массового сознания общества в России в конкретном историческом периоде на основании известных исторических данных.

Аудитория делится на группы, число которых соответствует количеству рассматриваемых исторических периодов.

Исторические периоды для оценки массового сознания:

- 20–30-е годы XX в. в СССР (период великого перелома: рост индустриализации и коллективизации, успехи в культурном развитии страны, строжайший режим экономии, сужение демократических прав и свобод личности, данный период характеризуется становлением тоталитарной системы власти, административно-командной системой управления, репрессиями);
- 60-е годы XX в. в СССР («хрущевская оттепель», поднятие «железного занавеса», появление стиляг);

– 80-е годы XX в. в СССР (в начале 80-х гг. частая смена государственного лидера (Андропов, Черненко), дефицит товаров, начало «горбачевской перестройки»);

– 90-е годы XX в. в СССР и России (в 1991 и 1993 гг. политические «путчи», распад государства СССР и становление нового государства Российская Федерация, высокий уровень криминогенности – «лихие 90-е», становление рыночной экономики, приватизация, развитие предпринимательской деятельности).

Необходимо также охарактеризовать общественное мнение в каждом представленном периоде. Дать оценку массовому сознанию общества в СССР и России в XX в., сравнить данную оценку с оценкой массового сознания в настоящее время: проследить его динамику.

Затем приступить к совместному обсуждению.

Особенно уделить внимание оценке динамики массового сознания: подробно рассмотреть критерии и особенности дифференцирования.

### **Практическое задание 9**

Ориентируясь на те способы манипулирования массовым сознанием, которые выделял С. А. Зелинский, учащимся необходимо, разбившись на группы или индивидуально, подготовить речь на любую тему, цель которой является пропагандирование тех или иных явлений, идеалов, ценностей и т. д. Выступление должно быть максимально убедительным.

Задача аудитории после каждого выступления назвать способы воздействия, которые прозвучали, обосновать и прокомментировать свой ответ.

С. А. Зелинский выделяет следующие основные способы манипуляции массовым сознанием:

- 1) провокация подозрения;
- 2) ложная выгода противника;
- 3) агрессивная манера ведения разговора;
- 4) ложное понимание;
- 5) ложное соглашательство;
- 6) провокация и скандал;
- 7) специфическая терминология;
- 8) использование эффекта ложного подозрения в ваших словах;
- 9) ссылка на «великих»;
- 10) формирование ложной глупости и незадачливости;
- 11) навязывание мыслей;
- 12) недосказанность с намеком на какие-то особые обстоятельства;

- 13) мнимая невнимательность;
- 14) принижение иронии;
- 15) ориентированность на плюсы.

После выполнения задания преподаватель совместно с аудиторией подводит итог об условиях и особенностях психологического воздействия и манипулирования.

### **Практическое задание 10**

**Цель:** показать участникам, насколько влияют на коммуникацию «личностные фильтры», показать, каким образом искажается информация, и формируются слухи.

**Процедура:** все участники, кроме одного, выходят из помещения. Оставшийся три раза читает текст.

«Марфуша была примерной девушкой. Работала на заводе, как и все ходила на демонстрации, продукты покупала только в магазинах, сексом занималась исключительно с мужем и по пятницам.

Однажды она пошла в лес и встретила там НЛО.

С тех пор, все не как у людей. С работы уволилась, дома стала устраивать демонстрации, продукты покупала на рынках, а сексом занималась с кем угодно и где попало».

Участнику предлагается пересказать текст именно так, как он запомнил следующему участнику, который, в свою очередь, рассказывает то, что запомнил следующему и т. д. В конце участникам можно наглядно продемонстрировать (проводя видеозапись происходящего), каким образом менялась информация в процессе передачи.

**Обсуждение:** участники анализируют информацию, кто из участников, и на каком этапе изменил информацию, что являлось причиной этого явления и др.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Багмет А. М. Расследование организации массовых беспорядков, участия в массовых беспорядках и призывов к массовым беспорядкам [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция». – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 391 с.
2. Грушин Б. А. Массовое сознание. – М. : Политиздат, 1987. – С. 248–260.
3. Густав Лебон. Психология народов и масс [Электронный ресурс]. – Челябинск : Социум, 2010. – 400 с.
4. Зигмунд Фрейд. Психология масс и анализ человеческого «Я» [Электронный ресурс]. – М. : Академический проект, 2014. – 119 с.
5. Как управлять массовым сознанием. Современные модели [Электронный ресурс] : монография / В. А. Минаев [и др.]. – М. : Российский новый университет, 2013. – 200 с.
6. Квалификация массовых беспорядков, хулиганства и преступлений экстремистской направленности [Электронный ресурс] : теория и практика / С. В. Борисов [и др.]. – М. : Институт законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве Российской Федерации, Юриспруденция, 2012. – 118 с.
7. Назаретян А. П. Психология стихийного массового поведения : лекции [Электронный ресурс]. – М. : Пер Сэ, 2001. – 112 с.
8. Ольшанский Д. В. Психология масс [Электронный ресурс]. – СПб. : Питер, 2002. – 368 с.
9. Ольшанский Д. В. Психология террора [Электронный ресурс]. – М. : Академический Проект, 2014. – 320 с.
10. Смирнов В. Н., Петухов Е. В. Психология в деятельности сотрудников правоохранительных органов [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция». – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015.
11. Социология и психология массовой коммуникации [Электронный ресурс] : учебное пособие. – Воронеж : Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого, 2014. – 241 с.
12. Цветков В. Л. Психология конфликта. От теории к практике [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция». – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 183 с.

13. Шуванов И. Б., Шаповалов В. И. Теоретические основы психологии безопасного поведения в экстремальных ситуациях [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов по направлению 030300 «Психология» и специальности 030301 «Психология служебной деятельности». – Саратов : Вузовское образование, 2017.

14. Чарльз Маккей. Наиболее распространенные заблуждения и безумства толпы [Электронный ресурс]. – М. : Альпина Паблишер, 2016. – 683 с.

Балашова Вера Алексеевна,  
кандидат психологических наук;

Семчук Ирина Витальевна,  
кандидат психологических наук

# **Психология толпы и массовых беспорядков**

Учебное пособие

Редактор *Ковченко О. М.*  
Компьютерная верстка *Усковой М. А.*

---

|                                  |                   |                                           |
|----------------------------------|-------------------|-------------------------------------------|
| Подписано в печать 28.06.2018 г. | Формат 60×84 1/16 | Тираж 47 экз.                             |
| Заказ № 1120                     | Цена договорная   | Объем 6,9 уч.-изд. л.<br>7,6 усл. печ. л. |

---

Московский университет МВД России имени В.Я. Кикотя  
117437, г. Москва, ул. Академика Волгина, д. 12