

## **СУЧАСНА ВІЙНА, МЕРЕЖЕВЕ СУСПІЛЬСТВО І ПСИХОЛОГІЯ НАТОВПУ**

Аналізуючи події в Україні протягом 2013-2014 рр., доходимо висновку, що теорія натовпу Сержа Московічі є надзвичайно актуальною. Як зазначав відомий французький соціальний психолог Серж Московічі, впливати на натовп і впливати на окрему людину – це зовсім різні речі. Для того, щоб переконати особистість щось зробити, слід довести їй правильність дій за допомогою логіки та необхідності. Зовсім протилежний підхід до впливу на масову свідомість. Алогічність, маніпулювання образами, звернення до історичної пам'яті, славетного минулого тощо – ось необхідні складові вдалого впливу і отримання бажаного результату.

У військовому протистоянні між Україною і Росією ці чинники набувають надзвичайної ваги. Та з країн, яка зможе їх найбільш вдало використати, і стане переможцем у цьому двобої. Росія до цієї війни готувалася завчасно. Вже понад 10 років, ще з часів передвиборчої кампанії Януковича у 2004 році, лунають закиди і вживається щодо опонентів їх порівняння з фашистами. Спочатку, це здавалося архаїзмом, настільки далеким від реальності, що багатьма не сприймалося як справжня загроза. Однак, використання слів, пов'язаних з фашизмом та боротьбою з ним, з кожним роком ставало все більше. Це і намагання порівняти націоналістичний рух в Україні з нацизмом, це і неоднозначне ставлення до постаті Степана Бандери та воїнів УПА, захист української мови тощо.

І лише підчас подій Революції Гідності у листопаді 2013-лютому 2014 рр., а потім у подальших діях, пов'язаних з окупацією Криму та вторгненням Росії на материкову Україну, це склалося до купи в єдиний пазл - інформаційної війни агресора. Однак, Україна може і повинна використати цю зброю проти того, хто її створив.

Отже, основні постулати теорії натовпу [1, 124-125]:

1. Натовп – це не скупчення людей в одному місці, а людська сукупність, яка має психічну спільність.
2. Особистість діє свідомо, а маса, натовп – не свідомо, оскільки свідомість індивідуальна, а не свідоме – колективне.

3. Натовп консервативний, тому що для нього минуле набагато важливіше, ніж сучасне.

4. Натовп потребує підтримки вождя, який захоплює їх своїм гіпнотичним авторитетом, а не здоровим глуздом чи силою.

5. Пропаганда (чи комунікація) мають ірраціональне підґрунтя. Завдяки чому долаються перешкоди на шляху до дії.

6. З метою керування натовпом політика має спиратися на яку-небудь вищу ідею, що навіюється громадянам і перетворюється в колективні образи і дії.

Ще у 1895 році у своїй праці «Психологія натовпу» Ле Бон писав, що «головною рисою нашої епохи слугує саме заміна свідомої діяльності індивідів несвідомою діяльністю натовпу.»

В умовах мережевого суспільства спрощується шлях впливу на масову свідомість завдяки сучасним засобам масової комунікації. Основні з них - телебачення, радіомовлення, друковані та он-лайн видання, соціальні мережі. В переважній більшості випадків саме синергійний вплив цих засобів комунікації стає поштовхом до конкретних вчинків і масових дій.

Особливо слід відзначити два важливих процеси, які повинні відбутися, щоб мати вплив на масову свідомість – накладення і проекцію. Накладення з'єднує випадкові ідеї-образи на підставі зовнішніх ознак. Проекція сприяє тому, що натовп проектує назовні свої внутрішні ідеї-образи. Тобто подія, що сприймається як реальна, є насправді нічим іншим, як витвором бажань і фантазій натовпу. Для того, щоб захопити маси, ідея повинна бути життєвою і близькою кожному, невід'ємно пов'язаною зі спогадами.

Повторюваність перетворює ідею-поняття в ідею-дію. Як писав Ле Бон, «якими б не були ідеї, навіювані натовпу, вони можуть стати панівними лише за умови їх найпростішого подання і впровадження у свідомість у вигляді образів.» [1, 135]. Ідеї, що спрощуються і постійно повторюються (наприклад з боку російських ідеологів (далі – рос.) - київська хунта, фашисти, карателі), стають доступними для всіх, впливають на глибинні мотиви людської поведінки та автоматично її запускають. Також, на думку Московічі, звернення до свого славетного минулого (рос. - часів російської імперії чи ССРСР), до знаменних подій (рос. - перемога у Великій Вітчизняній війні) і видатних людей (рос. - Сталін), має надзвичайний вплив на

масову свідомість. Надія на краще майбутнє (рос. - «вмерти в СССР») спонукає натовп на злочинні чи героїчні дії. Все залежить від лідера, що є для них авторитетом.

Таким чином, проаналізувавши основні постулати психології натовпу, стають зрозумілими пропагандистські та маніпуляційні дії російського керівництва та підпорядкованих йому засобів масової комунікації. Речі, які здавалися б, на перший погляд алогічними і абсурдними набувають свого конкретного значення і стають зброєю в руках агресора. Ця зброя не спрацювала під час Революції Гідності в Києві, тому що майдан – не натовп, а спільнота однодумців-особистостей, об'єднаних спільною ідеєю. Проте, частина населення Криму і Донбасу, потрапила під маніпулятивний вплив російських і підвладних режиму Януковича засобів масової комунікації. Російське ж суспільство майже втратило опір засиллю цих віртуальних, відірваних від життя і сильно спотворених образів і алогічних дій. Тому, для того щоб воно прокинулося, більш дієвим є не логічне пояснення подій, а використання своєрідної протиотрути за допомогою інших образів, які будуть не менш впливовими і сприятимуть іншому протилежному погляду на події, що відбуваються. Показовим в цьому відношенні є інтерв'ю Сергія Лойко та Тимура Олевського в програмі «Своїми очима» про бої в Донецькому аеропорту в ефірі «Ехо Москви» від 29 жовтня 2014 року. Використовуючи образи героїв Толкіна з «Володара перснів», Сергію Лойко вдалося винайти ефективну зброю проти маніпулятивної інформаційної машини Кремля. Недарма Роскомнадзор змусив видалити розшифровку цього інтерв'ю з сайту радіо «Ехо Москви». «Абсолютне Добро і Зло, Мордор, орки» - образи не менш ефективні, а для молоді більш впливові, ніж прекрасне радянське минуле і велика російська імперія.

Отже, сучасна війна в умовах мережевого суспільства, має свої особливості. Де поряд з боєздатністю армій, не менш важливою є інформаційна зброя. Україна може її використати не лише в обороні, а й в наступі. Цього боїться Росія, яка вже анонсувала і робить кроки до закриття своїх «мережових кордонів»: цензура в інтернеті, підконтрольні засоби масової інформації, тотальне стеження в соціальних мережах, намагання створити автономну російську комунікаційну мережу, закриту від доступу із країн Європейського Союзу та США тощо.

Використана література:

Московичи С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс. Пер. с фр. – М.: «Центр психологии и психотерапии», 1998. – 480 с.