

МВД России
Санкт-Петербургский университет

ПСИХОЛОГИЯ ТОЛПЫ И МАССОВЫХ БЕСПОРЯДКОВ

Учебное пособие

Санкт-Петербург
2022

УДК 159.9

ББК 88.5

П 86

П 86 Психология толпы и массовых беспорядков: учебное пособие /
И. Г. Елесина [и др.] — Санкт-Петербург: Изд-во СПб ун-та МВД
России, 2022. — 112 с.

Авторский коллектив

Елесина И. Г. (гл. 2–7), *Жидкова О. А.* (гл. 1), *Семакова А. И.* (введ., закл.),
Зуева Е. Г. (гл. 2), *Кислова Н. А.* (гл. 3), *Дзьоник Д. В.* (гл. 5)

ISBN 978-5-91837-585-3

Учебное пособие подготовлено в соответствии с программой дисциплины «Психология толпы и массовых беспорядков» по специальности 37.05.02 — Психология служебной деятельности.

Способствует приобретению соответствующих общих и профессиональных компетенций сотрудников органов внутренних дел, комплекса навыков, знаний и умений, необходимых при взаимодействии с гражданами при проведении массовых мероприятий и возникновении массовых беспорядков.

Предназначено для обеспечения образовательного процесса в Санкт-Петербургском университете МВД России; может использоваться в качестве справочного источника для практических работников правоохранительных органов.

УДК 159.9

ББК 88.5

Рецензенты:

Марьясис И. Б., кандидат психологических наук, доцент
(Московский университет МВД России им. В. Я. Кикотя);

Мартыросова Н. В., кандидат психологических наук
(ОМПО УРЛС УМВД РФ по Архангельской области)

ISBN 978-5-91837-585-3

© Санкт-Петербургский университет
МВД России, 2022

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	6
Глава 1. Феномен толпы и закономерности ее проявления.	
Инстинкты, навыки и осознанные действия в массовом поведении	8
1.1. Общая характеристика стихийного массового сознания и поведения	8
1.2. Инстинкты, навыки и осознанные действия в массовом поведении	13
1.3. Толпа как субъект стихийного массового поведения: понятие и классификация	15
Глава 2. Проблема массового сознания в истории социологии и психологии. Методы изучения массового сознания	22
2.1. Изучение психологии массового сознания со второй половины XIX века в рамках двух социально-психологических школ: немецкой психологии народов (М. Лацарус, Г. Штейнталь, В. Вундт) и франко-итальянской психологии масс (Г. Лебон, Г. Тард, В. Парето, Ш. Сигеле) ..	22
2.2. Изучение психологии массового сознания в России Н. К. Михайловским (субъективная социология), В. М. Бехтеревым (коллективная рефлексология), А. Л. Чижевским (гелиопсихология)	30
2.3. Основные теоретические концепции психологии массового сознания на Западе в настоящее время в контексте необихевиоризма (А. Бандура, Н. Миллер, Д. Доллард), психоанализа (Э. Фромм, В. Байон, В. Шутц), гуманистической ориентации (А. Маслоу, К. Роджерс), интеракционистских теорий (Г. Мид), когнитивных теорий (Ф. Хайдер, Т. Ньюком, Л. Фестингер, Ч. Осгуд, П. Танненбаум)	39
Глава 3. Массовое настроение и общественное мнение	49
3.1. Понятие и характеристика массового настроения	49
3.2. Механизмы формирования массового настроения в толпе	49
3.3. Влияние массового настроения на поведение толпы	50
3.4. Уровни развития настроений	51
3.5. Понятие и психологическая характеристика общественного мнения	52
3.6. Формирование общественного мнения под влиянием средств массового воздействия (радио, пресса, телевидение), конкретных жизненных обстоятельств и ситуаций	54
3.7. Влияние общественного мнения на массовое настроение и поведение толпы	55
3.8. Психологические методы влияния на массовое настроение и общественное мнение в целях изменения поведения толпы	56

Глава 4. Социальные стереотипы, ценности, установки, представления	58
4.1. Понятие социального стереотипа и его психологическая характеристика	58
4.2. Позитивная роль социальных стереотипов в оценке человеком окружающего мира (резкое сокращение времени реагирования на изменяющуюся реальность, ускорение процесса познания)	59
4.3. Негативное влияние социальных стереотипов на поведение человека в толпе	60
4.4. Понятие социальной установки и ее психологическая характеристика	62
4.5. Социальные ценности как эталон должного поведения	65
4.6. Личностные ценности как связующее звено между духовной культурой общества и психическим миром личности	66
4.7. Отличие социальных представлений от восприятия: обобщенный характер; направленность к прошлому и возможному будущему; меньшая степень ясности и отчетливости	68
4.8. Социальное представление как особая форма коллективного сознания, усваиваемая отдельными индивидами	73
4.9. Психологические методы влияния на социальные стереотипы, ценности, установки, представления человека в целях изменения его поведения в толпе	74
Глава 5. Структура массового сознания, генезис и динамика его развития	81
5.1. Структура массового сознания	81
5.2. Общее представление об онтогенетическом формировании сознания в отечественной психологии	81
5.3. Зависимость структуры сознания от структуры деятельности и общения	82
5.4. Отражение в массовом сознании различных форм сознания — правового, этнического, политического, профессионального и др.	83
5.5. Свойства массового сознания	85
5.6. Индивидуальный, групповой и общественный уровень проявления массового сознания	85
5.7. Преобразующая роль массового сознания в поведении и отношениях людей	87
Глава 6. Факторы формирования и изменения массового сознания. Влияние массового сознания на возникновение массовых беспорядков	90
6.1. Формирование массового сознания. Зависимость массового сознания от общественного мнения и массового настроения	90
6.2. Стихийное поведение как реакция людей на политический и экономический кризис и нестабильность	94
6.3. Понятие, причины и механизм массовых беспорядков	95
6.4. Признаки и психологическая характеристика агрессивной толпы. Средства управления агрессивной толпой	98

Глава 7. Языковые и образные средства воздействия на толпу.	
Психологические аспекты пропаганды.....	101
7.1. Восприимчивость толпы к словам и образам.....	101
7.2. Психологическая характеристика слов и образов, которые способны оказать влияние на толпу	102
7.3. Психологическая характеристика человека, способного оказать влияние на массу людей. Умение производить впечатление на толпу как искусство управлять ею	103
7.4. Стратегии управления массой людей: представление (управление пространством), церемониал (управление временем), убеждение (управление словом).....	105
7.5. Пропаганда как средство воздействия на толпу. Условия пропаганды	107
Заключение	109
Список рекомендуемой литературы	111

ВВЕДЕНИЕ

Деятельность сотрудников полиции в условиях проведения массовых мероприятий ориентирована на охрану общественного порядка, пресечение и предупреждение преступлений и правонарушений. Анализ действий сотрудников органов внутренних дел показывает необходимость использования психологически обоснованных рекомендаций по прогнозированию риска возникновения беспорядков в местах массового пребывания людей, а также учета закономерностей поведения толпы при проведении публичных мероприятий.

Цель учебной дисциплины «Психология толпы и массовых беспорядков» заключается в формировании психологической компетентности обучающихся в области проблем, связанных с деструктивным поведением толпы как субъекта массовых беспорядков. В ходе изучения дисциплины обучающиеся осваивают многолетний обобщенный и систематизированный отечественный и зарубежный опыт исследования толпы, учатся прогнозировать факторы, определяющие возникновение и развитие различных форм массового поведения, осваивают приемы и психотехнологии управления толпой в целях превенции и пресечения массовых беспорядков.

Основные задачи учебной дисциплины:

— создание у обучающихся целостного представления о феномене толпы и закономерностях ее проявления; об инстинктах, навыках и осознанных действиях в массовом поведении; о проблеме массового сознания в истории социологии и психологии; о структуре, факторах формирования и методах изучения массового сознания;

— усвоение знаний о роли массового настроения и общественного мнения, социальных стереотипах, ценностях, установках и представлениях в формировании толпы и психологических сценариев ее поведения;

— приобретение обучающимися умений использовать психологические приемы и технологии, направленные на предотвращение массовой паники, агрессии и других форм деструктивного поведения толпы;

— овладение обучающимися навыками анализа и прогноза воздействия факторов, определяющих возникновение и развитие массовых беспорядков.

В соответствии с целью и задачами учебной дисциплины в учебном пособии дано объяснение основным понятиям психологии

толпы и массовых беспорядков, дано описание методам воздействия на толпу, охарактеризованы психологические аспекты пропаганды и устойчивости к ней.

Каждая глава завершается вопросами для самоподготовки, на основе которых могут быть построены семинары и практические занятия. В конце учебного пособия приводится список рекомендуемой литературы.

ГЛАВА 1

ФЕНОМЕН ТОЛПЫ И ЗАКОНОМЕРНОСТИ ЕЕ ПРОЯВЛЕНИЯ. ИНСТИНКТЫ, НАВЫКИ И ОСОЗНАННЫЕ ДЕЙСТВИЯ В МАССОВОМ ПОВЕДЕНИИ

1.1. Общая характеристика стихийного массового сознания и поведения

Массовое сознание является объектом изучения многих наук, в том числе, социальной философии, культурологии, социологии, политологии и, конечно, психологии. Его трактовка достаточно многообразна, поэтому до сих пор в науке не сложилось однозначного представления об этом феномене. Происходящие сегодня процессы трансформации общества под воздействием разнообразных культурных практик производят специфические продукты социально-психологической деятельности людей и культуры, проявляющиеся в массовом сознании и массовом поведении. Массовое сознание создает, воспроизводит и поддерживает культурные образцы и стандарты социальных реакций и поведения больших масс людей.

Массовое поведение проникло во все сферы нашей жизни: это и трудовая деятельность, и поведение в общественных местах, и общение, и удовлетворение тех или иных жизненных потребностей. Значительная часть нашей повседневной жизни заполнена массовым поведением, так как индивидуальное поведение предполагает индивидуальный выбор, не обусловленный внешним давлением, что встречается нечасто. Д. Ольшанский обращает наше внимание на противоположность массового и индивидуального поведения. Под индивидуальным поведением понимается поведение осознанное, произвольное, рациональное. Здесь индивид подчиняет поведение собственной воле и сознанию. Массовое же поведение, являясь неорганизованным и неструктурированным, не до конца осознанным, зачастую иррациональным, все же ограничено прямым или косвенным влиянием других людей или обстоятельств, в силу чего зависит от тех форм, в которых возможно проявить свободу воли или желаний.

Термином «массовое поведение» привычно обозначаются какие-либо негативные явления стихийного характера, представляющие опасность для человека и общества. Вместе с тем массовость поведения не означает его опасность.

Выделяют следующие разновидности массового поведения:

1. Повседневное массовое поведение — поведение, которое для нас является привычным, нормативным, «плановым».

Массовое поведение составляет большую часть нашей повседневной жизни: мы принадлежим к различным группам и функционируем как члены этих групп, выполняя различные социальные роли. Повседневное массовое поведение представляет собой сумму отдельных поведений индивидов, принимающее массовый характер. Оно редко замечается и фиксируется именно как массовое, именно в силу того, что является привычным для большинства людей: посещение магазина, отпуск на море, прогулки в парке, семейные праздники, общение в социальных сетях и т. д.

2. Стихийное массовое поведение — непривычное, ненормативное.

Именно стихийное массовое поведение представляет наибольший интерес для исследователей, так как проявляется, прежде всего, в необычных ситуациях и характеризуется необычным, нетипичным, но при этом схожим (хоть и не совсем одинаковым) поведением субъектов. Стихийным массовое поведение, чаще всего, проявляется как реакция на социально значимый раздражитель. Оно представляет собой однотипные, совпадающие формы поведения большого числа людей и характеризуется:

— совпадением индивидуальных стратегий поведения разобщённых участников;

— анонимностью, «безликостью» участников;

— неорганизованностью поведения и бесструктурностью.

В исследовании массового поведения можно выделить три этапа (С. П. Моисеев):

1. Изучение уличных, революционных толп. Внимание исследователей фокусировалось на объяснении феноменов массового поведения, возникающих в ситуациях физического соприсутствия.

2. Исследование массы. Интерес для авторов представляла масса, как самостоятельный (по отношению к толпе, классу и др.) центральный концепт. Это привело к исследованию коллективного поведения, аудитории масс-медиа и массового общества. Вместе с тем, данный этап характеризуется разделением целостного исследовательского направления на несколько самостоятельных областей: одни авторы стремились вписать массовое поведение в более широкий контекст социологических исследований, в то время как другие обратились к новым вопросам, связанным с различными массовыми явлениями.

3. Появление теории массового поведения. Данный этап характеризуется развитием научных представлений о массовом поведении в связи с переосмыслением классических исследований толпы.

Главной отличительной чертой истории исследования массового поведения является отсутствие прямой преемственности между обозначенными этапами, переходы между которыми правильнее рассматривать как качественные.

В настоящее время массовое поведение зачастую изучается на не совсем массовых, не вполне типичных, но наиболее ярких примерах. Исследователей здесь привлекает не величина охвата, не массовость, а те внутренние психологические изменения, которые способны превратить людей в массу. Массовое поведение является предметом изучения социальной психологии. Причем изучается не повседневное, нормативное, «плановое» массовое поведение, а необычное, непривычное, стихийное массовое поведение. Такое поведение зачастую обусловлено внешним давлением, которое не осознается субъектом, но оказывает на его поведение влияние.

В своих работах Г. Лебон утверждал, что не существует принципиальной разницы в психологических механизмах стихийного массового поведения у разных видов субъекта такого поведения. Эмоции людей, находящихся в массе, распространяются по своим собственным законам. Это многократное усиление эмоций под влиянием заражения и внушения, получившее название циркулярной реакции, которая является важнейшим механизмом стихийного массового поведения.

Циркулярная реакция — взаимное заражение, то есть передача эмоционального состояния на психофизиологическом уровне контакта между организмами.

Циркулярная реакция в своем развитии проходит несколько этапов:

1. Первый этап циркулярной реакции — формирование эмоциональной общности. Циркулируя, ведущая эмоция (страх, гнев, печаль, радость) объединяет людей в единый организм, причем чувства всех отдельных единиц, образующих единый субъект массового поведения, принимает одно и то же направление. Эмоция, подхватываясь другими людьми, циркулирует определенное время, способствуя формированию эмоциональной общности, особой «массы».

2. Второй этап циркулярной реакции — эмоциональное кружение. В стихийно складывающейся общности «ведущая» эмоция как бы ходит по кругу, непрерывно поддерживая и усиливая себя. Это происходит в том случае, когда эмоция или ее повод достаточно ак-

туальны и значимы для людей. Третий этап циркулярной реакции — готовность к реагированию определённым образом. Резкое снижение критичности по мере усиления эмоционального кружения означает, что общность становится всё более чувствительна к импульсам, источник которых находится внутри ее, и практически невосприимчива к внешним импульсам.

В случае если процесс циркуляции прервется, то эмоция постепенно сойдет на нет.

Таким образом, циркулярная реакция:

— снижает критичность людей;

— увеличивает внушаемость к воздействиям, исходящим из толпы;

— снижает способность воспринимать сообщения из внешнего источника;

— стимулирует распространение ведущих эмоций и чувств;

— ведет к стиранию индивидуальных различий.

3. Фрейд отмечал, что, собираясь большой массой, люди утрачивают все моральные достижения, оставляя на их месте лишь самые примитивные, самые древние, самые грубые психологические установки. Римляне говорили: «Все сенаторы мужи достойные, а римский сенат — злобный зверь». Г. Лебон указывал на то, что парламенты часто превращаются в толпу, и мы до сих пор наблюдаем подобное по телевизору. Русская поговорка: «Мужик умён, да мир дурак» — передает ту же мысль о потере личностью в массе здравого смысла.

Выделяют следующие виды массовых общностей (субъектов массового поведения):

1. Толпа.

Первоначально понятие «толпа» ассоциировалось с массой. Вместе с тем данные понятия не являются синонимами, хоть и имеют определенную взаимосвязь между собой. Понятие «масса» характеризует любое множество людей, сконцентрированных в определенном месте. Большие скопления людей на рынках, вокзалах, на главных улицах города, в местах расположения достопримечательностей, могут быть описаны как массы, так как не обладают характеристиками толпы. Массовость выступает одной из характеристик толпы. Не любая масса людей — толпа, но любая толпа — это масса. Вместе с тем, при возникновении какого-либо даже незначительного повода масса легко превращается в толпу.

Превращению массы в толпу способствуют следующие условия:

— наличие экстремального события, нарушающего привычные условия и затрагивающее интересы многих людей (начало военных действий, стихийное бедствие, авария, катастрофа, пожар, террористический акт, захват заложников и т. д.). Чем в большей степени проявляется реальная или мнимая угроза, тем больше сплоченность людей в толпе, тем большая враждебность к тем, кто играет роль препятствия для удовлетворения значимых в данный момент потребностей;

— отсутствие четкой информации, позволяющей дать исчерпывающую оценку данному событию;

— отсутствие или недостаточная организация управления людьми в данной ситуации.

Понятие «толпа» было введено в науку французским социологом Г. Лебоном, который в работе «Психология народов и масс» (1895) изложил суть своей концепции. Г. Лебон отмечал, что толпа подчиняется закону «иррационального психического единства» и представляет собой скопление людей, характеризующихся повышенной эмоциональностью и восприимчивостью.

2. Собранная публика.

Собранная публика представляет собой временное скопление некоторого количества людей, имеющих общий предмет интереса и/или испытывающих сходное ожидание определенных переживаний.

Психологическим механизмом обособления собранной публики выступает:

— физическое присутствие в одном месте (преимущественно в помещении);

— влияние на всех одних и тех же стимулов, детерминирующих общую заинтересованность и поляризацию установок вокруг одного и того же предмета или события;

— сходные или общие реакции, переживания или устойчивые ориентации;

— готовность к реагированию определённым сходным образом.

По мнению Я. Щепаньского собранная публика может выступать в нескольких видах:

1) «Сборище» — публика, собравшаяся случайно.

2) Публика, собравшаяся преднамеренно:

а) в поиске развлечений

б) в поиске информации (в том числе на митингах и политических собраниях).

В собранной публике могут возникать явления, характерные для толпы:

- ощущение единства, солидарности;
- общее эмоциональное напряжение;
- угасание рефлексивности.

При перечисленных условиях собрание становится «организованной толпой», или, как писал Г. Лебон (1908) толпой одухотворенной, составляющей единое существо и подчиняющееся закону духовного единства толпы. Происходит исчезновение сознательной личности. Отечественные ученые (Я. Щепаньский, Д. Ольшанский) отмечали, что некоторые виды публики (сборища, собрания, митинги) могут легко превратиться в экспрессивную или агрессивную толпу.

3. Несобранная публика.

Несобранная публика — это условное название большого количества людей, мышление и интересы которых ориентированы идентичными стимулами в одном направлении, и которые, в силу вышеизложенного, ведут себя сходным образом. Сходство может проявляться как в незначительных вопросах (бытовых, семейных, трудовых), так по отношению к социально важным проблемам (идеология, политика, ценности). Фактически несобранная публика представляет собой «поляризованную массу» со сформированной готовностью к некритичному восприятию определенной информации. Наиболее типичным примером схожести восприятия и реагирования несобранной публики массовое электоральное поведение, возникающее в результате проведения избирательных кампаний.

Таким образом, массовое стихийное поведение, по своему характеру, ориентируется на внешнюю среду, которая задает стимулы субъекту поведения. Чем сильнее эти внешние раздражители, тем сильнее и ответная реакция, которая может перерасти в самые крайние формы своего проявления.

1.2. Инстинкты, навыки и осознанные действия в массовом поведении

К инстинктам относят биологически детерминированные врожденные модели поведения. На сегодняшний день ответить на вопрос: «Каковы границы действия инстинктов у человека?» невозможно, хотя общепризнанным является положение о том, что значительное число форм поведения имеет инстинктивный характер. Нет единого мнения и о количестве инстинктов: одни психологи насчитывают де-

сятки инстинктов, другие несколько тысяч. В массовом поведении, в том числе в стихийных его формах, мы находим проявление различных человеческих инстинктов — радость, солидарность, агрессивность, жадность, страх и т. д. Инстинктивная основа массового поведения объясняет, прежде всего, направление энергии тех или иных поступков, которые не всегда осознаются самим человеком.

Одной из инстинктивных форм поведения человека в социальной среде является солидарность. В толковом словаре С. И. Ожегова под солидарностью понимается деятельное сочувствие каким-нибудь мнениям или действиям, общность интересов, единокордие. В повседневном массовом поведении мы постоянно проявляем солидарность, даже не замечая этого. Из чувства солидарности туристы, посещая православный храм, следуют установленным правилам: мужчины снимают головной убор, а женщины покрывают голову платком. Из чувства солидарности, когда проводится минута молчания, все снимают головные уборы и молчат, хотя участвующие могут и не сочувствовать трагическому событию. Миллионы людей по всему миру участвуют в сборе средств на оказание медицинской помощи тяжелобольным детям, благодаря возникшему чувству солидарности.

Многие общественно значимые акции в России и других странах расширили свою географию, благодаря чувству солидарности. Показательна в этом отношении история акции «Бессмертный полк». Идея провести такую акцию возникла в 2007 году у председателя Совета ветеранов батальона полиции по Тюменской области Геннадия Иванова. В День Победы он взял фотографию своего отца и вместе с друзьями, поддержавшими его порыв, пронес ее по главной улице Тюмени. На следующий год со снимками фронтовиков вышло уже несколько сотен человек. В 2009 году в акции участвовали жители более 20 регионов нашей страны. В 2019 году акции и шествия Бессмертного полка состоялись уже более чем в 500 городах 115 странах мира, при этом число участвовавших в России составило 12 миллионов человек.

Митинги, демонстрации, шествия и другие формы проявления солидарности в отношении предпочитаемых политических лидеров и возглавляемых ими политических партий и объединений мы наблюдали в Москве, Санкт-Петербурге и других больших и малых городах и поселениях России. При этом солидарность, в том числе и социально приемлемые формы ее выражения, при определённых условиях может переходить в иные инстинктивные формы поведения человека. Речь идет о проявлении жестокости, насилия или агрессии, которые

зачастую являются недопустимыми, а порой и общественно опасными. Примером может послужить «наказание» своего политического оппонента участниками запрещенного митинга, проходившего 23 января 2021 года на Пушкинской площади в Москве. Агрессия в отношении оппонента была вызвана тем, что митингующим не понравилось содержание плаката, который он держал в руках.

Следует учитывать, что в процессе общественного развития именно активность больших масс людей оказывает давление на политическую власть и законодателей. Хотя описываемые действия имеют действительно стихийный характер, всегда находятся политические силы, готовые использовать этот эффект стихийности и получить от них определенный политический капитал. Наиболее характерны в этом смысле разного рода экстремистские, националистические движения, которым свойственно стремление воздействовать на бессознательную, иррациональную мотивацию участников политического процесса.

Неорганизованные массовые выступления, бунты, восстания, митинги протесты чаще всего являются массовой реакцией людей на политический кризис и нестабильность. Для этой реакции характерно преобладание иррациональных, инстинктивных чувств над осознанными и прагматическими. Речь идет о ситуациях, когда массы под влиянием господствующего настроения выражают общественное мнение, идеи и желания в массовых стихийных протестах и радикальных движениях. Поэтому интересующий нас феномен — стихийное массовое поведение, являющееся разновидностью массового поведения, важно исследовать с учетом влияния на него массового сознания и массового мнения. Исследователей здесь привлекает не величина охвата, не массовость, а те внутренние психологические изменения, которые способны превратить людей в массу.

1.3. Толпа как субъект стихийного массового поведения: понятие и классификация

Толпа является весьма специфичной социальной группой. В отличие от группы у толпы нет изначально какого-либо вида деятельности, но есть схожие интересы и общий объект внимания. Например, и группу любопытствующих недалеко от места происшествия, и людей в час пик у входа в метро объединяет общий объект внимания. Толпа — всегда физически цельное, видимое и действующее множество людей.

Чтобы понять, что представляет собой толпа, как социально-психологическое явление, необходимо сначала определить, какие особенности отличают толпу от других массовых скоплений людей.

Психологические особенности толпы:

1. Эмоциональная возбудимость.
2. Отсутствие структурной организации.
3. Пространственная близость (контактность).
4. Общий объект внимания.
5. Отсутствие общей осознанной цели.
6. Высокая степень внушаемости участников.
7. Сходство эмоционального состояния участников.
8. Кратковременность существования.

Я. Щепаньский определял толпу как «временное скопление большого числа людей на территории, допускающей непосредственный контакт, спонтанно реагирующих на одни и те же стимулы сходным или идентичным образом».

Б. Ф. Поршнев под толпой понимал «случайное множество людей, охваченных одинаковой негативной, разрушительной эмоцией по отношению к каким-либо лицам, установлениям, событиям. Между участниками толпы может не быть никаких внутренних связей: она объединяется на основе внешнего стимула, единогласно действуя против чего-то или кого-то».

Согласно мнению Ю. А. Шерковина, толпа — это, прежде всего, «контактная внешне не организованная общность, отличающаяся высокой степенью конформизма составляющих ее индивидов, действующих крайне эмоционально и единодушно».

Таким образом, толпа — это бесструктурное скопление людей, лишенных ясно осознаваемой общности целей, но взаимно связанных сходством эмоционального состояния и общим объектом внимания.

Толпа выступает самым сложным и самым важным субъектом стихийного массового поведения при мероприятиях по охране общественного порядка, так как предполагает взаимодействие сотрудника органов внутренних дел с людьми, действующими единодушно, эмоционально и иррационально. Учет факторов, от которых зависит поведение человека в толпе, помогает понять, каким образом при взаимодействии с толпой максимально обеспечить личную безопасность и безопасность других людей.

Характеристика психологического состояния лица, находящегося в толпе:

1. Подавленное чувство ответственности за собственные поступки. Находясь в толпе, человек подпадает под ее влияние и постепенно утрачивает самоконтроль, так как считает свои действия одобренными подавляющим числом окружающих. Наличие рядом большого количества людей, которые, благодаря особому эмоциональному подъему, не задумываясь, совершают различные преступления, дает ощущение правоты и свободы, и любые незаконные действия совершаются легко и с «чистой совестью». Находясь в толпе, человек утрачивает индивидуальные особенности, характерные его личности.

2. Повышенная возбудимость и восприимчивость к поведению других. В толпе у человека снижается, а в некоторых случаях и полностью утрачивается способность мыслить рационально. В то же время эмоциональное начало выходит из-под контроля, и человек заражается эмоциями, характерными для данного вида толпы. Эмоциональное состояние отдельных лиц (а также невербальное выражение ведущих эмоций посредством мимики и жестов) подсознательно воздействует на стоящих рядом лиц и способствует возникновению у них аналогичного состояния. Поэтому люди в толпе отличаются повышенной возбудимостью и склонностью к аффектам. Для человека в толпе характерно туннельное восприятие окружающей действительности, благодаря чему он не понимает отчетливо смысл происходящего, а воспоминания о событии носят фрагментарный и отрывочный характер.

3. Наличие чувства силы. Человек, вовлеченный в толпу, ощущает себя единым с ней организмом и приобретает, благодаря ее численности, сознание непреодолимой силы. Все это психологически располагает находящихся в толпе людей совершать иррациональные, рискованные и безответственные поступки, на которые они не решились бы в обычных условиях.

Поведение людей, попавших в толпу, характеризуется следующими особенностями:

- вербальная коммуникация снижается до выкрикивания отдельных фраз, слов, междометий;
- движения становятся порывистыми, бесцельными;
- в целом характерно подражание поведению и поступкам более активных участников толпы;
- настроение часто меняется (от ярости до плаксивости и т. п.);
- возникает потребность сбиваться в более плотную группу.

Толпа, представляя собой единый организм, характеризуется следующими особенностями мышления:

- толпа мыслит образами;
- толпа не рассуждает и не обдумывает;
- толпа никогда не стремится к правде;
- в толпе нет предумышленности (действует под влиянием минуты);
- толпа авторитетна и нетерпима в своих суждениях;
- толпа стремится к простым решениям.

Приведенные характеристики определяют характер и поведение всей толпы в целом. Варианты поведенческих реакций зависят от состава толпы и повода, по которому она собралась. Так, в толпе, возникшей на религиозной основе, более выражена подчиненность лидеру. Однако выявленные характеристики поведения присутствуют в любой толпе, независимо от причин ее возникновения, социально-демографического состава и культурной принадлежности.

Проблема типологии толпы всегда представляла собой значительный интерес. Психологическая наука и практика давно научились выделять отдельные виды толпы и даже воздействовать на них. Однако проблема заключается в возможности (и реальности) быстрой трансформации толпы из одного вида в другие. Большое количество наблюдений и психологических исследований массового стихийного поведения позволили вывести условную классификацию разновидностей толпы по поведению составляющих ее индивидов.

Выделяют два основных типа толпы: пассивную (выжидательную) и активную (действующую).

Пассивная толпа представляет собой стихийное скопление людей без ярко выраженного эмоционального компонента. В пассивной толпе люди в основном спокойно ожидают чего-то (например, толпа зевак, собравшихся по поводу какого-либо происшествия, ждет разрешения ситуации; люди, собравшиеся на стадионе, ожидают начало матча и т. д.). Толпа пассивного характера быстро собирается и также быстро расходится.

Различают следующие виды пассивной толпы:

1. Окказиональная (случайная) толпа.
2. Конвенциональная (условная) толпа.
3. Экспрессивная толпа.

Окказиональная толпа является самым простым и наиболее часто встречающимся видом толпы. Большинство людей не только

лично наблюдали данный вид толпы, но и хоть один раз в жизни становились ее участником. Поводом для сбора толпы «зевак» может стать любое уличное происшествие. Главное, чтобы оно было неожиданным, привлекающим к себе внимание. Людей в случайной толпе объединяет желание получить информацию о событии, свидетелем которого они стали (пожар, несчастный случай, поведение человека, резко выходящее за границы общепринятого и т. п.).

Случайную толпу следует отличать от флешмоба. Флешмоб (от англ. *flash* — миг, мгновение, *mob* — толпа) — это тщательно продуманная, организованная массовая акция, имеющая определенные правила поведения для ее участников. Акции флешмоба, пробуждая любопытство случайных прохожих, превращают последних в окказиональную толпу. Мобберы (участники флешмоба) людей в такой толпе называют кузьмичами.

Конвенциональная толпа собирается по поводу заранее объявленного события: боксерский или футбольный матч, митинг, концерт рок-группы и т. д. Участники конвенциональной толпы готовы соблюдать определенные правила (условности, конвенции), но лишь до определенного момента. Любое событие, вызвавшее у конвенциональной толпы всплеск эмоций, моментально превращает ее или в экспрессивную, или в агрессивную толпу (в зависимости от значимости стимула, от реакции на событие окружающих людей, от эмоционального настроения и готовности толпы к действиям и т. п.).

Следует отличать конвенциональную толпу от публики, собравшейся в консерватории, в театре или в цирке, так как у них преобладает настрой на получение положительных эмоций от мероприятия. И даже в случае, если они не смогут удовлетворить свои культурные потребности, то самой негативной реакцией будет «освистывание» актеров или отрицательные отзывы в сети «Интернет». У них отсутствует установка на нарушение поведенческих норм, вследствие чего физическая агрессия маловероятна. Вместе с тем, публика — это масса людей, и шокирующий стимул может превратить публику в толпу. Например, если в здании возникнет пожар или начнется стрельба, то вместо публики организаторам мероприятия придется иметь дело с панической толпой.

Особенностью конвенциональной толпы является ее готовность преобразиться и принять другую форму. Фанаты, идущие на футбольный матч, заранее запасаются файерами, дымовыми шашками и другими пиротехническими изделиями. Известны случаи, когда болельщики

во время игры стреляли из ракетниц, кидали на футбольное поле монеты, иногда остро заточенные, бутылки. Организаторы футбольных матчей (рок-концертов и т. п.) обязаны учитывать, что имеют дело с толпой, которая хоть и формируется как конвенциональная, но непременно примет другие формы. Они должны уметь прогнозировать возможность неблагоприятного развития событий и владеть адекватными приемами воздействия, чтобы ситуация не вышла из-под контроля.

Экспрессивная толпа представляет собой скопление людей, ритмически выражающих какую-либо эмоцию: радость, воодушевление, возмущение и т. д. Спектр эмоциональных доминант здесь очень широк, а главная отличительная черта — ритмичность выражения. Речь идет о людях, скандирующих лозунги на митинге или манифестации, громко поддерживающих любимую команду или клеймящих судью на стадионе, танцующих на карнавале и т. д. Болельщики футбольных команд имеют свой набор ритуальных действий, которые выполняются ритмично: скандирование речовок-кричалок, хлопанье в ладоши, раскачивание и т. д. Речовки (на сленге фанатов — «шизовки») могут произноситься как для поддержания любимой команды (На свете нет, мы скажем прямо, команды лучше, чем «Динамо!»), так и для унижения болельщиков или игроков из команды противника (Что на поле за дыра? — То защита Спартака!).

В ряде случаев процесс ритмического выражения эмоций может принять особенно интенсивную форму, и тогда возникает особый феномен массового экстаза.

Экстатическая толпа — крайняя форма экспрессивной толпы, находящейся в состоянии экстаза. В экстазе люди самозабвенно истязают себя цепями, доводят себя до невменяемости под нарастающий ритм неистового моления в секте трясун или в танце на бразильском карнавале, рвут на себе одежду в ритме рока.

Наиболее опасным видом стихийного массового поведения, считают действующую (активную) толпу. Различают следующие виды активной толпы:

1. Стяжательская толпа.
2. Паническая толпа.
3. Агрессивная толпа.
4. Повстанческая толпа.

Стяжательская толпа — совокупность людей, стремящихся обладать какой-либо ценностью и вступивших, в связи с этим, в неорганизованный конфликт. Жажда обладания ценностью становится

тем сильнее, чем меньше возможности стать ее обладателем. Иногда к сильному желанию удовлетворить возникшую потребность примешивается страх, страх остаться ни с чем. Ценностью для стяжательской толпы чаще всего являются предметы материального мира. Во время распродаж организаторы мероприятий могут столкнуться со стяжательской толпой, участники которой движимы желанием завладеть чем-либо как можно быстрее. Стяжательская толпа может возникнуть и при посещении какой-либо выставки, когда время проведения выставки ограничено, а желающих ее посетить очень много.

Паническая толпа — это совокупность людей, объединенных стремлением избежать реальной или воображаемой опасности. Эмоциональной доминантой здесь выступает чувство страха (ужаса).

Паническое поведение не только не является спасительным, но и очень часто становится более опасным фактором, чем то событие, которое непосредственно его спровоцировало.

Агрессивная толпа — скопление людей, стремящихся к разрушению или уничтожению любых препятствий, возникающих на их пути. Особой разновидностью агрессивной толпы является повстанческая толпа, которая по ряду признаков сходна с агрессивной (преобладает чувство злости), но отличается от нее социально справедливым характером возмущения.

Контрольные вопросы:

1. Что в социальной психологии понимают под массовым сознанием?
2. Что в социальной психологии понимают под массовым поведением?
3. Какие механизмы способствуют возникновению и развитию стихийных форм массового поведения?
4. Что понимается под процессом циркулярной реакции?
5. Какие существуют инстинктивные формы поведения человека в социальной среде?
6. Что понимается под толпой?
7. Какие основные виды толпы выделяют?
8. Какой вид толпы наиболее опасен?

ГЛАВА 2

ПРОБЛЕМА МАССОВОГО СОЗНАНИЯ В ИСТОРИИ СОЦИОЛОГИИ И ПСИХОЛОГИИ. МЕТОДЫ ИЗУЧЕНИЯ МАССОВОГО СОЗНАНИЯ

2.1. Изучение психологии массового сознания со второй половины XIX века

**в рамках двух социально-психологических школ:
немецкой психологии народов (М. Лацарус, Г. Штейнталь, В. Вундт)
и франко-итальянской психологии масс (Г. Лебон, Г. Тард,
В. Парето, Ш. Сигеле)**

Основное массовое поведение (коллективное поведение) — несколько неоднозначный термин социальной и политической психологии, означающий всевозможное поведение толпы, распространение слухов, в отдельных случаях моды, коллективные мании, социальные движения и иные массовые явления.

Чтобы приблизительно описать предметную область, охватываемую этой концепцией, принято выделять следующие признаки:

- участие большого числа людей;
- параллелизм;
- иррациональность (ослабление сознательного контроля);
- слабая структура, что означает размытие позиционной ролевой структуры, характерной для общепринятых нормативных форм группового поведения.

В массовом поведении, безусловно, влияет превалирующая роль массового сознания, которое в широком понимании является отражением материальных условий жизни, деятельности и отношений. Однако массовое сознание считается частью всех отмеченных составляющих и имеет ряд особенностей: оно, первостепенно, происходит от экономической основы общества, его сути, а его содержание полномерно охватывает все его социально-политические и экономические проблемы; систематическое, регулярное проведение многогранной системной интеграции позволяет в полной мере осознать различные формы (правовую, этническую, политическую, профессиональную, естественную и др.); выражается тремя уровнями — отдельно (индивидуально), группово (небольшими группами) и целостно (коллективно); играет активную преобразующую роль в их поведении и отношениях.

Таким образом, массовое сознание, как интегративный предиктор массового поведения, имеет достаточное количество особенно-

стей, в том числе высокий динамизм, несогласованность и спонтанность, поскольку оно формируется и трансформируется под динамичным влиянием более широкого и подвижного ряда факторов; в основном это зависит от устойчивости интеграции различных реально существующих факторов и условий; проявляется перманентно неоднозначно и противоречиво на индивидуальном, групповом и массовом уровнях. Массовое зрение закономерно фиксирует характер таких явлений, как настроение и поведение. Ориентация и характер организованного и спонтанного поведения связаны со сформированным началом массового сознания. Поэтому предметом интереса представляется явление спонтанное массовое поведение, своеобразное массовое поведение, безусловно, важно рассмотреть его с учетом непосредственного влияния на него массового сознания и массового мышления.

Неоценимый вклад в решение проблем и устранение сложностей психологии массового сознания внесла социально-психологическая школа «Немецкая Народная психология». Немецкие мыслители Г. Штейнталь, М. Лацарус и В. Вундт считались основателями такой тенденции в социальной психологии, как «Психология народов».

Г. Штейнталь (1823–1899) и М. Лацарус (1824–1903) в контексте своей исследовательской деятельности опубликовали ряд научных работ в основанном ими журнале «Пародийная психология и лингвистика». В этих фундаментальных трудах, в частности в статьях «Вводные рассуждения о психологии народов», «Мысли о народной психологии» немецкие мыслители указывали на существование духа народа как своего рода духовного в целом. В статье «Мысли о народной психологии», адаптированной для русского языка, П. А. Гильтебрандтом и вышедшей отдельным изданием, Г. Штейнталь и М. Лацарус говорили о том, что у каждого народа присутствует свой особый, исключительный склад мыслей и чувств бессознательных стремлений, своя духовная физиономия, именуемая «народностью». Опираясь на вышесказанное, «задача народной психологии» содержится в том, чтобы «познать дух народа, как познала индивидуальная психология дух индивидуума», а также «открыть законы человеческого духа». Любой человек, отмечали они, испытывает влияние общества, в котором он живет, и в связи с этим влияние «опыта протекших столетий и тысячелетий», и «вполне зависит от них в своих мыслях, чувствах и воле». При этом, безусловно, важно понимать, «как соединяются простейшие первоначальные силы человеческого сознания со сложными силами и образами народного духа». Они ак-

центрировали внимание на то, что «наравне с языком, мифом и религией элементы народного духа заключаются также в культе, народном творчестве, письме и искусствах».

Х. Штейнталь и М. Лацарус уделяли особое внимание тому, что «дух народа живет только в индивидуумах и не имеет особого от духа индивидуума бытия». Выражаясь в духовном мире дискретных индивидов, дух народа основополагающим образом формирует их эмоциональный настрой, образ мыслей и волю — таково умозаключение, основанное на концепции психологии народов, развиваемой Г. Штейнталем и М. Лацарусом.

Сама проблема воздействия, исторически сформировавшейся, устоявшейся духовности людей в духовном мире и людей ее составляющих, как и затруднения взаимодействия духовной жизни, личности и социума в целом, очень актуальна в данный момент, так как любой человек в своей деятельности и взаимодействии с другими людьми ведет себя, выражая эмоциональное и интеллектуальное настроение, нравственные аспекты, психическое и национальное сознание. Необходимость глубокого всеобъемлющего понимания этой проблемы определяет целесообразность и необходимость работы этих мыслителей.

Свое обоснование психологии народов представил Вильгельм Вундт (1832–1920). Он критически отнёсся к концепции М. Лацаруса и Г. Штейнталья, которые, по его представлению, противопоставляли психологию народов как надындивидуальную духовную субстанцию индивидуальной психологии.

В. Вундт считал, что «душа народа всегда состоит из единичных душ» и является «совокупностью содержания душевных переживаний» людей, относящихся к тому или иному народу и неразрывно связанных между собой регулярным «взаимодействием и взаимоотношением». При этом складывающийся «общий дух» народа представляется «нечто неизмеримо большим, чем сумма индивидов», через понимание которых он обнаруживается.

Главными проблемами психологии народов В. Вундт считал исследования их языка, мифов и обычаев. Он полагал, что эти три аспекта духовной жизни разнятся общезначимым характером проявленных в них духовных процессов и более полно раскрывают «общий дух» и психический склад тех или иных народов. В. Вундт полагал, что «язык, мифы и обычаи представляют собой не какие-либо фрагменты творческого народного духа, но самый этот дух народа». При

этом он указывал, что общий народный дух проявляется, прежде всего, в национальном самосознании, ибо «нация является важнейшим из тех концентрических кругов, в которых может развиваться совместная духовная жизнь».

В. Вундт безостановочно уделял внимание взаимодействию «народного духа» и сознания отдельных людей. Он делал акцент на то, что те или иные личности, проявляя этническое, в том числе национальное самосознание, сами в различной степени влияют на него, выражая своё творчество во всевозможных областях социальной жизни.

Взгляды В. Вундта на суть и проявления этнического духа, на его роль в жизни общества, отражённые в многочисленных трудах, результатом которых была его 10-томная «Психология народов», содействует осознанию многочисленных сегодняшних задач, в том числе касающихся сущности и роли национального самосознания в работе людей, их поведения и общения между собой.

Большое значение имеют и его взгляды на сущность и значение морали в разрешении проблем взаимосвязи личности и социума и межличностных отношений. Решение моральных проблем В. Вундт органически связывал с решением проблем индивидуальной и социальной психологии, в том числе психологии народов. Он рассматривал этику как науку о нормах поведения людей. При этом он опирался на то, что появлению той или иной социальной нормы, в том числе нравственной, предшествует психологическая оценка того или иного социального факта, учитывая полезность для человека, для жизни общества. Поскольку данный этап социально обусловлен, по мнению В. Вундта он выступает как социально-психологический, порождающий общие эмоции, познание и понимание взаимодействующих между собой людей. Их социально-психологические отношения к разноплановым явлениям их социальной жизни могут трансформироваться в виде конкретных общественных норм, в том числе нравственных.

Оценивая социальные факты, В. Вундт говорит о волеизъявлении, которому уделяется центральное место в моральном представлении. Исследователь отталкивался от того, что устремлённость воли людей характеризуется субъективными и объективными обстоятельствами их жизнедеятельности. Под субъективными обстоятельствами он понимал внутренний мир людей, их переживания и суждения о тех или иных явлениях, а под объективными — те обстоятельства, которые «исходят из явлений, данных в обществе и истории».

В своей работе «Принципы нравственности» В. Вундт характеризовал нравственную волю как «субстанциональную силу», позиционирующую себя как некую целостность и синтезирующуюся как желание, хотение, направленность сознания на достижение желаемого результата. Воля проявляется как объединяющее свойство сознания и выражает его сущность. Она индивидуальна, однако может «принадлежать общей воле», поскольку существует общая устремлённость воли многих людей. В этом контексте общая воля обладает реальностью не в меньшей степени, чем воля отдельных людей. При этом нравственная воля людей должна быть устремлена на «общественное благосостояние и прогресс».

Необходимо достойно оценить труды этого мыслителя, характеризующиеся глубоким пониманием многочисленных современных проблем, которые касаются психического склада больших общественных групп и национальных общностей, взаимодействия общественного и индивидуального сознания, психологии и этики межличностного общения.

Что касается франко-итальянской социально-психологической школы, её ярким представителем является Гюстав Лебон — французский ученый-философ, социолог, психолог, медик, а также физик и химик. Главным ориентиром его интересов был анализ человеческих масс, через который, только и представлялась возможность раскрыть и понять смысл человеческой истории. Согласно Лебону, завладеть массами можно только прибегая к обману и созданию больших иллюзий. Знаменитые деятели истории достигают успеха исключительно благодаря соображению этих истин и их практическому употреблению. Лебон отклоняет другие методы как нецелесообразные и неэффективные, поясняя это тем, что основной механизм поведения людей, в особенности человеческих масс, состоит в бессознательном. Он пытался доказать, что попытки воздвигнуть человеческое благополучие на идеалах рационализма будут неудачны.

Работа «Психология народов и масс» является своеобразным результатом его исследований по исторической психологии. Если Т. Карлейль видел героев движущей силой истории, то Лебон показывает «роль великих людей в развитии цивилизации». Он указывает и акцентирует внимание на том, что «небольшой отбор выдающихся людей, которых имеет цивилизованный народ и которых было бы достаточно уничтожить в каждом поколении, чтобы сразу вычеркнуть этот народ из списка цивилизованных наций, как раз и составляет ис-

тинное воплощение сил расы». Именно данные люди реализуют прогресс в науке, искусстве, промышленности и в остальных отраслях цивилизации. Толпа использует их достижения, но при этом не любит тех, кто над ним превалирует, и именно этим последним приходится становиться мучениками толпы. Концепция равенства разрушительна для народов, говорит Лебон, хотя хорошо осведомлен об идеях французской революции о свободе, равенстве и братстве. «Чтобы равенство царило в мире, следовало бы снизить постепенно все, что составляло ценность определенной расы, до уровня того, что в ней есть самого низкого. Превознести интеллектуальный уровень последнего из крестьян к гению какого-либо Лавуазье невозможно. Легко уничтожить таких гениев, но их нельзя заменить».

Анализируя массы как инертную, пассивную силу, которая способна жить исключительно в иллюзиях, Лебон наблюдает рвение масс к абсолютным, окончательным истинам. Между тем, Лебон указывает на то, что вещи сами по себе не меняются, а только идеи относительно этих вещей могут быть изменены. Лукавые политики берут за основу данные идеи и способствуют формированию демагогического стиля жизни. Лебон делает акцент на то, что главной отличительной чертой его эпохи преподносится замена сознательной деятельности индивидов бессознательной деятельностью толпы. Народ может представлять лишь разрушительную роль, что приводит к регрессу цивилизации. Кроме того, законодательные и государственные служащие обязаны знать психологию масс, ведь эпоха, в которой мы живем, будет эрой масс. С точки зрения биологии и физиологии это влечет прекращение деятельности мозговых полушарий и доминирование рефлексов спинного мозга. Умственные способности снижают активность. В связи с преобладанием инстинктов толпы проще побуждать к «героическому», однако легче — к преступлению. Позднее Э. Фромм скопировал все формы «бегства от свободы» у Лебона.

Насколько разными бы ни были индивиды с их характером и умом, как только они оказываются в толпе, этого достаточно, чтобы в них образовалась и начала функционировать коллективная душа, и они начинают думать и поступать иначе, чем вне толпы. Здесь, по Лебону, начинают действовать бессознательные движущие силы поведения, которые представляют собой душу расы. Люди различаются своей осознанностью к миру, они унифицируются в глубинных движущих силах поведения. «У коллективной души интеллектуальные способности индивидов, их индивидуальность исчезают; разнородное

утопает в однородном, берут верх бессознательные качества». Толпа становится безответственной, так как она анонимна. В толпе любое ощущение заразно, поэтому индивид в первую очередь выбирает интересы коллектива, а не свои. В толпе, и это очень важно, человек становится внушаем. Происходит паралич сознательной мозговой деятельности. Человек перестает осознавать свои поступки, действуя необдуманно. У человека подавляется воля, происходит превращение его в робота. Таким образом, трус может превратиться в героя, скептик — в верующего, честный человек — в преступника. Специальному рассмотрению с точки зрения Лебона подвергаются чувства и мораль толпы, ее выводы и фантазии, религиозные формы, в которые реализуются ее убеждения. Он разделяет толпу и дает подробное описание преступной толпе, действиям присяжных и заседателей и уголовным судам, а также парламентским собраниям.

Прежде всего, стоит отметить взрывной характер толпы, ее непостоянство и раздраженность. Следует упомянуть классическое изображение толпы на площади после убийства Цезаря из трагедии Шекспира «Юлий Цезарь». Этой сцены достаточно, чтобы вместить все теории и концепции социальной психологии.

Французский юрист и социолог Габриэль Тард открыл такое явление, как публика, и провозгласил XX век «эрой публики». Он изучал психологию толпы, публики и социальные движения в обществе и обнаружил феномен подражания, с помощью которого пытался объяснить все социальные процессы. Анализируя точку зрения Тарда, можно сделать вывод: подражание — основной механизм социальной коммуникации. Тард определил различные виды подражания. По степени восприятия подражание может быть логическим и нелогическим. По механизму подражательных движений и их последовательности подражание делится на внутреннее и внешнее. Анализируя социальную природу, следует говорить о подражании внутри социума и подражании одного социума другому. Согласно Тарду, основные значения подражания заключаются в воспроизведении, распространении и стандартизации изобретений и открытий. Благодаря обществу копированию одновременно обеспечиваются прогресс и стабильность социальных взаимосвязей, происходит распространение нововведений и сохранение традиций.

В книге «Мнение и толпа» (1892) Г. Тард дает определение социальной психологии как независимой науки. «Социальная психология — это коллективный ум, коллективное сознание, особое «мы»,

которое будто бы существует вне или выше индивидуальных умов». Толпа — это социальная общность прошлого, после семьи она самая старинная из социальных групп. Толпа распадается, если перестает слышать зов своего вожака. Предметом своего изучения Тард сделал публику, которая есть не что иное, как рассеянная толпа.

Г. Тард называл толпу естественной общностью, плотно сопряженной с натуральными природными силами. По мнению Тарда между толпой и публикой существуют различия:

1. Человек может относиться одновременно к различным вариантам публики, но только к одной толпе.

2. Отмечаются различия нетерпимости толпы и публики. У толпы нетерпимость гораздо больше, чем у публики. При замене толпы публикой повышается терпимость, а также наблюдается рост скептицизма.

3. Публика может быть классифицирована как потенциальная толпа, так как сильно взволнованная публика может стать фанатической толпой. Таким образом, образуются две противоположные естественные общности: агрессивная, фанатичная орава и толерантная публика.

4. Любая толпа подчиняется вождю, у публики такого подчинения нет. Публика вдохновляется писателем, журналистом, публицистом. На публике значительно красочнее отражается след ее создателя. В толпе же вождь несет на себе отпечаток толпы своих приверженцев.

5. Толпа однороднее публики. Толпа всегда приумножается благодаря случайным любопытным прохожим. Публика растет за счет целенаправленной рекламы.

6. Публика есть известный своеобразный род коммерческой клиентуры. Есть два вида клиентов: публика постоянная, прочная, и публика случайная, непостоянная.

Общество складывается из разного рода публики, отмечал Тард. Разделение это носит исключительно психологический характер, так как подходит состоянию умов в данную эпоху. Он предполагал, что разделение общества на разные виды публики в скором времени заменит экономическое, политическое, коллективное деление. Постепенно в социуме организовывается любопытный эпифеномен, определённая «атмосферическая оболочка», нечто вроде общественного сознания, питательной средой которой является информация. Преобразование разнообразных общественных групп в одну публику является важным аспектом для адекватного общения друг с другом членов общности. Публика некоторых больших газет, таких как «Times», «Figaro», интернациональна. Тард уже в конце позапрошлого столе-

тия сделал предположение об информационной глобализации, создании монолитных мировых информационных сетей.

Г. Тард классифицирует и определяет этапы формирования толпы.

1. Люди, которые идут по улице, гуляют, каждый занят своими мыслями и делами. В данном случае речь идёт о тесном скопище.

2. При появлении общей цели, которая взволнует и объединяет людей в единое целое, начинается второй этап. Таким образом, зарождается толпа. Увлёкшиеся люди общей идеей или страстью составляют публику. В зависимости от того, что первостепенно — цель или желание, образуются два типа публики: публика убежденная, фанатичная, или же публика страстная, желающая.

Г. Тард характеризует толпу следующим образом: «Толпы не только легковёрны, они безумны. Многие из их свойств, отмеченных нами у них, общи с душевнобольными в наших лечебницах: преувеличенная гордость, нетерпимость, неумеренность во всем. Они доходят всегда, как сумасшедшие, до двух крайних полюсов: или возбуждения, или упадка духа, они то героически неистовы, то уничтожены паникой. У них бывают настоящие коллективные галлюцинации: людям, собравшимся вместе, кажется, что они видят и слышат такие вещи, которых они не видят и не слышат каждый в отдельности. И когда толпы уверены, что их преследуют воображаемые враги, их вера основана на логике безумца».

Толпа и публика определяется по степени активности. Встречается толпа ожидающая, внимающая, манифестантская и действующая. Ожидающая толпа характеризуется коллективным любопытством, которое может достигнуть небывалых размеров вне зависимости от его предмета. Толпа всегда бывает более терпелива или более нетерпелива, чем отдельный индивид. Это объясняется психологической причиной: взаимным приливом эмоций собравшихся индивидов.

2.2. Изучение психологии массового сознания в России

Н. К. Михайловским (субъективная социология),

В. М. Бехтеревым (коллективная рефлексология),

А. Л. Чижевским (гелиопсихология)

В конце XIX века и в 20-е годы XX века в России небанальные исследования массовых явлений проводили М.Г. Михайловский (субъективная социология), затем В. М. Бехтерев (коллективная рефлексология), А. Л. Чижевский (гелиопсихология). В частности, Чижевский первым изучил, как влияют солнечная активность и колеба-

ния на динамику массовых политических настроений. Массовое восприятие газетных отчетов в 20-е годы (П. П. Блонский) и распространение слухов (Я. М. Шариф). В начале 30-х годов А. Р. Лурия, в отличие от немецких писателей, деконструировал не этноцентрические, а эволюционные позиции, искажая национальные и культурные особенности восприятия и мышления.

Результаты работы Лурии могли быть опубликованы только спустя 40 лет, но даже тогда они в значительной степени сохранили новшества. В 30-е годы большинство исследований в области социальной и политической психологии считалось неактуальным и теоретически бесполезным для социалистического общества. Особенно это касалось всего внезапного и непримечательного. Сами понятия «социология», «социальная психология» и, что более важно, «политическая психология» были объявлены обывательской глупостью. Если их предмет поддерживал какой-либо интерес к властям, то только с точки зрения изучения сплоченных рабочих групп, которые строго иерархичны и сосредоточены на инструкциях КПСС.

В Москве в рамках КГБ, МВД, ЦК КПСС и Минобороны были созданы институты. Для изучения массовых явлений требовалось несколько меньше умозрительной базы, поскольку эта работа предназначалась для конкретных целенаправленных задач. Так, в международном отделении ЦК КПСС по-прежнему существовал вполне правовой институт социальных наук (Ион) для теоретической и практической подготовки иностранных революционных кадров. В состав этого института входил профессор Ю. А. Шерковин, имеющий опыт работы с психологом (то есть военной терминологией, называемой пропагандой вражеских солдат и населения). А в 1971 году Ю. А. Шерковину удалось создать научно-исследовательскую и преподавательскую группу, перейдя на первый в СССР факультет социальной психологии. В числе ее учредителей были также Г. П. Предвечный, Г. Я. Туровер, В. Л. Артемов, В. Б. Ольшанский, В. И. Фирсов и другие.

Характерен даже языковой подлог: фраза «социальная психология» до сих пор была неприемлемой для партийцев, но в каком-то тексте Ленина была обнаружена «социальная психология». Один маститый профессор, еще до борьбы с «социальной психологией», начал доказывать принципиальное различие во всем своем фокусе: «Народная психология» — это настоящая наука, она Марксистская, и «социальная психология» напротив кардинально отличается от нее.

Данное различие он отождествлял с отличием советской милиции от капиталистической полиции.

Информация о том, что дисциплина легализована в таком значительном органе, которым являлся международный отдел ЦК КПСС, быстро распространяется по всей стране, а соответствующие отделения в научно-исследовательских институтах и отделах с похожими названиями привели к лавине в университетах и партийных школах. Чаще всего историки КПСС не имели квалифицированных специалистов в «социальных психологах», а отставные инструкторы районных комитетов стали срочно переучиваться.

Более того, поскольку практически неизбежные в нашей стране новые затраты на моду уже не могут подавить успех, началось возобновление советской (русской) общественно-политической психологии.

Н. К. Михайловский разработал теорию «Герои и толпа» в 1980–1990 годах. Особенность толпы, социальное объединение, а также склонность к копированию, развитие личности, толпы, социальные и психологические положения, образование или гипнотическая модель общения лидеров и ведомого общества — вопросы, которые ставит автор первой в мире социально-психологической теории толпы.

С научной точки зрения последние десятилетия XIX века являются самыми актуальными для изучения толпы. Итальянский юрист С. Сигеле, французские исследователи Г. Тард, Г. Лебон в своих теориях рассматривали толпу не только как определенную социальную группу, но и как особое когнитивное сообщество. Однако преимуществом такого подхода является один из наставников народного движения Н. К. Михайловский (1842–1904) — отечественный журналист, социолог, литературный критик и общественный деятель. В 1882 году в журнале «Отечественные записки» была опубликована его научная работа «Герои и толпа», в которой рассматривались и выявлялись конкретные психологические положения, механизмы и социальные порядки существования этого явления социальной жизни. Н. К. Михайловский часто обращался к проблемам толпы и в последующих своих трудах.

Принимая во внимание основное содержание данной теории, стоит принять во внимание, с одной стороны, на составляющие, влияющие на российские социально-психологические ценности и нормы изучения фундаментальных групп, а с другой — на составляющие,

получившие объективное одобрение в трудах западноевропейских ученых того времени.

Уточняя использованную лексику, Н. К. Михайловский под понятием «герой» отказался намекать на особенного человека, который из-за конкретных внутренних качеств способен оказать решающее влияние на окружающих его людей, современников или их потомков. Для него «герой» — это тот, кто сознательно или невольно выражает прямую модель общего образца для копирования: «Это не первый любовник романа и не человек, совершающий великий подвиг... Наш герой просто первый "ломает лед"... делает тот решительный шаг, которого трепетно ждет толпа, чтобы со стремительной силой броситься в ту или другую сторону. И не сам по себе для нас герой важен, а лишь ради вызываемого им массового движения».

Из теории Н. К. Михайловского вытекает следующее: каждый человек, который возглавляет толпу хотя бы на мгновение, может называться «героем». Но правила поведения, личностные качества и мотивация инициатора совместных действий не считаются необходимым условием. Он может быть плохим или глупым, избивать других за хорошее или плохое, поступать по соображениям трусости, эгоизма или высокой морали. Важнее не личные особенности, а функциональные показатели «героического» поведения. Подобная формулировка вопроса дала основание Н. К. Михайловскому перейти от парадигмы субъективных трактовок «меры величия» в духе Т. Карлейля сначала к постановке, а затем и к частичному разрешению проблемы по выявлению «механики отношений между толпой и тем человеком, которого она признает великим».

Незадолго до того, как Г. Тард опубликовал свой знаменитый «Закон подражания», Н. К. Михайловский определил, насколько важна склонность людей копировать чье-то поведение. Интересно, что позже Н. К. Михайловский укорил французского социолога в обширном обобщении феномена копирования на трансцендентный принцип, который задевает не только общественную жизнь, но и природу в целом. По мнению Н. К. Михайловского нет серьезных оснований полагать: «прививая себе оспу, мы подражаем Дженнеру, применяя паровую машину, подражаем Уатту, ездя в Америку, подражаем Колумбу».

Н. К. Михайловский отказывался наблюдать в копировании (на манер Г. Тарда) определяющий фактор социальной жизни. Михайловский уточнял, что влияния лжемесий на древних евреев, средневековые крестовые походы или экспансия арабских мусульман имели

свои экономические, политические, нравственные и иные основания, игнорировать которые при анализе исторических событий недопустимо. В то же время и без процессов подражания, иной раз совершенно непреодолимой силы, дело, очевидно, не обходилось. Именно они «обращали людей в автоматы и заставляли их повторять все, что проделывал перед ними какой-нибудь "герой" в нашем условном смысле слова». Однако как именно и при каких условиях это происходит, констатировал Н. К. Михайловский, остается невыясненным.

Замечая странную тайну проявлений исследуемого явления, Н. К. Михайловский говорил, что иногда человек, которого охватывает его исследование, копировал палача, и, значит, совершал убийство, а иногда готовился к страданиям преступника, которого казнили, например, из-за политических убеждений. В тех же ситуациях, когда копирование подталкивает к самоубийству, иногда наступает время, когда акт ухода из жизни происходит в одной и той же среде, в одном и том же месте, на одном и том же транспортном средстве. И если ему получится изменить, казалось бы, не столь значимые ситуационные факторы, то, когда будет положено начало тенденции, она также внезапно и закончится. Аналогичная ситуация случилась в октябре 1772 года, когда в доме инвалидов в Париже в темном коридоре захлопнулось дополнительное окно и недавно был снят крючок, на котором повесились пятнадцать человек. Точно так же Наполеон отдал приказ, наполненный фразами о военной храбрости, и дал распоряжение сжечь караулку, которая стала излюбленным местом для тех, кто желал застрелиться, как самоубийства прекратились.

Известно, что задолго до Н. К. Михайловского многие историки, юристы, врачи, писатели и прямые свидетели событий пытались объяснить эффект копирования. Неоспоримым преимуществом русского исследователя является попытка сравнить его с внушением и подражанием, определить особенности психологического характера последнего, а также провести анализ условия готовности копировать поведение в социуме. Благодаря вкладу Н. К. Михайловского стала возможным попытка преодолеть разрозненность современных знаний о коммуникативных способностях человека и, в частности, «человека толпы», делая ссылку на психологию, как на систематическую фундаментальную науку. Как отмечает Н. К. Михайловский, предопределяющим в эффективности гипнотических воздействий в разных формах, от «балассирования» лошадей до экспериментов с людьми — является односторонняя концентрация сознания на слабых и равно-

мерно повторяющихся раздражениях органов чувств: «Вульгарно выражаясь, можно сказать, что гипнотик... начинает жить однообразной жизнью и, очень быстро исчерпав самого себя, превращается в выеденное яйцо, которое собственного содержания не имеет, а наполняется тем, что случайно вольтется в него со стороны». Н. К. Михайловский утверждал, что подобное происходит и с человеком во время отсутствия таких раздражителей, как цвет, звук и форма, монотонность пищи, монотонность ремесел и интересов, характерных для регионов, где распространено патологическое «омеряченье». Крайне мало отличалась от этого и обыденная жизнь европейского средневековья, когда толпы, по мнению автора, только и ждали того, кто их захочет возглавить. Это применительно и к службе в армии, где люди вынуждены постоянно контактировать с несложной комбинацией зрительных, слуховых, осязательных впечатлений, многократно повторяя действия и доводя реакции до автоматизма. Так военные, «гипнотизируемые самой жизнью», отличаются склонностью к повиновению. Зачастую проявлению массового подражания не хватает лишь образца поведения.

Существуют различные виды влияния отдельной личности на толпу. В. М. Бехтерев выделял внушение и подражание, а также словесные убеждения и «взаимную индукцию», как телепатическую передачу психических образов без помощи сигналов, которые способны восприниматься чувствами. Л. Н. Войтоловский акцентировал внимание на феномен эмоциональной заразы, зарождающейся в толпе, совместно с внушением и подражанием. Однако модель гипнотического общения со временем перестала восприниматься как единственное объяснение происходящих в толпе процессов.

Еще одним представителем, изучавшим психологию массового сознания в России, был А. Л. Чижевский. Разработав теорию о влиянии солнечной активности на социально-исторические процессы, А. Л. Чижевский вместе с В. М. Бехтеревым исследовал эпидемии психики в истории человечества.

В богатом научном и творческом наследии Чижевского много страниц, о которых публика не знает. Что-то было безвозвратно потеряно, что-то хранилось в архивах, что-то было опубликовано мелким шрифтом и забыто. К последнему относится статья А. Л. Чижевского, где представлено изучение факторов, способствующих возникновению и распространению массовых психозов, впервые напечатанная в «русско-немецком медицинском журнале» в марте 1928 года. В 1989 году был переиздан в журнале «Природа и человек». К сожа-

лению, в то время печатались только отрывки из обширных работ выдающегося советского ученого. Они же и дошли до наших дней. Полный текст статьи, наверное, потерян для нас навсегда, это исследование чисто научное. Александр Леонидович, скрупулезно и убедительно иллюстрирует влияние солнечной активности на социальные психические проявления в человеческом обществе.

Можно утверждать, что человечество либо в целом, либо как их группы всегда находились во власти той или иной психической эпидемии. В истории, охватывающей тысячелетия, мы не встретим ни одного периода, когда человеческие умы не будут восхищаться той или иной идеей. Всегда отыщется соответствующая времени или эпохе идея, которая станет центром группировки человеческих масс. Как только это произойдет, у нас будет массовое психическое явление, которое можно назвать чисто психической эпидемией. Таким образом, жизнь общин в любой момент протекает под признаками духовной эпидемии, умы в некоторых странах, в зависимости от ряда социальных факторов, по своей природе заняты фундаментальным мышлением. Эта основная идея, возбуждающая общество, может скрываться от наблюдателя, но всегда становится ясно, когда скоро появится массовое движение.

На основании анализа статистических материалов А. Л. Чижевского в период с 1915 по 1919 год было установлено, что извержения на солнце оказывают значительное влияние на социальные процессы. Деконструкция и извержения на солнце оказали значительное влияние на социальные процессы. Две русские революции начала XX века (1905–1907 и 1917) и начала XIX века приходились на максимальную солнечную активность.

Чижевский внимательно изучил существующие записи солнечных пятен и солнечные наблюдения, сравнивая их с массовыми беспорядками во время революций и войн в более чем в 70 странах на пяти континентах. По мнению учёного, значительный процент революций, а также то, что он классифицировал как «самые важные исторические события с участием большого количества людей», происходили в 3-летние периоды около максимумов солнечных пятен.

Чижевский предложил выделить 4 этапа из 11-летнего солнечного цикла:

1. 3-летний период минимальной активности (близкий к солнечному минимуму) характеризуется склонностью к пассивности и «самодержавным правилом».

2. 2-летний период, когда люди организовываются «под новых лидеров» и «одну тему».

3. 3-летний период «максимальной возбудимости» революций и войн (близкий солнечный максимум).

4. 3-летний период, когда возбудимость «постепенно снижается до тех пор, пока люди не станут «равнодушными».

Благодаря последующим исследованиям, Чижевский пришел к выводу, что корреляции с солнечными циклами могут быть обнаружены в широком спектре природных явлений и деятельности человека. В своих работах он составил список 27 из них — от урожая до эпидемий и смертности. Он изучал историю многих народов. Его работа в свое время не была оценена. Но даже спустя столетие труды Чижевского актуальны.

Работы Чижевского тесно связаны с общей биологией, физиологией, медициной, психологией, с геофизикой, метеорологией и астрономией. А. Л. Чижевского принято считать основоположником многих наук: гелиобиологии, гелиопсихологии, гелиомедицины и других. Все они исследуют причинно-следственную связь между вспышками на солнце и наземной активностью (массовые явления в природе и обществе), анализируют причинно-следственную связь между вспышками на солнце и наземной активностью.

Результатом исследований Чижевского стал важнейший вывод, который заключается в том, что солнечный период повлиял на историю человечества и его массовое поведение. Это может казаться необычным, но разногласия и договоренности в семьях или организациях, бурный или мирный ход парламентских собраний, смена либеральных и консервативных правительств в разных странах, разгар битв или перемирия на фронтах, начало революций — все это в среднем зависит от состояния центральной части нашей системы, изменений в физической среде Земли.

Личная жизнь индивидов также подвержена влиянию периодической активности Солнца. Данный факт подтверждается примерами из жизни великих государственных деятелей, генералов и реформаторов: Александра Македонского, Наполеона, Гитлера и других. Изучив биографию и проанализировав взаимосвязь между событиями жизни конкретного человека и изменениями кривой солнечных пятен, можно увидеть влияние Солнца на происходящие события.

Индукцированные психозы, распространение идей, подъемы и спады разного рода общественных движений, бунты, забастовки,

эмиграции. Очень давно замечено их сходство с инфекционными заболеваниями, периодически охватывающими разные территории. Еще Тит Ливий писал, что социальные конфликты подобны заразительному морю.

Благодаря психиатрам В. М. Бехтереву и А. Л. Чижевскому понятие психических вспышек стало обычным явлением. Бехтерев анализирует психические вспышки как бы изнутри, изучая механизмы внушения, самогипноза и взаимного гипноза (так называемый индуцированный психоз в современной психиатрии). Чижевский деконструирует фокус на внешних, объективно существующих факторах массовых психозов, среди которых будет главная особенность космического фактора: «солнечная активность».

Мнение Чижевского заключалось в том, что «психическая эпидемия — это особое состояние массового сознания, характеризующееся одинаковыми проявлениями в больших группах людей». «Вся интеллектуальная и социальная жизнь человеческих сообществ проходит под знаком эпидемий. Эпидемия не исключение, а общее правило, почти не имеющее исключений... Психическая эпидемия с течением времени переходит в другую форму массовых умственных движений — эпидемию психопатическую». Психическая эпидемия переходит в психопатическую потому, что к массовому движению присоединяются люди с явными нарушениями психики, тогда создается впечатление, что все участники массового движения просто обезумели, «все подражают поведению сумасшедшего, все продолжают его дело, а между тем еще совсем недавно все они мыслили здраво и трезво». Возникает массовое заражение.

Переработав большой исторический материал, Чижевский не только проследил за ритмом солнечного света до взрыва массовых движений на протяжении всей истории человечества, известной как на Западе, так и на Востоке, но и отметил, что «общественное мнение не активировало эту идею, но эта идея мобилизовала и смыла большие массы». В частности, он отметил, что вспышки массовых убийств происходят в трех сферах: военной, политической и религиозной, что является следствием «преследования абстрактной идеи».

2.3. Основные теоретические концепции психологии массового сознания на Западе в настоящее время в контексте необихевиоризма (А. Бандура, Н. Миллер, Д. Доллард), психоанализа (Э. Фромм, В. Байон, В. Шутц), гуманистической ориентации (А. Маслоу, К. Роджерс), интеракционистских теорий (Г. Мид), когнитивных теорий (Ф. Хайдер, Т. Ньюком, Л. Фестингер, Ч. Осгуд, П. Танненбаум)

Бихевиоризм как классическая психологическая школа исследует проблемы моделей поведения человека и животных. Подобное определение дал И. П. Павлов, В. М. Бехтерев, Д. Уотсон, Э. Толмэн, Б. Скиннер, К. Халл. Поведение исследовалось по следующей формуле: стимул-реакция (С-Р). Реакция — это ответ на внешний стимул, при котором формируется адаптация индивида к окружающей среде. Модели поведения как животных, так и людей были исключены из моделей внешнего возбуждения.

Основной социально-психологической задачей в рамках бихевиоризма была проблема обучения, то есть идея получения и расширения возможностей субъективного навыка методом проб и ошибок. Выделяются 4 ключевых закона научения: закон эффекта, закон упражнения, закон готовности и закон ассоциативного сдвига.

Закон эффекта выражается в том, что все реакции на одну и ту же ситуацию фиксируются, и превалирует только индивид, сопровождающийся позитивными эмоциями.

Закон упражнения заключается в том, что способность реагировать на ситуацию пропорциональна частоте, силе и длительности повторений и является фундаментом развития социальных привычек.

Закон ассоциативного сдвига проявляется в том случае, если одновременно действуют два стимула, один из которых вызывает положительную (отрицательную) реакцию, а другой (ранее нейтральный) приобретает способность вызывать одну и ту же реакцию.

Закон готовности обнаруживает способность индивида с помощью упражнений улучшить адаптацию на психофизиологическом уровне.

Наряду с ортодоксальным бихевиоризмом Д. Уотсона в 30-е годы XX века возник необихевиоризм. В общем плане необихевиоризм представляет собой проявление принципов классического бихевиоризма. Но именно в необихевиоризме начинает наиболее обоснован-

но применяться методика неопозитивизма, направления, где подчеркивалось уважение к чётким данным и использованию математических операций при выдвижении и проверке гипотез.

Необихевиоризм — направление американской психологии, возникшее как ответ на кризис классического бихевиоризма. Бихевиоризм в классическом виде объяснял поведение через цепочку стимулов и реакций, однако был не в состоянии объяснить целостность поведения людей и животных. Философской основой необихевиоризма стал операционализм Бриджмена, популярный среди американских психологов. (Физик Перси Бриджмен разработал методику «операционального определения», то есть выражения различных понятий в науке с помощью измерений).

Основные принципы (правила) неопозитивизма:

1. Абсолютность стандарта научных исследований, введённого в естественные науки.

2. Принципы верификации (проверка достоверности информации посредством опыта) и операционизма (исследование процедур, признаков для связывания общих определений науки с техникой измерения).

3. Анализ и оценка эмпирического опыта.

4. Желание снизить ценностное отношение к объекту исследования как препятствие точности и науке в целом.

Необходимо обратить внимание на круг социально-психологических теорий, которые были разработаны в срезе нехристианской ориентации, следует отметить следующие теории:

1. Теория агрессивного поведения и теория подражания (Н. Миллер, Д. Доллард, А. Бандура).

2. Теории двойного межличностного взаимодействия:

а) теория «взаимодействия результатов» (Д. Тибо и Г. Келли);

б) теория социальных изменений (Д. Хомане).

Основываясь на идеях К. Халла, в общественной психологии была представлена теория фрустрации — агрессии Н. Миллера и Д. Долларда, рассмотрены многообразные модели диадического взаимодействия.

Неутешительная теория агрессии Н. Миллера и Д. Доллард относится к противоправным действиям и агрессивному поведению, а ещё к промежуточным переменным между стимулами и реакциями. В ходе изучения Б. Скиннер создал схему оперантного обусловливания. По данной схеме экспериментатор, который наблюдает за поведением, фиксирует случайное появление желаемой, «правильной» реакции и сразу усиливает ее. Результатом такого учения является совершенное

(инструментальное) учение. В данном случае он не поддерживается стимулятором, но поскольку реакция организма вызывает усиливающий стимул, такой вид обучения называется обучением типа R.

В основе типа S, как правило, лежит классическая парадигма И. П. Павлова. Реакция возникает только вследствие воздействия какого-либо стимула. Результатом обучения в таком порядке является реагирующее поведение, то есть поведение, вызванное определенным стимулом. С помощью поощрения поведение подкрепляется, поэтому этот вид обучения называется обучением типа S.

По мнению Н. Миллера и Д. Долларда, агрессивное поведение всегда влечёт разочарования и, наоборот, разочарование всегда приводит к какой-то злости. Основополагающими понятиями в данной теории являются следующие: разочарование (препятствует достижению желаемой цели), агрессия, «сдерживание» (действия, обусловленные ожиданием негативных последствий), «предвзятая агрессия» (направленная на безобидный объект). Следует отметить, что в последствии положение о неразрывной, необходимой связи агрессии и фрустрации не нашло своего подтверждения.

Подражание — важный механизм при взаимодействии, особенно вовлечённый в начальную цепочку явлений, классифицирующих социализацию и конформацию. Н. Миллер и Д. Доллард анализируют подражание как предмет инструментального научения и дают объяснение его соответствующими законами. Парадигма всех ситуаций научения по Н. Миллеру и Д. Долларду рассматривается по следующей формуле: сигнал —> внутренняя реакция —> драйв —> внешняя реакция —> вознаграждение.

Природа подражательного поведения происходит, когда человек вознаграждается, когда подражает и не вознаграждается, когда не подражает. Н. Миллер и Д. Доллард различают разные подражания:

1. Подражание как одно и то же поведение (одинаковые реакции на одни и те же стимулы у двух людей).
2. Двойное зависимое поведение (наблюдатель вознаграждается за ту же реакцию, что и модель).
3. Поведение копирования (наблюдатель узнает о действиях в модели).

Медиаторно-стимульная теория (социальный бихевиоризм, или научение по моделям) А. Бандуры дополняет теорию Н. Миллера и Д. Долларда и вводит компаративные процессы суждений в существование косвенного подкрепления в процессе познания. Это значит,

что обучение может происходить не на основе личного полученного обоснования, а путем наблюдения за поведением окружающих и последствиями такого поведения. Теоретически А. Бандура вводит когнитивный компонент и говорит о зависимости от раздражителя и реакции. Основные моменты заключаются в следующем:

1) при наблюдении за поведением модели, наблюдатель способен получить новые реакции;

2) когда происходит наблюдение за поведенческими результатами модели, изменяется поведение наблюдателя;

3) наблюдение за поведением модели облегчает реализацию ранее приобретенной реакции наблюдателя.

Реакции могут быть достигнуты путем простого отслеживания за поведением модели, и готовность реализовать эту реакцию во многом зависит от того, получала ли модель наказания или вознаграждения за соответствующее взаимоотношение. Следовательно, люди могут обучаться на опыте иных посредством косвенного пополнения, наблюдая за взаимоотношениями других и последствиями такого взаимоотношения. Способность тренироваться на базе образцов (моделей) и косвенного подкрепления подразумевает, что человек владеет возможностью предсказывать и оценивать итоги того, что наблюдал у иных людей, и еще не чувствовал их из собственного опыта. Мы можем регулировать и ориентировать наше поведение, воображая или предполагая результаты, которые пока не произошли.

Впоследствии этого когнитивные процессы играют весомую роль в общественной когнитивной доктрине А. Бандуры. Как отмечает ученный, сам план подкрепления не является эффективным фактором изменения поведения, но это именно то, что человек думает об этом плане подкрепления. По словам Б. Скиннера, человек, который контролирует подкрепление, старается контролировать своё поведение. А. Бандура сделал вывод о том, что тот, кто держит под контролем «модели» в обществе, также держит под контролем и поведение.

Психоанализ в первую очередь связан с именем З. Фрейда. Психоаналитический нюанс в прогрессивной зарубежной общественной психологии довольно значим, но не обширно распространён. Попытки сформулировать социально-психологические теории в данном направлении связаны с именами Э. Фромма и Дж. Салливана. Определённые темы общественной психологии отражены в работах К. Юнга и А. Адлера. Возможно квалифицировать социально-психологические трудности, которые решаются в рамках психоанали-

за, как проблему конфликта между человеком и социумом, проявляющуюся в противостоянии его желаний с общественными запретами и как проблему ресурсов социальной деятельности индивида.

В структуре этого течения активно начала развиваться практика проведения Т-групп (учебных групп), реализующих механизмы воздействия людей друг на друга. Кроме того, психоанализ интегрируется в новое психологическое течение — гуманистическая психология (представители А. Маслоу, К. Роджерс).

Опыт практического психоанализа способствовал формированию динамической теории функционирования группы (В. Байон). В. Байон рассматривает группу как макропеременную индивида. Он полагал, что группы обладают теми же характеристиками, что и индивидуальная личность: потребностями, мотивами, эмоциями и целями.

Данная точка зрения даёт возможность предположить, что жизнь группы курсирует на двух уровнях:

- Рациональном, когда сознательно выполняется любая задача.
- Иррациональном, когда деятельность группы носит бессознательный характер.

Указанные уровни групповой жизни могут находиться как в гармоничных взаимоотношениях друг с другом, так и в конфликте. В случае конфликта к лицам применяются аналогичные механизмы групповой защиты.

Идеи З. Фрейда получили своё отражение в трехмерной теории межличностного поведения В. Шутца. Основная идея данной теории заключается в том, что общественная жизнь взрослого человека напрямую связана с детскими переживаниями. Основными предположениями в теории В. Шутца можно выделить следующие:

1. Потребности в любви, в межличностном контроле, участии, подобных биологическим потребностям.
2. На межличностные отношения взрослого человека влияют детские переживания.
3. Для повышения эффективности в достижении поставленной цели огромное значение имеет совместимость.
4. Этапы участия, контроля и любви присутствуют при формировании каждой группы.

Когнитивная ориентация. В наиболее общей форме суть когнитивного подхода можно определить как желание объяснить социальное поведение, определив типичные когнитивные процессы человека. В отличие от бихевиоризма, когнитивные специалисты в первую оче-

редь обращаются к умственной работе, конструкции интеллектуальной жизни. Особое значение в изучении уделяется процессу познания. Связь между когнитивным процессом и общественным поведением выражается во впечатлениях индивидов о мире, которые регулируются в отдельных последовательных интерпретациях, в итоге создаются разнообразные идеи, убеждения, ожидания и деконструкции, которые регулируют социальное поведение.

Учитывая вышесказанное, можно сделать выводы о том, что социальное поведение отражается в контексте определенных организованных систем образов, концепций и других «менталистских» существ.

Объединяя образования в последовательную структурированную систему, человек однозначно принимает решение. Первым и основным этапом на этом пути является принятие решения, направленного на приписывание воспринимаемого объекта какому-то явлению, то есть связывание его с определенной категорией.

Когнитивные теории включают в себя: сбалансированные структуры Ф. Хайдера, коммуникативные акты Т. Ньюкома, когнитивный диссонанс Л. Фестингера и конгруэнтность Ч. Осгуда и П. Танненбаума. Необходимо отметить, что данное направление исследуют Д. Креч, Р. Крачфилд и С. Аш. Во всех вышеперечисленных теориях предпринимается попытка объяснить поведение человека в обществе.

Теория структурного равновесия Ф. Хайдера подразумевает, что взаимодействие человека осуществляется с учётом схемы: Р-О-Х, где Р — предмет восприятия, О — другой предмет восприятия, а Х — воспринимаемый объект. Структурное равновесие — это состояние, при котором основные воспринимаемые единицы и эмоции существуют без стресса, поэтому корректировка в когнитивной организации отсутствуют. Дисбаланс образует напряжение и силы, которые впоследствии приводят к восстановлению равновесия. Данная теория часто применяется при исследованиях массовых коммуникаций.

Теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера предлагает рассмотреть противоречие между знаниями и действиями человека. Наличие такого противоречия необходимо объяснить для восстановления состояния внутренней когнитивной деконструкции. Л. Фестингера предложил произвести замену терминов: «противоречие» на термин «несоответствие», «согласованность» — на «консонанс».

Главными задачами теории являются:

а) наличие возможности быть деконструкции меж когнитивными составляющими;

б) присутствие диссонанса вызывает вожелание убавить его или же мешать его подьёму;

в) проявление этого желания включает в себя изменение поведения или изменение информации или осторожность в отношении новой информации.

Теория конгруэнтности Ч. Осгуда и П. Танненбаума практически применяется в сфере массовых коммуникаций. Взаимодействие осуществляется согласно схеме К-О-Р, где Р — приемник является коммуникатором, а О — дает информацию о любом объекте. Если реципиент может позитивно оценить коммуникатора, который может дать позитивную оценку какому-либо явлению, которое сам реципиент оценивает отрицательно, то в когнитивной структуре конкретного реципиента образуется ситуация неконгруэнтности; два рода оценок: моя собственная и позитивно мною воспринимаемого коммуникатора не совпадают. По мнению Ч. Осгуда и П. Танненбаума выйти из данной ситуации возможно, если одновременно изменить отношения реципиента и к коммуникатору, и к объекту.

Парадокс основной идеи когнитивного бихевиоризма выступает против акцентирования моделей поведения в социальной среде, напрямую связанной с внешней средой, — это роль «менталистских» существ как элементы внутренней, познающей организации человека; когнитивизм в итоге снова приходит к зависимости поведения от внешних факторов, хотя и с противоположной стороны. Когнитивная активность человека абсолютно зависит от внешних факторов в том смысле, что человек непрерывно регулирует свою самостоятельность, он балансирует этот эффект за счет усовершенствования. Эта связь защищена «изнутри» в следующих случаях при условии, что сама потребность в постоянстве открывается необходимостью человека, так как такая потребность проявляется здесь лишь как механизм защиты, который охраняет личность от нарушений состояния равновесия когнитивного поля. Активность проявляется односторонне, так как существуют чёткие границы когнитивного поля. По мнению А. Н. Леонтьева лишь иерархия деятельности способна раскрыть многообразие проявлений человеческой личности, поэтому активность не выведена в область предметной деятельности человека. Однако в настоящее время когнитивистская ориентация широко распространена в современных исследованиях. Это объяснимо тем, что, в отличие от бихевиористски ориентированной общественной психологии когнитивистская ориентация особую роль и значение придаёт

«менталистским» образованиям, которые объясняют социальное поведение человека.

Интеракционистская ориентация. Основанная на традиционных психологических проблемах, интеракционистская ориентация отличается от других теоретических подходов в социальной психологии. Большая часть представителей данного направления имеют социологическое образование. Между социологией и психологией связь настолько тесна, что зачастую бывает сложно определить четкие границы между этими науками.

«Интракция» — взаимодействие. С учётом особенностей данного направления — это социальное взаимодействие, то есть взаимодействие людей в общении, группе, социуме. Основным представителем этого направления является Дж. Мид с социально-психологической теорией. Отправной точкой анализа является сам процесс человеческого и социального взаимодействия, процесс взаимодействия индивидов в группе, необходимого для анализа, при изучении социального поведения человека, а не отдельный индивид. Представители этого направления рассматривают специфические для индивида средства, с помощью которых происходит и регулируется процесс социальной интеракции. Огромное внимание уделяется проблемам поведения, общения, обработке ситуаций. Таким образом, интеракционистская ориентация рассматривает и анализирует разнообразные проблемы общества. Интеракционистская ориентация включает в себя различные направления, школы и течения. Они отличаются и спецификой своего подхода, и проблематикой, которой в них уделяется основное внимание. Представляем следующие направления в интеракционистской ориентации:

- 1) символическое взаимодействие;
- 2) теории ролей;
- 3) теории эталонных групп.

Самой центральной фигурой идей интерактивного подхода в психологическом сообществе является Дж. Мид. Публикация лекционных заметок под названием «Мышление, самость и общество» является основой для развития социальной психологии. Ученик Г. Блумер продолжил исследования по указанному направлению, чем упрочил репутацию своего учителя. Г. Блумер преподавал социальную психологию в Чикагском университете и уделял особое внимание идеям Дж. Мида под названием «символический интеракционизм». Г. Блумер представил эту концепцию в 1937 году, после,

в 60-е годы XX века концепция пользовалась популярностью среди широких слоев населения.

По мнению Дж. Мида, чтобы выразить свое состояние человеку, необходимо развивать способность человека общаться на основе выражения лица человека, индивидуальных движений и других действий. Указанные действия способны передавать определенные значения. Дж. Мид называет их «значимыми жестами» или «символами». Смысл символа или значимого жеста необходимо обнаруживать в реакции человека, которому этот символ был адресован. Лишь при наличии партнера по коммуникациям человек способен создавать символы. По его словам, символическое общение является конституирующим началом человеческой психики. Он интерпретируется как главный знак, отделяющий человека от животного мира.

Чтобы успешно вести общение, один индивид должен быть способен «признавать роль другого», то есть поставить себя на место другого человека, с которым происходит взаимодействие, и посмотреть на себя глазами своего партнёра. Только в этом случае, по мнению Дж. Мида, индивид превращается в личность, социальное существо, способное понимать себя как объект, то есть понимать смысл своих слов, предполагать, как эти слова и поступки истолковываются кем-либо другим.

Для достижения положительного результата в более трудной коммуникации, в которой участвует группа людей, по мнению Дж. Мида, индивиду следует обобщать позицию большинства участников группы. Легко заметить, что идея Дж. Мида об «обобщенном другом» имеет непосредственное отношение к проблемам референтной группы.

Одним из наиболее важных тезисов из них являются идеи символического взаимодействия, которые предполагают, что индивид прежде всего социальное существо, а это значит, что индивид формируется только внутри общества.

Однако следует отметить, что есть и понятия «социальное взаимодействие» и «социальный процесс». Но данные понятия интерпретируются слишком ограничено. По мнению исследователя, все общественные отношения сводятся только к социально-психологическим, межличностным отношениям. Любые общественные взаимодействия и общественные отношения рассматриваются лишь с позиции общения, без учёта исторической, социально-экономической обусловленности.

Согласно концепциям интеракционистов, поведение индивида определяется, в основном, тремя переменными: структурой личности, ролью и референтной группой.

Контрольные вопросы:

1. Назовите основных исследователей, занимающихся проблемами массового сознания.
2. Кратко охарактеризуйте учения психологии массового сознания в России.
3. Назовите основные концепции психологии массового сознания на Западе.

ГЛАВА 3

МАССОВОЕ НАСТРОЕНИЕ И ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ

3.1. Понятие и характеристика массового настроения

В современной науке массовые настроения рассматриваются как особые психические состояния. Данные состояния представляют собой однородную для достаточно большой численности людей субъективную, сложную аффективно-когнитивную реакцию.

В представленной реакции выражены три значимых момента:

- 1) уровень удовлетворённости общими социально-политическими условиями жизни;
- 2) оценка самостоятельной реализации вероятностей своих социально-политических притязаний;
- 3) влечение изменять условия ради воплощения притязаний.

Массовое настроение возможно охарактеризовать следующим образом:

- общее психическое состояние, которое способно охватить большие массы людей;
- однородная субъективная сигнальная реакция;
- специфические переживания комфорта или дискомфорта.

Особенность массовых настроений состоит в том, что они являются переходными, что означает переход из повседневных эмоций к осознанным мнениям, а затем и к массовым действиям.

Субъект массовых настроений — масса как совокупность людей, которые сплочены общими настроениями. Возникнув в первую очередь в определённых группах и конкретных слоях общества, настроения достаточно быстро распространяются и формируют особые по своим характеристикам массы в качестве субъектов тех или иных настроений. Это проявляется в виде публики или толпы.

3.2. Механизмы формирования массового настроения в толпе

Анализируя механизмы формирования массового настроения в толпе, следует обратить пристальное внимание на два фактора:

- объективный, предметный — реальная действительность;
- субъективный, психический — разные представления людей о реальной действительности, различные ее оценки в свете разных интересов и потребностей.

Формирование настроений обычно носит периодический характер. Цикл развития настроений включает следующие стадии:

- 1) зарождение,
- 2) кристаллизацию,
- 3) действенное разрешение,
- 4) угасание.

Если предпосылки сохраняются, то цикл может повториться с нового подъема настроений. Динамику связывают со сменой направленности и интенсивности настроений, с нарастанием уровня их экспрессивности.

Массовые настроения характеризуются определенной двойственностью. С одной стороны, это следствие реальной жизни; с другой — развитие настроений проходит по законам массовой психологии и воздействует на реальность, меняя жизнь.

3.3. Влияние массового настроения на поведение толпы

Большую актуальность представляет вопрос о воздействии на массовые настроения. На практике используют различные средства и возможности, которые влияют на притязания и ожидания масс, обусловленные необходимостью современной действительности. Комплекс социально-политического влияния на массовые настроения спроектирован в двух направлениях:

1. Пропагандистско-идеологическое воздействие, которое осуществляется с помощью манипуляции притязаниями.
2. Социально-политическое воздействие, которое осуществляется с помощью манипулирования различиями в уровне жизни.

Чтобы стабилизировать массовые настроения, следует привести в балансированное состояние притязания и возможности их достижения. В результате могут возникать массовые беспорядки. Происходит выплеск «негативной энергии», которая была накоплена в результате неудовлетворения разнообразных общественных нужд или ожиданий больших масс людей. Массовые беспорядки могут носить как стихийный, так и целенаправленный характер и быть опасными для общества.

Массовое настроение и его компоненты изучали многие исследователи, а именно, Ж. Де Ривера, М. Ю. Урнов, К. Левин и другие (табл. 1).

Таблица 1

Компоненты массового (общественного) настроения

«Социальный климат общества» — эмоциональные компоненты (К. Левин)	«Эмоциональный климат общества» (Ж. Де Ривера)	«Эмоциональная атмосфера общества» (М. Ю. Урнов)
Чувство «мы», «чувство групповой идентификации»	Солидарность (стремление к самопожертвованию)/ враждебность	Интенсивность социальной идентичности/уровень доверия к социуму
– Чувство эмоциональной безопасности, вера/неверие в «стабильность мира» и «стабильность почвы»; – уровень беспокойства	– Стабильность — нестабильность; – безопасность (доверие)/ страх (изолированность)	Уровень тревожности, беспокойства (интенсивность тревог, страхов)
«Психологическое будущее», «временная перспектива»	– Оптимизм, вера в будущее/ пессимизм, депрессия; – надежда/ отчаяние	Оптимизм/пессимизм
– Уровень агрессивности, – уровень напряжения, – склонность/несклонности к крайностям в вопросах		Уровень агрессивности
– Уровень уверенности в себе/ самооценка; – уровень критичности к себе и другим; – способность побеждать		Уверенность/ неуверенность в себе
	Удовлетворённость/ неудовлетворённость	Общая удовлетворённость/ неудовлетворённость жизнью

В таблице представлены компоненты массового (общественного) настроения, разработанные К. Левиным, Ж. Де Риверой, М. Ю. Урновым.

3.4. Уровни развития настроений

Авторы исследований связывают динамику массовых настроений как со сменой их направленности и интенсивности, так и с быстротой перехода от настроений к осознанным мнениям, оценкам и конкретным действиям.

При рассмотрении политико-психологические отношения, динамику общего массового настроения связывают с уровнями развития настроений, которые проявляются в различных способах выражения и в уникальных ограничителях на пути реализации настроений в поведении.

Данные ограничители возможно распределить по рангам (уровням развития настроений) (табл. 2):

Таблица 2

Уровни развития настроений

Уровень развития настроений	Характеристика уровня
Первый уровень	Молчаливое переживание своих желаний, так как присутствуют недостаточно осознанные желания
Второй уровень	Способность людей выразить вербально свои надежды
Третий уровень	Мысленная готовность отстаивать свои убеждения
Четвёртый уровень	Вербальное провозглашение своих принципов
Пятый уровень	Активные действия для отстаивания значимых притязаний

3.5. Понятие и психологическая характеристика общественного мнения

Для начала поговорим, о том, что является общественностью. Общественность — это группа определённых лиц, которые оказались в неразрешённой жизненной ситуации. Участники указанной группы осознают определенные сложности, неопределенности ситуации, выражают общее отношение к ней. Оно отражается в поведении, поступках, реакциях каждого из участников данной группы.

Общественное мнение — это совокупность убеждений, суждений по определенному вопросу, которую пропагандируют, принимают группы, а также большая часть общества (состояние массового сознания).

Для изучения общественного мнения социологи и психологи используют следующие методы исследования:

- опросы,
- интервью,
- анкеты,

— телефонный звонок.

Данный феномен известен давно, но доскональному изучению подвергся в XX веке. Первоначально изучением феномена занялась такая наука, как социология, а затем психология.

В психологии «общественное мнение» рассматривается как реальное отражение состояния общества. Оно указывает усредненное мнение людей по дифференцированным вопросам, также указывает систему ценностей, убеждений.

Мнение, которое складывается в обществе, бывает стихийным и специально организованным. Рассмотрим подробнее механизм, этапы и факторы формирования.

Для формирования общественного мнения должны быть соблюдены следующие условия:

— острота проблемы, актуальность и социальная важность, практическая значимость (объект затрагивает политическую, экономическую, духовную или другую важную часть жизни общества);

— возможность для дискуссии (проблема должна подразумевать наличие альтернативных убеждений, двусмысленности, разницы взглядов);

— компетентность, культурная или информационная просвещенность, образованность (общество должно понимать, о чем идет речь, разбираться в вопросе).

Исходя из вышеуказанного, общественным обычно является только то мнение, которое сопоставимо всем трем критериям: значимость, компетентность, дискуссионность.

Общественное мнение можно сформировать в три этапа:

1. Зарождение. У общества начинает возникать интерес к определенному явлению, отдельные группы дают ему свою оценку, также общество стремится к поиску, получению новой информации.

2. Формирование. Члены социума производят обмен своими суждениями, на их основе формируется групповое отношение.

3. Функционирование. Большая часть начинает поддерживать групповое отношение и подстраивать под него свое поведение.

В науке социологии принято выделять четвертый этап — это **спад** (когда интерес к проблеме снижается).

Факторы, которые влияют на формирование группового отношения:

— факты,

— сплетни,

- слухи,
- слова авторитетных лиц,
- убеждения.

Общественное отношение по некоторым вопросам формируют СМИ, социальные институты и конкретные личности. Психологи и социологи сводят источники к двум направлениям: личное наблюдение за другими членами общества и СМИ. Необходимо уделить особое внимание влиянию СМИ на общественное мнение.

3.6. Формирование общественного мнения под влиянием средств массового воздействия (радио, пресса, телевидение), конкретных жизненных обстоятельств и ситуаций

Общественное мнение должно складываться на основе общедоступной информации: суждений, убеждений, мнений, идеологий, а также слухов, заблуждений, сплетен.

Общественное мнение можно охарактеризовать следующими отличительными чертами:

— Нацеленность на определенный предмет, его интенциональность.

— Интенсивность, или уровень интереса, который проявляет определенная группа или общество в целом к предмету интереса.

— Окрашенность общественного мнения отражает содержание отношения к предмету, формируемому общественным мнением. Оно может быть позитивным или негативным, выражать поддержку или социальное одобрение.

— Стабильность общественного мнения — длительность времени, на протяжении которого большая часть участников неизменно проявляет одну и ту же направленность и интенсивность чувств.

— Информационная полнота указывает на то, каким объемом знаний о предмете владеют люди. Опыт указывает, что наиболее информированные о проблеме люди высказывают четкое мнение о ней.

В процессе формирования общественного мнения большую роль играют средства массовой информации (СМИ), в частности: радиовещание, телевидение, печатные издания. В настоящее время в условиях развития информационного общества значительно увеличилось влияние электронных средств массовой информации, а также сосредоточенных в глобальной сети «Интернет» — множественных социальных сетей, форумов, блогов и пр.

На общественное мнение, как правило, влияют мнения авторитетных и компетентных людей, которые были признаны обществом.

Часто СМИ стараются упростить передаваемую информацию, стремятся к исключению любых противоречий в ней, чтобы сформировать у общества однозначное понимание той или иной информации. При этом СМИ прибегают к формированию определённых стереотипов и шаблонов восприятия тех или иных событий, национальных групп и т. д. При этом нередко используются неявные оценочные суждения, которые на подсознательном уровне формируют у общественных масс тот или иной шаблон восприятия.

Таким образом, у широкой общественности формируется исключительно положительная или отрицательная реакция на определённую информацию. Кроме того, используется метод построения подсознательных ассоциаций, например, затрагивание с помощью пропаганды практически первобытного стереотипа «свой — чужой», когда какой-либо объект посредством пропаганды встаёт на место «своего», а какой-то — «чужого».

Пропаганда и цензура являются инструментами воздействия на общественное мнение со стороны государства. К способам формирования общественного мнения также относят «спираль молчания».

Результаты исследований дали возможность сделать вывод, что десяти процентов общества, придерживающихся сходных взглядов, будет достаточно, чтобы на их сторону перешла и большая часть общества.

Общественное мнение выражает позицию различных групп населения по общественно-политическим, экономическим и другим проблемам.

Так как человек является источником первичной информации, необходимо учесть некоторые психологические особенности. Надо учитывать, что человек не всегда готов высказывать собственное мнение, оно может быть изменчивым из-за расхождения с мнением большинства. Существуют выработанные специальные приёмы для проведения опросов, которые позволяют проверить правдивость и устойчивость ответов.

3.7. Влияние общественного мнения на массовое настроение и поведение толпы

Общественное мнение — это состояние общественного сознания. Оно отражает скрытое или явное отношение людей к различным

явлениям действительности. Если убеждения человека не совпадают с убеждениями большинства, то он предпочитает отмалчиваться.

Таким образом, групповое отношение и сознание регулируют поведение отдельных людей.

Социум диктует человеку, как он должен себя вести, каких норм придерживаться, воспитывает и перевоспитывает, он формирует традиции, привычки, обычаи. Общество учит человека нести ответственность за свои слова и поступки.

Массовое сознание диктует общие для всех нормы жизни, ограничивая свободу и индивидуальность. Одна из главных задач жизни каждого человека — найти баланс между общественным и индивидуальным.

Общественное мнение тесно связано с общественными настроениями, которые формируются в группах.

Общественное настроение является наиболее значимой силой, которая побуждает людей к деятельности, выражает преобладающие чувства социальных групп в определенный период, определяет поведение различных общностей.

Общественное настроение характеризуется определенной предметной направленностью (политическое, эстетическое), характером и уровнем эмоциональной напряженности (апатия, подъем). Одной из форм общественного настроения является массовое настроение.

Массовое настроение является одной из форм общественного настроения. Оно сравнительно продолжительное и характеризуется устойчивым эмоциональным состоянием групп и способно захватить и объединить самые разные социальные группы.

Настроения способны трансформироваться из одного состояния в другое, так как обладают особым динамизмом, а именно: переходить от скрытого к открытому и перерасти в антиобщественные действия.

3.8. Психологические методы влияния на массовое настроение и общественное мнение в целях изменения поведения толпы

При формировании общественного мнения используются различные методы:

1. **Внушение.** С помощью данного метода возможно добиться непроизвольного, пассивного усваивания идей. Человек готов, не задумываясь, выполнять действия. Чаще всего внушение сочетается с убеждением.

2. **Заражение.** Данный метод актуален среди большого скопления людей и основан на доминировании эмоционального компонента. Чаще всего заражение возникает под влиянием личного примера.

3. **Подражание.** Этот метод является одним из важнейших механизмов социализации, формирования моральных и поведенческих норм.

4. **Убеждение.** Убеждение напрямую зависит от содержания предлагаемой человеку информации. С помощью убеждения возможно повлиять на сознание (индивидуальное, групповое, общественное).

Каждый метод имеет свое значение в процессе формирования общественного мнения. Для того чтобы работа по формированию общественного мнения приносила результат, необходимо соблюдение следующих требований:

— Точное определение социального слоя населения, на который нужно воздействовать.

— Определение проблематики, выносимой на обсуждение.

— Наличие отлаженного механизма общественных дискуссий, уважения к мнению меньшинства, борьбы суждений и мнений.

— Существование постоянно действующей системы фиксации и изучения общественного мнения.

— Наличие надежных правовых гарантий, дающих возможность общественному мнению осуществлять директивную и контролирующую функции.

Контрольные вопросы:

1. Каким образом влияет общественное мнение на массовое настроение и поведение толпы?

2. Охарактеризуйте психологические методы влияния на массовое настроение и общественное мнение.

3. Какие этапы можно выделить при формировании общественного мнения?

4. Охарактеризуйте массовое настроение и его компоненты.

5. Перечислите признаки массового настроения.

ГЛАВА 4

СОЦИАЛЬНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ, ЦЕННОСТИ, УСТАНОВКИ, ПРЕДСТАВЛЕНИЯ

4.1. Понятие социального стереотипа и его психологическая характеристика

Ежедневно в своей жизни мы стремимся прислушиваться к окружающим людям, особенно когда нам важно их мнение по той или любой другой проблеме. С нами разделяют свои чувства, эмоции и опыт, либо просто отвечают на вопросы. Как правило мы чаще всего верим словам других людей, несмотря на то, что понимаем, их суждения всегда носят субъективный характер. Аналогичным образом мы пытаемся извлечь информацию из журналов и газет, книжек и телевизионных программ. Ведь конкретно так рождаются стереотипы: эмоциональное отношение человека к какому-либо предмету или явлению накладывается на определенный уровень познаний. Важно отметить, что с социальными стереотипами, которые становятся известными благодаря средствам массовой информации, семье, религии и окружающему социуму, мы начинаем взаимодействовать с самого детства.

Социальные стереотипы в психологии рассматриваются в понимании устойчивых и эмоционально окрашенных суждений внутри какой-либо группы людей, которые в свою очередь составляют мировоззрение человека. Признанные нами стереотипы — это типичная картина мира, которая состоит из наших привычек, желаний и интересов. Согласно И. С. Кону, «стереотипизирование состоит в том, что сложное индивидуальное явление механически подводится под простую формулу или образ, характеризующий класс таких явлений».

Все, что так или иначе окружает человека, непреднамеренно сравнивается с его личными, внутренними эталонами. Именно поэтому стереотипы могут быть негативно либо положительно окрашены, например, «все дети — чисты душой» и «женщины глупее мужчин» следовательно, все стереотипы содержат в себе индивидуальные особенности понимания, восприятия и существенно облегчают процесс познания, а значит получения знаний об окружающей действительности индивидами. Стоит отметить, эта действительность почти всегда субъективна, ведь стереотип — это предвзятое, сформированное, опираясь на множество искажающих моментов, мнение.

4.2. Позитивная роль социальных стереотипов в оценке человеком окружающего мира (резкое сокращение времени реагирования на изменяющуюся реальность, ускорение процесса познания)

Достаточно длительный период времени стереотипы было принято считать негативным социальным явлением, но на данный момент при анализе учитываются не только их отрицательные, но и положительные особенности, а также последствия. Причина этого кроется в том, что зарубежными и отечественными исследователями были определены важнейшие функции стереотипов, которые способны реализоваться как на групповом, так и на индивидуальном уровне. К ним относятся идентификация групп, формирование и поддержание их идеологий и, естественно, упрощение мышления. Необходимо понимать, что сущность стереотипа — в данном контексте как положительная так и отрицательная — находится в прямой зависимости от сложившейся ситуации, это связано с тем, что при соблюдении одних условий стереотип может быть истинным, а при других — абсолютно не отвечающим реальности. Стереотипы рождаются и функционируют под воздействием определенных обстоятельств, которые в любой момент способны видоизмениться, а предубеждение в дальнейшем еще долгие годы будет существовать.

Однако стереотипы часто помогают человеку сделать какой-либо осознанный выбор или принять важное для него решение, при этом не приложив лишних усилий. Практически каждый человек в современном социуме уверен в том, что безусловно необходимо уважать старших, защищать младших, слабых, оказывать помощь ближним. Такие стереотипы стали общепринятыми, устоявшимися нормами поведения человека в обществе, правилами, которые мы узнаем и принимаем с самого детства, и никто не задумывается над тем, почему воспитанный человек будет вести себя конкретно так, а никак иначе. Стоит отметить, это не единственное проявление положительной стороны стереотипов. Бывает довольно затруднительно дать объективную, адекватную оценку тому событию либо общественному явлению, о котором нет необходимой информации. Сообразно с этим, в случае отсутствия возможности основополагаться на собственные, личные убеждения, люди нередко обращаются к уже закрепившимся, зарекомендовавшим себя в обществе стереотипам, внедрение которых не требует принятия решений индивидуального

характера и, можно сказать, снимает ответственность с каждого конкретного человека. Соответственно, в случае своей истинности стереотипы время от времени «выручают» нас: ускоряя процессы познания и сознания, они создают базу формирующемуся у человека мнению, помогают предугадывать линию поведения окружающих людей.

4.3. Негативное влияние социальных стереотипов на поведение человека в толпе

Один из устойчивых социальных стереотипов, основанный на ложных знаниях, навязывает определенную, заданную, модель поведения, которая уже вначале своего становления с высокой долей вероятности будет неправильной. Мы начинаем невольно, инстинктивно избегать общественного внимания, когда нам регулярно говорят: «Не выделяйся, нужно быть как все!» А слова «Тебя перестанут уважать за это» и вовсе звучат угрожающе. Это означает что, посредством использования стереотипов можно ввести конкретного человека, либо группы людей в заблуждение, прибегать к манипулированию ими, что может привести как личным неудачам, так и социальным противоречиям, конфликтам, страху, пренебрежению, дискомфорту. Ложные стереотипы не только не помогают найти правильные актуальные ориентиры, а настраивают человека враждебно по отношению к иным людям: их расе, национальности, внешности, либо стилю жизни. Стереотипы не задействуют меры к выявлению сходства между группами людей, а акцентируют внимание на их различиях, в результате чего люди делятся на «плохих» и «хороших», «своих» и чужих».

Следовательно, воздействие стереотипов на человека и социум может быть только сугубо отрицательным, а ведь большая часть из них содержат конкретно ложные, ничем не подтвержденные знания и, естественно, становятся предубеждениями. Довольно вспомнить такие стереотипы, как «умная женщина не может быть счастлива в личной жизни», «все французы наглые и неразборчивые», либо «все дети хороши, когда спят зубами к стенке». Указанным стереотипам легко верится, однако благодаря им очень легко усвоить неверные представления о различных социальных группах.

Например, гендерные стереотипы уже настолько прочно закрепились в сознании людей, что сейчас мужчинам и женщинам предписывают определенные социальные роли, что делает равенство полов фактически неосуществимым. Практически от каждого мужчины, независимо от возраста, можно услышать, что женщины не умеют

водить автомобиль, плохо разбираются в политике, технике и единственное, что им удается — вести хозяйство и воспитывать детей. Основная часть людей при всем этом не догадывается, что в числе женщин есть и дальнбойщики, и разработчики ПО, и политики, а мужчины зачастую отлично готовят и примерно занимаются детьми. Можно вспомнить очередной стереотип: «женщинам нужны от мужчин только деньги». Руководствуясь концепцией данного социального стереотипа, часть мужчин воспринимают женщин иллюзорно, не пытаясь понять, разобраться и осознать что именно на самом деле желает их любимый человек. Они не говорят им добрых и нежных слов, не проявляют заботу, предпочитая всему, что способствует укреплению нравственного аспекта взаимоотношений материальные вещи, как единственное средство проявления своих чувств. Слова «я люблю тебя» или «прости» довольно часто заменяются подарками. Однако золото и бриллианты — это далеко не единственное, чего желают женщины. И в какой-то момент любая женщина может утомиться от отношений и закончить их, невзирая на многочисленные подарки со стороны мужчины. Получается, подобный социальный стереотип может иметь очень губительное воздействие: когда на определенного, конкретного человека «примеряется» некий образ, исчезает возможность рассмотреть в нем индивидуальность, понять желания и потребности этого человека, а значит, такой стереотип не дает выстроить отношения, либо сохранить их.

Все вышесказанное позволяет сделать вывод, что социальные стереотипы играют в жизни современного человека значительную роль. Можно привести нескончаемое количество примеров влияния стереотипов на различные стороны жизнедеятельности современного человека. Несмотря на указанное выше, нельзя дать данному явлению определенную объективную оценку. Как положительное явление, истинный стереотип структурирует определенное знание, формирует его особенности и нюансы, которые могут быть важными и иногда даже нужными, чтобы разобраться в сложившейся ситуации. Ложные же стереотипы, направляя наше поведение, почти во всем программируют нас на разрушение еще не налаженного общения, взаимопонимания с другими людьми. И при всем этом социуму никогда не суметь избавиться от всех стереотипов и предубеждений, в связи с тем что человек на физическом уровне не способен всякий раз кропотливо обдумывать, анализировать и взвешивать каждое свое или чужое решение. Тлетворное влияние стереотипов можно лишь немного

ослаблять приобретаемым жизненным опытом и усваиваемыми знаниями, проанализировав их и используя в дальнейшем. Если люди будут пробовать, проверять полученную снаружи информацию о чем-либо, но не верить всему услышанному или прочитанному и не делать безосновательных выводов, они всецело смогут ограничивать это влияние, а значит превращать стереотипы в положительные для себя аспекты, извлекая из содержащегося в них объема знаний определенную полезность.

4.4. Понятие социальной установки и ее психологическая характеристика

Социальная установка — это базирующаяся на особенностях прошлого социального опыта и готовности индивида вести себя определенным образом.

Категории «социальная установка» и «установка» в общей психологии — совершенно разные вещи. Социальная установка регулярно осознается каждым человеком и направляется социальным объектом. Благодаря установке человек готов к определенной деятельности. Установки, как считает Д. Узнадзе, это целостное динамическое состояние готовности к определенной деятельности и лежат они в основе избирательной активности.

Зная социальные установки, можно прогнозировать действия человека.

Понятие «социальная установка» на бытовом уровне близко к понятию «отношение». В своей концепции отношений человека, В. Н. Мясищев подчеркивает, что отношение надо понимать как систему временных связей человека со всей деятельностью или отдельными ее сторонами.

Понятие «социальная установка» ввели в 1918 году У. Томас и С. Знанецкий, определив её как психологический процесс в отношениях к социальному миру в связи с социальными ценностями.

Ценность они признавали объективной стороной установки, а это означает, что установка является персональной стороной социальной ценности. По своему общепринятому существу, подчеркивали Томас и Знанецкий, установка остается чьим-то состоянием. Установка одновременно может функционировать как элемент психологической и социальной структуры личности. Одна грань установки обращена к социологии, другая — к психологии. Она объединяет предметное содержание аффектов, эмоций в единое целое.

Согласно западной социальной психологии, для обозначения понятия «социальная установка» употребляется термин «аттитюд», который означает определенное состояние сознания и нервной системы, скрытое отношение к социальным ситуациям и объектам.

Аттитюд выполняет 4 функции: приспособительную, функцию знания, выражения и функцию защиты.

Структура аттитюда была определена в 1942 году М. Смитом. Он включил в нее три компонента:

- когнитивный — осознание объекта социальной установки;
- аффективный — эмоциональная оценка объекта;
- поведенческий — привычное поведение по отношению к объекту.

Социальные установки личности полностью формируются, как правило, между 20-ю и 30-ю годами под влиянием окружающей социальной среды, родителей, средств массовой информации, коллективу и меняются с трудом. Также их формирование базируется на основе личного опыта каждого человека и наличия нередко повторяющихся ситуаций.

В 60-е годы на основе многочисленных исследовательских работ было определено, что чувства и мысли людей, их отношение к тому или иному объекту, сформированное мнение о том или ином процессе или явлении имеют ничтожно малое количество сходства с их реальным поведением. К такому же выводу пришел Р. Лапьер.

Интересную идею о существовании у человека одновременно двух аттитюдов высказал М. Рокич — один аттитюд на объект, другой на ситуацию, включаться может то один, то другой.

Исследования, которые проводились в 70–80-е годы прошлого столетия, продемонстрировали нам, что установки действительно влияют на поведение, действия человека при соблюдении условия, что другие воздействия минимальны, либо совершенно отсутствуют, когда установка и конкретное действие неразрывно связаны, когда установка оказывается потенциально действующей, поскольку она доведена до сознания и проанализирована.

Из подходов к анализу аттитюдов наиболее сильно распространены: подход через научение (бихевиористский), когнитивистский, мотивационный, социологический и биологический подходы.

В границах бихевиористского подхода основными механизмами образования аттитюдов могут быть стимулирование, наблюдение, подражание и возникновение ассоциаций.

При этом стимулирование, то есть положительное подкрепление, является простейшим способом формирования аттитюда. Например, школьник, получивший за контрольную или самостоятельную работу высший балл и похвалу учителя, на данный предмет сформирует положительную установку.

Бихевиористы считают, что процесс формирования социальных установок не предполагает активности со стороны субъекта и происходит под влиянием различных внешних стимулов.

Основными моментами формирования социальных установок при мотивационном подходе являются цена выбора и понимание выгоды его последствий.

Две теории выделяются в пределах мотивационного подхода — это когнитивное реагирование и теория ожидаемых преимуществ. При когнитивном реагировании реакция людей происходит на определенную позицию положительными либо отрицательными мыслями.

Основная сущность теории прогнозируемых преимуществ заключается в том, что люди склонны принимать позицию, основанную на взвешивании все «за» и «против». Это означает, что при выборе аттитюда человек стремится получить для себя максимальную выгоду или пользу.

Когнитивный подход включает несколько сходных теорий, базирующихся на представлениях о том, что человек всегда стремится к внутренней согласованности своих аттитюдов.

Структурный подход к формированию аттитюдов представляет установку как функцию структуры межличностных отношений. Механизм активного формирования аттитюдов при структурном подходе происходит как на индивидуальном, так социальном уровне, где важнейшими компонентами являются симпатии между людьми и непосредственные межличностные контакты.

Формирование аттитюдов рассматривается в том числе с точки зрения генетики. Вопрос об их наследственности может показаться абсурдным, если предположить, что специфические гены напрямую могут продуцировать и предопределять комплекс социального поведения человека.

Специалисты полагают, что это влияние может быть в некоторой степени опосредованным, например, врожденными различиями в темпераменте, врожденными биохимическими реакциями, интеллектуальными способностями.

В качестве примера можно привести близнецовый метод, Р. Эрвей, определил, что 30 % изучаемых фактов трудолюбия зависят от генетики. Формирование некоторых установок иногда обуславливается генетически, то есть врожденными задатками человека.

Проблема формирования социальных установок и изучения возможностей их изменения состоят в тесной связи друг с другом.

Если установка характеризуется свойством доступности, то поведенческие аспекты значительно легче прогнозировать, а индикатором доступности, как правило, выступает скорость оценочной реакции человека на ту или иную ситуацию.

Связь между объектом и установкой, на который она направлена, характеризует доступность аттитюда и дает возможность поведенческую реакцию быстро актуализировать.

Установка «срабатывает» автоматически, и ее не обязательно осмысливать.

4.5. Социальные ценности как эталон должного поведения

Понятие ценности относится к числу междисциплинарных, причем понимаемых по-разному не только в разных дисциплинах (философии, социологии, психологии, экономике и др.), но и внутри каждой из них. Систематизировать эти различия можно, выделив 6 развилок в построении понятия ценности:

А. Ценность может выступать как объект или как атрибут объекта, соответственно, объект может быть ценностью или иметь ценность.

Б. Ценностью могут быть любые объекты, обладающие какой-либо полезностью (экономический, или утилитаристский взгляд) или объекты особого рода, обладающие особым статусом.

В. Ценности являются индивидуальными или надындивидуальными образованиями (эти две трактовки не обязательно должны исключать друг друга).

Г. Признание надындивидуальной природы ценностей ставит вопрос о том, онтологизируются ли они как трансцендентные сущности или социологизируются как порождение социальных общностей.

Д. Признание индивидуальной формы существования ценностей ставит вопрос о том, являются ли они лишь структурами сознания (представлений) или личности и мотивации. Эта дихотомия проявляется, в частности, в терминологическом разведении ценностей и ценностных ориентаций.

Е. Социальная трактовка ценностей ставит вопрос об их понимании как эталонов (конкретных норм и стандартов) или идеалов (векторов, задающих направление, но не конкретные цели действий).

Анализирование понятия ценности в пространстве указанных шести развилок говорит о необходимости понимания ценности в единстве трех форм ее существования, постоянно переходящих друг в друга (строго говоря, именно трансформация ценности из одной формы в другую является способом ее бытия):

— **Общественные идеалы.** Это первоначальная форма ценностей, так как каждая ценность порождается каким-либо социальным сообществом, от семьи до человечества в целом. Социальная ценность есть концентрированное выражение коллективного опыта группы или общности в форме идеала, то есть представления о совершенстве, о желательной в тех или иных сферах социальной активности.

— **Предметно воплощенные ценности.** Общественные идеалы даны нам не абстрактно, а через их воплощение в произведениях (артефактах) и деяниях конкретных людей, в которых ценность находит свое наиболее зримое существование.

— **Личностные ценности.** Предметное воплощение ценностей происходит лишь посредством деятельности людей, которые осуществляют эти ценности, будучи ими побуждаемы. Таким образом, неизбежно признание существования ценностей в структуре мотивации личности.

4.6. Личностные ценности как связующее звено между духовной культурой общества и психическим миром личности

Личностные ценности как элементы структуры личности занимают в ней то же место, что и потребности — место устойчивых источников побуждений, в конкретной ситуации порождающих во взаимодействии и конкуренции с другими подобными источниками мотивы текущей деятельности. Личностные ценности и потребности функционально идентичны, выполняя в жизнедеятельности одну и ту же функцию, однако различаются по ряду признаков, связанных с тем, что человек как субъект потребностей взаимодействует с миром в одиночку, а как субъект ценностей — как часть целого. В ходе возрастного развития и социализации личности к потребностям как исходно единственным источникам побуждений прибавляются личностные ценности и между ними устанавливается баланс, хотя в индивиду-

альных случая он может заметно нарушаться. Соотношение потребностей и личностных ценностей в регуляции жизнедеятельности является существенной индивидуальной характеристикой личности.

Формирование личностных ценностей в индивидуальном развитии — не автоматический процесс, осложненный множественностью групповой принадлежности людей в современном урбанизированном обществе и нередкой противоречивостью ценностных систем и ролевых ожиданий различных социальных групп, к которым принадлежит индивид. Выбор социальных ценностей невероятно огромен, однако только некоторые из них смогут стать чем-то большим, чем внешние предъявляемые требования, входят в мотивационную структуру личности, становятся индивидуальными, личностными ценностями. Предпосылки этого процесса: идентификация с группой, ориентированной на данную ценность и практическое участие в совместной деятельности, мотивированной этой ценностью. На сегодняшний день присутствуют все основания для того, чтобы удостовериться: усвоение индивидом ценностей происходит расходящимися кругами, от малых групп (семья и др.) к большим (нация, человечество), хотя и ранее усвоенные ценности с высокой долей вероятности могут служить мощным барьером к усвоению противоречащих им ценностей больших групп.

Ценностной основой социальных отношений и социального поведения людей является трансляция в обществе ценностных содержаний через посредство, в частности социальных символов и артефактов. Их ценностное содержание, как правило, не осознается людьми, однако подспудно улавливается ими на интуитивном уровне и влияет на формирование отношения индивидов к тем или иным социальным объектам, символам и артефактам. Так, есть данные, говорящие о том, что степень сходства ценностей организации и работника позволяют предсказывать лояльность работника организации. Согласно анализу других данных, воспринимаемая степень сходства между ценностями, приписываемыми политическому лидеру, и собственными ценностными ориентациями значимо коррелирует с готовностью голосовать за этого лидера. В ряде экспериментальных работ на материале музыки и живописи, а также печатной и телевизионной рекламы, политических образов, телевизионных каналов, пословиц и др. подтвердились гипотезы о том, что реципиенты усматривают в них довольно конкретный набор ценностей.

Можно предположить, что социальные объекты и категории ассоциированы в сознании людей с конкретным ценностным ореолом, образованным набором иерархически упорядоченных ценностей. Этот набор отличается индивидуальным своеобразием для каждого объекта и устойчиво воспроизводится разными респондентами или выборками респондентов. Субъективные отношения респондентов к указанным социальным объектам и категориям существенным образом определяются соотношением ценностей, атрибутируемых данному социальному объекту, с ценностными ориентациями самих респондентов.

Развиваемый неклассический ценностный подход, главной чертой которого является положение о циркуляции ценностных содержаний между общественным сознанием, культурными артефактами и деяниями и индивидуальной мотивацией, открывает новые перспективы для изучения динамики ценностей как в социокультурном, так и в индивидуально-психологическом аспекте рассмотрения.

4.7. Отличие социальных представлений от восприятия: обобщенный характер; направленность к прошлому и возможному будущему; меньшая степень ясности и отчетливости

Социальное представление — категория, являющая собой несколько понятий и утверждений, регулярно возникающих в повседневной жизни в контексте социального взаимодействия. Термин родился в рамках концепции социальных представлений французского социального психолога Сержа Московичи. С помощью социальных представлений человек как член социальной группы активным образом переосмысливает все происходящие в его социальном контексте явления и процессы.

Основой теории социальных представлений принято считать идеи французской социологической школы, в основном Э. Дюркгейма. Данная концепция отличается социологичностью, на которой настаивал С. Московичи при критическом анализе состояния социальной психологии. С. Московичи поддерживал принцип «социального реализма», в соответствии с которым общество представляет из себя систему с особыми, индивидуально обусловленными свойствами, которая и должна рассматриваться как предмет изучения всего социального. Кроме того, взгляды С. Московичи близки взглядам Э. Дюркгейма в отношении коллективных представлений, через призму которых должны изучаться социальные явления.

Теория социальных представлений зародилась и развивалась в условиях методологического кризиса западной социальной психологии; данный кризис явился результатом рефлексии состояния социальной науки на момент середины XX века, связанной с активной критикой модели развития американской социальной психологии, по пути которой следовала и европейская наука.

Точкой отсчета теории социальных представлений можно назвать 1960 год, тогда была опубликована диссертационная работа С. Московичи, направленная на исследование социальных представлений о психоанализе в различных слоях французского общества. Данную теорию можно назвать теорией нового типа, в которой произошел переход от анализа индивидуального сознания к массовому.

Социальное представление обладает совокупной трехкомпонентной структурой:

Информация. Совокупность знаний об объекте представления, полученная из разных источников (СМИ, институты образования). Степень осведомленности варьируется в зависимости от различных факторов.

Поле представления. Формируется в группе, неотделимо от нее. Характеризует организацию содержания представления.

Установка. Авторы рассматривают установку в структуре социальных представлений как аффективную составляющую. Она отражает отношение человека к объекту представления.

С. Московичи выделяет три основные функции социальных представлений:

— **Функция инструмента познания.** С. Московичи подчеркивает первостепенную значимость этой функции. Социальные представления наряду с желаниями и интересами человека выступают опосредующим звеном для восприятия окружающего.

— **Функция опосредования поведения.** Данная функция проявляет себя и во внешнем поведении, и в проявлениях эмоций. Ответственные представления систематизируются в особенных социальных структурах, таких как семья, кланы, церкви, клубы и т. д. и воздействуют на каждого представителя сообщества.

— **Функция адаптации.** Получая новые знания, человек встраивает их в уже сложившуюся картину мира. Новые, неизвестные доселе факты социальной жизни, политические и научные явления, могут быть необычны, поэтому перед тем, как интериоризироваться, проис-

ходит смысловая трансформация образа, неизвестное подстраивается под уже сложившиеся схемы.

В основе части фаз процесса формирования социальных представлений находится механизм адаптации всего нового к уже сложившимся концептуальным схемам и системам, встраивание неизвестного во внутреннюю структуру уже имеющихся представлений, наделение нового своими индивидуальными признаками и свойствами.

Первый этап указанного процесса обозначается как «зацепление» (якорение), нацелен на то, чтобы определить какой-то признак предмета, с помощью которого незнакомое становится возможно присоединить к чему-то уже известному, происходит акцентирование внимания на этом признаке или свойстве.

Второй этап — «объективация», основным его итогом является трансформация незнакомого знания о каком-либо явлении или объекте в нечто понятное. «Объективация», в свою очередь, разделена на четыре этапа, первый из которых есть персонализация. В ходе персонализации понятие сопоставляется с конкретным человеком. Например, в диссертационном исследовании С. Московичи люди, говоря о психоанализе, вспоминали имя З. Фрейда. По истечении времени объект представления может сопоставляться не только с конкретным человеком, но и с целой социальной группой. Далее следует отбор элементов явления, или если речь идет о научных понятиях, то совершается их отделение от научного контекста. На третьем этапе происходит образование «фигуративной схемы», которая образуется в результате целенаправленного отсева информации. «Фигуративную схему» составляют основные понятия, свойства того или иного явления, а также структура взаимосвязей. «Натурализация» представляет собой четвертый этап, включенный в структуру процесса «объективации». Стоит также отметить, что «объективация» понимается по-разному, в одном случае она определяется как отдельный этап наряду с персонификацией и натурализацией, в другом случае приравнивается ко всему механизму образования социальных представлений, включая в себя и персонификацию, и натурализацию.

Основой в функции инструмента познания является восприятие. Восприятие — это процесс отражения в сознании человека предметов и явлений реального мира в их целостности, в совокупности их различных свойств и частей и при их непосредственном воздействии на органы чувств.

В становлении восприятия принимают активное участие ощущения, двигательные компоненты, жизненный опыт индивида, память, мышление и речь, волевые усилия и внимание, интересы, цели и установки человека.

Восприятие возникает на основе ощущений, но оно не сводится к их простой сумме (в подобных случаях говорят, что процесс не является аддитивным). Это качественно новый, более сложный психический процесс по сравнению с ощущением. Восприятие направлено на узнавание опознавательных признаков воспринимаемого объекта и построение его копии (модели) в сознании. Результат восприятия — это целостный перцептивный образ объекта, а не отдельные его свойства, информацию о которых дают человеку ощущения. Это, однако, не значит, что вместе с целостным образом объекта воспринимаются все его мелкие детали.

Существуют две модели формирования образа в процессе восприятия:

— стимульная, «чисто» рефлекторная, утверждающая, что формирование образа объекта вызвано сугубо его отражением в сознании при воздействии определенных раздражителей на сенсорные каналы;

— деятельностная, утверждающая, что образ, который человек воспринимает, является не столько результатом реакции психики на раздражители, сколько следствием непрерывного построения субъектом перцептивных гипотез, «встречных» отражаемой среде (человек, используя свой опыт, как бы предвидит основные свойства воспринимаемого объекта).

Сложность изучения восприятия как познавательного процесса состоит в том, что из всех воздействующих признаков в сознании человека находят отражение лишь ведущие, а несущественные остаются за пределами восприятия. Это обусловлено не только особенностями объекта, но и тем, что именно в объекте представлен интерес для индивида, с какой целью индивид включился в процесс восприятия, каковы его предварительные установки на восприятие.

Узнавание объекта как одна из составляющих восприятия зависит от жизненного опыта человека, его знаний и представлений об этом объекте. Например, знакомое слово можно восстановить (воспринять) буквально по предъявлению одной-двух составляющих его букв, нез знакомое же потребует для этого гораздо больше букв.

Для полноценного восприятия иногда необходима концентрация внимания на объекте и волевые усилия. Особенно это характерно для

случаев, когда интерес к объекту у индивида невелик или отсутствует осознание необходимости изучения объекта. Конечно же, изучение и узнавание объекта через процесс восприятия не могут состояться без подключения памяти и мышления. Ведь при этом осуществляются сложные процессы сопоставления признаков объекта с эталонами, хранящимися в долговременной памяти человека, мысленного анализа и синтеза системы этих признаков и принятия решений.

Немаловажно, что информация для этого поступает одновременно от многих органов чувств (зрение, слух, обоняние и др.). В частности, существенный вклад в формирование образа воспринимаемого объекта вносят двигательные компоненты посредством глаз, проговаривания звуков, ощупывания. Слуховой анализатор помогает при восприятии ориентироваться в пространственном положении источника информации.

Наконец, перцептивный процесс распространяется на высшие уровни психической деятельности, такие как речь. Ведь человек мыслит словами. Выделяя ведущие признаки воспринимаемого объекта, он обговаривает, обозначает их словом.

Таким образом, восприятие представляет собой упорядоченную систему активных перцептивных действий, формируемую в процессе жизнедеятельности индивида.

Представление — это образ предмета, который, на основе предшествовавшего сенсорного воздействия, воспроизводится в отсутствие предмета — основное отличие представления от восприятия (восприятие дает нам образ предмета лишь в его непосредственном присутствии, в результате тех раздражений, которые падают от него на наши периферические рецепторные аппараты).

Представления обычно отличаются меньшей яркостью, хотя степень яркости представлений бывает очень различной.

Представления отличаются некоторой — то большей, то меньшей — фрагментарностью. При системном анализе или попытке определить все стороны или черты предмета, образ которого дан в представлении, как правило, оказывается, что некоторые стороны, черты или части вообще не представлены. Вместе с тем, у нас может быть единое общее представление об очень многогранном целом, например, общий образ какого-нибудь художественного произведения.

Представления отличаются большей или меньшей обобщенностью. Перенося во времени данные опыта, знания, добытые в процессе действенного отражения мира, из настоящего в будущее и из про-

шлого в настоящее, процессы памяти неизбежно в какой-то мере отвлекают эти данные от частных условий единичного момента в пространстве и времени. В них, поэтому, неизбежно совершается первый шаг на пути к абстракции и обобщению. Воспроизведенные образы памяти, представления являются ступенькой или даже целым рядом ступенек, ведущих от единичного образа восприятия к понятию и обобщенному представлению, которым оперирует мышление.

4.8. Социальное представление как особая форма коллективного сознания, усваиваемая отдельными индивидами

Социальное представление трактуется как особая форма коллективного знания, усваиваемая отдельными индивидами. Структура социального представления включает три элемента: информацию (сумма знаний о представляемом объекте); поле представления (характеризует его содержание с качественной стороны); установку субъекта по отношению к объекту представления.

Динамика социальных представлений («объективизация») включает ряд фаз:

- 1) персонификация (ассоциирование объекта представления с конкретными людьми);
- 2) образование «фигуративной схемы» представления — визуально-репрезентируемой ментальной конструкции;
- 3) «натурализация» (оперирование в обыденном сознании элементами «фигуративной схемы» как автономными сущностями).

На уровне индивидуальной картины мира социальное представление рассматривается как феномен, разряжающий напряженность, создаваемую расхождением между привычным (старым) и новым, непривычным содержанием и, таким образом, адаптирующий новое содержание к имеющимся системам представлений. На уровне малой группы социальное представление является феноменом рефлексивной готовности во внутригрупповом взаимодействии. Социальные представления в основном имеют иерархический характер, изменяющийся в зависимости от конкретной ситуации. В плане межгрупповых отношений социальное представление понимается как элемент рефлексивных отношений между группами, детерминированный общесоциальными факторами и ситуативными особенностями взаимодействия. На уровне больших групп просматриваются особенности и тенденции современного массового сознания (например, о расту-

щей индивидуализации личности, отсутствии истинного равноправия полов, фетишизации престижности и т. п.).

4.9. Психологические методы влияния на социальные стереотипы, ценности, установки, представления человека в целях изменения его поведения в толпе

Социальная среда, в которой живет человек с рождения, подразумевает общение. В процессе общения и восприятия информации мы регулярно подвергаемся психологическому воздействию. Эти проявления изучает психология. Эта же наука исследует приемы воздействия в общении людей друг с другом на работе, дома и в любом другом месте.

Психологическое влияние — процесс, в результате которого происходит изменение поведения, установок, намерений, желаний и представлений постороннего человека.

Особенности психологического влияния:

- носит спонтанный, неосознанный характер;
- не подлежит социальному контролю;
- используется с определенными целями (позитивными или негативными);
- является промежуточным состоянием человека.

Понятие психологически конструктивного влияния подразумевает, что воздействие не должно негативно сказываться на личности. Обязательные требования — психологическая грамотность и корректность.

В психологии и социологии различают направленное и ненаправленное психологическое влияние. К направленному относятся такие методы психологического воздействия, как убеждение и внушение. К ненаправленному — заражение и подражание. Нужно знать различия между критикой и внушением. Критика прямо указывает на то, как делать нельзя, а внушение — на то, как делать нужно. Критика и внушение также различаются предметом обсуждения.

Убеждение направлено на снятие страхов. Существует для ликвидации препятствий на пути информации к сознанию человека.

Убеждение — вид влияния, целью которого является планомерное воздействие индивида на психику человека через обращение к его личному суждению, удовлетворение своих потребностей с помощью других людей. Реализуется оно через коммуникацию с нужным объектом. Главное предназначение — изменить взгляды человека на

определенные вещи. Первым предпринимает попытку поговорить инициатор беседы.

Основа убеждения — сознательное отношение индивида к определенной информации, оцениванию, критике, самоанализу. Убеждение построено на системе логических доводов. Они сформированы по законам логики и должны быть адекватно обоснованы тем, кто наводит убеждение. Такой вид влияния лучше всего внедрять во время обсуждений, споров, групповых дискуссий.

Основные требования к убеждению: логичность, последовательность, аргументированность, обоснованность на научно доказательных материалах.

Успешность этого вида влияния напрямую зависит от умений человека, который им пользуется. Если убеждение было внедрено удачно, то индивид примет и в дальнейшем будет руководствоваться при выборе чего-либо новой информацией. В процессе трансформируется мировоззрение. Убеждение наиболее часто используется в воспитании детей и научной полемике. Оно требует больших усилий и использования различных ораторских приемов.

Заражение — самый старый способ влияния. Чаще всего применяется по отношению к большим группам людей на стадионах, концертах. Особенно эффективен во время митингов, протестов, страйков. Быстрее всего развивается в мало сплоченном коллективе, где уровень организованности плохой или полностью отсутствует. Главный признак заражения — стихийность. В процессе такого влияния коммуникатор передает человеку свой настрой, настроение, эмоции, побуждения. Реализуется это не через общение, а через эмоциональную среду. Процесс перехода настроения одного человека к другому неосознанный. В психологии явление заражения объясняют как способ передачи эмоционального состояния одного индивида другому на психологическом уровне. Бывает, что оба человека желают провести заражение одновременно. Успешным окажется тот, чей эмоциональный заряд более сильный.

Степень заражения толпы зависит от уровня развития, силы энергетического заряда коммуникатора, психологического состояния, возраста, убеждений, степени внушаемости, самосознания, эмоционального настроя и т. д.

Заражение напоминает цепную реакцию. Изначально может заразиться один человек, который передает эмоциональный заряд другому и т. д. Этот вид влияния легче всего реализовать в толпе, так как

в такой ситуации человек становится более уязвимым. Сужается критичность к оценке и восприятию информации. Иногда заражение используют спикеры на своих тренингах. Их цель — мотивировать слушателей, буквально заразить их своей жизненной энергией.

Внушение считают самым опасным видом влияния. Это основной инструмент воздействия при разных видах гипнотерапии. С его помощью можно заставить человека выполнять определенные функции, сменить тип поведения, мышление или мнение о каком-либо объекте. Внушение заключается в снижении критичности индивида к полученной информации. Потому как отсутствует желание проверить ее на достоверность. Внушение очень эффективно, если налажены доверительные отношения собеседника и врача. Поэтому гипнолог, прежде чем внедрять внушения, пытается выстроить с пациентом контакт и лишь тогда приступает к введению в транс и навязыванию определенных моделей поведения или мыслей. Важная особенность внушения — оно направлено не на способность мыслить, а на готовность принять предложение, новые мысли, противоречивые утверждения и реализовать их. Есть 2 формы этого типа влияния — ауто-суггестия (самовнушение) и гетеросуггестия (влияние со стороны). Отличительная черта самовнушения — оно является сознательным саморегулированием. На результаты использования внушения влияют такие показатели (по отношению к спикеру): авторитетность; статус; волевые качества; уверенность в себе; категоричный тон; выразительная интонация; вера в свои силы; умение переубеждать и т. д. Внушение активно используется при подаче информации в СМИ. Другой по популярности источник внедрения этого инструмента влияния — реклама. Реализуется она с помощью ярких, коротких и запоминающихся слоганов. Это необходимо для достижения собственных выгод.

Подражание — одна из самых популярных форм поведения в межличностных контактах. Развивается она из-за закомплексованности одного из собеседников. Желая стать лучше, он начинает копировать поведение, манеру общения, ходьбу, интонацию, произношение и прочие уникальные характеристики другого человека. Подражание влияет на процесс социализации личности, ее воспитание и развитие. К этому типу влияния очень уязвимы маленькие дети и подростки, у которых еще нет точного видения себя или сформированного характера. Они подражают окружающим и тем, кого считают авторитетными. Это проявления сознательного подражания.

Несознательное подражание — результат активного влияния на психику. Рассчитывая на определенную реакцию, инициаторы стимулируют ее различными методами. Такое воздействие имеет двойной характер. В зависимости от человека, который использует подражание как инструмент влияния, результат может быть позитивным или негативным для другого индивида. Самое известное проявление подражания — мода. Это форма стандартизированного массового поведения людей. Возникает из-за навязывания определенных вкусовых предпочтений.

Второстепенные виды психологического влияния:

Один из часто используемых способов влияния — *слухи*. Это сообщения, которые поступают от определенного человека. Обычно являются ложными и используются, чтобы унижить другого индивида. Часто они не подтверждены какими-либо фактами. Люди воспринимают слухи из-за желания быстрее получить нужную информацию.

Просьба. Ситуация, когда коммуникатор обращается к кому-то с просьбой. Он может делать это спокойно или навязчиво. Результат влияния зависит от отношений между индивидами. Часто это обращение с пожеланием удовлетворить потребности коммуникатора. Секретным оружием являются ласковый голос, спокойный тон, улыбчивость и максимальная искренность и открытость. Важно умение говорить «нет». Наличие такой способности поможет избегать конфликтных ситуаций и избавлять человека от аргументации своего выбора. Криков друг на друга также не будет.

Самопродвижение (конференция) — это открытый тип влияния. Предназначен для показа своих лучших качеств, профессиональных навыков, умений. Этот способ используют люди с чувством собственной значимости. В процессе воздействия происходит открытая демонстрация профессионализма и квалификации.

Принуждение — этот вид влияния нужен для принуждения людей работать или исполнять определенные действия. В формах принуждения могут использоваться угрозы, шантаж, лишение свободы. Наиболее грубые формы — физическая расправа, насилие, ограничение свободы действий. Кроме физических средств воздействия, могут применяться моральные. Это унижения, оскорбления, субъективная критика в грубой форме. Жертва воспринимает принуждение как сильное психологическое давление и отбирание необходимых благ для нормальной жизни. Угроза может быть смертельно опасной или

предупредительной. Подразумевается возможность применения социальных санкций или физических побоев.

Нападение — одна из форм разрядки эмоционального напряжения. Осуществляется внезапная, нарочная атака на психику человека, чтобы сделать его раздражительным, нервным и агрессивным. Этот вид влияния часто используется спортсменами, особенно когда вид спорта связан с физическим контактом между 2 и более людьми. Говоря о нападении, следует сказать, что противостояние чужому влиянию — это сопротивление воздействию внушения.

Основные инструменты влияния при нападении: негативные высказывания; грубые, оскорбительные суждения; осмеивание жизни или определенных качеств; напоминание о поражениях или постыдных случаях из биографии.

Человек, использующий нападение, может навязывать свое мнение коммуникатору или давать ему советы. Часто такой индивид получает удовольствие, потому что сделал больно другому.

Аргументация — обычно используется с целью переубедить человека в неправильности его мыслей. Спикер с помощью наведения конкретных аргументов пытается переубедить человека сменить свое решение.

Главные требования к аргументации: точность; корректность; подкрепление доведенными и признанными фактами; лаконичность.

Этот вид влияния часто используется преподавателями в учебных заведениях. Пытаясь довести ученику или студенту его ошибку, они начинают наводить множество аргументов. Право ответить обычно дается тогда, когда человек уже всё обдумал и готов огласить контраргумент.

Манипуляция — одна из самых часто используемых методик влияния в повседневной жизни. Манипуляции — это скрытые побуждения к переживанию определенных состояний.

С помощью определенных фраз коммуникатор пытается повлиять на выбор, принятие решения другим человеком. Он это делает из корыстных побуждений для достижения собственных целей.

Виды психологического противостояния влиянию:

— Игнорирование. Это умышленная невнимательность, рассеянность по отношению к собеседнику. Отличается отсутствием реакции на какие-то действия другого человека. Воспринимается как признак неуважения со стороны собеседника. В определенных случаях

является единственным правильным вариантом поведения в неловкой ситуации. Используется для прощения бестактности со стороны.

— Конструктивная критика. Используется в противоречивой ситуации для доказательства собственной правоты. С помощью критики обосновывают неправильность действий, мыслей или целей. Должна быть обязательно подкреплена фактами. В обратном случае это будет не конструктивная критика, а навязчивое субъективное мнение.

— Контраргументация. Это попытка убеждения кого-то с подкреплением определенных фактов. Используется для оспаривания чужого мнения, которое полностью противоречит мыслям собеседника. Обязательное условие — подкрепление научными или всемирно признанными фактами.

— Конфронтация. Это прямое противопоставление мыслей. Проводится в прямой (жесткой и вербальной) форме или в скрытой с внедрением невербальных приемов. Часто используется психологами при проведении когнитивно-поведенческой терапии.

— Отказ. Конкретное обозначение собеседником своего недовольства или несогласия. Обычно принимается в целях отказа исполнять просьбу другого человека. Может озвучиваться мягким и спокойным тоном. В другом случае — властным, грозным голосом. Помогает избежать факта увольнения или побоев.

— Психологическая самооборона. Конкретное обозначение своих границ без выслушивания других. Помогает предотвратить поведение, контролирующее все действия человека. В процессе внедряются вербальные и невербальные приемы в виде словесных формул и интонаций. Цель, с которой употребляется психологическая самооборона, является потребностью устранить себя от участия в конфликтах, сохранить спокойствие. Так человек получает дополнительное время на обдумывание услышанной критики, манипуляций.

— Творчество. Создание образа мыслей также может быть произвольным. Оно предполагает осуществление ранее неиспользованных решений, непредсказуемых поступков. Проявляется как желание быть уникальным, а не соответствовать другим. Применяется против подражания. Формируется под влиянием тяги к самовыражению.

— Уклонение. Это стремление избегать любых форм взаимодействия с инициатором. Причинами могут быть личная неприязнь или негативный настрой против данного собеседника. Исключаются любые встречи. Происходит сокращение регламента времени, условий проведения беседы. Такое поведение нужно для личного спокойствия.

— Энергетическая мобилизация. Проявляется как сопротивление попыткам внушения, передачи, навязывания определенных действий, модели поведения, типа мышления и прочих факторов. Это преобразование любых негативных эмоций в гнев, ярость и агрессию. Иногда это происходит из-за того, что человек не знает, как реагировать на определенную ситуацию в меру своей непроинформированности. Это помогает привести свое эмоциональное состояние в тонус.

Контрольные вопросы:

1. В чём суть стереотипов? Приведите примеры стереотипов, существующих в обществе.
2. Каким образом происходит влияние стереотипов на поведение, общение, отношение?
3. Охарактеризуйте основные методы влияния на человека.

ГЛАВА 5

СТРУКТУРА МАССОВОГО СОЗНАНИЯ, ГЕНЕЗИС И ДИНАМИКА ЕГО РАЗВИТИЯ

5.1. Структура массового сознания

Структура массового, коллективного, сознания включает в себя идеи, иллюзии, представления, взгляды и, кроме того, социальные чувства людей. Массовое сознание возникает под влиянием многих факторов, как следствие непосредственных условий жизни, происходящих в обществе событий и процессов.

В западной философии и социологии массовое сознание просматривалось с различных позиций — откровенно антидемократических, отождествляющих массы с «толпой»; социально-критических, изучающих массу в качестве негативного порождения современных антигуманных типов обществ; позитивистских, связывающих появление масс с научно-техническим прогрессом, деятельностью современных СМИ. На протяжении десятилетий позитивное исследование массового сознания было запрещено из-за полной несовместимости этой проблематики с господствующими в обществе идеологическими установками.

Типичными примерами массы являются участники широких политических, социально-культурных и иных движений современности; потребители тех или иных социально престижных товаров и услуг; аудитории различных средств и каналов массовой информации; члены разнообразных любительских ассоциаций и клубов; «болельщики» футбольных и иных спортивных команд и т. п.

5.2. Общее представление об онтогенетическом формировании сознания в отечественной психологии

Структуры сознания формируются в раннем онтогенезе благодаря присвоению (интериоризации) ребенком структур такой деятельности, как общение с взрослыми.

Онтогенез — процесс индивидуального развития человека.

Человек рождается без сформированного сознания, имея лишь потенциальное начало для его становления. Эта психологическая категория возникала и совершенствовалась постепенно с развитием человечества, являясь продуктом в общественно-историческом разви-

тии. Согласно теории О. М. Леонтьева, важной детерминантой формирования сознания стала специфическая трудовая деятельность, подчиненная общественным связям и отношениям. Именно благодаря труду людей в их психике возникает специфическая форма отражения действительности — сознание. По ходу его становления усложняется мышление человека, способствуя развитию речи и интеллектуальной деятельности. Язык является необходимым условием возникновения сознания.

Появившись на свет, ребенок еще не способен сразу отделять образ мира от самого восприятия. Однако мозг имеет потенциал для этого, потому биологический фактор выступает основой для формирования сознания.

Попадая в общественные условия существования, ребенок начинает усваивать цивилизационный опыт, и таким образом социальная среда, как следующий фактор, является источником формирования сознания. Параллельно работает и активность самой личности, что выражается в деятельности.

В отечественной психологии понятие деятельности играет главную, методологически центральную роль в изучении закономерностей развития сознания и личности человека. Данное направление исследований в отечественной психологии получило название деятельностного подхода.

5.3. Зависимость структуры сознания от структуры деятельности и общения

Содержанием сознания становятся те объекты и стороны познаваемой действительности, которые включены в деятельность.

Активность (как психическое отражение) закладывается и реализуется в предметной деятельности и затем становится психическим качеством человека.

Сознание формируется и проявляется в деятельности. На сегодняшний день имеются принципиальные расхождения и трудности в трактовке понятия деятельности, выборе оснований для ее классификации и адекватных методов исследования.

Для иллюстрации этих трудностей можно привести далеко не полный перечень различий между формами и видами деятельности, существующих в современной науке: материальная и духовная, внешняя и внутренняя, непосредственная и опосредствованная, про-

извольная и произвольная, индивидуальная и коллективная творческая и репродуктивная и т. д.

Деятельность также разделяют на исполнительную и познавательную (перцептивная, мнемическая, умственная или мыслительная). Также можно дифференцировать деятельность по целям, мотивам, предметному содержанию, способам осуществления, результату, условиям, при выборе средств, степени свободы в постановке цели. Так одна деятельность может быть описана с помощью многих систем отчета.

Основная задача психологического исследования деятельности состоит в разработке теоретического и методического плана данной проблемы, с учетом основных черт деятельности, выявления ее собственных, имманентных ей свойств, законов ее движения.

Сознание и деятельность являются, по сути, основополагающими характеристиками человеческого существования, трактующими саму его человечность. Своеобразное отношение человека к миру связано с наличием у него сознания. Человек выступает как часть бытия, сущего, осознающая в принципе все бытие. Осознающий — значит охватывающий все бытие. Созерцательность при этом не должна быть понята как синоним пассивности, страдательности, бездеятельности человека.

Она, в соотношении с действием, является другим способом отношения человека к миру, бытию, способом чувственного эстетического, познавательного отношения.

5.4. Отражение в массовом сознании различных форм сознания — правового, этнического, политического, профессионального и др.

В массовом поведении важнейшую роль несет массовое (общественное) сознание, которое принято понимать как отражение материальных условий жизни, отношений и труда. При этом массовое сознание воспринимается как фундамент всех отмеченных компонентов и имеет определенное количество некоторых особенностей: является производным, прежде всего, от экономического базиса социума и по содержанию охватывает все его социально-политические и экономические проблемы; носит многоярусный системный характер, обеспечивающий полноценную интеграцию различных форм сознания (правового, этнического, политического, профессионального, стихийного и др).

Проявляется на трех уровнях:

1) индивидуальном (отдельного человека);

- 2) групповом (малых групп);
- 3) целостном (общественном).

Массовое сознание несет преобразующую функцию в поведении и отношениях. Массовое сознание объясняет характер таких социальных явлений, как массовое мнение, поведение и настроение. С его организующим началом принято связывать вектор направленности и характер организованного поведения групп людей.

К массовым социально-психологическим явлениям непосредственно относится общественное мнение (публично выраженное и распространенное суждение), которое несет в себе реальную оценку и объективное отношение к какому-либо событию, представляющему интерес для общности.

Общественное мнение проявляется в некоторых функциях:

- 1) регулирует и предписывает определенное поведение;
- 2) выражает и отражает оценки событий и фактов.

Формы проявления общественного мнения:

- а) оценка, жалобы;
- б) советы, пожелания, одобрения;
- в) недовольство, осуждение, неодобрение, несогласие, протест.

При этом различают как обоснованные, так и необоснованные формы общественного мнения.

Формирование общественного мнения происходит следующим образом:

- 1) решается задача общей информированности населения, формулируется проблема, раскрывается и объясняется ее актуальность;
- 2) прилагаются усилия для эффективного повышения уровня компетентности людей в данном вопросе;
- 3) достижение его возможно большей распространенности.

Общественное мнение выступает совокупно с настроением, которые, вместе взятые, образуют так называемое умонастроение.

Массовое настроение — это более или менее устойчивое эмоциональное состояние общностей, которое окрашивает все их переживания. Настроение и мнение тесно взаимосвязаны.

Настроениям присущ особый динамизм, который выражается, во-первых, в способности переходить от одного состояния к другому; во-вторых, в подверженности к колебаниям и изменениям коренным образом в самый незначительный срок.

5.5. Свойства массового сознания

Свойства массового сознания:

Актуальность — нацеленность на самые распространенные проблемы, затрагивающие интересы большинства населения. То есть информация любопытна и затрагивает интересы общества. Поэтому в массовом сознании быстро распространяются слухи и сплетни. Часто сообщения начинаются со слов: «говорят», «я слышал», «передавали по телевизору».

Заражаемость — быстрое распространение информации в массовом сознании.

Эмоциональность — яркость, интенсивность и быстрая смена настроений, рейтингов, отношения к лидерам.

Иррациональность — необъяснимость с научной точки зрения состояния и смены настроений массового сознания.

5.6. Индивидуальный, групповой и общественный уровень проявления массового сознания

Сознание — высшая форма психической активности человека как социального существа; отражение реальности в форме чувственных и умственных образов и проектирования.

Общественное сознание — целостное образование, обладающее определенной внутренней структурой, которое включает различные уровни и формы сознания.

Определенным образом упорядоченная структура общественно-го сознания обеспечивает отражение природы и общественного бытия людей, материальной и духовной жизни общества в идеях, представлениях, концепциях и теориях.

Общественное сознание представляет собой особый социальный феномен, отличающийся собственными, свойственными лишь ему характеристиками, специфическими закономерностями функционирования и развития.

Благодаря способности объективно отражать мир и жизнедеятельность человека в многообразии их проявлений общественное сознание выполняет свое социальное назначение: быть способом совмещения отношений людей и предметного мира их деятельности, редактирования индивидуальных сознаний.

Уровни общественного сознания:

- 1) обыденное,
- 2) теоретическое.

Обыденное сознание — это низший уровень общественного сознания, его неотъемлемой частью является подсистема общественного сознания, которое отражает простые, зримые отношения между людьми, между людьми и вещами, а также человеком и природой. Теоретическое сознание делает жизнь людей более осознанной, способствует более глубокому развитию общественного сознания, поскольку раскрывает закономерную связь и сущность материальных и духовных процессов.

Объективный фактор жизнедеятельности человека составляет предпосылку становления общественного содержания индивидуального сознания, а личное бытие человека включает в себя и бытие общества, и в этом смысле человек общества, или общественный человек, одновременно выступает носителем индивидуального и общественного сознания.

Индивидуальное сознание — это духовный мир личности, отражающий общественное бытие через призму конкретных условий жизни и деятельности данного человека. Это совокупность идей, взглядов, чувств, свойственных конкретному человеку, в которых проявляется его индивидуальность, неповторимость, отличающая его от других людей.

Диалектика взаимосвязи индивидуального и общественного сознания — это диалектика взаимосвязи единичного и общего. Общественное сознание складывается на основе сознания отдельных людей, но не является их простой суммой.

Индивидуальное сознание человека многообразнее и ярче общественного сознания. Однако оно не достигает той глубины, которая присуща общественному сознанию, охватывающему все стороны духовной жизни общества.

Вместе с тем индивидуальное сознание отдельных людей в силу их достоинств в отдельных областях знания может подниматься до уровня общественного. Это возможно, когда индивидуальное сознание приобретает общественное, научное значение, выражает идеи, совпадающие с общественными потребностями. Любой индивид есть носитель общественных взглядов, привычек, традиций, берущих свое начало из глубины веков. Человек не может быть изолированным от общества и общественных идей.

Кроме того, следует подчеркнуть и тот факт, что и сам человек выступает не просто субстратом (носителем) сознаний, а активным субъектом. Владея избирательной способностью, индивид общества адаптирует из общественного сознания то, что для него является наиболее значимым или приемлемым, то, что наиболее точно отражает его интересы, за которыми скрываются его потребности.

В функционирующем сознании общественное и индивидуальное неотрывны друг от друга. Все содержание общественного сознания черпается из саморазвития индивидуального сознания, которое само вполне содержательно в общественном смысле.

Общество — сложное материальное образование, состоящее из множества различных социальных групп. Такими группами являются классы, сословия, интегральные, этнографические, демографические и профессиональные группы. Каждая группа является субъектом определенного сознания, и в этом смысле можно говорить о групповом сознании.

Групповое сознание — тип общественного сознания; совокупность групповых чувств, ценностных ориентаций и идеалов, представлений о групповых целях, путях и средствах их достижения.

Групповое сознание диалектически связано с общественным сознанием и индивидуальным как особенное. Оно складывается на основе индивидуального, но, как и общественное сознание, не представляет собой простой суммы индивидуального, хотя и отражает бытие социально-экономических и политических условий жизни каждой группы людей. В то же время групповое сознание опосредуется общественным сознанием и выступает как элемент или подсистема общественного сознания, входя в него частью своих элементов.

5.7. Преобразующая роль массового сознания в поведении и отношениях людей

Обобщение достижений современного научного анализа проблемы массового политического поведения позволяет в рамках политической психологии выделить наиболее существенные признаки данного феномена. Массовое стихийное поведение — это термин политической психологии, которым обозначают различные формы поведения толпы, циркуляцию слухов, паники и прочих массовидных явлений. Прежде всего, следует отметить, что его характер и направленность зависят и определяются массовым сознанием.

В массовом поведении сказывается детерминирующая роль массового сознания, которое понимается как отражение материальных условий жизни, труда и отношений. При этом массовое сознание рассматривается стержнем всех отмеченных компонентов и имеет ряд особенностей:

— является производным, от экономического базиса общества и по содержанию охватывает все его социально-политические и экономические проблемы;

— носит многоплановый характер, обеспечивающий интеграцию различных форм сознания — правового, этнического, политического, профессионального, стихийного и др.;

— проявляется на трех уровнях — индивидуальном, групповом и целостном;

— играет активную роль преобразования в поведении и отношениях.

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

Толпа рассматривается политической психологией как множество людей, не связанных между собой общей целью и единой позиционно-ролевой организацией, но объединенных общим центром внимания, сходством эмоционального состояния и в некоторой степени проявляющих массовое сознание.

Толпа — разновидность социального организма. По характеру чувствования и поведенческого реагирования она существенно отличается от организованной группы и требует кардинально иных механизмов, приемов и навыков управления. В частности, сконцентрированная масса людей обычно приобретает некоторые свойства толпы, сохраняя при этом и качества организованной группы.

Причины к возбуждению недовольства или энтузиазма толпы могут быть самыми разнообразными, начиная от повышенной активности Солнца и заканчивая падением курса национальной валюты.

Исследователи подчеркивают, что в толпе человек чувствует себя анонимным, что подталкивает его к действиям более рискованным и безответственным. Эти действия могут быть героическими, но в той

же мере вероятны насилие, вандализм и хулиганство. Иррациональность поступков объясняется стадным чувством, которое позволяет отдельным участникам отключить свою волю, сознание и действовать по законам толпы.

Толпа как тип социальной группы характеризуется однородностью структуры. В ней либо вообще нет лидера, либо, если он появляется, то все члены группы делятся на две роли: лидер и его последователи. При этом власть лидера бывает неограниченной, так как его последователи не размышляют, а слепо следуют его приказам.

Механизмы образования толпы:

- 1) слухи,
- 2) циркулярная реакция.

Слух — процесс передачи эмоционально актуальной информации по средствам коммуникации.

Циркулярная реакция — это процесс обоюдного заражения, по мере интенсификации которого взаимодействие между индивидами опускается с семантического на психофизиологический уровень.

Контрольные вопросы:

1. Что включает в себя структура массового сознания?
2. В каких функциях проявляется общественное мнение?
3. Перечислите формы проявления общественного мнения.
4. Каким образом происходит формирование общественного мнения?
5. Охарактеризуйте свойства массового сознания.
6. Какие особенности присущи массовому сознанию?

ГЛАВА 6

ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ МАССОВОГО СОЗНАНИЯ. ВЛИЯНИЕ МАССОВОГО СОЗНАНИЯ НА ВОЗНИКНОВЕНИЕ МАССОВЫХ БЕСПОРЯДКОВ

6.1. Формирование массового сознания.

Зависимость массового сознания от общественного мнения и массового настроения

Массовое сознание представляет собой одну из разновидностей общественного сознания, самую осязаемую форму его реализации. Данный вариант общественного сознания относится к «массе», под которой стоит понимать большую группу людей, внутри которой отсутствует структура. Массовое сознание предполагает, что элементы сознания, свойственные различным большим и малым группам социума, имеющим классический характер, в определенный промежуток времени совпали. В то же время нельзя понимать массовое сознание лишь как подобное совпадение. В результате совмещения состояния разных групп, лишившихся прежней структуры, образуется дополнительное, ранее не существовавшее качество. Массовое сознание по преимуществу имеет обыденный характер, это обусловлено тем, что источники его возникновения не имеют специфического характера, также затруднительно выделить субъекта, который бы являлся носителем массового сознания.

Массовое сознание состоит из двух уровней, базового, аффективно-деятельностного и производного, рационального. Массовое сознание в стандартном случае базируется на интенсивном переживании определенной ситуации в социуме, которая вызывает обеспокоенность значительного круга лиц.

Массовое сознание очевидным образом выражается в массовом поведении. При этом не каждый акт можно воспринимать таким образом. Речь, прежде всего, о действиях, носящих незапланированный, стихийный характер. При этом требуется, чтобы разные большие массы людей воспроизводили такие действия в определенных ситуациях.

Массовое сознание носит эмоциональный, передающийся, фрагментарный, мобильный и нестабильный характер. Его направленность во всех случаях конкретна. Такое сознание непоследовательно, склонно к колебаниям, неопределенно и не имеет четких форм.

Предпосылкой для формирования массового сознания становится не только одинаковость условий существования лиц, включенных

в массу, и не только однородность их опыта. Фактором, вызывающим возникновение массового сознания, становится непрерывный процесс взаимодействия людей, которое может иметь разный характер и происходит, даже если они не производят никакой общей деятельности. В процессе подобных контактов их участники общими усилиями формируют разделяемые ими идеи, установки, стереотипы, подходы, именно они и служат материалом для возникновения массового сознания.

Развитие массового сознания обусловлено тем, насколько значительное количество людей разделяет определенное психическое состояние. Элементы массового сознания зарождаются и развиваются в классических группах, но в дальнейшем они выходят за их пределы, приобретая популярность у участников иных групп и страт социума. В ином случае эти элементы затухают, теряя популярность. В результате коллективный субъект массового сознания и поведения уменьшается.

Среди макроформ, в которых может быть выражено массовое сознание, требуется упомянуть массовое поведение и общественное мнение. Под общественным мнением понимают установку массового сознания на некое отношение к определенным социальным феноменам, ситуациям или группам. Общественное мнение пронизывает весь социум.

Общественное мнение нельзя представлять как сумму сознаний разделяющих его индивидов. Это мнение служит выражением сознания текущего социума, запросов, переживаний и настроений различных социальных страт и групп. Общественное мнение служит слепком общественного сознания в ограниченный период функционирования социума. Это мнение сосредоточено на определенных аспектах существования. Все, что включается в общественное мнение, позволяет судить о степени понимания процессов и их оценке определенной социальной стратой, а также всем населением. Итак, общественное мнение стоит рассматривать как подход к тем или иным явлениям социальной жизни, которого придерживаются определенные страты, который выражается сначала в высказываниях, а впоследствии — в действиях. Общественное мнение стабильно, носит выраженный характер и разделяется многими индивидуумами. Существенный фактор, обуславливающий формирование общественного мнения, — социальные интересы представителей различных групп. Общественное мнение подразделяют на уровни (бытовой и теоретический) и формы (религиозное, юридическое и пр.).

Общественное мнение может соответствовать действительности либо быть некорректным. Оно может формироваться спонтанно или возникает в результате усилий государственных учреждений или СМИ. В частности, в 30-е годы прошлого века в СССР пропаганда побуждала людей быть нетерпимыми к тем, кто думал иначе, чем было принято. В результате общественное мнение требовало казни не согласных с ним.

Массовое сознание — форма, в которой выражается общественное сознание на кризисных, переломных этапах существования социума. В эти моменты общество не проявляет любопытства к научному знанию. В ситуации стабильности массовое сознание остается на бытовом уровне. В то же время стоит помнить, что в массовое сознание могут включаться элементы различных типов сознания. В частности, социально-профессиональные группы могут обладать сознанием с элементами, характерными для представителей определенных общностей, не воспринимаемых как группа. В частности, именно такой общностью в советскую эпоху была очередь за дефицитным продуктом. Такой подход предполагает, что выражения массового сознания имеют незапланированный характер и становятся проявлениями стихийного, несущественного пути развития.

В то же время массовое сознание стоит понимать и как независимое явление. Следовательно, это сознание можно рассматривать как относящееся к конкретной группе, объединенной в субъект, обозначаемый как «масса». Это сознание отражает важные обстоятельства, характерные для данного социума и становится реакцией на их осознание, при условии, что эти обстоятельства оказывают воздействие на жизнь представителей разных социальных страт, что приводит к тому, что они оказываются в сходном положении, несмотря на их различия. В соответствии с этим подходом массовое сознание — более глубинный феномен, оно служит выражением для базовой действительности и только впоследствии у него возникают психологические характеристики общественной определенности.

Массовые настроения относятся к особым психическим состояниям, охватывающим широкий круг людей. Через сплочение народа, настроения служат основой многочисленных движений массового общества, по большей части обуславливая их характерные черты и направление. Однозначным свидетельством ухода старых времен и единоличного принятия решений правящими кругами, не учитывающими массовые настроения и не обеспеченные поддержкой народа,

свидетельствует решение, принятое правительством США в 70-х годах прошлого века, — прекратить войну и вывести войска с социалистической республики Вьетнам. Также акт необоснованного внешнего вмешательства во внутренние дела независимых арабских и европейских государств (Афганистана, Ирака, Югославии) породил массовые настроения неприятия стран Североатлантического блока НАТО по всему миру.

Массовые настроения наиболее ярко выражаются в политической плоскости. Очевидна связь политико-психологической природы массовых настроений с различием в двух факторах:

а) притязаниях (ожиданиях), характеризующихся едиными интересами и нуждами людей;

б) условиях социальной политики, существующих в стране.

При расхождении притязаний и ожиданий, вступающих в конфликт со способами их ублагоустройства, возможно возникновение отрицательных массовых настроений. В случае подкрепления притязаний людей возможностью появления реальных достижений в обществе формируются положительные настроения. Следовательно, пути управления массовыми настроениями находится в двух аспектах. Под первым понимается плоскость виртуального воздействия, преследующего цель: манипулировать стремлениями и ожиданиями народа, под вторым — реальный аспект, преследующий цель изменения условий воплощения стремлений и ожиданий.

В случае, когда настроения людей являются следствием эмоциональной составляющей массового сознания, общественное мнение является его когнитивным аспектом. Под общественным мнением понимаются состояния массового сознания, вызванные отношением разных социальных слоев к конкретным событиям, связанным с социально-политической жизнью государства. Суть общественного мнения обусловлена обостренным интересом людей к важным, полемичным проблемам различной направленности. Стоит заметить, что соразмерность и «здравомыслие» общественного мнения зависит от степени развитости в обществе таких понятий, как демократическая свобода и его политическая культура.

Важнейшая содержательная характеристика общественного мнения заключается в его функции.

1) Влияние контрольной функции. Невзирая на условия функционирования общественного мнения, оно стоит на определенной позиции относительно тех или иных фактов, событий жизни социума.

2) Роль консультативной функции. Подаются советы по способам решения тех или других задач.

3) Роль директивной функции. Госструктуры опираются на общественное мнение, принимают его, чтобы поддержать те или другие решения, скажем, придание законодательного характера референдуму.

4) Влияние оценочной функции (аксиологической). Общественное мнение служит критерием одобрения или осуждения действий таких институтов, как партия, социальная группа, политический лидера.

5) Роль экспрессивной функции.

6) Нормативной.

7) Аналитической и других.

Общественное мнение определяет непосредственно его форму. Основная форма общественного мнения включает кластер вербальных и невербальных оценочных суждений.

У массового сознания, как интегративной детерминанты массового поведения, существуют особенности: высокая динамичность, непоследовательность и стихийность, поскольку ее формирование и трансформация связаны с более широким и мобильным спектром факторов; существенная зависимость от стабильности интеграционных процессов разноплановых, реально функционирующих факторов и условий; неоднозначное и противоречивое проявление на разных уровнях, таких как индивидуальный, групповой и массовый.

Массовым сознанием обуславливаются такие явления, как массовые мнения, настроения и поведенческие реакции. Его организующее начало определяет направление и характерные черты организованных и стихийных поведенческих реакций. Поэтому изучение интересующего феномена — стихийного массового поведения как разновидности массового поведения, должно учитывать влияние на его характер массового сознания и массового мнения.

6.2. Стихийное поведение как реакция людей на политический и экономический кризис и нестабильность

Основываясь на результатах анализа практического опыта, можно прийти к выводу о том, что стихийное поведения в своем большинстве выступает в качестве массовой реакции людей на политический кризис и отсутствие стабильности. Среди характерных особенностей этой реакции можно выделить выдвижение на первый план иррациональных, инстинктивных чувств, в то время как осознанные и прагматические отодвигаются на второй план. Совокупность пси-

холологических факторов, включая нарастание чувства неуверенности, страх, отсутствие доверия с СМИ приводят к возникновению и распространению слухов, паники и агрессивных форм поведения. Эмоциональный фон людей, являющихся частью массы, распространяется по своим законам — это многократное усиление эмоциональной составляющей из-за заражения и внушения, в данном случае речь идет о циркулярной реакции.

Важно сделать акцент на понимании того, что описываемые действия могут проявляться стихийно, и в большинстве случаев находятся заинтересованные стороны в виде политических сил, которые используют этот эффект стихийности для получения собственной выгоды. Легче всего распространению стихийных форм политического поведения поддаются маргинальные группы, что обусловлено потерей традиционного набора ценностей, стандартных и принятых в обществе социальных ориентиров, отчуждением. Быстро меняющиеся условия жизни являются основой для проявления протеста против стирания религиозных, национальных, расовых барьеров, выступающих в качестве фундамента их мировоззрения.

Можно выделить перечень ценностей и целей, установок и стилевых особенностей, характерных для экстремистского поведения. В первую очередь целесообразно рассмотреть духовную ущербность и антиинтеллектуализм таких движений. Их позиция базируется на предрассудках, которые разделяются представителями маргинальных групп. При этом общая идея не позиционируется как основной механизм и основная ценность, разделяемая всеми участниками экстремистских движений. Их основа представлена бессознательными структурами, эмоциями, инстинктами, верованиями, предрассудками. Политические лидеры, преследующие свои цели, используют и насаждают стихийность, что позволяет им объединить людей под своим началом.

6.3. Понятие, причины и механизм массовых беспорядков

Под массовыми беспорядками принято понимать негативно ориентированное социальное явление, представляющее опасность для общества, которое рассматривается, как преступление и за него предусмотрена уголовная ответственность в соответствии со ст. 212 УК РФ.

Для предупреждения и противостояния массовым беспорядкам важно ознакомиться с их особенностями и механизмом возникновения и протекания.

В этом контексте целесообразно в первую очередь обозначить причины, обуславливающие возникновение массовых беспорядков в обществе. К ним можно отнести:

— Социально-экономические причины (дефицит товаров и продуктов первой необходимости, катастрофическая инфляция, высокий уровень безработицы);

— Политические причины (произвол властей, несоблюдение законных прав и интересов граждан, недовольство выбранным правительством политическим курсом);

— Этнические причины (нарушение прав национальных меньшинств, преобладание в значимых сферах общественной жизни представителей не коренной национальности);

— Религиозные причины (разногласия между людьми, исповедующими разные религии);

— Криминальные причины (борьба за влияние между криминальными элементами);

— Иные (в качестве примера можно рассмотреть футбольных фанатов).

Основа массовых беспорядков — это неразрешенные противоречия, которые переросли в прямое противостояние, конфликт. Они могут быть преднамеренными — являющимися результатом действия определенных социальных сил, или непреднамеренными — возникшими стихийно под воздействием объективных факторов.

Толпа, целью которой являются массовые беспорядки, имеет свои отличительные социально-психологические особенности. Люди, попадая в толпу, оказываются под ее влиянием, результатом этого является проявление следующих психологических изменений:

— преобладание эмоций над интеллектом;

— формирование чувства силы и осознание анонимности;

— повышение групповой внушаемости;

— необходимость в лидере для достижения поставленных целей;

— подавление чувства ответственности за совершаемые действия и поступки;

— проявление жесткости, агрессии или самопожертвования;

— быстрый эмоциональный спад после достижения цели или поражения.

Учитывая, что беспорядки массового характера бывают совершенно разными в каждой ситуации, в процессе их подробного изуче-

ния и наблюдения мы можем определить и обобщить подобный этому механизм образования таковых.

В любом случае представленный выше процесс состоит из трёх стадий, присутствующих при любом роде развития таких беспорядков:

1. Осложнение обстановки.
2. Появление повода для совершения беспорядков массового характера и реализации их в действие.
3. Обстановка, сформированная вследствие беспорядков.

На первой стадии зарождаются предпосылки для массового антисоциального поведения. В такой обстановке возникает социальная напряжённость, накапливание недовольств, всевозможных массовых настроений негативного характера, выступающих в качестве «горючего» материала и способных к обострению обстановки по какому бы то ни было незначительному поводу.

Появление всего вышеперечисленного способствует формированию кризисной ситуации, характеризующейся нездоровыми мнениями и настроениями, сведениями, наводящими тревогу, слухами, недовольством по отношению к действиям правительственных учреждений; ухудшением качества жизни вследствие того, что падает производство, возникает инфляция, растут цены и т. д.; понижением авторитета власти, объединением оппозиционных представителей и появлением человека с качествами лидера, получившего авторитетный статус в подавляющей массе населения. Недовольства бывают обоснованными не в каждой ситуации, но в случае, когда они доходят до наивысшей своей отметки и сопровождаются чувством несправедливости, может начаться беспорядок массового характера.

Вторая стадия характеризуется самым непосредственным началом беспорядков. В этой ситуации на формальном уровне возникает повод для совершения тех или иных действий, используемый зачинщиками беспорядков как детонатор. Это может быть такое событие, которое способно к оправданию участников совершаемых эксцессов, приданию их решениям и действиям «справедливого» характера и предоставлению возможности втягивания в данные события большого количества людей. Массовые беспорядки уникальны тем, что в случае их наступления они приобретают не зависимый от спровоцировавших их факторов характер. Так что при исчерпании всех этих причинных связей необязательно, что они закончатся.

Третья стадия представляет собой возникшую после ликвидации беспорядков ситуацию. Нормализация обстановки происходит здесь

отнодь не сразу. В любое время возможны осложнения из-за всякого рода слухов и неудовлетворённости итогом предыдущих событий. У людей реакции на беспорядки массового характера могут быть разными: здесь возможно и депрессивное состояние, и мобилизационное, так что здесь опасения в плане того, что они могут возобновиться, небезосновательны.

6.4. Признаки и психологическая характеристика агрессивной толпы. Средства управления агрессивной толпой

Агрессивная толпа — сборище людей, которое настроено на причинение вреда, разрушения и уничтожение всего, что окажется на пути.

Агрессивная толпа в процессе формирования проходит ряд этапов:

1. Возникновение повода — событие или факт, привлёкший внимание людей, и, зачастую, неправильно ими истолкованный.

2. Появление первых тревожных слухов — формирование точки зрения людей на событие. Слухи — это передача эмоционально значимых для аудитории сведений.

3. Брожение умов — рост численности группы и превращение ее в толпу (слухи упрощаются, распространяются и претерпевают сильную трансформацию).

4. Превращение толпы в угрожающе действующую — циркулярная реакция, кружение (люди приходят в движение), формирование образа врага и готовность к активным действиям.

5. Превращение толпы в агрессивно действующую — развертывание антиобщественного поведения людей, то есть собственно массовые беспорядки.

Агрессивная толпа — самый опасный вид действующей толпы. Она разнородна по составу, по целям и преобладающим эмоциям составляющих ее индивидов.

Структура агрессивной толпы:

1. Ядро толпы — люди, определяющие цели (не исключено наличие лидеров (зачинщиков), направляющих толпу против определенного объекта).

2. Активные участники толпы — лица, принимающие цели.

3. Стяжательная часть толпы — лица, которые воспользовались сложившейся ситуацией для личного обогащения (разбои, грабежи).

4. Любопытствующая часть толпы — лица, слабо понимающие цели и суть происходящего, но в силу любопытства и под влиянием

эмоционального возбуждения примкнувшие к толпе. Они являются самой разряженной частью толпы.

Эффективные средства управления агрессивной толпой:

1. Переориентирование внимания индивидов, составляющих толпу.

2. Объявление по громкоговорителю о том, что скрытыми камерами осуществляется видеосъемка участников толпы.

3. Обращение к участникам толпы с названием конкретных фамилий, имен, отчеств, наиболее распространенных в данной местности.

5. Применение мер по захвату и изоляции лидеров толпы.

6. Распространение в толпе слухов, которые могут вызвать страх: «Они идут! У них оружие!».

7. Сильное шоковое воздействие (использование водометов).

8. Использование быстрой ритмичной музыки.

Классификация видов толпы весьма условна, так как важным свойством толпы является ее превращаемость. Если толпа образовалась, она способна сравнительно легко превращаться из одного вида в другой. Самый элементарный пример спонтанных превращений можно увидеть на футбольном матче. С началом игры конвенциональная толпа превращается в экспрессивную, и важнейшая задача организаторов — принять все необходимые меры, чтобы в ходе матча или по его окончанию предотвратить ее превращение в агрессивную, в стязательскую (когда тысячи возбужденных болельщиков одновременно устремляются к единственному выходу) или в паническую (спровоцированную дракой, пожаром, стрельбой и т. д.).

Как помочь себе и тем, кто рядом, если Вы оказались в толпе:

1. Передвигайтесь по ходу движения толпы.

2. Будьте дальше от витрин, не хватайтесь за деревья, столбы: старайтесь избегать тех мест, где толпа может Вас зажать.

3. Ни в коем случае не спускайтесь в метро или подземный переход, так как в силу ограниченного пространства там возникает большая вероятность причинения травм.

4. Старайтесь выбраться из центра толпы к периферии. В ядре аккумулируется эффект циркулярной реакции, и оказавшись там, сильнее испытывает его влияние. Главное правило: проникая в толпу, думай, как будешь из нее выбираться.

5. Застегните наглухо всю одежду, снимите шарф, постарайтесь исключить все, что может зацепиться.

6. Освободите руки от всех предметов, согните их в локтях.

7. В ряду сцепитесь друг с другом локтями, при этом ритмично выкрикивайте хором несколько слов, например: «Не толкай!».

8. Не нагибайтесь за упавшими вещами, что бы Вы ни потеряли. Нет ни единой вещи, которая была бы дороже Вашей жизни.

9. Старайтесь удержаться на ногах. Если Вы упали, то необходимо свернуться быстро клубком, закрыть голову руками, поджать ноги и попытаться рывком встать с земли по ходу движения толпы.

10. Не приближайтесь к агрессивно настроенным лицам и группам лиц.

Наблюдения за поведением толпы показывают, что вне зависимости от религиозных убеждений, этнической принадлежности, уровня культурного развития люди в толпе во всех странах мира ведут себя одинаково. Эмоциональное возбуждение, присущее толпе, стирает расовые, этнические и культурные различия. Человек как бы выпадает из культуры, приходит в первобытное состояние, где им заведуют инстинкты.

Феномен стихийного массового поведения людей в современном цивилизованном обществе привлекает не менее пристальное внимание, чем прежде. В обыденном представлении хаос, беспорядок — это и отсутствие закономерностей, и неуправляемость. Между тем сегодня ученые на разнообразном материале показали, что всё не столь однозначно. Хаос и порядок относительны, хаос всегда по-своему детерминирован, и чем хаотичнее система, тем более простым закономерностям она подчиняется.

Контрольные вопросы:

1. Охарактеризуйте этапы формирования агрессивной толпы.
2. Каков механизм развития массовых беспорядков?
3. Охарактеризуйте агрессивную толпу.
4. Какие правила необходимо соблюдать при попадании в толпу?

ГЛАВА 7

ЯЗЫКОВЫЕ И ОБРАЗНЫЕ СРЕДСТВА ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ТОЛПУ. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОПАГАНДЫ

7.1. Восприимчивость толпы к словам и образам

Человеческое сознание — достаточно сложный объект для изучения, и загадок в человеческом поведении великое множество. Исследователи социальных феноменов имеют неодинаковые мнения о том, что собой являют толпа и масса людей, чем отличается поведение индивида в данных скоплениях, каким образом возможно воздействие на их поведение.

Часть исследователей отождествляют понятия толпы и массы (Г. Лебон, Э. Канетти, С. Московичи), часть разграничивают их особенности функционирования психики и поведения (Х. Ортега-и-Гассет, Л. Г. Почебут, З. Фрейд, Г. Блуммер, Р. Парк, Б. Д. Парыгин, В. Е. Семенов, С. К. Роцин), различны и подходы к определению того, какое значение для человека и человечества имеет данный феномен.

Так как изначально понятия «масса» и «толпа» не разграничивались, и так как в современном русском языке используется множество различных синонимов понятия «масса», расшифровать его стало крайне сложно. Из-за этой неопределенности часто сопоставляют понятия «психология масс» и «психология толпы». Хоть эти понятия и не идентичны, психология масс есть порождение психологии толпы.

Знание особенностей формирования толпы и массы, закономерностей и особенностей психики людей дает возможность координировать массовое поведение через корректировку массового сознания и впоследствии воздействовать на толпу. Явление больших скоплений людей вызывает и тревогу, и интерес, и недоумение.

Толпа представляет собой бесструктурное скопление индивидов в одном месте. Участники толпы связаны между собой лишь организующим фактором (общим эмоциональным состоянием) и общим объектом внимания. В этом сообществе нет системы, порядка и единой цели, здесь не установлены конкретные нормы поведения, отсутствуют общие привычки. Поэтому люди в толпе ведут себя как абсолютно посторонние индивиды. Толпа — временный «организм»; временность и ситуативность существования являются её основными свойствами.

Преобразование психики индивида в толпе имеет ряд особенностей. Присоединившись к такому скоплению, отдельная единица — человек, как бы «теряет себя»: снижается его когнитивный потенци-

ал, снимаются многие барьеры, стираются индивидуальные различия между ним и другими участниками. Теперь он ведет себя «как все» и легче поддается влиянию, ему моментально передается настроение и поведенческие импульсы толпы. Реакция начинается с того, что человек соглашается считать чужие ощущения и мысли — своими. Психологически сложным становится оспаривание мнения группы, однако и погрешность у данного механизма тоже есть: иногда сила большинства оказывается неспособна подчинить человека себе.

Мы все — уникальные личности, способные принимать самостоятельные решения, особенно когда окружающие не правы. Но массовое сознание закономерно стремится к упрощению и к конкретизации информации, поэтому толпе свойственна вовсе не рациональность идей, а их иллюзорность. Таким образом, чтобы идея была целиком принята (либо полностью отвергнута) толпой, эта идея должна быть оформлена как яркий образ.

Человек склонен легко менять оценку ситуации, находясь под влиянием окружающих, и первые эксперименты социальной психологии демонстрировали по большей части именно эффект внушения и подчинения.

С. Милгрэма установил некоторые закономерности образования толпы по результатам проведения серии экспериментов. Во-первых, притягательная сила толпы и скорость ее роста зависят от численности данной толпы. Во-вторых, притягательность зависит от характера инициирующего события (чем интереснее событие, тем быстрее растет численность толпы).

Объяснить данное явление можно, в частности, тем, что люди всегда были склонны к подражанию. Если одна группа общества делает что-то, другие начинают за ней повторять. Всё это происходит потому, что люди — стайные существа, и от согласия внутри общества раньше зависело выживание.

7.2. Психологическая характеристика слов и образов, которые способны оказать влияние на толпу

Создание вдохновляющих образов в первую очередь зависит от умелого применения слов и вербальных формул. Могущество слов находится в тесной связи с вызываемыми ими образами и совершенно не зависит от их реального смысла. При этом абстрактные слова, смысл которых менее всего определен, зачастую обладают наибольшей действенностью. К таковым словам Московичи относил следующие тер-

мины: демократия, социализм, равенство, братство, любовь и т. п. Между тем, подобные слова образуют синтез всех бессознательных разнообразных стремлений и надежд на их реализацию, как будто на самом деле в этих словах скрыто разрешение возникающих проблем.

Ни рассудок, ни убеждение не в состоянии бороться против известных слов и известных формул.

Сильный и авторитетный человек должен осознавать, что толпа понимает только прямые, громкие и твердые фразы. Вместе с этим необходимо пользоваться разными речевыми приемами: утверждениями, повторениями, преувеличениями. Так как в бесструктурном скоплении людей, в толпе, главным инструментом воздействия на участников является эмоция, то речь воздействующего сводится к экспрессивным лозунгам, командам, эмоциональным призывам и лестным оценкам в адрес толпы.

Лидер осуществляет манипуляции речью с таким использованием и оформлением языковых средств, исполнение которого ведет к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями. Он должен найти «говорящие» слова, как-то окрестить вещи, любимые или ненавидимые массами, сжав их в краткие формулировки.

7.3. Психологическая характеристика человека, способного оказать влияние на массу людей.

Умение производить впечатление на толпу как искусство управлять ею

Первое впечатление о человеке, который ставит своей целью воздействие на толпу, играет очень большую роль в установлении и развитии контакта его с участниками толпы. Потенциальному лидеру необходимо создать о себе благоприятное впечатление. Первое впечатление складывается на основе восприятия внешнего вида, экспрессивных реакций (жестов, мимики, походки), голоса, речи и психологических особенностей. Главным личностным качеством, делающим лидера привлекательным для его последователей, можно назвать харизматичность. Обаяние может складываться из противоположных чувств, например, восхищения и страха, и быть двух видов: приобретенное и личное. Когда мы пытаемся объяснить, почему послы этих людей столь эффективны, то главными причинами называем их стратегии, прозорливость или великую идею. Но на самом деле определяет, приведут ли усилия лидера к желаемому ре-

зультату, его эмоциональный интеллект: гениальное лидерство затрагивает наши эмоции, его поведение эмоционально притягательно.

Лидер толпы хорошо знаком с воодушевляющими ее чувствами, эмоционально гибок, наблюдателен, умеет угадывать ежеминутно те переживания, которые порождает в толпе, следит за развитием мыслей своих слушателей, и тогда его влияние оказывается результативным.

Основная задача лидеров состоит в том, чтобы вызывать в последователях готовность к действию. Такой эффект возникает, когда лидеру удастся вызвать резонанс — пробудить лучшие чувства. Таким образом, успех лидера в процессе влияния на сообщество людей имеет эмоциональную первооснову.

Эксперимент, проведенный С. Милгрэмом в 1963 году в Йельском университете, был нацелен на изучение такой особенности человеческой природы, как подчинение авторитету. В нем была продемонстрирована неспособность испытуемых полноценно противостоять человеку, который имел над ними авторитет (исследователю, одетому в лабораторный халат), даже в том случае, если выполняемые действия не соответствуют их моральным установкам (причинение «страданий» другому участнику эксперимента, подсадному актёру). В большинстве случаев испытуемые считали себя инструментом для выполнения требований более авторитетного лица и были готовы их выполнять, считая, что ответственность даже за жестокие поступки возьмет на себя это лицо.

Доктор политологических наук Д. В. Ольшанский приводит четыре характеристики вождей массы, описанных Г. Лебоном:

1) «Апостол» — это убежденные проповедники, «мессии» и апостолы неких верований. Такие лидеры — как бы «прообраз толпы», они «несут в себе все ее основные свойства». В структуре поведения такого лидера особенно выделяется жажда разрушения.

2) «Случайный фанатик» — это фанатики одной идеи, которая проявляется при возникновении экстремальных обстоятельств (возникновение массы, появление «апостола» и т. п.).

3) «Дегенерат-аутсайдер» — по своей психологической сути это лица с сильным комплексом неполноценности, движимые стремлением к его гиперкомпенсации, полные обычно безотчетного желания преодолеть свои внутренние комплексы с помощью той самой толпы, которую хотят возглавить.

4) «Диктатор» — это лидер, усмиряющий и организующий массу, подбирающий власть и пользующийся плодами того, что уже сде-

лала для него возглавлявшаяся другими толпа. Основное его качество заключается в том, что он умеет заставить массу полюбить себя.

Пример подготовки фюрера нацистской Германии А. Гитлера к каждому выступлению показывает нам некоторые действенные хитрости, помогающие удержать авторитет толпы. Гитлер стремился завоевать симпатии всех слоёв общества, он тщательно прорабатывал и придерживался своего образа, оттачивал навыки харизмы, много репетировал перед зеркалом. Каждое его выступление было похоже на театральную постановку. Появляясь тогда, когда масса его последователей уже проявляла нетерпение, первые фразы он старался говорить как можно более низким голосом. Он ждал реакции зала, выкриков, которые помогали ему почувствовать атмосферу толпы, настроиться на нее, и он полностью зависел от ее реакции. Если кто-то выражал несогласие, он терял нить, сбивался, прекращал выступление и уходил. Без восторгов толпы он сникал. Поражение вызывало в нем растерянность и отчаяние. И как только он завершал выступление, то сразу же выходил. Он не позволял начаться дискуссии и не отвечал на вопросы, чтобы не сбить психологический настрой.

Успех Гитлера был не столько политическим, сколько психологическим. Он уловил настроение людей, научился управлять эмоциями запутавшихся и ожесточившихся людей, не смирившихся с переменами в их жизни и в жизни страны. Фюрер олицетворял мечты и фантазии немцев, он выражал их затаенные желания и надежды. Можно сказать, что Гитлер однозначно владел искусством производить нужное впечатление на толпу, искусством коммуницировать с ней и управлять её воображением.

7.4. Стратегии управления массой людей: представление (управление пространством), церемониал (управление временем), убеждение (управление словом)

Внутри нас непременно лежит желание верить в какую-либо сильную идею. Так люди избегают некомфортного духовного вакуума. Это дает человеку смысл принадлежать к чему-то большему, так он не остается в одиночестве.

Часто поведение толпы определяется наличием или отсутствием в ней лидера. Лидер в толпе может объявиться в результате стихийного выбора, а нередко — и в порядке самоназначения. Самозванный лидер обычно подлаживается под настроения и чувства людей толпы

и сравнительно легко может побудить участников ее к поведению определенного типа.

Для того чтобы выбрать стратегию воздействия на толпу, необходимо определить цель воздействия, тип и характер толпы, так как от этого зависит выбор средств воздействия. Однако в любом случае общим правилом взаимодействия с массой в форме толпы является правило отказа от установки на рациональность коммуникации с ней. Также необходимо учитывать свойства превращаемости толпы, то есть способности к спонтанным или регулируемым превращениям из одного вида в другой.

Лидер, побуждая массу и утверждая свой авторитет, вовлекает индивидов в определенную деятельность. Приемы могут быть различны, однако три стратегии всегда неизменны: представление, церемониал и убеждение.

Представление управляет пространством. Для того чтобы собраться, толпам необходимо пространство. Места действия — соборы, стадионы, дворцы спорта, городские площади — создаются или используются для того, чтобы принимать массы и, воздействуя на них, получать толпу. Это ограниченное пространство, где люди сообща освобождаются от обыденной жизни и оказываются объединенными общим достоянием надежд и верований. Каждый, сплотившись с другими, чувствует себя более сильным, уверенным, поддержанным массами.

Церемониал хорошо сплачивает толпу, способствует растворению индивида в массе, а также усвоению автоматического поведения. Примером этого может быть застолье, когда индивиды превращаются в толпу и под воздействием музыки входят в состояние гипноза. Затем появляется лидер, который манипулирует простыми человеческими чувствами. Его тщательно созданный образ овладевает сознанием людей, покоряет, продуманные слова заставляют верить и проникаться идеями. В речи лидера важна не логика, а те ассоциации, которые она вызывает в сознании толпы, она должна быть направлена на чувственную память.

В стратегии убеждения оратор утверждает свою позицию, обороняет ее и доказывает. Проталкиваемая идея не допускает возражений в своей правоте. Все убеждения формируются в идеологию и верования, и начинают распространяться очень быстро среди людей.

7.5. Пропаганда как средство воздействия на толпу.

Условия пропаганды

Термин «пропаганда» имеет множество определений, и в контексте рассматриваемого вопроса его следует понимать как средство манипуляции массовым сознанием.

Во внутреннем устройстве пропаганды выделяются следующие элементы:

- 1) адресант,
- 2) информация,
- 3) адресат,
- 4) действия адресата, угодные адресанту и вызванные влиянием полученной информации.

Массовое сознание закономерно стремится к упрощению и к конкретизации информации.

Пропаганда минует и использует в своих целях такие защитные психологические барьеры личности, как избирательное внимание, избирательное восприятие, избирательность призыва.

Для реализации главной цели пропаганды ее выстраивают в соответствии со следующими требованиями:

1. Направленность на конкретную целевую аудиторию.
2. Привлечение внимания аудитории, соответствие ее представлениям.
3. Утверждение.
4. Повторение информации.
5. Избегание конфликтной информации.

Первое условие пропаганды — это ясное и недопускающее возражений утверждение однозначной позиции. Утверждение должно быть четким, кратким, эффектным и иметь повелительный характер. Дополнительное действие оказывают риторические вопросы. Их следует задавать таким образом, чтобы единственный ответ, который хочется дать, был положительным.

Информационное содержание может быть поверхностным. Можно даже сказать, что нет необходимости, чтобы в публичном выступлении содержалось что-либо, чего слушатели не знали бы раньше. И так как существует род общности, чтобы не сказать тождества, между толпой и вождем, которое помещает их в одной плоскости, вождь не должен стремиться казаться преподавателем, демонстрировать свое превосходство педагога.

Лучше не вводить содержательной новизны. Напротив, стиль речи или выступления следует постоянно обновлять, вызывая удивление. Формулы должны быть краткими, поражающими, такими как: «пришел, увидел, победил» Юлия Цезаря.

Второе условие пропаганды — повторение. Оно придает вес дополнительного убеждения и превращает их в навязчивые идеи. Повторение придает идеям осязаемость и очевидность, которые заставляют принять их целиком. Также повторение препятствует формированию иного мнения. Оно сводит к минимуму рассуждения и сокращает путь превращения мысли в действие. Кроме того, оно связывает мысли и создает видимость логической цепочки.

Вышеуказанные условия обеспечивают коллективное внушение. Идеи никогда не утверждаются оттого, что они точны, они утверждаются только тогда, когда с помощью двойного механизма напоминания и заражения внедряются в подсознание. Оратор, который ничего не напоминает, ни к чему не призывает. Он ставит своей целью не доказать справедливость своих доводов, но побудить к действию, учитывая эти доводы.

Пропаганда — не только средство информационно-психологического воздействия на эмоционально-волевую сферу массового сознания, но и специфический информационный процесс. Для оказания нужного информационно-психологического воздействия на массовое сознание пропаганда использует уже сформированные стереотипы и установки, которые входят в установочно-познавательную призму, влияющую на приём и переработку информации. Пропаганда преподносит информацию слушателю так, чтобы он не только точно знал, что произошло в мире, но и захотел передать эти сведения своим знакомым.

Контрольные вопросы:

1. Охарактеризуйте человека, оказывающего влияние на толпу.
2. Дайте характеристику стратегий управления толпой.
3. Охарактеризуйте условия пропаганды.
4. Перечислите основные требования, предъявляемые к пропаганде.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Психология толпы и массовых беспорядков является обязательной составляющей программы подготовки специалистов-психологов для органов внутренних дел, где сотрудники работают в условиях повышенного риска и опасности. Изучение курса «Психология толпы и массовых беспорядков» является особенно актуальным в связи с ростом градуса социального стрессирования во всём мире, имеющего место вследствие как социально-политического, так и морально-психологического кризиса.

Психологические основы поведения людей в толпе, психологические аспекты пропаганды, проблемы психологического воздействия на массовое сознание — основные вопросы, раскрывающиеся в данном учебном пособии, которое способствует:

— критическому осмыслению и интерпретации обучающимися влияния толпы на психику человека, детерминант возгорания массовых беспорядков;

— прогнозированию вероятности проявления различных форм поведения человека, эмоциональной и поведенческой реакции в ситуациях массового скопления людей;

— получению навыков поведения в толпе и взаимодействия с массами, отработке механизма влияния на толпу в рамках должностных полномочий сотрудника органов внутренних дел;

— развитию способности оценивать особенности толпы через отдельно взятого человека, теорию личной идентичности в рамках практической отработки ситуационных моделей; соотносить влияние установок, стереотипов и ценностей как причин массового поведения;

— анализу закономерностей толпы, на фоне чего воссоздает и совершенствует техники управления человеческими массами; условий и формы влияния на поведение толпы через массовое настроение и общественное мнение;

— развитию способностей проводить практические занятия на усвоение норм социального поведения и общественных ценностей, поведения в обществе, при возникновении ситуации массового скопления народа; применения навыков психологического воздействия лидера на толпу, использования алгоритмов применения тактики ведения переговоров с лидером;

— развитию способностей применения средств массовой коммуникации и наработанных личностных навыков интонирования и построения речи для благоприятного выполнения задачи в толпе.

Таким образом, представленный учебный материал направлен на формирование компетентности сотрудников органов внутренних дел, которая актуализирует стремление к самосовершенствованию в данной профессиональной деятельности.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература:

1. Белашева И. В. Психология толпы и массовых беспорядков: учебное пособие (курс лекций) / Белашева И. В., Мищенко В. А. — Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2019. — 162 с.
2. Забарин А.В. Психология толпы и массовых беспорядков: учебник и практикум для вузов. — Москва: Изд-во Юрайт, 2021. — 211 с.

Дополнительная литература:

1. Агеев В. С. Психологическое исследование социальных стереотипов // Вопросы психологии. 1986. № 1. С. 95–101.
2. Безносков Д. С., Почебут Л. Г. Психология толпы и терроризм: учебное пособие / под ред. В. П. Сальникова. — Москва: ЦОКР МВД России, 2007. — 171 с.
3. Емельянова Т. П. Социальное представление — понятие и концепция: итоги последнего десятилетия // Психологический журнал. 2001. Т. 22. № 6. С. 39–47.
4. Козубовский В. М. Общая психология: познавательные процессы. — Минск, 2008. — 368 с.
5. Лацарус М., Штейнталь Г. Мысли о народной психологии. — Воронеж, 1905. — 41 с.
6. Лебон Г. Психология народов и масс. — Санкт-Петербург: Изд-во «Макет», 1995. — 311 с.
7. Михайловский Н.К. Сочинения: в 6 т. — Санкт-Петербург, 1896. Т. 2. С. 99, 100, 132, 159, 396.
8. Тард Г. Мнение и толпа // Психология толп. — Москва: Изд-во КСП+, 1998. С. 257–294.
9. Чижевский А. Л. Космический пульс жизни: Земля в объятиях Солнца. Гелиотараксия. — Москва, 1995. — 768 с.

Учебное издание

Елесина Ирина Геннадьевна,
кандидат педагогических наук;
Жидкова Ольга Александровна;
Семакова Анастасия Игоревна,
кандидат психологических наук;
Зуева Евгения Геннадьевна,
кандидат психологических наук;
Кислова Наталья Анатольевна;
Дзьоник Денис Витальевич,
кандидат юридических наук

ПСИХОЛОГИЯ ТОЛПЫ И МАССОВЫХ БЕСПОРЯДКОВ

Учебное пособие

Редактор *Шереметьева Т. Л.*
Компьютерная верстка *Душкова А. Ю.*
Дизайн обложки *Малофеев А. А.*

ISBN 978-5-91837-585-3



Подписано в печать 28.09.2022. Формат 60×84^{1/16}
Печать цифровая 7,0 п. л. Тираж 50 экз. Заказ № 68/22

Отпечатано в Санкт-Петербургском университете МВД России
198206, Санкт-Петербург, ул. Летчика Пилютова, д. 1