

**Актуальность концепции "толп" Гюстава Лебона в современном
постиндустриальном мире**

Научный руководитель – Сыров Василий Николаевич

Моисеев Сергей Викторович

Студент (бакалавр)

Национальный исследовательский Томский государственный университет, Философский факультет, Томск, Россия
E-mail: kaungreat@gmail.com

На сегодняшний день вопрос влияния СМИ на индивида рассматривается в области социологии, психологии, большое количество работ известно в области философии. Ведь именно данный институт является средством социализации подрастающего поколения, а так же техническим средством осуществляющим передачу информации для старших поколений[2,7]. Среди российских ученых следует выделить таких авторов В.Н.Сыров, А.В.Окатов, Н.В.Розенберг. Но целью моей работы является, определить является ли концепция Лебона описанная им еще в 19 веке актуальной в современном обществе, или социальные институты подверглись такому изменению, что работы философов-социологов прошлых столетий более нельзя рассматривать в контексте современной жизни.

Думаю, стоит начать с того, что современный мир можно охарактеризовать следующими понятиями: "общество потребления" ; "массовая культура". И данные термины наталкивают нас на то, что в обществе существует "коллективное сознание", что существенно упрощает оказание на него влияния различными институтами. Это коллективное сознание проявляется в сформированных толпах, которые бессознательно управляются извне. Гюстав Лебон в своей книге "Психология народов и масс" писал , что любая толпа или масса являются управляемыми субстратами, для этого им необходим лидер, так называемый вожак[4]; Фрейд комментируя работу Лебона заметил, что фигура так называемого вождя недостаточно прописана[5]. Таким образом, я считаю, что в современном мире роль такого "вожака" запросто может занимать СМИ, вопрос в другом: "Для каких целей они будут использовать полученное влияние?". Сам Лебон описывает "вожака" как тирана, так как именно они действуют методами свойственными толпе, а именно эмоциональными; приводящими систему в деструктивное состояние. Именно в этом аспекте можно заметить различие с действительностью. Исторический процесс не стоит на месте, и нынешнее положение вещей отличается от того, в котором находился Лебон. Современный социальный институт, роль которого выполняет СМИ не является тираном, использующим свою аудиторию в попытках нарушить стабильность в какой-либо системе, будь-то политическая или другая иная[1,8]. Развитие институциональности привело к возникновению системы сдержек и противовесов, официально которая функционирует в рамках трех ветвей власти, но не зря же СМИ называют четвертой властью; и как раз данная система попросту бы не допустила концентрации такого влияния в "руках" одного института. Это если говорить об аспектах, которые утратили свою актуальность.

Теперь приступим к данному вопросу с другой стороны. В рамках концепции Лебона, вожак не единственный способ оказать влияние на толпу. Ее чрезмерная внушаемость, ибо у людей информационного мира формируется так называемый "информационный голод", посредством которого люди перестают критически относиться к воспринимаемой информации, что позволяет укорениться идее с помощью трех аспектов, указанных еще Лебоном: 1. Утверждение; 2. Повторение; 3. Зараза[4]. И в рамках данных аспектов, современный

мир уже не кажется таким новаторским. И ведь действительно, эти критерии можно назвать универсальными, так как я не нахожу времени, в котором они бы потеряли свою актуальность. Делая вывод, мы можем сказать о том, что современное СМИ способно направлять деятельность толпы в своих целях. В условиях плюрализма мнений, можно легко сослаться на собственную точку зрения, тем самым уйти от ответственности.

Таким образом, на основе всего вышесказанного, можно сделать вывод, что книга Гюстава Лебона не потеряла свою актуальность в условиях постиндустриальной эпохи. Журналисты до сих пор штудируют ее для более широкого понимания структуры толпы. Безусловно, она полезна не только для профессиональных журналистов, философов, социологов, но и обычным читателям. Возможно когда все люди осознают свою бессознательную приверженность к "массовой" культуре, которая выступает как механизм воспроизводства общественной системы, возникший на принципах рыночной экономики[3,6], мы сможем избавиться от этого общества завышенных потребностей, которое ведет общество по мнению другого философа Хосе Ортеги-и-Гассета к "краху" западной цивилизации, так как люди масс не способны создавать свою собственную оригинальную культуру, а избранного меньшинства становится все меньше.

Источники и литература

- 1) Окатов А.В. Теория толпы Г. Лебона в контексте изучения современного гражданского общества // Наука. Общество. Государство. - 2015. - №1 (9).
- 2) Розенберг Н.В Влияние средств массовой информации на образ жизни молодежи // Наука. Общество. Государство. - 2015. - №1 (9).
- 3) Сыров В. Н. Массовая культура : мифы и реальность / В. Н. Сыров. - Москва : Водолей, 2010.
- 4) Лебон.Г Психология народов и масс. - ISBN 978-5-17-101642-5 изд. - М.: Издательство АСТ, 2019.
- 5) Зигмунд Фрейд Психология масс и анализ человеческого "Я". - ISBN: 978-5-8291-1679-8 изд. - М.: Академический проект, 2014.
- 6) Витал.либ.тсу.ру: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000394538>
- 7) Киберленинка.ру: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-sredstv-massovoy-informatsii-na-obraz-zhizni-molodezhi/viewer>
- 8) Киберленинка.ру: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-tolpy-g-lebona-v-kontekste-izucheniya-sovremennogo-grazhdanskogo-obschestva/viewer>