

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение

Архангельской области «Архангельский государственный многопрофильный колледж»

**Модуль 1. Социальная психология**

**ТЕМА 1.10 ПСИХОЛОГИЯ БОЛЬШИХ СОЦИАЛЬНЫХ ГРУПП И МАССОВЫХ ДВИЖЕНИЙ**

**Основные вопросы темы:**

1. Большие социальные группы и их классификация

2. Стихийные группы и массовые движения

3. Социальные движения

**1 .Большие социальные группы и их классификация**

*Большие социальные группы* – это общности характеризующиеся наличием слабых постоянных контактов между всеми их представителями, но объединенные и сплоченные часто не меньше чем малые группы, а иногда и сильнее и потому оказывающие существенное влияние на общественную жизнь. К большим социальным группам относят: классы и социальные группы, этнические группы, стихийные группы, массовые социальные движения и др.

Структура психологии большой социальной группы включает: 1) психический склад как более устойчивое образование (к которому могут быть отнесены социальный или национальный характер, нравы, обычаи, традиции, вкусы и т.п.) и 2) эмоциональную сферу как более подвижное динамическое образование (потребности, интересы, настроения).

Особенности психологии социальных классов. Одним из самых значимых элементов эмоциональной динамической сферы классовой психологии являются классовые потребности. Классовое положение индивида задает, определенным образом, иерархию его «деятельностей», что определяет и структуру его потребностей.

Важным элементом эмоциональной сферы классовой психологии являются интересы. Интерес формируется как интерес всей группы, но каждый член класса включен не только в данную группу, он - член многих социальных групп. Возникает переплетение различных интересов, каждый из которых определен принадлежностью к значимой социальной группе.

Важнейшим наиболее устойчивым компонентом классовой психологи является «психический склад» (социальный характер, привычки, традиции, обычаи).

Социальный характер определяется описательно как то, что проявляется в типичном устоявшемся образе действии представителей разных классов в разных ситуациях их жизнедеятельности, и отличает представителей данного класса от представителей других классов.

Кроме социального характера, психический склад раскрывается в привычках и обычаях, а также в традициях класса. Все эти образования играют роль регуляторов поведения и деятельности членов социальной группы, а потому имеют огромное значение в понимании психологии группы, дают важнейшую характеристику такого комплексного признака класса, как его образ жизни.

*Этнические группы.*

В психологии этнических общностей различаются две стороны

1) наиболее устойчивая часть - психический склад (куда включаются национальный, или этнический, характер, темперамент, а также традиции и обычаи), и

2) эмоциональная сфера, куда включаются национальные, или этнические, чувства.

Присущая всякой группе психическая общность выражается, как известно, в формировании определенного «мы-чувства». Для этнических групп «мы-чувство» фиксирует осознание особенностей своей собственной группы, отличие ее от других групп. Образ других групп при этом часто упрощается, складывается под влиянием межэтнических отношении, формирующих особую установку на представителя другой группы. При этом играет роль прошлый опыт общения с другой этнической группой. Если эти отношения в прошлом носили враждебный характер, такая же окраска переносится и на каждого вновь встреченною представителя этой группы, чем и задается негативная установка.

Образ, построенный в соответствии с этой установкой, дает этнический стереотип. Чаще всего этнический стереотип возникает из-за ограниченности межэтнического общения. Черты, присущие единичным представителям другой этнической группы, распространяются на всю группу.

**2. Стихийные группы и массовые движения**

Среди стихийных групп в социально-психологической литературе чаще всего выделяют толпу, массу, публику.

*Толпа* образуется на улице по поводу самых различных событий: дорожно-транспортного происшествия, поимки правонарушителя, недовольства действиями представителя власти или просто проходящего человека. Когда это связано с выражением недовольства каким-либо социальным явлением, толпа может все более и более возбуждаться и переходить к действиям, например к движению в сторону какого-либо учреждения. Ее эмоциональный накал может при этом возрастать, порождая агрессивное поведение участников. В толпе могут возникать элементы организации, если находится человек, который сумеет ее возглавить. Но если даже такие элементы возникли, они очень нестабильны, толпа легко может и смести возникшую организованность. Стихия остается основным фоном поведения толпы, приводя часто к его агрессивным формам.

*Масса* более стабильное образование с довольно нечеткими границами.

Масса может оказаться в значительно большей степени организованной, когда определенные слои населения достаточно сознательно собираются ради какой-либо акции: манифестации, демонстрации, митинга. В этом случае более высока роль организаторов, они обычно выдвигаются не непосредственно в момент начала действий, а известны заранее как лидеры тех организованных групп, представители которых приняли участие в данном массовом действии. В действиях массы, поэтому более четки и продуманы как конечные цели, так и тактика поведения. Вместе с тем, как и толпа, масса достаточно разнородна, в ней тоже могут, как сосуществовать, так и сталкиваться различные интересы, поэтому ее существование может быть неустойчивым.

*Публика* представляет собой еще одну форму стихийной группы, хотя элемент стихийности здесь слабее выражен, чем, например, в толпе. Публика - это тоже кратковременное собрание людей для совместного времяпрепровождения в связи с каким-то зрелищем - на трибуне стадиона, в большом зрительном зале, на площади перед динамиком при прослушивании важного сообщения. Публика всегда собирается ради общей и определенной цели, поэтому она более управляема, в частности, в большей степени соблюдает нормы, принятые в избранном типе организации зрелищ. Но и публика остается массовым собранием людей, и в ней действуют законы массы.

Достаточно и здесь какого-либо инцидента, чтобы публика стала неуправляемой.

В стихийных группах реализуются следующие способы воздействия:

- *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. ритуальных танцев, спортивного азарта, ситуации паники и пр. В самом общем виде заражение можно определить как бессознательную невольную подверженность индивида определенным психическим состояниям. В массе, действует механизм многократного взаимного усиления эмоциональных воздействии общающихся людей. Индивид здесь не испытывает организованного преднамеренного давления, но просто бессознательно усваивает образцы чьего-то поведения, лишь подчиняясь ему.

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.

- *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. Естественно, что в различных ситуациях и для различных групп людей мера неаргументированности, допускающая некритическое принятие информации, становится различной.

В прикладном плане исследования внушения имеют большое значение для таких сфер, как пропаганда и реклама. Роль, которая отводится внушению в системе средств пропагандистского воздействия, различна в зависимости от того, какого рода пропаганда имеется в виду, каковы ее цели и содержание.

Хотя основная черта пропаганды - апелляция к логике и сознанию, а средства, разрабатываемые здесь, - это преимущественно средства убеждения, все это не исключает присутствия определенных элементов суггестии. Метод внушения выступает здесь 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.

- *Подражание* - воспроизведение индивидом черт и образцов демонстрируемого поведения. Различается несколько видов подражания логическое и внелогическое, внутреннее и внешнее, подражание-мода и подражание-обычаи, подражание внутри одного социального класса и подражание одного класса другому.

**3. Социальные движения**

Социальное движение представляет собой достаточно организованное единство людей, ставящих перед собой определенную цель, как правило, связанную с каким либо изменением социальной действительности. Социальные движения обладают различным уровнем: это могут быть широкие движения с глобальными целями (борьба за мир, за разоружение, против ядерных испытании, за охрану окружающей среды и т.п.); локальные движения, которые ограничены либо территорией, либо определенной социальной группой (против использования ядерных полигонов, за равноправие женщин, за права сексуальных меньшинств и т.д.) и движения с сугубо прагматическими целями в очень ограниченном регионе (за смещение кого-либо из членов администрации муниципалитета).

Прежде всего, социальное движение базируется всегда на определенном общественном мнении, которое как бы подготавливает социальное движение, хотя впоследствии само формируется и укрепляется по мере развития движения. Во-вторых, всякое социальное движение имеет в качестве цели изменение ситуации в зависимости от его уровня (в обществе, в регионе, в какой либо группе). В-третьих, в ходе организации движения формулируется его программа, с той или другой степенью разработанности и четкости. В-четвертых, движение отдает себе отчет в тех средствах, которые могут быть использованы для достижения целей, в частности в том, допустимо ли насилие как одно из средств. Наконец, в-пятых, всякое социальное движение реализуется в той или иной степени в различных проявлениях массового поведения, включая демонстрации, манифестации, митинги, съезды и пр.

Механизмы присоединения к социальным движениям подразделяются на фундаментальные, которые определяются условиями существования конкретной социальной группы, ее статусом, устойчивым интересом по отношению к какому-либо явлению, политическому решению, законодательству, и сиюминутные, которые порождены проблемной ситуацией, общественным инцидентом, новым политическим актом.

Рекрутация сторонников движения осуществляется различными путями: в локальных движениях это может быть и рекрутация «на улице», когда организуется сбор подписей в пользу какой-либо акции. В движениях более высокого уровня рекрутация происходит в тех группах, в которых родилась инициатива.

Еще одна проблема, возникающая в социальном движении, - это проблема лидера или лидеров. Наряду с тем, что он должен наиболее полно выражать и отстаивать цели, принятые участниками, он должен и чисто внешне импонировать довольно большой массе людей. Как правило, прочность позиции и авторитета лидера в значительной мере обеспечивает успех движения.

*Вопросы для самоконтроля:*

1. Назовите виды больших социальных групп.

2. Перечислите специфические регуляторы социального поведения в больших социальных группах.

3. Назовите особенности поведения в толпе.

4. Какие способы воздействия существуют в стихийных группах.