

Масса как социально-политический феномен в концепции Г. Лебона

Научный руководитель – Рахманов Азат Борисович

Рыжкова Екатерина Алексеевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра истории и теории социологии, Москва, Россия

E-mail: kattyа200410@rambler.ru

В конце XIX века французский социолог и психолог Гюстав Лебон опубликовал работу «Психология масс» (1895), ставшую основополагающей для понимания коллективного поведения. Г. Лебон стал первым признанным теоретиком толпы в конце XIX века [6]. Его идеи о природе массы не только изменили представления о социальной динамике, но и легли в основу современных социальных технологий, используемых в политике, маркетинге и цифровых коммуникациях, чем объясняется актуальность темы. Анализ концепции Лебона позволяет раскрыть, как манипуляция массовым сознанием стала инструментом формирования реальности в эпоху информационных войн и алгоритмического управления.

Важной идеей в рассуждениях Лебона является выведение особенных черт, которые присущи исключительно массе. Именно он ввел понятие «душа толпы». Он рассуждает в духе холизма, сравнивая толпу с организмом, где отдельные клетки (индивиды) образуют в совокупности новое существо с новыми, только ему присущими характеристиками. Автор выделяет три основных причины появления такого рода черт: численность массы, заразительность и восприимчивость к внушению.

В своей концепции Лебон не только выделяет ряд присущих толпе характеристик, таких как импульсивность, податливость внушения, преувеличение и односторонность чувств толпы, нетерпимость, нравственность, но и рассматривает процесс зарождения ее идей, рассуждений и воображений. Так, многие бренды сегодня создают «культы» вокруг продуктов, опираясь на описанные мыслителем психологические отличия толпы. Они предлагают принадлежность к группе с особыми ценностями (например, Apple, Nike и др.), а рекламные ролики, как ритуалы, объединяют потребителей в эмоциональном порыве.

Французский мыслитель сравнивал массу с примитивным существом, которым управляют древние инстинкты. Он предупреждал, что в такие моменты люди спускаются на несколько ступеней по лестнице цивилизации.

Важным представляется упомянуть роль лидера (вожака). Вожак, в первую очередь – человек действия. Говоря о воздействии вожака на массу, Лебон выделяет следующие способы их действий: утверждение, повторение и зараза. Некоторые исследователи верно подмечают, что указанные Лебоном методы оказания влияния на толпу используются и по сей день в различных СМИ, политической пропаганде, предвыборных кампаниях, рекламе [5]. Говоря о примерах, можно вспомнить утверждение «Make America Great Again» Д. Трампа – довольно простой и понятный лозунг, активно завладевший умами избирателей. Также упомянем цветные революции в Украине и Грузии, когда использовались определенные лозунги, цвета, воздействовавшие на эмоции толпы, а не на разум (протесты объединялись вокруг символов - оранжевые ленты, розы). Фигуры Виктора Ющенко и Михаила Саакашвили выступали в качестве харизматичных лидеров, которые транслировали простые идеи, что сплотило толпу вокруг общей цели. Наконец, крайне значимой чертой лидера является обаяние. Лебон подразумевает под ним род господства какой-либо идеи или дела над умом человека [3]. Сегодня политики используют социальные сети для

создания определенного имиджа и образа того самого обаятельного лидера, опираясь на эмоциональный компонент общественного мнения, а не на рациональные факты.

Отдельно заметим избирательную толпу, про которую пишет Лебон. Он пишет, что избиратель на психологическом уровне желает, чтобы ему льстили и угождали, а также давали «самые фантастические обещания». Это утверждение, безусловно, подтверждается и по сей день на примерах предвыборных кампаний и их результатов. Мыслитель также дает совет кандидатам по устранению соперников: «Что же касается соперника-кандидата, то надо стараться уничтожить его, распространяя о нем посредством утверждения, повторения и заразы мнение, что он последний из негодяев <...>». [Лебон, 1995. С. 283]. Интересно, что, по мнению автора, соперник должен отвечать на подобные провокации такими же эмоционально окрашенными суждениями, так как оправдательная логика не будет восприниматься массой. Такие методы до сих пор практикуются, например, в ходе предвыборной кампании в 2020 году Д. Трамп называл Дж. Байдена «Сонным Джо» и обвинял его в слабоумии, а Байден, в свою очередь, называл Трампа «ксенофобом» и «расистом».

Конечно, теория Лебона подвергалась критике. Так, например, указывалось, что той нивелировки личности, которая, по Лебону, приводит к потере когнитивного контроля и участию в экстремальном или даже безумном поведении, в подавляющем большинстве случаев вовсе не происходит [2]. Также многие критики не согласились с Лебоном в отношении умственных способностей толпы [1, 4]. Однако подобные разногласия возникали ввиду различного понимания толпы у разных исследователей. Кроме того, цифровая эпоха усложнила феномен: масса сегодня часто фрагментирована, а ее поведение может прогнозироваться нейросетями.

В заключение отметим, что, на наш взгляд, сегодня теория Гюстава Лебона остается актуальной, поскольку она вскрывает архетипические механизмы коллективной психологии. Важно помнить, что массовое сознание может быть как позитивным, так и негативным фактором в развитии общества, что подчеркивает необходимость критического подхода к анализу массовых явлений. Социальные технологии, основанные на выделенных Лебоном принципах – это не просто инструменты влияния, но и оружие, требующее правового регулирования и этической рефлексии. Задача современного общества – не дать этим иллюзиям стать новой реальностью.

Источники и литература

- 1) Бехтерев В.М. Коллективная рефлексология. Пг.: Колос, 1921. 436 с.
- 2) Горбатов, Д. С. Критика теории толпы Г. Лебона: историко-психологический аспект / Д. С. Горбатов, А. В. Байчик. - Текст : непосредственный // Вопросы психологии. - 2018. - № 3. - С. 137-146.
- 3) Лебон Г. Психология народов и масс.— СПб.: "Макет", 1995.— 316 с.
- 4) Лозинский Е. Общественно-психологические основы воспитания // Вестник воспитания. 1900. № 3. С. 1–31.
- 5) Окатов А.В. Теория толпы г. Лебона в контексте изучения современного гражданского общества // Электронный научный журнал «Наука. Общество. Государство». 2015 № 1 (9).
- 6) Ольшанский Д. В. Психология масс. — СПб.: Питер, 2002. —368 с.