1. Перечитайте уривок із праці С. Московічі «Століття натовпів» та визначте авторський підхід до феномену пропаганди. Проілюструйте ключові позиції праці прикладами із сучасної соціально-комунікаційної практики (4-5 зразків).

Пропаганда (або комунікація) має ірраціональну основу, колективні переконання й інструмент – навіювання на невеликій або на значній відстанях. Левова частка наших дій є наслідком переконань. Критичний розум, відсутність переконань та пристрасті є двома перешкодами до дії. Навіювання може їх подолати, саме тому пропаганда, адресована масам має використовувати мову алегорій - енергійну й образну, з простими й наказовими формулюваннями.

Стратегії пропаганди призначені для перетворення індивідів у натовп та залучення їх до певної діяльності. Прийоми вождів (або партій!) кожного разу є специфічними, оскільки шукані [искомые – І. Б.] результати є конкретними і своєрідними. Але всі вони вдаються до трьох основних стратегій: вистави (видовищ – І. Б.), церемоніалу й переконання. Перша управляє простором, друга – часом, третя – словом.

Для того, щоб зібратися й діяти, натовпам необхідий простір. Манера видовищ / вистав надає цьому простору рельєфу та форми. Місця дії – собори, стадіони – створюються для того, щоб приймати маси, та, впливаючи на них, отримувати бажані ефекти. Це обмежений простір, де люди разом звільняються від буденності й об’єднуються їх спільною спадщиною надій і вірувань. Кожен, згуртувавшись з іншими, відчуває себе тут більш сильним, упевненим і підтримуваним масою.

Ці місця створюють психологічний стан причетності і тимчасовості буття людини. Тут відчуваєш внутрішнє хвилювання, зумовлене виключністю того, що відбувається, та бажання бути учасником цього. Сама грандіозність увіковічує певний порядок: керівник угорі, а натовп знизу; перший – єдиний, але осяжний усім, другий – у безкінечній множині, але невидимий. Перший має і’мя, яке вигукують усі, другий залишається анонімним. Натовп приховується у численності своєї присутності, вождь демонструє свою самотність […].

За допомогою цього церемоніалу зібрання перетворюється у гіпнотичну месу, у ході якої вождь демонструє увесь свій авторитет. Різноманітні елементи комбінуються тут у справжнє свято символів: прапори, алегорії, зображення, пісні знаменують зустріч вождя і натовпу, прихильність, яку вони відчувають до нього та втілюваній у ньому ідеї (нація, армія, соціалізм і т. ін.) […].

З іншого боку, маніфестації, воєнна хода, демонстрації або політичні з’їзди демонструють нам, що без символів, шанованих або зруйнованих, не може бути активних мас, як, утім, і мас взагалі. Це простежується у процесі революційних повстань: маси тут бачать можливість вбити принца лише після того, як вони спалили його зображення-символ й уособлення влади […]. Одночасно розгортається хореографія мас: вихід на раніше визначені місця групи за групою, причому кожна має своє обличчя й відмінні ознаки […].

Перша умова будь-якої пропаганди – це зрозуміле й безапеляційне твердження однозначної позиції, пануючої ідеї. Інформаційний зміст може бути поверховим […]. Слід постійно враховувати втомленість натовпів, те, що слова стираються від частого використання і зрештою покриваються патиною. Наприклад, слова “свобода”, “рівність”, “братерство”, “революція” або “інтернаціоналізм” можуть затертися вщент. Але у разі небезпеки вони звучать по-новому. Ми машинально повторюємо слова національного гімну. Та, коли ворог біля наших кордонів, слова “До зброї!” звучать як сигнал сурми й стають колективним паролем. Маючи мінімум змісту, але разом з тим наказову форму, таке слово може багато чого стверджувати, не піклуючись ні про логіку, ні про правду.

Стверджування й повторення дають результат – колективне навіювання. Вони зливаються у потік вірувань, що розповсюджуються зі швидкістю епідемії. Зараження відбувається швидше за умови потужності викликаних почуттів та стрімкості поєднанння дії з думкою, ніби під час короткого замикання (Московичи С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс / Пер. с фр. / С. Московичи. – М.: Центр психологии и психотерапии, 1998. – 480 с.).