

Причины и условия, способствующие вовлечению российских граждан в террористическую деятельность

Волкова Лариса Витальевна, кандидат социологических наук, доцент кафедры философии и социально-политических технологий

1. Экстремизм: формы и особенности проявления
2. Особенности стихийного массового поведения
3. Психологические способы воздействия на стихийные группы.
Манипулятивные приемы

1. Экстремизм: формы и особенности проявления

Экстремизм (от лат. *extremus* – крайний) – приверженность крайним взглядам и мерам (чаще в политике). Как правило, выражается в применении силы, агрессии, бандитизме, терроризме, разжигании розни и т.д.

Терроризм – один из вариантов тактики политической борьбы, связанный с применением насилия. Суть терроризма – насилие с целью устрашения.

Политический экстремизм – крайние взгляды в отношении политической системы, организации формы управления государством, пропаганда насильственных или агрессивных (основанных на страхе и подчинении силе) способов установления отстаиваемой формы власти, вплоть до политического террора; непримиримость, бескомпромиссность к иным политическим партиям и позиции оппонентов.

Националистический экстремизм – радикальные, интолерантные идеи и действия в отношении представителей иной народности, национальности, этнической группы; стремление к политическому или физическому устранению нетитульного населения; агрессия, в крайних формах – терроризм в отношении людей иной этнической группы.

Религиозный экстремизм – жесткое неприятие идей другой религиозной конфессии, агрессивное отношение и поведение к иноверцам, пропаганда незыблемости, «истинности» одного вероучения; стремление к искоренению и устранению представителей иной веры вплоть до физического истребления (что получает теологическое обоснование и оправдание).

Культурный (духовный) экстремизм:

- культурная изоляция, отвержение опыта других культур;
- крайнее неуважение к традициям своей культуры;
- пропаганде насилия, жестокости, уничтожении исторических памятников, являющихся национальным достоянием и других крайних действиях;
- применение насилия к гомосексуалистам, поклонникам других музыкальных направлений, болельщикам других команд и т.п.

Моральный экстремизм – крайняя нетерпимость к определенному типу нравственным нормам и правилам поведения, допущение насилия для утверждения пропагандируемого набора моральных требований, добродетелей, заповедей.

Социальный экстремизм:

- экологический экстремизм – радикальные взгляды в отношении организаций и предприятий, способствующих ухудшению экологической ситуации. Проявляется в акциях и диверсиях против виновников экологических преступлений, в пикетировании и демонстрациях за защиту окружающей среды. Представители экологического экстремизма используют крайние, даже террористические средства для того, чтобы обратить внимание общественности на наиболее актуальные и болезненные экологические проблемы. Радикальные меры могут проявляться, в частности, в нападении на лиц, носящих мех животных и др.

· антиглобалистский экстремизм – радикальные взгляды и агрессивное поведение в отношении организаций, влияющих на глобализацию в экономическом, политическом, культурном пространстве. Непримируемость к созданию единого рынка, политических и экономических монополий. Экстремисты в антиглобалистском движении склонны к организации массовых беспорядков, применению прямого насилия для борьбы с транснациональными компаниями, международными экономическими и политическими институтами глобального характера.

- бытовой экстремизм - антисоциальное и противоправное поведение, направленное на достижение частных целей незаконными в данном обществе методами.

Вандализм — одна из форм *иррационального* деструктивного поведения человека, в ходе которого уничтожаются или оскверняются предметы искусства, культуры, иного имущества общественного значения, иного частного имущества и т. д. Вандализм имеет свои отличительные особенности, затрудняющие борьбу с ним: групповой характер, высокая латентность, внезапность, непредсказуемость, быстрота и оперативность действий, выбор бесконтрольных объектов, бездумность.

В России **юридическое определение** того, какие действия считаются экстремистскими, содержится в статье 1 Федерального Закона № 114-ФЗ «О противодействии экстремистской деятельности».

В соответствии с поправками от 2008 г. к экстремистской деятельности (экстремизму) относятся:

- насильственное изменение основ конституционного строя и нарушение целостности Российской Федерации;
- публичное оправдание терроризма и иная террористическая деятельность;
- возбуждение социальной, расовой, национальной или религиозной розни;
- пропаганда исключительности, превосходства либо неполноценности человека по признаку его социальной, расовой, национальной, религиозной или языковой принадлежности или отношения к религии;
- нарушение прав, свобод и законных интересов человека и гражданина в зависимости от его социальной, расовой, национальной, религиозной или языковой принадлежности или отношения к религии;
- воспрепятствование осуществлению гражданами их избирательных прав и права на участие в референдуме или нарушение тайны голосования, соединенные с насилием либо угрозой его применения;
- воспрепятствование законной деятельности государственных органов, органов местного самоуправления, избирательных комиссий, общественных и религиозных объединений или иных организаций, соединенное с насилием либо угрозой его применения;
- совершение преступления по мотивам политической, идеологической, расовой, национальной или религиозной ненависти или вражды либо по мотивам ненависти или вражды в отношении какой-либо социальной группы;

- пропаганда и публичное демонстрирование нацистской атрибутики или символики, либо атрибутики или символики, сходных с нацистской атрибутикой или символикой до степени смешения;
- публичные призывы к осуществлению указанных деяний либо массовое распространение заведомо экстремистских материалов, а равно их изготовление или хранение в целях массового распространения;
- публичное заведомо ложное обвинение лица, занимающего государственную должность Российской Федерации или государственную должность субъекта Российской Федерации, в совершении им в период исполнения своих должностных обязанностей деяний, указанных в настоящей статье и являющихся преступлением;
- организация и подготовка указанных деяний, а также подстрекательство к их осуществлению;
- финансирование указанных деяний либо иное содействие в их организации, подготовке и осуществлении, в том числе путём предоставления учебной, полиграфической и материально-технической базы, телефонной и иных видов связи или оказания информационных услуг.

Психологическое содержание экстремизма: агрессивность, жестокость, радикальность, предрассудки, стереотипизация, иррациональность.

Для экстремистского поведения характерны духовная ущербность и антиинтеллектуализм. Они апеллируют к предрассудкам. Среди психологических факторов следует указать реализацию инфантильных сценариев достижения целей, а также отсутствие в обществе единых моральных норм. Личностные качества организаторов террористических актов—это иллюзорное ощущение исключительной значимости своих целей (синдром мессии), мегаломания (мания величия), фанатизм, манипулятивность, склонность к рискованному поведению и обесценивание чужой жизни. Личностные свойства исполнителей террористической деятельности: **эти люди отличаются большой зависимостью, внушаемостью, трудностями идентификации, примитивной драматизацией, упрощением ситуации и поляризацией (когнитивной упрощенностью), поиском врага. Их мотивы связаны с компенсаторной идентификацией себя с героями, необходимостью принадлежности к группе.**

Ведущим механизмом вовлечения в террористическую деятельность следует считать **нарушение идентичности человека**. Терроризм, соответственно, выступает как один из способов обретения идентичности.

Социальная база терроризма: факторы образования, уровня доходов, этно-культурные и религиозные факторы.

Ключевыми социальными факторами вовлечения в террористическую деятельность являются низкий уровень образования и общей культуры, недостатки воспитания и обучения, демографические проблемы, общее низкое состояние здравоохранения.

Религиозные факторы способствуют морально-этическому, квазирелигиозному обоснованию избранности этих людей, присвоению (интериоризации) ими священного идеала жертвенности (за гибелью - «вечная жизнь», обретение бессмертия). Определенные социальные слои становятся благодатной почвой для соответствующего воздействия. В древности их называли охлосом (чернью) в отличие от демоса (народа). Наиболее податливы к распространению стихийных форм политического поведения **маргинальные группы** в силу утраты традиционных ценностей, привычных социальных ориентиров, отчуждения. Быстро меняющиеся условия жизни вызывают протест против стирания вероисповедальных, национальных, расовых и иных барьеров, служивших опорой их мировоззрению.

2. Особенности стихийного массового поведения

Массовое поведение (в том числе и стихийное) (англ. collective behavior) – это термин политической психологии, которым обозначают различные формы поведения больших групп людей, толпы, циркуляции слухов, паники и прочих массовидных явлений. В массовом поведении проявляется детерминирующая роль массового сознания, которое понимается как отражение материальных условий жизни, труда и отношений.

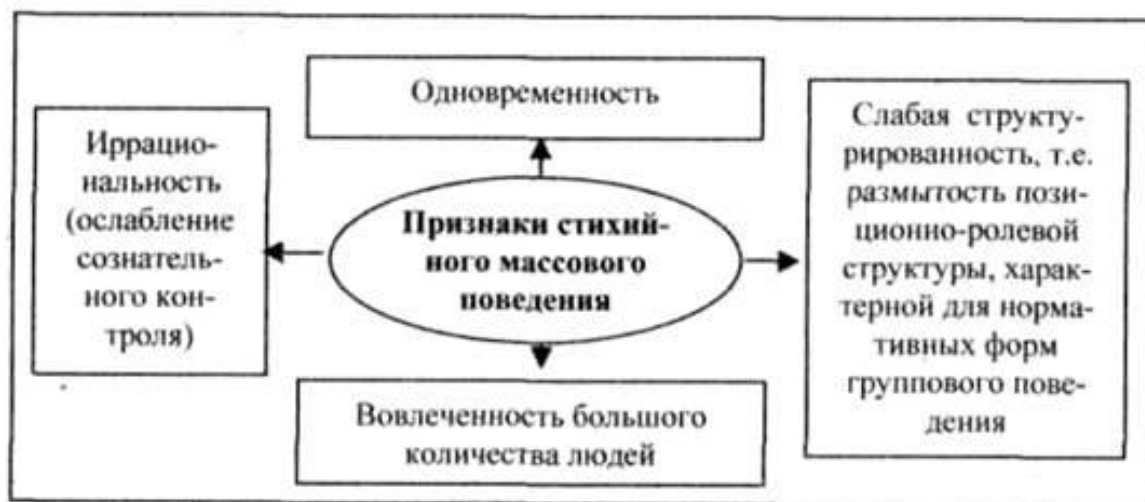
Массовое сознание **интегрирует различные формы сознания** — правового, этнического, политического, профессионального, стихийного и др.;

Проявляется **на трех уровнях** — индивидуальном (отдельного человека), групповом (малых групп) и целостном (общественном); играет активную роль в поведении и отношениях.

Массовое сознание имеет ряд **особенностей** — высокую **динамичность**, **противоречивость и спонтанность**, так как формируется и изменяется под действием более широкого и мобильного спектра факторов; существенно зависит от различных факторов и условий.

Массовое сознание обуславливает характер таких явлений, как массовое мнение, настроение и поведение. С его организующим началом связаны направленность и характер организованного и стихийного поведения.

К числу стихийных форм поведения относятся как незапланированные поступки, совершаемые отдельными людьми, так и неорганизованные массовые выступления, бунты, восстания, митинги протеста и т. п.



Для стихийного поведения характерно преобладание иррациональных, инстинктивных чувств над осознанными и прагматическими.

Собственно психологические факторы, такие, как нарастание чувства неуверенности, страха, недоверия к официальным средствам информации, ведут к появлению слухов, панике, агрессии. Эмоции людей, находящихся в массе, распространяются по своим собственным законам: это многократное усиление эмоций под влиянием заражения и внушения.

Понятие толпы. Механизм ее формирования и состав.

Что такое толпа?

Этим термином обозначается любая относительно случайно образовавшаяся, но большая по численности группа людей.

Толпа - бесструктурное скопление людей, лишенных ясно осознаваемой общности целей, но взаимно связанных сходством эмоционального состояния и общим объектом внимания.

Особенности толпы:

1. В толпе происходит **уравнивание всех**, сведение людей к одному уровню психических проявлений и поведения, поэтому возникает **однородность людей** в толпе.
2. **Социальная деградация. Толпа интеллектуально значительно ниже индивидов**, ее составляющих; она склонна к быстрым переносам внимания, легко и некритично принимает самые фантастичные слухи; легко поддается воздействию призывов, лозунгов, речей лидеров толпы.
3. Человек в толпе способен совершить **любые акты насилия, жестокости, вандализма**, которые в обычных условиях ему представляются немислимыми.
4. Толпа отличается **повышенной эмоциональностью и импульсивностью**.

Основные психологические механизмы, с помощью которых порождаются названные свойства толпы.

1. **Анонимность.** Анонимность проявляется двояко: с одной стороны, участие в скоплении значительного числа людей создает у отдельного индивида **чувство силы, могущества, непобедимости**; с другой — **неуязвимость**. Поскольку люди, составляющие толпу, анонимны, они начинают чувствовать себя вне социального контроля, понимая, что до них трудно "добраться". Например, при осуществлении актов вандализма неистовствующими футбольными болельщиками (битье стекол, порча кресел в вагонах метро и другие подобные действия) каждый из участвующих в них снимает с себя за это ответственность, действуя со всеми вместе как одно целое.
2. **Заражение.** Лебон, будучи медиком по образованию, перенес представления о заражении людей болезнями на заражение людей в толпе, понимая под ним распространение психического состояния одних людей на других.
3. **Внушаемость.** Внушаемость, по Лебону, наиболее важный механизм, поскольку он направляет поведение толпы. Он проявляется в том, что индивиды некритически воспринимают любые стимулы и призывы к действию и способны совершить такие акты, которые находятся в полном противоречии с их сознанием, характером, привычками.
4. **Спонтанность.** Люди, составляющие толпу, имеют тенденцию к более спонтанной манере поведения, чем в обычных условиях. Как правило, они не задумываются над своими действиями и их поведение в толпе зависит исключительно от эмоций.

Психологические свойства толпы.



Как образуется толпа?

Толпа может образовываться как добровольно (в соответствии с личным волеизъявлением ее членов), так и ситуационно-принудительно (в силу сложившихся обстоятельств), например, теракта.

Добровольно возникающая толпа состоит обычно из людей, объединенных какой-либо идеей, касающейся личных прав и свобод. Поведение такой толпы часто зависит от ценности этих прав.

Ситуационно толпа образуется при возникновении определенных обстоятельств (к примеру, желание попасть на шоу при дефиците билетов). Поведение такой толпы опасно из-за возможности возникновения массовой паники, экстаза, агрессии.

Основные этапы формирования толпы.

Образование **ядра толпы**. Нередко формирование толпы начинается с некоего ядра, в качестве которого выступают зачинщики.

Первоначальное ядро толпы может сложиться под влиянием рационалистических соображений и ставить перед собой вполне определенные цели. Но в дальнейшем ядро обрастает лавинообразно и стихийно. Толпа увеличивается, вбирая в себя людей, которые, казалось бы, ничего общего друг с другом до этого не имели. Спонтанно толпа образуется в результате какого-либо происшествия, которое привлекает внимание людей и рождает в них интерес (точнее, в самом начале - любопытство).

Будучи взволнован этим событием, индивид, присоединившийся к уже собравшимся, готов утратить некоторую часть своего обычного самообладания и получать возбуждающую информацию от объекта интереса.

Начинается **циркулярная реакция**, побуждающая собравшихся проявлять схожие эмоции и удовлетворять новые эмоциональные потребности через психическое взаимодействие. **Циркулярная реакция составляет первый этап** формирования и функционирования толпы.

Процесс кружения. Второй этап, в ходе которого чувства еще больше обостряются и возникает готовность реагировать на информацию, поступающую от присутствующих. Внутреннее кружение на основе продолжающейся циркулярной реакции нарастает. Нарастает и возбуждение. Люди оказываются предрасположенными не только к совместным, но и к немедленным действиям.

Появление нового общего объекта внимания. Процесс кружения подготавливает собой **третий этап формирования толпы**. Этот этап - появление нового общего объекта внимания, на котором фокусируются импульсы, чувства и воображение людей. Если первоначально общий объект интереса составляло возбуждающее событие, собравшее вокруг себя людей, то на этом этапе новым объектом внимания становится образ, создаваемый в процессе кружения в разговорах участников толпы. Этот образ - результат творчества самих участников. Он разделяется всеми, дает индивидам общую ориентацию и выступает в качестве объекта совместного поведения. Возникновение такого воображаемого объекта становится фактором, сплачивающим толпу в единое целое.

Активизация индивидов через возбуждение. Последний этап в формировании толпы составляет активизация индивидов дополнительным стимулированием через возбуждение импульсов, соответствующих воображаемому объекту. Такое стимулирование происходит чаще всего как **результат руководства лидера**. Оно побуждает индивидов, составляющих толпу, приступить к конкретным, часто агрессивным, действиям.

Состав толпы

- Лидеры

- Ядро толпы, или зачинщики - субъекты, задача которых сформировать толпу и использовать ее разрушительную энергию в поставленных целях.

- Участники толпы - субъекты, примкнувшие к ней вследствие идентификации своих ценностных ориентации с направлением действий толпы.

Классификация толпы.

Если за **основу классификации** толпы взять **характер поведения в ней людей**, то можно выделить несколько ее типов и подтипов.

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

Конвенциональная толпа. Образуется на основе интереса к какому-либо заранее объявленному массовому развлечению, зрелищу или по иному социально значимому конкретному поводу. Готова лишь временно следовать достаточно диффузным нормам поведения.

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

Экстатическая толпа. Представляет собой крайнюю форму экспрессивной толпы. Характеризуется состоянием общего экстаза на основе взаимного ритмически нарастающего заражения (массовые религиозные ритуалы, карнавалы, рок-концерты и т.п.).

Действующая толпа. Формируется - как и конвенциональная; осуществляет действия относительно конкретного объекта. Действующая толпа включает в себя указанные ниже подвиды.

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

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

3. Стяжательская толпа. Вступает в неупорядоченный непосредственный конфликт за обладание какими-либо ценностями. Провоцируется властями, игнорирующими жизненные интересы граждан или покушающимися на них (взятие штурмом мест в отходящем транспорте, ажиотажный расхват продуктов в предприятиях торговли, разгром продовольственных складов, осаждение финансовых (например, банковских) учреждений, в небольших количествах проявляется в местах крупных катастроф со значительными человеческими жертвами и т.п.).

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

Психологические эффекты массовой коммуникации

“Эффект ореола” по-другому называется “эффектом нимба”. Нимб, как известно, - это светящийся круг, изображаемый вокруг головы Бога, его апостолов или просто святых и великомучеников. Обычно под словами “эффект ореола” в современной массовой коммуникации понимается то “голубое свечение”, которым отличаются телеэкраны и которое как бы передается наиболее часто мелькающим на телеэкране персонам. В традиционной социальной психологии под «ореолом» понимается распространение авторитета, популярности от конкретного лидера или же какого-то обобщенного символа на их наиболее доверенных последователей и сторонников.

Из повседневной жизни известно: человек, узнаваемый внешне по его частым появлениям на телеэкране, неизбежно воспринимается простыми людьми как «начальник» или «звезда». Даже затратив значительные усилия, обычную аудиторию бывает просто невозможно переубедить в этом. Причина такого восприятия заключается в том, что массовая коммуникация действительно является массовой не только в чисто количественном, но и в качественном смысле.

“Эффект бумеранга”, наблюдающийся главным образом в психологии эффект, заключающийся в том, что при некоторых воздействиях источника информации на аудиторию или на отдельных лиц получается результат, обратный ожидаемому. Как правило, «эффект бумеранга» возникает, если подорвано доверие к источнику информации, если передаваемая информация длительное время носит однообразный, не соответствующий изменившимся условиям характер, если субъект, передающий информацию, вызывает неприязнь к себе у воспринимающих эту информацию и т.п. Современный «эффект бумеранга» проявляется в том, что масса зрителей, «перекормленная» одним и тем же персонажем, начинает вначале тихо, молча ненавидеть его, затем отказывать ему в доверии в социологических опросах и, наконец, откровенно бунтовать, тайно голосуя против него на выборах. Наиболее склонны к данному эффекту люди, не имеющие прочных, устойчивых собственных взглядов и испытывающие перекрестные воздействия разных источников, т.е., по сути, классическая современная масса телезрителей.

«Эффект края» - явление, заключающееся в том, что из расположенного в ряд заучиваемого материала элементы, находящиеся в начале и конце, запоминаются быстрее, чем элементы, находящиеся в середине. Установлен немецким психологом Г. Эббингаузом и подтвержден исследованиями многих психологов. «Эффект края» проявляется как непосредственным, при так и отсроченном воспроизведении. Согласно французскому психологу М. Фуко, он является результатом взаимодействия процессов внутреннего торможения, одновременно действующих в ходе научения и замедляющих его. В современных исследованиях «Эффект края» изучается как эффект первичности и эффект недавности.

- **«Эффект недавности»** - увеличение вероятности припоминания последних элементов расположенного в ряд материала по сравнению со средними элементами ряда. “Эффект недавности” (известный больше как эффект новизны) изучается при восприятии людьми друг друга и заключается в том, что по отношению к знакомому человеку наиболее значимой оказывается последняя, т.е. более новая информация о нем, тогда как по отношению к незнакомому человеку более значима первая информация.

- **«Эффект первичности»** - изучается при восприятии людьми друг друга и касается значимости определенного порядка поступления информации о человеке для формирования представления о нем.

Механизмы управления массами

Что же касается самих **способов воздействия**, реализуемых в стихийных группах, то они достаточно традиционны.

Убеждение – представляет собой преимущественно интеллектуальное, а внушение – преимущественно эмоционально-волевое воздействие.

Убеждая аудиторию согласиться с его выводами, коммуникатор пользуется тремя основными категориями аргументов.

Во-первых, это «основательные», неопровержимые факты, которые либо подводят аудиторию к оценке предлагаемого вывода как правильного, истинного, либо позволяют сделать такой же вывод самостоятельно.

Во-вторых, аргументы, содержащие «позитивную» апелляцию к психическому удовлетворению, которое дает принятие предлагаемой информации.

И, наконец, в-третьих, аргументы, в которых заключена «негативная» апелляция, привлекающая внимание к неприятным последствиям, которые могут возникнуть из-за того, что информация не будет принята.

Соотношение логических и эмоциональных апелляций к аудитории

Логические, рациональные приемы и доказательства в массовых информационных процессах часто оказываются малоубедительными, а аргументы, запрещенные в логике научного исследования (иногда их не очень точно называют «психологическими аргументами»), выступают как главное средство убеждения массовых аудиторий. При публицистическом, пропагандистском подходе они, по сути дела, обязательны, а рекламное воздействие без них просто невозможно.

Оратор, желающий увлечь толпу, должен злоупотреблять сильными выражениями. Преувеличивать, утверждать, повторять и никогда не пробовать доказывать что-нибудь рассуждениям - вот способы аргументации для толпы.

Утверждение тогда лишь воздействует на толпу, когда оно многократно повторяется в одних и тех же выражениях: в таком случае идея внедряется в умы так прочно, что в конце концов воспринимается как доказанная истина, а затем и врывается в самые глубокие области бессознательного. Этот прием также вполне успешно применяется лидерами или вожаками толпы.

Внушение представляет собой особый вид воздействия, а именно целенаправленное, неаргументированное воздействие одного человека на другого или на группу. При внушении осуществляется процесс передачи информации, основанный на ее некритическом восприятии. **Часто всю информацию, передаваемую от человека к человеку, классифицируют с точки зрения меры активности позиции коммуникатора, различая в ней сообщение, убеждение и внушение.** Именно эта третья форма информации связана с некритическим восприятием. Предполагается, что человек, принимающий информацию, в случае внушения не способен на ее критическую оценку. Естественно, что в различных ситуациях и для различных групп людей мера неаргументированности, допускающая некритическое принятие информации, становится весьма различной.

Внушение, «суггестия», как социально-психологическое явление обладает глубокой спецификой, поэтому правомерно говорить об особом явлении «социальной суггестии». Человек, осуществляющий внушение, называется суггестор, человек, которому внушают, т.е. выступающий объектом внушения, называется суггеренд. Явление сопротивления внушающему воздействию называется контрсуггестией.

Способы и приемы внушающего воздействия

Особенности **специфического внушения**. Специфическое внушение осуществляется посредством распространения конкретных идей, представлений, образов и другой информации с целью замещения существующей установки и провоцирования определенной поведенческой реакции объекта воздействия.

При специфическом внушении используют только вербальные (речевые) средства влияния и оно обычно является составной частью убеждения, значительно усиливающим его эффективность.

Различают следующие основные **способы специфического внушения**:

1. **"Приклеивание ярлыков"**. Используется для того, чтобы опорочить какую-то идею, личность или явление посредством оскорбительных эпитетов или метафор, вызывающих негативное отношение. Чаще всего его применяют в отношении политических деятелей, и других общеизвестных лиц.
2. **"Сияющее обобщение"**. Заключается в обозначении конкретной идеи или личности обобщающим родовым именем, имеющим положительную эмоциональную окраску. Цель - побудить объект воздействия принять и одобрить преподносимое понятие или суждение. Этот способ позволяет скрывать отрицательные последствия усвоения содержания внушения и тем самым не провоцировать негативные ассоциации.
3. **"Перенос"** (трансфер). Суть его - вызвать через преподносимый образ (понятие, лозунг, идею) ассоциацию с чем-либо или кем-либо, имеющим в глазах объекта бесспорный престиж (ценность), чтобы сделать содержание воздействия приемлемым. Например, апелляция к авторитету, использование популярных терминов. Часто используется также негативный "перенос" путем пробуждения ассоциаций с отрицательными (для объекта) образами, понятиями, идеями.
4. **"Свидетельство"**. Заключается в цитировании высказываний личности, которую уважает или, наоборот, ненавидит объект воздействия. Высказывание, как правило, содержит положительную оценку преподносимой идеи (понятия, суждения) и ставит своей целью побуждение объекта воздействия к принятию навязываемого ему положительного или отрицательного мнения по этому поводу.
5. **"Игра в простонародность"**. Основана на побуждении объекта внушения к отождествлению субъекта и преподносимых им идей (понятий, суждений) с позитивными ценностями вследствие "народности" этих идей либо вследствие принадлежности источника информации к так называемым "простым людям". Именно поэтому пропагандистские материалы часто преподносят от имени рядовых граждан.
6. **"Перетасовка фактов"**. Заключается в тенденциозном подборе только положительных или только отрицательных реальных фактов для доказательства справедливости позитивной либо негативной оценки какой-то идеи (суждения, понятия, явления). Объекту

воздействия преподносят в определенной последовательности такие факты, осмысление которых неизбежно ведет к нужным им выводам.

7. «Единение с аудиторией» («**фургон с оркестром**») - утверждение, что «все так думают» или что «подавляющее большинство населения так считает» и «так желает». Он не обращается напрямую к реципиенту, но приводит ему в пример «желания» большого коллектива людей. В данном случае манипулятор фактически паразитирует на коллективном сознании, присущем нашему народу, — ведь идти против «мнения коллектива» реципиенту, скорее всего, не захочется.

Особенности **неспецифического внушения**. Неспецифическое внушение осуществляется путем провоцирования у объекта воздействия отрицательных психических состояний, вызывающих определенное поведение. В процессе его осуществления речевые (вербальные) факторы сочетают с неречевыми (невербальными).

Основными **способами неспецифического внушения** выступают устрашение, эмоциональное подавление, инициирование агрессивных эмоциональных состояний.

Устрашение (инициирование страха) - это формирование состояний беспокойства, депрессии или апатии; пробуждение чувства страха перед реальной или вымышленной опасностью, а также перед неизвестностью. Конечная цель устрашения - максимальное снижение морально-психологической устойчивости людей, паралич их воли к сопротивлению.

Необходимо различать страх перед реальной и вымышленной опасностью. Страх перед реальной опасностью (допустим, перед угрозой гибели или превращения в калеку) глубже, т.к. базируется на определенном жизненном опыте. Однако страх перед вымышленной опасностью также может существенно снизить морально-психологическую устойчивость.

Наибольший страх люди испытывают перед неведомой опасностью, т.е. такой, с которой они ранее не сталкивались и потому не знают, какие последствия она может вызвать.

Доказана зависимость эффекта внушения от возраста: в целом дети более поддаются внушению, чем взрослые. Точно так же в большей мере внушаемыми оказываются люди утомленные, ослабленные физически, чем обладающие хорошим самочувствием.

Метод внушения выступает как метод своеобразного психопрограммирования аудитории, т.е. относится к методам манипулятивного воздействия. Особенно очевидным является применение этого метода в области рекламы. Здесь разработана особая концепция «имиджа», который выступает как звено в механизме суггестии. **Имидж – это специфический «образ» воспринимаемого предмета, когда ракурс восприятия умышленно смещен и акцентируются лишь определенные стороны объекта. Поэтому достигается иллюзорное отображение объекта или явления. Между имиджем и реальным объектом существует так называемый разрыв в достоверности**, поскольку имидж сгущает краски образа и тем самым выполняет функцию механизма внушения. Имидж строится на включении эмоциональных апелляций, и искусство рекламы в том и состоит, чтобы обеспечить психологически действие суггестивных сторон имиджа. В массовом поведении стихийных групп имидж выдвинутых толпой лидеров также приобретает большое значение как фактор психологического воздействия, осуществляющего путем внушения регуляцию поведения массы людей.

Подражание также относится к механизмам, способам воздействия людей друг на друга, в том числе в условиях массового поведения, хотя его роль и в иных группах, особенно в специальных видах деятельности, также достаточно велика. Подражание имеет ряд общих черт с уже рассмотренными явлениями заражения и внушения, однако его специфика состоит в том, что здесь осуществляется не простое принятие внешних черт поведения другого человека или массовых психических состояний, но воспроизведение индивидом черт и образцов демонстрируемого поведения.

Заражение с давних пор исследовалось как особый способ воздействия, определенным образом интегрирующий большие массы людей, особенно в связи с возникновением таких явлений, как **религиозные экстазы, массовые психозы** и т.д. Феномен заражения был известен на самых ранних этапах человеческой истории и имел многообразные проявления: массовые вспышки различных душевных состояний, возникающих во время ритуальных танцев, спортивного азарта, ситуаций паники и пр. В самом общем виде заражение можно определить как бессознательную невольную подверженность индивида определенным психическим состояниям. Она проявляется не через более или менее осознанное принятие какой-то информации или образцов поведения, а через передачу определенного эмоционального состояния. Поскольку это эмоциональное состояние возникает в массе, действует механизм многократного взаимного усиления эмоциональных воздействий общающихся людей. Индивид здесь не испытывает организованного преднамеренного давления, но просто бессознательно усваивает образцы чьего-то поведения, лишь подчиняясь ему. Многие исследователи констатируют наличие особой «реакции заражения», возникающей особенно в больших открытых аудиториях, когда эмоциональное состояние усиливается путем многократного отражения по моделям обычной цепной реакции. Эффект имеет место прежде всего в неорганизованной общности, чаще всего в толпе, выступающей своеобразным ускорителем, который «разгоняет» определенное эмоциональное состояние.

Особой ситуацией, где усиливается воздействие через заражение, является ситуация паники. **Паника** возникает в массе людей как определенное эмоциональное состояние, являющееся следствием либо дефицита информации о какой-либо пугающей или непонятной новости, либо избытка этой информации. Непосредственным поводом к панике является появление какого-то известия, способного вызвать своеобразный шок. В дальнейшем паника наращивает силу, когда включается в действие рассмотренный механизм взаимного многократного отражения.

Механизмы и особенности массовой паники

Четыре комплекса предпосылок (факторов) превращения более или менее организованной группы в паническую толпу.

Обобщенно типичный механизм развития паники выглядит следующим образом. Шокирующий стимул, очень интенсивный или повторяющийся, вызывает множество индивидуальных реакций страха. Это выражается криками, плачем, гримасами, возбужденными хаотическими движениями. Циркулярная реакция обуславливает обоюдное индуцирование эмоции. Процесс завершается массовыми действиями, которые кажутся спасательными.

Стоит добавить, что в обстановке, когда множество людей ожидают какого-то страшного события, средства защиты от которого неизвестны, стимулом панических настроений и действий может стать словесное обозначение ожидаемого события (при его реальном отсутствии).

И еще одно практически важное замечание. В первые несколько мгновений после шокирующего стимула обычно наступает так называемый психологический момент. Масса людей оказывается как бы во взвешенном состоянии («оторопь») и готова следовать первой реакции, иногда совершенно иррациональной. Это также наиболее подходящий момент для перелома ситуации человеком или группой людей, готовых взять на себя практическое руководство.

Меры по предупреждению массовой паники должны опираться на учет ее предпосылок (факторов).

Прежде всего, идеологическая и организационная подготовка группы к возможным опасностям, обеспечение эффективного руководства, воспитание лидеров, пользующихся высоким доверием группы.

Типичной ошибкой является длительное проведение митингов и манифестаций в условиях социальной напряженности, в жаркую (или холодную) погоду, с участием большого количества истощенных людей. При этом возрастает вероятность иррациональных реакций, особенно при возможных провокациях.

Ряд характерных ошибок при организации массовых мероприятий связан также с игнорированием общепсихологического фактора паники. Так, недостаточное информирование участников о возможных опасностях (или, напротив, о безопасности того или иного события), о имеющихся способах защиты подчас приводит к серьезным неприятностям.

Предупреждению и снятию панических настроений способствует физическая близость участников (сцепка локтями), а также коллективное пение хорошо известной песни со стройным умеренным ритмом (типа гимна или марша).

Ритмичная музыка, пение или — при отсутствии технических возможностей — скандирование способствуют ликвидации уже возникшей паники.

Остановить паническое поведение помогает в определенных случаях привычное стимулирование (например, громкое звучание национального гимна, на который люди рефлекторно реагируют стойкой «смирно») или, напротив, неожиданный интенсивный стимул (например, выстрел в закрытом помещении). При этом восстанавливается ситуация, обозначенная выше как психологический момент, когда лидер может взять на себя рациональное руководство. Наконец, на начальных стадиях паники решающую роль может сыграть удачная своевременная шутка, особенно если она исходит от известного людям «юмориста», например, актера.

Само собой разумеется, что всякое противодействие массовой панике возможно только при наличии группы лиц, сохраняющих присутствие духа и готовых взять на себя руководство. Поэтому грамотная организация массового мероприятия предполагает присутствие людей, соответствующим образом подготовленных и организованных.

Слухи как психологическое явление

Слух — передача эмоционально значимых для аудитории сведений по каналам межличностной коммуникации.

Считается, что **слух никогда не бывает полностью достоверным**. Это связано с тем, что в процессе циркуляции сюжет претерпевает ряд закономерных изменений, более или менее искажающих начальную версию. Изменения носят следующий характер.

Сглаживание: многие детали исходного сюжета в процессе многократной передачи исчезают; сохраняются лишь те детали, которые в глазах аудитории особенно существенны.

Заострение: сохраняющиеся детали увеличиваются количественно и качественно.

Приспособление: под стереотипы и ожидание аудитории подстраиваются лишь отдельные детали (без выраженных симптомов сглаживания или заострения), но таким образом, что это решительно изменяет социальное содержание события.

Известно множество случаев, когда исходно малодостоверный слух, влияя на настроение и действия людей, вызывает экономические и политические ситуации, описываемые в сюжете.

Основные предпосылки возникновения слухов

На неискушенный взгляд, слухи подчас кажутся явлением беспричинным, либо обусловливаемым исключительно чьими-то провокационными намерениями.

Основные, или фундаментальные, факторы предстают как **интерес аудитории к проблеме и дефицит надежной информации**.

Для противодействия слухам полезно:

- а) высокая оперативность и систематичность официальных сообщений
- б) неизменно высокая достоверность сообщений
- в) систематическая и хорошо отлаженная обратная связь между источниками официальных сообщений и аудиторией — чтобы своевременно и по возможности опережающим образом реагировать
- г) поддержание оптимальной эмоциональной насыщенности в жизни (совместная деятельность, распределение ролей согласно индивидуальным интересам и склонностям и т. д.) — дабы избежать ситуаций бессобытийности.

2. Прямолинейное выделение и опровержение слуха часто производит «эффект бумеранга» — интенсивность слуха возрастает. Игнорирование также может привести к тому, что слух, распространяясь по своим психологическим законам, нанесет значительный вред. Обычно неэффективны и беспредметные опровержения типа: «Не верьте враждебным слухам!»

Когда и если существует уверенность в том, что данный источник информации (политический деятель, журналист, телеканал, газета и т. д.) пользуется достаточным авторитетом в данной аудитории, то уместна «лобовая» атака на слух. При этом прямо указывается на содержание слуха, его причины и излагается альтернативная версия событий.

Однако такой ход совершенно неприемлем, если нет уверенности в том, что наш источник в данной аудитории обладает высоким авторитетом. В подобном случае рекомендуется «фланговая» атака на слух; никак не упоминая ни о слухе, ни о его сюжете, под различными предлогами интенсивно передавать информацию, по содержанию противоречащую сюжету циркулирующего слуха.

3. Способы воздействия на стихийные группы. Манипулятивные приемы

Приемы управления (манипуляции) поведением толпы

С толпой очень сложно говорить голосом разума. Она воспринимает лишь приказ и обещания.

Для овладения приемами контроля полезно учитывать специфический феномен, называемый географией толпы: в толпе обычно образуется более плотное ядро и разреженная периферия (это очень хорошо видно при аэрофотосъемках). В ядре аккумулируется эффект эмоционального кружения, поэтому здесь человек сильнее ощущает его влияние.

Соответственно, если принято решение воздействовать на толпу изнутри, то следует проникать в ядро (имея в виду гипертрофированную внушаемость и т. д.);

- Проникшие в ядро агенты, имитируя эмоции страха или жадности (в агрессивной толпе), или бросая соответствующий клич и т. д., дают импульс паническому либо стяжательному поведению.

напротив, извне рекомендуется действовать через периферию.

- пробудить осознание индивидами толпы своих действий, возратить им утраченное чувства самоконтроля и ответственности за свое поведение;

- предотвратить образование толпы или расформировать уже образовавшуюся толпу.

- переориентирование внимания индивидов, составляющих толпу. Как только внимание людей в толпе оказывается распределенным между несколькими объектами, сразу же образуются отдельные группы, и толпа, только что объединенная «образом врага» или готовностью к совместным действиям, тут же распадается.

- объявление по громкоговорителю о том, что скрытыми камерами осуществляется видеосъемка участников толпы;

- обращение к участникам толпы с названием конкретных фамилий, имен, отчеств, наиболее распространенных в данной местности;

- применение мер по захвату и изоляции лидеров толпы и агентов влияния. Если из-за какой-нибудь случайности вожак исчезает и не замещается немедленно другим, толпа снова становится простым сборищем без всякой связи и устойчивости. В этом случае легче проводить мероприятия по рассеиванию толпы.

Воздействием громкой ритмической музыки или (в отсутствие таковой) ритмическим скандированием удастся превратить агрессивную, паническую или стяжательную толпу в экспрессивную, в частности в экстатическую, когда люди непроизвольно начинают танцевать и, не в силах остановиться, расходуют накопившуюся энергию в ритмических конвульсиях.

При этом важно подобрать адекватный ритм. Так, для борьбы с агрессивной толпой используется быстрый ритм рок-музыки. Массовую панику способен сбить более медленный ритм марша или гимна.

Запах «случайно» прорвавшейся в районе митинга канализации также погубил бы агрессивные планы организаторов на корню. Впрочем, это довольно грубый приём. Направляя на толпу сгенерированный запах свежеспечённых булочек, кофе и т.п., можно снять агрессию, перенаправить эмоции в далёкую от политики сторону.

В толпе человек теряет ощущение индивидуальности, чувствует себя безличным и потому свободным от ответственности, накладываемой ролевыми регуляторами. Вдохновляющее чувство вседозволенности и безнаказанности составляет важное условие массовидных действий. Это условие нарушается приемами деанонимизации.

Некоторые американские авторы предлагали даже такой прием: в толпе снуют хмурые личности с фотоаппаратами или блокнотами, откровенно фиксирующие самых активных индивидов. На раннем этапе формирования толпы этот прием, вероятно, может кого-то отрезвить и предотвратить экстремистские действия. Но это является опасным для здоровья и жизни агентов.

Но сегодня деанонимизация достигается более безопасными средствами. На крышах окружающих зданий размещаются хорошо заметные камеры и (или) высылаются мобильные группы телерепортеров. Демонстративные действия последних способствуют возвращению идентичности индивидам в толпе и снижению коллективного эффекта.

Агенты против агентов

На первом этапе, когда организаторы агитируют людей собраться на митинг, будет эффективен рассказ об опасности толпы. Но не просто сухое предупреждение, как это обычно делает милиция – оно если и даёт эффект, то минимальный. Объяснение должно быть убедительным и доходчивым. А убедить человека можно лишь через его подсознание. Поэтому показ накануне ожидаемых массовых акций художественного или документального фильма, где изображается картина массовых беспорядков и их трагических последствий, значительно снизил бы число потенциальных участников. Впрочем, подобный эффект оказал бы и правильно сделанный сюжет в теленовостях. Или передача на историческую тему (к примеру, о кровавом воскресенье 1905 года или о похоронах Сталина). Если вдобавок к этому распусть слух о том, что власть намерена задействовать против демонстрантов какое-то невиданное доселе оружие или специфические методы воздействия на психику, эффект окажется ещё большим.

На втором этапе полезно использовать среди собравшихся своих агентов – в противовес агентам организаторов митинга. Их задача – распространять слухи, дискредитирующие манипуляторов, желающих устроить массовые беспорядки, а также громкие высказывания «мыслей вслух» по поводу опасности участия в подобных мероприятиях, о том, что политики используют людей ради набивания собственных карманов и получения власти, в общем, – чистую правду. Ещё один, на мой взгляд, весьма эффективный приём – переключение внимания присутствующих на более интересный объект. Это может быть трансляция футбольного матча или выступление популярных артистов, распродажа чего-нибудь – словом, всё, что сможет отвлечь людей от участия в митинге.

Провокации на митинге готовятся заранее

Если понимать, что главной целью готовящихся акций «оппозиции» является пролитие крови и смерть, пришедших на их митинг людей, то причины появления некоторых лженовостей сразу станут понятными. Задача таких вбросов – подготовить общественное мнение к будущим смертям, заранее указать виновных в гибели демонстрантов. Чтобы потом поднять эмоции до небес и призвать к свержению «кровавого режима».

Как выйти из толпы

- Лучший способ не стать жертвой толпы - не попадать в толпу.

Если вы все-таки "оказались в толпе, постарайтесь как можно быстрее сориентироваться в складывающейся ситуации и своей позиции

- Обратите внимание на общие движения, потоки толпы и постарайтесь не попасть в них.
- Отойдите от лиц, проявляющих повышенную активность, привлекающую внимание органов правопорядка или вызывающую противодействие со стороны других лиц или части толпы.
- не вступайте в конфликт с лицами, потерявшими самообладание, впавшими в истеричное состояние, явными провокаторами беспорядков.
- Не занимайте ничьей стороны.
- Постарайтесь как можно скорее выбраться из толпы.
- Выбираясь из толпы, ни в коем случае не двигайтесь поперек основного потока или навстречу ему.
- Внимательно смотрите под ноги, чтобы случайно не споткнуться и не упасть.
- По возможности застегнитесь и спрячьте свободные части одежды (шарф, косынку). Обратите внимание на то, чтобы шнурки на вашей обуви были завязаны.
- При движении в толпе постарайтесь максимально защитить грудную клетку - согните руки в локтях, обхватив ими грудную клетку или положите руки в карманы, плотно прижав их к бокам, если у вас есть портфель (пакет с вещами, сумка), то прижмите его к груди, плотно обхватив руками.
- Если вместе с вами в толпе присутствует маленький ребенок - возьмите его на руки. Детей более старшего возраста ведите впереди себя.

4. Специфика переговорного процесса с большими группами людей.

Чаще всего такие переговоры носят прямой характер; сам переговорщик является более манипулятором, управленцем, нежели собственно переговорщиком. Сам термин «переговоры с толпой» может оспариваться, так как некоторые принципы переговорного процесса отсутствуют (например, что стороны должны иметь добрую волю к достижению соглашения или что стороны должны иметь ресурс для выполнения договоренностей и совместных решений).

Сама возможность совместной деятельности с толпой весьма условна. Сторонники силового подавления массовых беспорядков исходят из тезиса о том, что толпа неуправляема. Но это далеко не так.

Проблема в том, что до применения силовых методов правоохранительные органы пытаются умиротворять толпу методами, подходящими для человека, находящегося в

здоровом уме, но никак не для безумной «клетки» толпы. Чтобы быть понятым, нужно говорить с оппонентом на одном языке – это главное правило успешного общения. Чтобы воздействовать на толпу, нужно говорить с ней на языке, который в этот момент доступен составляющим её людям – на языке эмоций.

Принципы переговоров с толпой

1. Когда необходимо вести переговоры со всей группой, которая является оппонентом в конфликте, лучше вести диалог не со всеми, а только с отдельными представителями.

2. Преодоление анонимности участников — деанонимизация. В толпе человек теряет ощущение индивидуальности, чувствует себя безличным и потому свободным от ответственности, накладываемой ролевыми регуляторами. Вдохновляющее чувство вседозволенности и безнаказанности — важная черта массовидных действий. Деанонимизация должна осуществляться безопасно для тех, кто ее проводит (заметные камеры на крышах зданий, мобильные группы репортеров на вертолетах и пр.).

3. Опираясь на знание географии и свойства толпы — воздействие на ядро осуществляется изнутри, на более аморфную периферию — снаружи. В ядре толпы более силен эффект эмоционального кружения, а следовательно, гипертрофированная внушаемость и реактивность. В ядро толпы целесообразно запускать несколько агентов с репликами, например: «Они идут!»; «У них оружие!». Воздействие на менее включенную, но существенно более численную периферию осуществляется по принципу переключения внимания.

4. Манипулятивный характер переговоров с толпой наиболее ярко представлен именно при осуществлении переключения внимания. Используя основное свойство толпы — ее превращаемость, — из двух зол выбирается меньшее. Так, например, повстанческая толпа, идущая на правительственное здание, может быть несколькими агентами превращена в стяжательную, а ее внимание может быть направлено на магазины, склады и пр. Небольшая автомобильная авария, популярная в данном обществе динамичная игра в исполнении умелых игроков, раздача или дешевая продажа дефицитных товаров и т. д. могут отвлечь значительную часть толпы. Тем самым агрессивная, конвенциональная или экспрессивная толпа превращается в одну или несколько окказиональных (или стяжательных) толп, тем самым ядро лишается эмоциональной подпитки.

Советы и методики ведения переговоров с террористами

Дуайн Фусельер рекомендует методику оценки параметров, которые с истечением времени начинают действовать в пользу освобождения заложников:

- 1) увеличивается нужда в основных человеческих потребностях — еде, воде, сне и т. п.;
- 2) напряженность падает;
- 3) люди, остыв, начинают думать более рационально и менее эмоционально;
- 4) формируется «стокгольмский синдром»;
- 5) у заложников возрастают возможности для исчезновения;
- 6) собранная информация позволяет принимать решения на более качественном уровне;

- 7) увеличивается связь и доверие между переговорщиком и террористом;
- 8) ожидания и требования террориста могут уменьшаться;
- 9) инцидент может исчезнуть сам по себе, поскольку иногда террористы отпускают заложников, ничего не требуя взамен.

Правила «четыре “не”» (Л. Г. Почебут):

1. «Никогда не говори “никогда”». Общаться с террористом необходимо в положительно окрашенных словах, предложениях. Не следует говорить террористу: «Нет», «Я не могу», «Это невозможно, нельзя».

2. «Когда люди разговаривают, оружие не стреляет». Разговаривать с террористами необходимо постоянно, не допуская долгих пауз.

3. «Не оценивай и не принижай личность». Психологическая оценка личности террористов во время переговоров недопустима. Реакция на требования террористов должна быть максимально корректной. Переговорщик должен стараться использовать такие обороты речи, как «я верю тебе, я постараюсь помочь, я готов выслушать тебя, я готов говорить с тобой». Следует помнить, что в достижении договоренности заинтересованы прежде всего террористы, взявшие заложников.

4. «Не заставляй слишком долго ждать». Долгое ожидание выполнения своих требований озлобляет террористов. В то же время нельзя применять никаких силовых действий, если захватчики заложников доказали, что они готовы их убивать. Поэтому стратегия и тактика работы переговорщика представляется крайне сложной и ответственной.

Если происходят какие-либо события, которые могут спровоцировать появление агрессивной толпы или толпа начинает собираться, то необходимо принимать срочные меры информационного, организационного и тактического плана к недопущению концентрации большого количества людей в одном месте. В частности, необходимо хотя бы временно изолировать от людей неформальных лидеров и зачинщиков беспорядков лучший предлог для этого участие в переговорах с властями и задействовать людей, которые могли бы позитивно влиять на толпу. Однако, если собралась агрессивная толпа, полезны следующие рекомендации - **без крайней необходимости не предпринимать никаких мер воздействия на толпу, ни в коем случае не пытаться сжать ее или вытеснить с занимаемого места, не допускать давки, возникновения паники блокировать подходы к толпе, не допуская ее пополнения, тянуть время, оно работает против толпы, люди устают и их активность снижается. Устранить эмоции, не отвечать на оскорбления**, проявлять выдержку это связано с тем, что для человека в толпе и для толпы в целом характерна импульсивность не следует вступать в разговоры с людьми - следует ограничиваться ответом: Мы выполняем приказ. Это связано с тем, что у людей в толпе в силу преобладания эмоций понижается уровень интеллекта и доказывать им что-либо бессмысленно. Четко выполнять приказы руководства без необходимости не подпускать к себе людей, постоянно через устройства усиления речи информировать людей о коридорах выхода, об ответственности, о применяемых мерах по устранению причин, по которым собралась толпа. Не следует препятствовать выходу людей из толпы, но только через указанные коридоры выхода, где должны быть организованы фильтрационные пункты. Для общения с толпой и ведения переговоров необходимо использовать специально отобранных людей, личные качества играют здесь решающую роль. Переговоры следует вести не прерывая, предложить снять дополнительные требования.

Ссылки на источники:

<http://www.piter-press.ru/attachment.php?barcode=978591180720&at=exc&n=0>
<http://psyfactor.org/lib/tolpa.htm>
http://www.nsu.ru/nif/people_1/008.pdf
<http://www.psyline.ru/?mod=articles&gl=16&id=124>
<http://psyfactor.org/lib/roschin.htm>
http://sbiblio.com/biblio/archive/frolov_soc/soc_frol12.aspx
http://via-midgard.info/news/in_midgard/17291-anatomiya-mitinga.html
http://www.iisi.msu.ru/UserFiles/File/publications/spconf08_v1.pdf
http://www.edu-eao.ru/index2.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=117&Itemid=91
<http://fictionbook.in/henrik-fekseus-iskusstvo-manipulyacii.html>
<http://www.rg.ru/2004/10/20/tolpa.html>
http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/Naz/index.php