

КАРАСОВА
Ксения Олеговна

бакалавриат, Петрозаводский государственный
университет (Петрозаводск, Россия),
karasovak.18@mail.ru

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ТЕОРИЙ Г. ЛЕБОНА И Г. ТАРДА В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОЙ СОЦИАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Научный руководитель:

Лузгина Елена Николаевна

Рецензент:

Соколов Андрей Сергеевич

Статья поступила: 02.09.2025;

Принята к публикации: 28.09.2025;

Размещена в сети: 28.09.2025.

Аннотация. В статье представлен сравнительный анализ социологических концепций Гюстава Лебона и Габриэля Тарда. Рассматриваются ключевые идеи психологии толпы Лебона и концепции подражания Тарда, их методологические различия и сходства. Особое внимание уделяется актуальности этих теорий в условиях современного общества: анализируются феномены распространения фейковых новостей, протестных движений и влияния социальных сетей на общественное мнение. Проведённый анализ позволил выявить разные подходы к пониманию массовых процессов и продемонстрировать на примерах востребованность этих теорий в современности.

Ключевые слова: массовое поведение, цифровое общество, психология толпы, подражание, коммуникация, Лебон, Тард, социология, публика, общественное мнение

Для цитирования: Карасова К. О. Сравнительный анализ теорий Г. Лебона и Г. Тарда в контексте современной социальной реальности // StudArctic Forum. 2025. Т. 10, № 3. С. 82–91.

Для современного цифрового общества характерно стремительное развитие коммуникационных технологий, изменение форм социального взаимодействия и более выраженное влияние массовых процессов на индивидов. В России все чаще наблюдаются явления массовой психологии, влияющие на социальные и политические процессы, такие как: распространение фейковых новостей, манипуляция общественным мнением, стихийные массовые протесты. По данным ВЦИОМ на момент ноября 2023 года 4 из 10 россиян сталкивались с новостями в СМИ и интернете, которые впоследствии оказывались недостоверными (40 %), в том числе 18 % видели подобную информацию на интернет-сайтах, 17 % – в мессенджерах и соцсетях. Каждый девятый ответил, что встречал недостоверную информацию на телевидении (11 %), тогда как самыми нераспространёнными «местами обитания» недостоверных новостей оказались радио и газеты (по 2 %) ¹. В этих условиях особенно актуальным становится изучение механизмов формирования общественного мнения, распространения идей и поведения больших социальных групп – от стихийных протестов до распространения трендов в социальных сетях и онлайн-сообществ. Для изучения механизмов остаются востребованными, разработанные в конце XIX века, концепции французских социологов Гюстава Лебона и Габриэля Тарда.

В рамках исследования рассматриваются ключевые идеи авторов, их влияние на современную социологию и примеры практической актуализации теорий в контексте новых форм цифрового взаимодействия. Целью статьи является проведение сравнительного анализа

концепций Г. Лебона и Г. Тарда и оценка их применимости к анализу коллективного поведения в современной социальной реальности. Для достижения цели в рамках работы был выполнен ряд задач:

- 1) рассмотреть основные положения теории психологии толпы Г. Лебона и их влияние на последующие исследования массового поведения;
- 2) проанализировать концепцию подражания и роль коммуникации в обществе предложенные Г. Тардом;
- 3) провести сравнительный анализ концепций Г. Лебона и Г. Тарда.

Объектом данного исследования являются социологические концепции Гюстава Лебона и Габриэля Тарда, а предметом – их теории психологии толпы, общественного мнения и подражания в контексте социологического анализа массового поведения. Помимо сравнительного анализа в качестве основных методов исследования использовался качественный анализ примеров из цифровой среды, включая протестные движения, распространение фейковых новостей, медийные тренды и маркетинговые кампании. В качестве основной гипотезы выдвигается положение о том, что теории Лебона и Тарда сохраняют актуальность в условиях современной социальной реальности, так как позволяют по-разному объяснять механизмы формирования общественного мнения, распространения социальных практик и поведения масс в условиях сетевой коммуникации.

Прежде всего, стоит начать с краткой биографической справки социологов, чтобы создать понимание, почему они придерживались определенных направлений в своих теориях. Французский социолог Гюстав Лебон изначально получил медицинское образование и работал военным врачом, наблюдая за поведением людей в кризисных ситуациях (во времена Франко-прусской войны), которые усилили его интерес к психологии масс [Лепетухин: 752]. Часто его критиковали за то, что он придерживался биологизма в своей научной деятельности. Например, в своей работе «Психология народов и масс» Г. Лебон изучал феномены толпы и описывал ее как «единое существо». Одним из критиков Г. Лебона был Габриэль Тард – французский юрист, криминолог и социолог. В своих работах он рассматривал не только толпу, но и публику, а также придавал большое значение изобретениям и подражанию как движущим силам культурной и социальной эволюции. Г. Тард предлагал динамическую модель общества, основанную на взаимодействии индивидуальных сознаний, что позволяет отнести его научную деятельность к психологическому направлению в социологии.

Далее стоит перейти к более детальному разбору концепций французских социологов. Размышляя о природе массовых процессов, Гюстав Лебон и Габриэль Тард поставили ряд ключевых вопросов, которые позволяют глубже понять механизмы формирования коллективного поведения. Их концепции во многом дополняют друг друга, но также демонстрируют принципиальные различия в трактовке роли индивида и общества.

Конец XIX – начало XX века – это время колоссальных социально-политических трансформаций, которые привели к Первой мировой войне. В своей работе «Психология толпы» Лебон называл этот период «эрой толпы» [Лебон] — временем, когда человек, слившись с массой, утрачивает личную ответственность и рациональность, подчиняясь примитивным инстинктам и коллективным эмоциям. В таком состоянии формируется «коллективная душа» толпы. Под этим термином он понимал особое психологическое состояние, возникающее в толпе, когда отдельные индивиды теряют свою личную ответственность и рациональность, поддаваясь примитивным эмоциям и импульсам. Г. Лебон подчеркивал, что в толпе исчезают индивидуальные различия, и люди действуют как «единое существо», движимое бессознательными процессами [Лебон: 189]. Это объясняется тем, что роль бессознательного в поведении толпы становится доминирующей: рациональные установки уступают место глубинным инстинктам, страхам и желаниям. При этом он

признает невозможность противостоять «магии» общераспространённых идей, среди которых особое место занимает «философия численности», то есть вера в то, что коллективное мнение по определению обладает большей истинностью [Найдорф: 31]. Гюстав Лебон выделяет два типа факторов, влияющих на коллективные действия: отдалённые и непосредственные. Отдалённые (традиции, сочинституты, воспитание) задают культурный фон и убеждения толпы, тогда как непосредственные (конкретные идеи и события) служат спусковым крючком для её действий (митингов, бунтов и др.). Он также разработал классификацию толпы, выделял разнородные и однородные типы толпы. Однородные толпы он подразделял на секты (группы по общим верованиям), касты (люди одной профессии и единого воспитания – высшая форма толпы) и классы (разные по происхождению люди, объединённые общими экономическими и социальными интересами). Разнородные толпы состоят из представителей разных слоёв и профессий и их объединяют общие эмоции и «народная душа» (Лебон отмечал, что латинские толпы склонны к централизации, а французские – к равенству).

Гюстав Лебон подчеркивал важность роли лидера в динамике массового поведения. Лидер способен направить бессознательную энергию массы, внушая ей свои идеи, которые затем воспринимаются без сопротивления [Лебон: 287]. Лидер действует не логикой, а силой убеждения и эмоциональной зараженности и своими харизматическими качествами, превращаясь в катализатор коллективных действий.

Г. Лебон выделил механизмы влияния лидера:

- Харизма и влияние. Харизматичные личности обладают способностью привлекать внимание и вызывать доверие у членов толпы.
- Эмоциональные обращения. Лидеры используют эмоциональные обращения для мобилизации толпы. Они могут апеллировать к страхам, надеждам и желаниям людей, создавая при этом мощные эмоциональные связи.
- Символика и ритуалы. Лидеры используют символику и ритуалы для укрепления своей власти и влияния на толпу. Символы могут быть как визуальными (флаги, эмблемы), так и вербальными (слоганы и лозунги). Символы помогают создать чувство единства и идентичности среди участников толпы.
- Трансформация эмоций в действия. Лидер становится связующим звеном, который может трансформировать коллективные эмоции в конкретные действия. Он способен направлять энергию толпы, превращая ее в организованные действия, такие как протесты, митинги или другие формы коллективного поведения.

В связи с тем, что толпа подчиняется определенным лидерам и идеалам, можно отметить такой психологический механизм, определяющий поведение индивида в толпе, как суггестия. Гюстав Лебон считает суггестию процессом некритического усвоения идей, установок и моделей поведения, распространяющихся в массовом сознании. В условиях толпы человек теряет способность к рациональному суждению, логическому анализу и индивидуальной рефлексии. Он оказывается во власти бессознательных импульсов и внешних эмоциональных сигналов, которые воспринимаются им как собственные переживания.

Состояние суггестии возникает на фоне резкого снижения критичности мышления. Индивид перестаёт различать источник идеи и её обоснованность, и, следовательно, становится крайне восприимчив к самым простым, выразительным и эмоционально окрашенным сообщениям, которые внушаются лидерами. Именно в этом состоянии наблюдается феномен эмоционального заражения, который заключается в том, что страх, гнев, восторг или ненависть могут охватить большие массы людей с огромной скоростью. Также причинами такой восприимчивости Лебон называет анонимность толпы и утрату личной ответственности, так как моральные ограничения ослабевают, и поведение регулируется не внутренними установками, а внешними внушениями.

В современности принципы Лебона также проявляются. Например, поведение

участников протестного движения «жёлтых жилетов» во Франции ярко иллюстрирует ключевые положения психологии толпы Гюстава Лебона. Движение изначально возникло как спонтанная реакция на повышение цен на топливо и обострение социального неравенства, но в процессе развития протестов проявились типичные признаки массового поведения, где эмоции, символическая идентичность (жёлтые жилеты) и чувство несправедливости вытесняли индивидуальные рассуждения [Шумаков: 20]. Мирные демонстрации часто переходили в насильственные действия: блокировки дорог, столкновения с полицией, акты вандализма. Толпа действовала импульсивно и иррационально, демонстрируя характерный для Лебона «регресс сознания».

Несмотря на отсутствие централизованного лидерства, движение формировало харизматичных фигурантов таких, как: Прицилла Людовик, Эрик Друэ и Максим Николь. Их деятельность через соцсети и трансляции показывала, что, как и утверждал Лебон, массы подчиняются не логике, а сильным образам и эмоциональным вожакам, которые воплощают бессознательные стремления толпы.

Еще одним примером может служить массовая скупка сахара в России весной 2022 года, вызванная фейковыми сообщениями о грядущем дефиците. Пользователи соцсетей, охваченные страхом и тревогой, поддавались внушению и распространяли дезинформацию [Пшегорский: 2]. Это демонстрирует работу тех же механизмов, что и в офлайн-толпе: внушаемость, подражание и эмоциональная заразительность.

Таким образом, даже в высокотехнологичном обществе с развитой системой информации, поведение масс продолжает подчиняться описанным Лебоном законам: иррациональность, коллективная импульсивность, подверженность влиянию образов и лидеров.

Г. Лебон был подвергнут критике за излишнюю биологизацию социальных процессов, которая проявляется в его концепции «коллективной души» толпы. Исследователи, включая В.М. Бехтерева, Д.Д. Безсонова, Л.Е. Оболенского и Ф. Олпорта, подчеркивали необходимость изучения не абстрактной «души толпы», а конкретного индивида в особом психическом состоянии [Горбатов: 140]. Критики С. Райхер, К. Макфейл и Ч. Кули указывают на несостоятельность идеи полного уравнивания индивидуальных различий: поведение личности в толпе варьируется и зависит от множества социальных факторов. Соответственно, сложность коллективных процессов невозможно объяснить исключительно через бессознательные импульсы и инстинкты.

В связи с этим особенно важной представляется концепция Габриэля Тарда, современника Гюстава Лебона, который предложил иной взгляд на природу массовых явлений. Г. Тард акцентировал внимание на роли процессов подражания и социального взаимодействия, считая, что толпа способна к развитию новых форм социального порядка, а не только к иррациональному разрушению.

Г. Тард в своих работах «Общественное мнение и толпа» и «Законы подражания» рассматривал такие типы социальных общностей, как толпа и публика. Толпу он определял как совокупность людей, собравшихся одновременно в одном месте. Иными словами, толпа ограничена в пространстве: она не может бесконечно расширяться, и члены толпы, которые находятся на большом расстоянии от лидера, постепенно из нее выходят. Главное звено толпы – лидер, и если его влияние ослабевает (на расстоянии или из-за потери авторитета), толпа перестает существовать.

В описании толпы Тард выделял характерные черты, близкие к безумству: преувеличенная гордость, нетерпимость, неумеренность и склонность к крайностям. Он сравнивал толпу с группой душевнобольных: в ней эмоции быстро нарастают, люди порой достигают «гипноза толпы» с коллективными галлюцинациями, то «воодушевляются до героизма», то охвачены паникой [Окатов, 2016: 8]. В целом Тард подчёркивал

иррациональность толпы и её готовность к фанатизму при сильном возбуждении.

Тард также дал классификацию толп по степени активности участников. Выделяются четыре типа толп [Окатов, 2016: 10]:

- Ожидающая толпа собирается ради предстоящего события (концерт, выступление) и объединена коллективным любопытством.
- Внимающая толпа сосредоточена вокруг оратора или артиста и усиливает внимание к его выступлению.
- Манифестантская толпа выражает свои убеждения страстно и демонстративно.
- Действующая толпа активно взаимодействует с окружающей средой, но её действия часто носят разрушительный характер, так как участники действующей толпы подвержены сильному влиянию эмоций и могут принимать решения на основе стихийных реакций, таких как страх, гнев или энтузиазм.

Если толпа возникает на основе физической близости, то публика, по Тарду, выражается в духовной общности. По мнению социолога, разделение общества на разные виды публики происходит по психологическим основаниям, отражая различия в умственном состоянии людей. В качестве иллюстрации этого процесса он приводит пример первого массового издания Библии, которое было распространено в миллионах экземпляров. Это событие привело к возникновению нового и значимого явления: благодаря одновременному и повседневному чтению одной и той же книги, объединённая масса её читателей осознала себя как новое социальное тело, отделённое от церкви [Тард: 11].

Ключевое отличие толпы и публики у Тарда – тип социальных связей. В толпе индивид полностью подчинён лидеру: он «верит» в одну идею и отвергает все прочие. Поэтому человек может одновременно принадлежать только к одной толпе, а публика позволяет человеку быть участником сразу нескольких групп или организаций, поскольку она объединяет людей идеями, а не непосредственным присутствием. Публика апеллирует к разуму: её члены обдуманно воспринимают информацию, поэтому сформировавшиеся в публике идеи укореняются глубже и дольше, чем мимолетные чувства толпы. По этой же причине публика менее склонна к крайностям, чем толпа. Публика также более однородна: она растёт не за счёт случайных прохожих (как толпа), а через сознательный интерес к теме.

Г. Тард акцентировал внимание на усиливающемся влиянии публики на различные сферы общественной жизни. Постепенно дифференциация общества на различные виды публики начинает вытеснять традиционные формы объединений, такие как: корпорации, партии и общественные организации. Он связывал данный процесс с возрастающей интеллектуализацией социума, в рамках которой традиционные нормы уступают место инновациям, обычаи сменяются модой, догматизм ослабевает под влиянием идеологической терпимости, а конфликты и разобщённость трансформируются в солидарное взаимодействие. По его словам, «наш век – это эра публики» [Тард, 15].

Теперь стоит рассмотреть концепцию подражания в обществе. В конце XIX века в социологии были популярны идеи, которые трактовали общество как живой организм. В этой модели социальные институты сравнивались с органами тела, а функционирование общества с физиологическими процессами. Однако Габриэль Тард критиковал эту аналогию за то, что она размывает границы между биологическим и социальным и не объясняет реальную природу социальных взаимодействий. По его мнению, общество является сетью взаимодействий между сознательными индивидуумами [Загребина: 39]. В отличие от органов тела, которые действуют непроизвольно, члены общества обладают волей, разумом и способностью к инновациям. Следовательно, объяснять социальные явления нужно через психологические процессы индивидов, а не через аналогии с анатомией и физиологией.

Развивая эту методологическую установку, Г. Тард формулирует собственную концепцию в работе «Законы подражания», которая стала центральной в его научном

наследии. Предметом исследования этой работы являются механизмы распространения идей, изобретений и открытий. Этим центральным механизмом массового поведения стало подражание. Г. Тард утверждал, что общество и есть подражание, так как через подражание люди обмениваются идеями и сохраняют социальную целостность. Изобретение нового идейного «слова» происходит спонтанно, но чтобы оно стало общественным, люди должны его копировать.

Особое значение в понимании подражания Г. Тард отводил коммуникации и прежде всего разговору. Он писал: «Волнообразное, так сказать, распространение подражания, этого мало-помалу уравнивающего и цивилизующего начала, одним из самых могущественных агентов которого является разговор» [Фирсова, 301]. По мнению Г. Тарда, эволюция разговора проходит два взаимосвязанных процесса: увеличение числа собеседников и распространение всё более отвлечённых и общих тем. Это делает разговор универсальным каналом для распространения идей и инноваций.

Г. Тард выделил три основных закона подражания [Фирсова: 304]:

- Первый закон он обозначил как закон нисходящего подражания. Его смысл заключается в том, что подражание преимущественно идёт сверху вниз: от высших к низшим слоям общества, от авторитетных к менее авторитетным группам. Г. Тард также отмечал, что это правило объясняет, почему мода, стиль, религиозные верования или политические идеи чаще всего распространяются от элиты к массам.
- Второй закон утверждает, что подражание легче распространяется между людьми, находящимися в пространственной, социальной или культурной близости. Этот закон был назван законом подражания близости и он отражает важность непосредственного общения и микросоциальных связей в распространении инноваций.
- Третий закон, названный законом подражания предшествующего, о том, что люди чаще подражают тем нормам и образцам, которые уже существуют и закреплёны традицией. Новшества получают признание только тогда, когда они сумеют уподобиться с предшествующим опытом и ожиданиями общества. Таким образом, распространение нового всегда происходит через адаптацию к старому: инновации как продолжение уже известных форм.

Эти законы в целом объясняют многие современные феномены. Интернет и соцсети усилили эффекты подражания: информация распространяется мгновенно, а новые модные тренды (челленджи, мемы, хэштеги) подхватываются огромными аудиториями. В социальных сетях особенно ярко проявляется также нисходящее подражание и близость, но имеет место и предшествование в виде воспроизведения различных трендов и челленджей. Так, на платформе TikTok набирают миллионы просмотров ролики с хэштегами вроде #TikTokMadeMeBuyIt, где пользователи демонстрируют недавние покупки и рассказывают о впечатлениях.

Множество роликов с таким хэштегом возникло, когда косметический бренд Soda посвятил новую линейку косметики мультсериалу «Клуб Винкс», предоставив ее популярным бьюти-блогерам в виде подарка; так появился тренд в TikTok и YouTube. Бьюти-блогеры с помощью новой косметики стали записывать многочисленные видео с их интерпретацией героинь мультсериала. Следовательно, рассылка от бренда стала не только началом нового тренда, но и удачной саморекламой на основе первого закона подражания Г. Тарда.

В целом, Тард предвосхитил многие механизмы сетевого взаимодействия. Социальные сети как раз создают «публики» нового типа – виртуальные сообщества по интересам, где люди обмениваются идеями на расстоянии. Они менее фанатичны, чем «офлайн» толпы, и действуют через алгоритмы и медиа, что именно соответствовало бы понятию публики.

Если говорить о сравнении концепций двух социологов, то подход Тарда сильно

отличается от Лебона, но и он подвергался критике. Эмиль Дюркгейм отвергал идею подражания как основную движущую силу общества. В соответствии со своей методологией «социальных фактов», Дюркгейм выступал за то, что социальные явления обладают особой внешней силой и не сводятся к индивидуальным психологическим актам [Загребина, 38]. По Дюркгейму, поведение людей объясняется не простым «заражением» друг друга, а объективной социальной структурой.

Но все же следует отметить, что Габриэль Тард предложил более сложную схему массового поведения, чем Лебон. Он сосредоточился не на иррациональной «душе толпы», а на процессе подражания как психологическом механизме взаимодействия. Его концепция дает ключ к пониманию современных массовых явлений, где социальные сети, медиа и маркетинг усиливают роль имитации.

Как уже стало ясно, несмотря на общую направленность на изучение массовых процессов, концепции Лебона и Тарда представляют собой два разных теоретических подхода. Для более четкого понимания в ходе исследования составлена сравнительная таблица 1.

Таблица 1

Ключевые различия и сходства социологических концепций Гюстава Лебона и Габриэля Тарда (составлено автором)

Критерий	Г. Лебон	Г. Тард
Основной научный интерес авторов	Психология толпы и народа	Подражание и коммуникация
Типы массовых образований	Однородная и разнородная толпа	Толпа и публика
Механизмы массового поведения	Суггестия, эмоциональное заражение и бессознательные импульсы	Подражание, психологическое влияние, информационная передача
Роль индивида в массовых процессах	Индивид растворяется в толпе и теряет рациональность и ответственность	Индивид сохраняет способность к выбору и участвует в многоуровневом взаимодействии
Характер толпы	Толпа иррациональна, подвержена внушению и теряет индивидуальные качества	Толпа может быть как деструктивной, так и созидательной, но индивидуальные качества теряются
Лидер и его роль	Лидер управляет массой через внушение и харизму	Лидер управляет массой, используя повторение, связанное с подражанием (люди повторяют то, что часто слышат)
Публика	Практически не рассматривается	Духовная общность, основанная на общих интересах, культуре и т.д., может включать множественные принадлежности
Функции массовых явлений	Опасны для стабильности общества, требуют контроля	Возможны как разрушительные, так и конструктивные функции

Научный подход	Биологизаторский, акцент на инстинктах	Психологический и коммуникационный, акцент на передаче идей
Современное значение	Актуален для изучения мобилизаций, паники, фейков	Актуален для маркетинга, соцсетей, поведенческих паттернов

* * * * *

В заключение можно сказать, что теории Гюстава Лебона и Габриэля Тарда, несмотря на их создание в конце XIX века, остаются актуальными в условиях современного цифрового общества. Обе концепции дают ценные объяснительные модели для понимания массовых процессов – от спонтанных протестных движений до механизмов распространения трендов и фейковой информации в интернете.

Таким образом, интеграция идей обоих социологов даёт более полную картину массовых процессов в условиях цифровой среды. Концепция Лебона эффективна для анализа краткосрочных, эмоционально заряженных событий, таких как массовые протесты или паники, где доминируют бессознательные импульсы и внушаемость. В свою очередь, теория Тарда оказывается более универсальной при изучении длительных процессов: формирования общественного мнения, распространения модных трендов, поведенческих паттернов в социальных сетях. Однако следует отметить, что обе теории имеют свои ограничения: Лебон недооценивает роль рационального выбора индивида, а Тард игнорирует силу коллективной эмоциональной заражённости. Современные исследования должны использовать их в комплексе и адаптировать к условиям сетевой коммуникации и многополярной медиасреды.

Примечания

¹ Фейк-ньюс – и как с ними бороться? // ВЦИОМ. Новости: сайт. 2023, 22 ноября. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/feik-njus-i-kak-s-nimi-borotsja> (дата обращения: 01.04.2025).

Список литературы

Горбатов Д.С. Критика теории толпы Лебона: историко-психологический аспект / Д.С. Горбатов, А.В. Байчик // Вопросы психологии. 2018. № 3. С. 137-146.

Гулевский И.С. Жан Габриэль Тард и его вклад в криминологию // Актуальные проблемы науки: взгляд студентов. Санкт-Петербург: Ленинградский государственный университет имени А.С. Пушкина, 2023. Ч. 1. С. 129-131.

Дзангиева Р.М. «Массовый мир» в трудах Г. Тарда и Г. Лебона // Гуманитарные науки в современном вузе: вчера, сегодня, завтра: Мат-лы VII Междунар. научной конф. (Санкт-Петербург, 13 декабря 2024 г.): В 2-х тт. Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2024. С. 344-347.

Загребина А.В. Теория Г. Тарда в контексте французской социологии второй половины XIX века // Социологические исследования. 2011. № 8(328). С. 38-47.

Ишмурзина М.Р. Психология толпы. Эволюция идеи от Лебона до Фромма // Вестник Курганского государственного университета. Серия: Физиология, психология и медицина. 2017. № 3(46). С. 57-60.

Лебон Г. Психология народов и масс. Москва: АСТ, 2020. 384 с.

Моисеев С.В. Сравнительный анализ концепции масс Г. Лебона и Г. Тарда // INITIA: Актуальные проблемы общественных наук: Мат-лы XXI Междунар. конф. молодых ученых (Томск, 24–25 апреля 2020 г.). Томск: НИТГУ, 2020. С. 26-28.

Найдорф М.И. «Век толп» и начало их изучения // Вопросы культурологии. 2009. № 8. С. 29-33.

Окатов А.В. Теория толпы Г. Лебона в контексте изучения современного гражданского общества // Наука. Общество. Государство. 2015. Т. 3, № 1(9). С. 165-179.

Окатов А.В. Г. Тард о социологических подходах к изучению общества // Политика и Общество. 2015. № 8. С. 1093-1103. DOI: 10.7256/1812-8696.2015.8.12238

Окатов А.В. Теории коллективного поведения Г. Лебона и Г. Тарда в контексте современного

гражданского общества // Вестник Тамбовского университета. Серия: общественные науки. 2016. № 2(6). С. 5-11.

Пшегорский А.С. Фейковые новости как феномен современной интернет-среды и перспективы ограничения их распространения // Мир науки. Социология, филология, культурология. 2023. № 3. С. 1-8.

Тард Г. Законы подражания. Москва: Академический Проект, 2011. 304 с.

Тард Г. Общественное мнение и толпа. Москва: АСТ, 2021. 256 с.

Фирсова Н.Ю. Предвестник исследований диффузии инноваций Габриэль Тард: «Общество – это подражание» // Социология власти. 2012. № 6-7. С. 298-313.

Шумаков А.А. «Желтые жилеты»: генезис движения // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. 2019. № 1. С. 19-32.

Sociology and Social Work

Ksenia O. KARASOVA

bachelor's degree, Petrozavodsk State University
(Petrozavodsk, Russia),
karasovak.18@mail.ru

A COMPARATIVE ANALYSIS OF THE THEORIES OF GUSTAVE LE BON AND GABRIEL TARDE IN THE CONTEXT OF MODERN SOCIAL REALITY

Scientific adviser:

Elena N. Luzgina

Reviewer:

Andrey S. Sokolov

Paper submitted on: 09/02/2025;

Accepted on: 09/28/2025;

Published online on: 09/28/2025.

Abstract. This article presents a comparative analysis of the sociological theories of Gustave Le Bon and Gabriel Tarde. It examines the core ideas of Le Bon's crowd psychology and Tarde's theory of imitation, focusing on their methodological differences and similarities. The study highlights the relevance of these theories in modern society, analyzing contemporary social phenomena such as the spread of fake news, the emergence of protest movements, and the impact of social networks on public opinion. Through illustrative examples, the study identifies distinct approaches to understanding mass processes and demonstrates the continued relevance of Le Bon's and Tarde's frameworks in modern society.

Keywords: mass behavior, digital society, crowd psychology, imitation, communication, Le Bon, Tarde, sociology, public, public opinion

For citation: Karasova, K. O. A Comparative Analysis of the Theories of Gustave Le Bon and Gabriel Tarde in the Context of Modern Social Reality. *StudArctic Forum*. 2025, 10 (3): 82–91.

References

Gorbatyov D.S., Baichik A.V. Criticism of G. Le Bon's theory of the crowd: historical and psychological aspect. *Voprosy psichologii*, 2018, No. 3, pp. 137-146. (In Russ.)

Gulevsky I.S. Jean Gabriel Tarde and his contribution to criminology. *Actual problems of science: the students' perspective*. St. Petersburg, Pushkin Leningrad State University, 2023, part 1, pp. 129-131. (In Russ.)

Dzangieva R.M. "The mass world" in the works of G. Tarde and G. Le Bon. *Humanities in a modern university: yesterday, today, tomorrow: Proceedings of the VII international conference*. St. Petersburg: Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, 2024, pp. 344-347. (In Russ.)

Zagrebina A.V. G. Tarde's theory in the context of French late XIX-th century sociology. *Sociological Studies*, 2011, No. 8(328), pp. 38-47. (In Russ.)

Ishmurzina M.R. Psychology of the crowd. Evolution of the idea from Le Bon to Fromm. *Bulletin of Kurgan State University. Series: Physiology, Psychology, and Medicine*, 2017, No. 3(46), pp. 57-60. (In Russ.)

Le Bon, G. *The psychology of peoples and masses*. Moscow, AST, 2020, 384 p. (In Russ.)

Moiseev S.V. Comparative analysis of the concepts of masses by G. Le Bon and G. Tarde. *INITIA: Actual*

problems of social sciences: Proceedings of the XXI international conference of young scientists. Tomsk, National Research Tomsk State University, 2020, pp. 26-28. (In Russ.)

Naidorf M.I. "The age of crowds" and the beginnings of their study. *Issues of Cultural Studies*, 2009, No. 8, pp. 29-33. (In Russ.)

Okatov A.V. Crowd theory of G. Le Bon in the context of study of modern civil society. *Science. Society. State*, 2015, No. 1, pp. 1-15. (In Russ.)

Okatov A.V. G. Tarde on sociological approaches to the study of the society. *Politics and Society*, 2015, No. 8, pp. 1093-1103. DOI: 10.7256/1812-8696.2015.8.12238 (In Russ.)

Okatov A.V. Theories of collective behavior of G. Le Bon and G. Tarde in the context of a modern civil society. *Tambov University Review. Series: Social Sciences*, 2016, No. 2(6), pp. 5-11. (In Russ.)

Pshegorskiy A.S. Fake news as a phenomenon of the modern Internet environment and prospects for limiting their distribution. *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*, 2023, No. 3, pp. 1-8. (In Russ.)

Tarde G. *The laws of imitation*. Moscow, Academicheskyy proekt, 2011, 304 p. (In Russ.)

Tarde G. *Public opinion and the crowd*. Moscow, AST, 2021, 256 p. (In Russ.)

Firsova N.Yu. Gabriel Tarde, the forerunner of research into the diffusion of innovations: "Society is imitation". *Sociology of Power*, 2012, No. 6-7, pp. 298-313. (In Russ.)

Shumakov A.A. "The Yellow Vests": The genesis of the movement. *Izvestiya Tula State University. Humanitarian Sciences*, 2019, No. 1, pp. 19-32. (In Russ.)