

ситуация крайне сложна и её решение требует вмешательства социального работника, а все жизненные процессы молодежи являются взаимообусловленными.

Решение проблем социализации современной молодежи с точки зрения интересов общества и государства, безусловно является первостепенным. Решать эти проблемы важно с учетом институциональных аспектов. Без заинтересованного внимания государства к общественным процессам формирования новых норм, освоения новых ценностных ориентаций, культивирования ценностей в обществе, их закрепление в общественном сознании молодежи с помощью массовой коммуникации является проблематичным.

Изменения, возникающие в обществе, влияют на все сферы его жизнедеятельности, и в особенности на молодое поколение. Молодежь всё время вынуждена приспосабливаться к этим изменениям. В связи с этим возникают новые проблемы в процессе социализации, поэтому в современном белорусском обществе возникла острая необходимость осмысления основных проблем социализации молодежи. Отсюда вытекающий вывод – необходимо искать пути решения проблем социализации молодежи и разрабатывать новые способы и механизмы социализации, адекватные условиям современного общества.

УДК 323

### **Технологии управления толпой**

Лешок В. А.

Научный руководитель: Климко М. К.

Белорусский национальный технический университет

Управление толпой находится в руках у лидера, который, обладая определенными качествами, ведет ее в нужное ему направление. Для того чтобы грамотно вести за собой толпу и управлять ею, необходимо знать, что она обладает автоматическим мышлением, то есть восприимчива к стереотипам и простым повторяющимся формам и образам.

Тщательно продуманная речь, при обращении к толпе, играет очень существенную роль. Зачастую большее влияние оказывает не точность информации, а ее образность, та эффективность, которая помогает в сознании толпы формироваться идеологическим представлениям.

Речь вождя, наполненная мощными словами, должна состоять из формулировок, вмещающих в себя знакомые всем понятия, например, любовь, доброта, мир, справедливость и т.д. Не все члены толпы до конца

могут понимать значения этих слов, но звучат они для всех весомо. А значит, лидер производит на толпу впечатление.

Если не нагружать толпу перечислением сложных фактов и данных, особенно цифр, так как внимание толпы будет рассеиваться. Чаще всего лучшие ораторы округляют и обобщают сложные данные.

Очень важно, когда оратор подкрепляет свои новые идеи прошлыми воспоминаниями, концепциями или эмоциями. Таким образом, он соединяет в сознании слушающих хранимые в памяти верования и убеждения с настоящими событиями. Благодаря этому методу мнения людей очень быстро меняются и формируются заново.

Существует теория, о том, что мышление, объясняющее реальность, бывает двух типов - основанное на идее-понятии и идее-образе. Отдельному человеку присуще мышление, основанное на идее-понятии. Он мыслит по законам логики, то есть понятиями. Для толпы же характерно мышление образами.

Важной особенностью для управления толпой является управление ее воображением. Необходимо также учитывать, что невозможно толпу заставить поверить в идею, которая для неё самой нехарактерна. Исходя из исторической справки, половину успеха в управлении толпой добывается тот оратор, который производит впечатление, будто гипнотизирует людей. Пытаться влиять на толпу силой или умом бесполезно, управлять массой возможно только тогда, когда оратор управляет её воображением. Лидер является своеобразным оболыстителем. И его главное оружие – обаяние, которое может превратить толпу в послушный безвольный организм. Оратор постоянно должен поддерживать эффект «гипноза», этот «мираж» в сознании людей.

У каждого лидера свой неповторимый стиль, но всё же, есть общие стратегии в покорении толпы. Выделяют их три разновидности.

Представление. Эта стратегия направлена на пространство, то есть место, где собирается толпа. Для большой массы людей нужно место: стадион, площадь или дворец культуры и спорта. Эти места специально и создаются для толпы, чтобы люди, попадая туда, становились единой массой, забывая об обычной жизни. Пространства на улицах и площадях предназначено для создания открытых толп, в то время, как стадионы и дворцы подходят для закрытых.

В таких местах есть только одно главное место лидера – сцена или трибуна, куда нацелено всё внимание людей. Встреча толпы и ее предводителя может быть похоже на гипнотическое действие, в котором также важную роль играют символы, звуки, песни и окружающие предметы – флаги, листовки, плакаты.

Затем появляется вождь. Это является главным событием и началом второй стратегии. Вождь начинает своё представление, основанное на обольщении, которое манипулирует простыми человеческими чувствами. Тщательно созданный образ вождя овладевает сознанием людей, покоряет, продуманные слова заставляют верить и проникаться идеями. Все эти предметы и действия важны в процессе объединения лидера и толпы, которая под воздействием этого всего становится абсолютно послушной и ведомой, а может натворить множество безумств.

Речь оратора, не всегда наполненная логикой, должна быть направлена на чувственную память толпы. Таким образом, третья стратегия – это убеждение. Оратор утверждает свою позицию, защищает ее и доказывает словами и образами. Проталкиваемая оратором идея не допускает возражений в своей правоте. При этом в речи лидера наличествуют решительные интонации, четкие фразы, риторические вопросы, уже подразумевающие понятные утвердительные ответы.

Особо важную роль в пропаганде и продвижении идеи играет частое ее повторение, с помощью которого все мысли вождя с каждым разом становятся всё более осязаемыми, настоящими, входящими ещё глубже в подсознание. Все убеждения, которые продвигает лидер, формируются в идеологию и верования, которые начинают распространяться очень быстро среди людей. Это происходит не из-за точности идей, а из-за постоянного их повторений. В итоге: массы заражаются этими идеями, и остановить их бывает очень трудно.

Анализ выступлений знаменитых исторических ораторов позволяет сделать вывод о том, что использование всех трех стратегий, позволяет лидеру добиться несомненного успеха.

## Литература

1. Бабосов, Е. М. Социология управления: пособие для студентов вузов / Е. М. Бабосов. – Мн.: ТетраСистемс, 2010. – 271 с.
2. Воеводина, Н. А. Социология и психология управления: учебное пособие / Н. А. Воеводина, И. А. Данилова, Р. Н. Нуриева. – М.: Омега-Л, 2010. – 198 с.
3. Зайцев Л.Г., Соколова М.И. Организационное поведение: учебник. - М. : Магистр, 2011.- 460 с.
4. Лапина, С. В. Социология управления: курс лекций / С. В. Лапина, Г. Ф. Бедулина, И. А. Лапина. – Минск: Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2010. – 166 с.
5. Организационное поведение: Учебник для вузов/ Под ред. Г.Р. Латтфулина, О.Н. Громовой.- СПб.: Питер,2004.-432с.