

*КОНФОРМИЗМ.  
ВЛИЯНИЕ  
СРЕДСТВ МАССОВОЙ  
КОММУНИКАЦИИ  
НА ПОВЕДЕНИЕ ЛЮДЕЙ*

*«Люди доверчивы, как овцы,  
и конформны, как волки».*

*Карл Ван Дорен.  
Почему я скептик*

## СИТУАЦИЯ

Оратор,  
высказавший  
спорные идеи,  
заканчивает  
выступление.



Фанаты в первых рядах встают и начинают хлопать. Поклонники, сидящие чуть дальше, следуя их примеру, тоже поднимаются со своих мест, аплодируя. Вот волна стоящих людей докатывается до тех, кто в другой ситуации, не вставая со своих удобных кресел, вполне мог бы ограничиться вежливыми хлопками.

## СИТУАЦИЯ

Вы сидите среди этих людей, и какая-то часть вас не хочет вставать:

«Я СОВЕРШЕННО НЕ СОГЛАСЕН С ТЕМ, ЧТО ГОВОРИЛ ЭТОТ ОРАТОР!»

Останетесь ли вы сидеть, если и сидящие вокруг вас тоже встанут?

Многие люди встанут.

БЫТЬ «БЕЛОЙ ВОРОНОЙ» НЕЛЕГКО!

# КОНФОРМИЗМ

(от лат. conformis — «подобный»,  
«сообразный»)

-- психологический термин,  
означающий согласие с мнением  
большинства, отсутствие собственной  
позиции, некритическое следование  
любому образцу, обладающему  
наибольшей силой давления  
(признанный авторитет, традиция и  
объективный взгляд).

## ПРОЯВЛЕНИЯ КОНФОРМИЗМА ПОРОЖДАЮТ РЯД ВОПРОСОВ

- 1) Почему при большом разнообразии индивидуальностей в многочисленных группах их поведение одинаково?
- 2) Можно ли сказать, что временами социальное давление настолько велико, что индивидуальные различия стираются?
- 3) Куда подевались неисправимые индивидуалисты?
- 4) Всегда ли в повседневности легче рассуждать о храбрости, чем

И ГЛАВНОЕ.

Так ли плох конформизм, как следует из образа покорного «стада», который возник при описании зрителей?

Может быть, вместо этого следует говорить о

«ГРУППОВОЙ СОЛИДАРНОСТИ»

И

«СОЦИАЛЬНОЙ ВОСПРИИМЧИВОСТИ»?

# ХОРОШ ИЛИ ПЛОХ КОНФОРМИЗМ?

Конформизм **НИ ПЛОХ, НИ ХОРОШ**,  
например, когда мы, собираясь на теннисный  
корт, надеваем белые костюмы.

Конформизм **ПЛОХ**, когда становится причиной  
того, что кто-то, как все, садится пьяным за  
руль или вступает в ряды расистов.

Конформизм **ХОРОШ**, когда он мешает людям  
вести себя в общественных местах  
несоответствующим образом.

В западной культуре термин «**КОНФОРМИЗМ**» имеет негативный оттенок.

Если человека западной культуры назвать «стопроцентным конформистом», он, скорее, всего оскорбится.

Западная культура не одобряет **ПОДЧИНЕНИЯ** давлению со стороны людей, равных по положению.



Социальные психологи Европы и США воспитаны в традициях своих индивидуалистических культур.



Поэтому они часто используют для обозначения ПОДЧИНЕНИЯ негативные ярлыки: КОНФОРМИЗМ, УСТУПЧИВОСТЬ, чем позитивные: СПОСОБНОСТЬ К СОТРУДНИЧЕСТВУ, К РАБОТЕ В КОМАНДЕ, СОЦИАЛЬНАЯ ВОСПРИИМЧИВОСТЬ, ЧУТКОСТЬ

Объяснительная.

Я ушел с последней пары  
ввиду своего стадного инстинкта:  
ушли все - ушел и я. Оставаться  
с преподавателем с глазу на глаз  
я испугался.



В Японии умение «идти в ногу» с окружающими является признаком терпимости, самоконтроля и духовной зрелости, а не слабости.

*«Повсюду в Японии ощущается  
недоступная пониманию  
непосвященного безмятежность,  
присущая людям, прекрасно  
знающим, чего они могут ожидать  
друг от друга» (Morrow, 1983).*

Следовательно, мы выбираем  
ярлыки, соответствующие нашим  
нравственным ценностям и  
суждениям.

# Разновидности конформизма — УСТУПЧИВОСТЬ и ОДОБРЕНИЕ.

Иногда человек проявляем конформизм, не веря по-настоящему в то, что делает. Мы повязываем галстук или надеваем платье, хотя не любим ни того ни другого.

Подобный внешний конформизм называется УСТУПЧИВОСТЬЮ. Мы уступаем требованиям окружающих, чтобы заслужить поощрение или избежать наказания.

Если уступчивость - ответ на недвусмысленный приказ, то это **ПОДЧИНЕНИЕ**.

Власти могут вынудить быть уступчивым на публике. Но добиться неофициального **ОДОБРЕНИЯ** — это совсем другое дело.



Иногда человек сам искренне верит в то, что его вынуждает делать группа.

Мы можем пополнить ряды миллионов пьющих молоко людей, потому что считаем его полезным.

Этот внутренний, искренний конформизм называется **ОДОБРЕНИЕМ.**

Нередко одобрение возникает после уступки.

Еще одна категория, связанная с  
конформизмом.

**УСТАНОВКА** - следствие  
поведения.

За исключением тех случаев, когда  
мы не чувствуем себя  
ответственными за свои поступки,  
мы обычно проникаемся симпатией  
к тому, что нам приходится  
отстаивать.



# В РЕАЛЬНОЙ ЖИЗНИ ВНУШАЕМОСТЬ НЕ ВСЕГДА БЕЗОБИДНА

Угоны самолетов,  
сообщения об НЛО,  
серийные убийства  
маньяков,  
хулиганство  
футбольных фанатов,  
самоубийства (суицид),  
- все эти социальные  
явления нередко  
происходят  
волнообразно.



## **ЭФФЕКТ ВЕРТЕРА**

(синдром Вертера)

— массовая волна подражающих самоубийств, которые совершаются после самоубийства, широко освещённого ТВ или другими СМИ, либо описанного в популярном произведении литературы или кинематографа.

Эффект Вертера в 1974-1975 гг. изучил американский социолог ДЭВИД ФИЛЛИПС (Калифорнийский университет).

## СУИЦИД

По данным Д. Филлипса, число самоубийств (а также дорожных аварий с фатальным исходом и крушений частных самолетов, которые иногда являются замаскированными самоубийствами), растет после суицидов, широко освещаемых в СМИ.

Своим названием синдром обязан роману И. В. Гете «*Страдания юного Вертера*» (1774). Д. Филлипс исследовал волну подражающих самоубийств, прокатившуюся по Европе в к. 18 в.

## СУИЦИД

Герой Гете, влюбленный юноша, отчаявшись обрести счастье с боготворимой им девушкой Лоттой, пускает себе в голову пулю.

Сразу после публикации книга вызвала целую войну самоубийств среди молодых людей.

Поэтому подражательное поведение психологи и социологи называют эффектом (синдромом) юного Вертера.



## СУИЦИД

В августе 1962 г. в США число самоубийств превысило обычную цифру на 200:

6 августа покончила с собой Мерилин МОНРО.

Более того, число суицидов возрастает только в тех округах, где публикуется статистика самоубийств. Чем больше информированность населения, тем заметнее рост трагических случаев.



# СУИЦИД

Не все исследователи подтверждают способность самоубийц «вербовать» последователей. Но подтверждений тому немало.

- 1) В одной из психиатрических клиник Лондона в течение года покончили с собой 14 пациентов.
- 2) В Германии, в одной средней школе, в течение 18 дней было два добровольных ухода из жизни, семь суицидных попыток и 23 ученика сказали, что думают о самоубийстве.

В Германии и США число суицидов увеличивается после демонстрации телевизионных сериалов, персонажи которых кончают с собой.

## СУИЦИД

К таким же последствиям приводят и серьезные произведения, в центре которых — проблема суицида.

В России после выхода в 1792 г. книги Н.М. Карамзина «Бедная Лиза» наблюдалась волна самоубийств среди молодых девушек. Она прекратилась после того, как возле прудов и озёр стали ставить столбы со следующей надписью:

*«Здесь в воду кинулась  
Эрастова невеста,  
Топитесь, девушки, в пруду  
довольно места».*

Таким образом, ирония и сарказм дают хорошие результаты в борьбе против эффекта Вертера.



По данным Д.Филлипса, подростки наиболее подвержены подобному влиянию. Это позволяет понять случающиеся время от времени серии подростковых самоубийств.



Сюда же можно отнести и эпидемию массовых расстрелов в школах, когда подростки расстреливают своих соучеников. Эти факты широко освещаются в масс-медиа.





СК РОССИИ

Следственное управление  
по Иркутской области  
(СУ СК России по Иркутской области)

ул. Володарского, д.11,  
г. Иркутск, Россия, 664011

14.10.2014 № 225-02-2014

Главным редакторам областных  
и городских СМИ

Уважаемые коллеги!

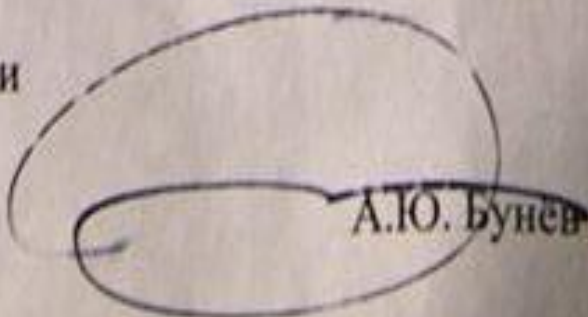
В осенне-весенний период всегда отмечается всплеск самоубийств, в том числе и среди жителей Иркутской области. Средства массовой информации довольно часто освещают данные поступки на страницах газет, телеэфирах и Интернет-сайтах. Ни для кого не секрет, что распространение и частота самоубийств отражают моральное здоровье общества, уровень социальной напряженности. Возникновение волны самоубийств после освещения в СМИ конкретного самоубийства носит в психологии название «Эффект Вертера». Подробное изучение этого явления было сделано американским психологом Д. Филлипсом в середине 70-х годов прошлого века. Не вдаваясь в подробности его исследований, можно кратко резюмировать, что «Эффект Вертера» не является выдумкой. Анализ нескольких тысяч самоубийств позволил сделать статистически обоснованный вывод, что после публикации о факте совершения самоубийства на первых страницах прессы или в теленовостях, наблюдается заметный всплеск количества совершенных самоубийств. Эффект от таких публикаций проявляется примерно в течение семи дней. Наиболее сильное воздействие СМИ оказывают на подростков в возрасте 10-16 лет. Установлено, что склонность к совершению подражательного самоубийства у девочек значительно выше, чем у юношей.

В октябре текущего года наиболее резонансным стало освещение в СМИ факта самоубийства сотрудницы университета, которая сбросилась с балкона своей квартиры. После публикации данной темы на территории Иркутской области за 6 дней зарегистрировано 10 суицидов, один из которых осуществлен 13-летним подростком. Кроме этого, одно самоубийство совершено аналогичным образом – прыжок с высоты, что является крайне редким способом свести счеты с жизнью.

В связи с вышеизложенным настоятельно рекомендую Вам исключить освещение фактов самоубийств в СМИ. Возможно, это поспособствует снижению числа суицидов на территории Иркутской области.

Руководитель Следственного управления  
Следственного комитета Российской Федерации  
по Иркутской области

генерал-майор юстиции



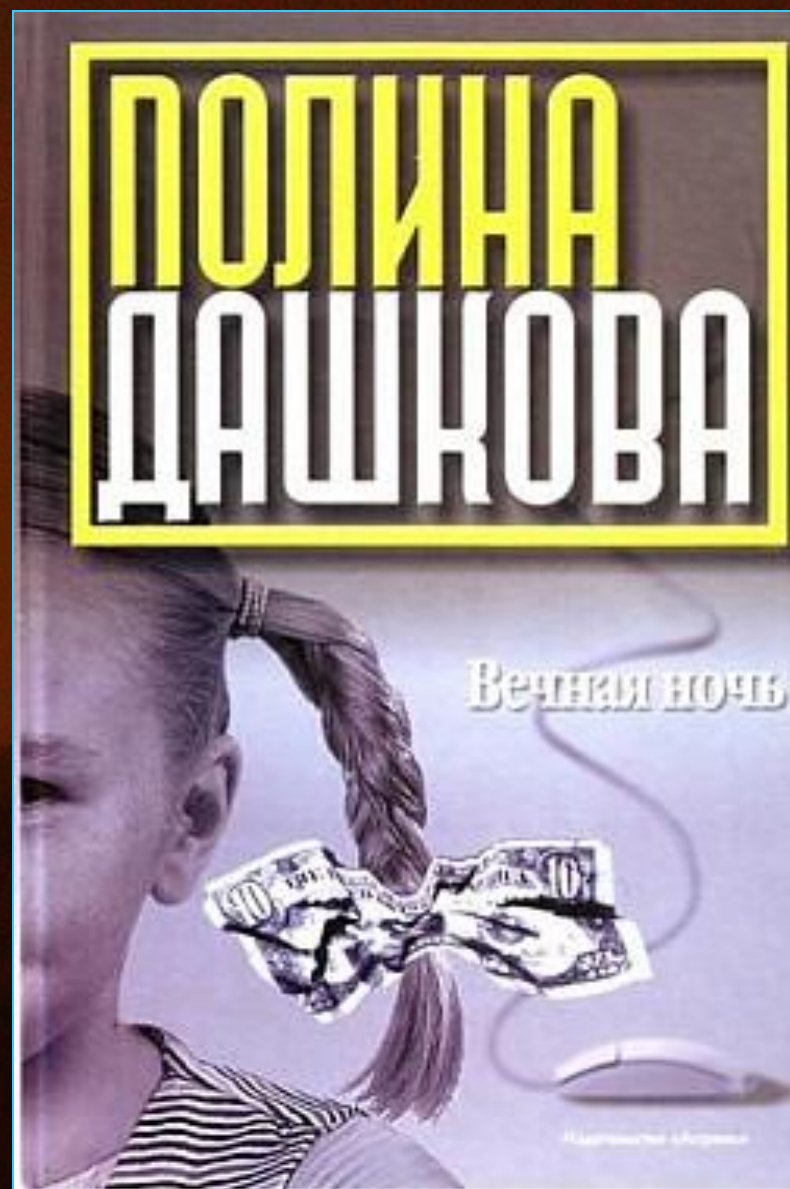
А.Ю. Бунев

АБ 0039159

## ЭПИДЕМИИ СЕРИЙНЫХ УБИЙСТВ

*«...В ФБР проводили специальные исследования об информационных эпидемиях среди серийных убийств. Как только появляется в прессе подробности убийств, так сразу жди плагиата. Чужая слава покоя не дает...»*

Полина ДАШКОВА.  
Вечная ночь



# ХУЛИГАНСТВО ФУТБОЛЬНЫХ ФАНАТОВ

ВКОНТАКТЕ:

«...Я думаю, многие знают и смотрели фильм "ОКОЛОФУТБОЛА". Ну вот, недавно мой одноклассник посмотрел этот «шедевр» и решил стать футбольным хулиганом. Раньше с ним можно было поговорить о чём-то нормальном, но теперь он постоянно ходит на ненастоящие стрелки и даже создал свою фирму (кто не знает - это группа футбольных хулиганов).

НИКОГДА, СЛЫШИТЕ, НИКОГДА НЕ СМОТРИТЕ ЭТОТ ФИЛЬМ, ИБО СТАНЕТЕ ТАКИМИ ЖЕ ИДИОТАМИ!...»

## ХУЛИГАНСТВО ФУТБОЛЬНЫХ ФАНАТОВ

ВКОНТАКТЕ:

«...Меня, как добропорядочного студента уже ДОСТАЛИ движухи моих друзей - а ля **ФАНАТСКИЕ РАЗБОРКИ**. Они меня зовут драться с местными фанатами, ибо они болеют за ЦСКА. Иногда просто бесит, когда они пишут: "ЖЕНЕК, НЕ ВЫХОДИ ИЗ ПАДИКА, ТЕБЯ ПАСУТ ТАМ". "Да какого черта я?" "ТЫ НА ФОТКАХ ЗАСВЕТИЛСЯ, ТЕБЯ ПАСУТ!"

Во всем виноват фильм "**ОКОЛОФУТБОЛА**". До него они были нормальные, хоть и идиоты...»

# СМИ ОБЕСПЕЧИВЮТ ПЕРСОНИФИКАЦИЮ ЖЕРТВ

Невинные жертвы вызывают больше сочувствия, если они персонифицированы.

В результате землетрясения в Иране, о котором все быстро забыли, погибли 3000 чел.

В это же время в Италии умер случайно оказавшийся в высохшем колодце мальчик, и его оплакивал весь мир.

Предполагаемая статистика ядерной войны настолько деперсонифицирована, что ее даже трудно воспринять.

# ПЕРСОНИФИКАЦИЯ ЖЕРТВ

объясняет тот факт, что некоторые из жертв насилия остаются живы. Когда жертва начинает знакомиться с преступником, она становится для него личностью. Конкретного человека убить гораздо сложнее, чем неизвестную жертву





# *ТЕОРИЯ РАЗБИТЫХ ОКОН (ТРО)*



Согласно ТРО, если кто-то разбил стекло в доме и никто не вставил новое, то вскоре ни одного целого окна в этом доме не останется.

Признаки беспорядка и несоблюдения людьми принятых норм поведения провоцируют окружающих тоже забыть о правилах. Возникает цепная реакция, и «приличней» городской район может быстро превратиться в клоаку, где людям страшно выходить на улицу.

ТРО сформулировали в 1982 г. американские социологи-криминалисты *Дж. УИЛСОН и Дж. КЕЛЛИНГ*

В середине 1980-х в нью-йоркском метрополитене поменялось руководство. Новый директор Дэвид Ганн начал работу с борьбы против граффити. Нельзя сказать, что вся городская общественность обрадовалась идее: «Парень, займись серьезными вопросами – техническими проблемами, пожарной безопасностью, преступностью. Не трать наши деньги на ерунду!».

Но Ганн был настойчив:



*«Граффити — это символ краха системы. Если начинать процесс перестройки организации, то первой должна стать победа над граффити. Не выиграв этой битвы, никакие реформы не состоятся. Мы готовы внедрить новые поезда стоимостью в 10 млн. долларов каждый, но если мы не защитим их от вандализма — известно, что получится. Они продержатся один день, а потом их изуродуют».*

И Ганн дал команду очищать вагоны. Маршрут за маршрутом. Состав за составом. Каждый чертов вагон, каждый божий день.

«Для нас это было как религиозное действие», — рассказывал он позже.

В конце маршрутов установили моечные пункты. Если вагон приходил с надписями на стенах, рисунки смывались во время разворота, в противном случае вагон вообще выводили из эксплуатации.

Грязные вагоны, с которых еще не смыли граффити, ни в коем случае не смешивались с чистыми. Ганн доносил до вандалов четкое послание.

*«У нас было депо в Гарлеме, где вагоны стояли ночью, — рассказывал он. — В первую же ночь явились тинейджеры и заляпали стены вагонов белой краской.*

*На следующую ночь, когда краска высохла, они пришли и обвели контуры, а через сутки все это раскрашивали. То есть они трудились 3 ночи. Мы ждали, когда они закончат свою «работу».*

*Потом мы взяли валики и все закрасили. Парни расстроились до слез, но все было покрашено снизу доверху. Это было наше послание для них: "Хотите потратить 3 ночи на то, чтобы обезобразить поезд? Давайте. Но этого никто не увидит".*

Вторым пунктом в работе нового руководства стала борьба с безбилетниками - это тоже сигнал того, что в системе нет порядка. Люди решали, что если кто-то не платит, они тоже не будут, и проблема росла как снежный ком.

В 1990 году на должность начальника транспортной полиции был нанят **Уильям Браттон**. Новый начальник полиции верил — как и проблема граффити, огромное число «зайцев» могло быть сигналом, показателем отсутствия порядка. И это поощряло совершение более тяжких преступлений. В то время **170 тыс. пассажиров пробирались в метро бесплатно**. Подростки просто перепрыгивали через турникеты или прорывались силой. И если 2 или 3 человека обманывали систему, окружающие (которые в иных обстоятельствах не стали бы нарушать закон) присоединялись к ним.

Что сделал **Браттон**? Он выставил возле турникетов по 10 переодетых полицейских. Они выхватывали «зайцев», надевали на них наручники и выстраивали в цепочку на платформе.

После этого их провожали в полицейский автобус, где обыскивали, снимали отпечатки пальцев и пробивали по базе данных. У многих при себе оказывалось оружие. У других обнаружались проблемы с законом.



«Для копов это стало настоящим Эльдорадо, — рассказывал **Браттон**. — Каждое задержание было похоже на пакет с поп-корном, в котором лежит сюрприз. Что за игрушка мне сейчас попадет? Пистолет? Нож? Есть разрешение? Ого, да за тобой убийство!.. Довольно быстро плохие парни поумнели, стали оставлять оружие дома и оплачивать проезд».

В 1994 году мэром Нью-Йорка избран **Рудольф Джулиани**. Он забрал **Браттона** из транспортного управления и назначил шефом полиции города. Он дал команду развить стратегию в масштабах всего города.

Насквозь криминальный Нью-Йорк к концу 1990-х годов стал самым безопасным мегаполисом Америки.

## КАК РАБОТАЕТ ТЕОРИЯ РАЗБИТЫХ ОКОН

Нидерландские ученые провели серию экспериментов, которые показали, что люди чаще нарушают принятые нормы поведения, когда видят, что другие тоже так поступают. При этом «дурной пример» трактуется широко: видя, что нарушается одно из принятых правил, люди позволяют себе нарушать и другие нормы, а чувство безнаказанности посылает "сигнал", призывающий к более опасным преступлениям.

*Если в здании разбито окно, его нужно как можно быстрее заменить новым. Если на тротуаре или аллее появляется мусор, его необходимо убрать, не дожидаясь, когда люди начнут выбрасывать на дорогу старую мебель или радиоактивные отходы.*



## Первый эксперимент провели на велопарковке у магазина.

Убрали все урны и повесили на рули велосипедов рекламные листовки. Получается, что люди могли забрать листовку с собой или выбросить прямо на улице. Важно, что сначала стена магазина была чистой - стоял знак, запрещающий на ней рисовать. Из 77 велосипедистов лишь 25 повели себя некультурно - это 33% от общего числа.

Затем эксперимент повторили, при такой же погоде и в то же время дня, но стену размалевали бессодержательными рисунками. На этот раз намусорило уже 69% велосипедистов.

*Таким образом, нарушение запрета рисовать на стенах оказалось серьезным стимулом, который провоцировал людей нарушать другое правило — не сорить на улицах.*

**Второй эксперимент напоминал первый,** но признаки "нарушения норм" другими людьми были не визуальными, а звуковыми.

В Нидерландах закон запрещает использование петард и фейерверков в предновогодние недели (нарушителей штрафуют). Этот закон всем прекрасно известен.

*Оказалось, что велосипедисты намного чаще бросают бумажки на землю, если слышат звук разрывающихся петард.*



**Третий эксперимент должен был показать,** справедлива ли теория разбитых окон только для общепринятых норм или распространяется и на локальные правила, установленные для какой-то конкретной ситуации. Исследователи перегородили главный вход на парковку забором с широкой щелью. Повесили знак «Вход воспрещен, обход в 200 м справа» и табличку «Запрещается пристегивать велосипеды к забору».

Опыт проводили в двух вариантах: «порядок соблюден» и «порядок нарушен». В первом случае в метре от забора стояли четыре велосипеда, явно к нему не пристегнутые. Во втором случае те же велосипеды пристегнули к забору.

*Результат снова оказался положительным: в ситуации «порядок соблюден» в дырку пролезли только 27% автовладельцев, а в ситуации «порядок нарушен» — целых 82%.*

## В четвертом и пятом экспериментах людей провоцировали на мелкую кражу.

Из почтового ящика торчал конверт с прозрачным окошком, из которого виднелась купюра в 5 евро. Экспериментаторы следили за проходящими мимо людьми, подсчитывая число краж. В ситуации «порядок соблюден» почтовый ящик был чистый, и мусора вокруг не было.

В ситуации «порядок нарушен» либо ящик был разрисован граффити, либо кругом валялся мусор.



Результаты и на этот раз получились весьма убедительные.

*В ситуации «порядок соблюден» только 13% прохожих присвоили соблазнительный конверт. Однако из разрисованного ящика конверт украли 27% прохожих, а разбросанный мусор спровоцировал на кражу 25% людей.*

Таким образом, бессмысленные надписи или разбросанный мусор увеличивает число краж вдвое.

Опыты показали: нарушение общественных норм может нарастать, как снежный ком, и бороться нужно с самыми первыми проявлениями.



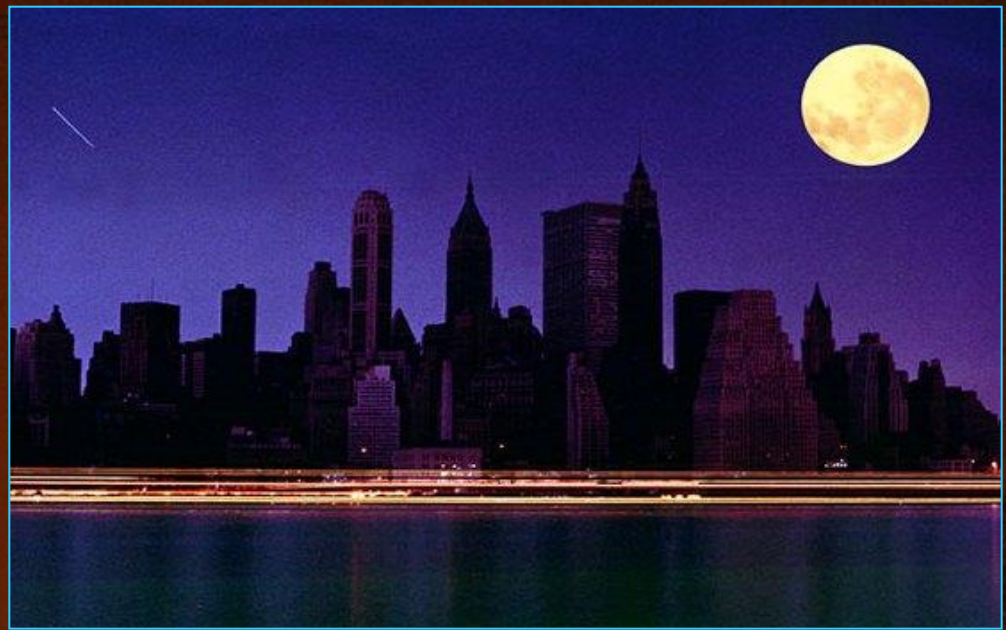
ТРО рассматривает мелкие правонарушения не только как показатель криминогенной обстановки, но и как активный фактор, влияющий на уровень преступности в целом.

Антиобщественное поведение может быстро стать привычным для многих, и тогда система начнет поддерживать сама себя.

Каждый должен понимать, бросая на газон банку из-под газировки или выводя на стене неприличное слово, мы способствуем росту преступности и преумножению всеобщего свинства.



Еще пример.  
Катастрофа с  
электроснабжением  
Нью-Йорка случилась .  
В 1977 г., в ночь с 13  
на 14 июля.  
Системная авария –  
блэкаут - произошла  
из-за попадания  
молнии  
в линию  
электропередачи.  
На 25 ч. была  
прервана подача  
электричества в Нью-  
Йорк, 9 млн жителей  
оказались без света.



С наступлением темноты на  
магазины во всех районах  
города набросились  
грабители и мародеры из  
бедных кварталов, а также  
обычные горожане. Огромное  
количество ограблений,  
массовые проявления  
вандализма, пожары – все это  
дало блэкауту названия «НОЧЬ  
СТРАХА», «НОЧЬ ЗВЕРЕЙ»

Полиция арестовала  
около 3700 человек,  
но  
это была лишь  
небольшая доля  
участников  
погромов.

Было разгромлено до  
2 тыс. магазинов,  
общий ущерб  
оценивался до \$3

Катастрофа с электроснабжением в Нью-Йорке позволила  
сделать выводы о значении освещения на улицах городов  
для предупреждения уличной преступности. Еще раз  
подтвердилась мысль об инстинктах, которые в  
представителях цивилизации пробуждает чувство толпы.



**THE END**