



Министерство образования и науки Российской Федерации
Владивостокский государственный университет
экономики и сервиса

Кафедра Философии и психологии

Старший преподаватель Яровая Вероника Евгеньевна

Социальная психология

Учебная презентация курса
По специальности 020400 «Психология»

Кафедра Философии и психологии
Старший преподаватель Яровая Вероника
Евгеньевна

Тема 4.

Большие социальные группы

Содержание

- Понятия большие социальные группы в социальной психологии
- Виды больших социальных групп
- Этапы развития больших социальных групп
- Механизмы управления в больших социальных групп

Понятия большие социальные группы в социальной психологии

Большие социальные группы - объединение большого числа людей. Главным отличием больших социальных групп от малых является различие механизма их функционирования.

Виды больших социальных групп

Общепринятым в социальной психологии является деление больших социальных групп на два вида. Основанием этого деления является характер межгрупповых и внутри групп новых социальных связей. В первом случае люди объединяются в группы общностью объективных связей, существующих независимо от сознания и воли этих людей (объективные макрогруппы). Во втором случае это группы, которые возникают в результате сознательного объединения людей (субъективно-психологические).

Виды больших социальных групп

По времени существования разделяются длительно существующие большие группы (классы, папин) и коротко существующие (митинги, аудитории, толпа).

Виды больших социальных групп

По характеру организованности-неорганизованности — организованные группы (партии, союзы, толпа). Ряд больших групп возникает стихийно (толпа), другие организуются сознательно (партии, ассоциации).

Виды больших социальных групп

По примеру классификации малых групп можно говорить об условных и реальных группах . К реальным большим группам с короткими, но тесными контактами относятся митинги, собрания. Большие группы могут быть открытыми и закрытыми. Членство в последних определяется внутренними установлениями групп.

Виды больших социальных групп

Большие социальные группы можно разделить по наличию определенного количества общих признаков и механизму связей с общностью на два типа. Первый тип — объединение людей, имеющих общий объективно существующий и социально значимый признак. Второй тип групп характеризуется тем, что люди, их составляющие, сознательно стремятся к объединению.

Этапы развития больших социальных групп

В историческом развитии общества и в конкретном развитии групп отдельные социальные общности проходят ряд этапов. Эти этапы соответствуют уровню развитости групп.

Уровни развития больших социальных групп

По классификации Г. Г. Дилигенского выделяют следующие уровни развития больших социальных групп:

- Типологический
- Идентификационный
- Интегрированный

Уровни развития больших социальных групп

Первый — нижний уровень — типологический, характеризуется тем, что члены соответствующей группы объективно схожи между собой по каким-то признакам. Эти признаки могут иметь существенное значение в регуляции индивидуального поведения людей, но не составляют основания для создания психологической общности. Объединенные по этим признакам люди составляют сумму индивидов, но не составляют единства.

Уровни развития больших социальных групп

Второй уровень развития социальной группы - уровень идентификации - характеризуется тем, что члены группы осознают свою принадлежность к данной группе, идентифицируют себя с ее членами.

Уровни развития больших социальных групп

Третий уровень развития социальной группы - уровень интегрированности - предполагает готовность группы к совместным действиям во имя групповых целей. Члены группы осознают общность своих интересов. Класс в себе как общность переходит на положение класса для себя.

Уровни развития больших социальных групп

Уровень развития социально-психологической общности групп определяет реальную их роль в общественно-историческом процессе в целом, детерминирует развитие тех или иных социальных процессов, событий, явления. Он представляет психологическую составляющую общественно-исторических явлений.

Массовое сознание

В больших социальных группах формируется **массовое сознание** - один из видов общественного сознания, наиболее реальная форма его практического существования и воплощения. Это особый, специфический вид общественного сознания, свойственный значительным неструктурированным множествам людей

В качестве основных составляющих массового сознания можно выделить:

1) конкретно-ситуативные программы деятельности, неявное знание, непосредственно вплетенное в практику;

В качестве основных составляющих массового сознания можно выделить:

2) обыденные житейские установки и рецепты, суммирующие повседневный бытовой и профессиональный опыт в виде свода простых частных утверждений и рекомендаций;

В качестве основных составляющих массового сознания можно выделить:

3) картину мира в целом, основанную на данных, выходящих за рамки непосредственного опыта и предоставленных господствующей в данной культуре системой ценностей, культурной традицией, а также различными специализированными областями знания

Признаки массового сознания

1. Тяготение к бессознательному
2. Упрощенность и категоризированность форм
3. Устойчивость форм массового сознания
4. Формы массового сознания имеют образный и персонифицированный характер
5. Массовое сознания всегда аффективно окрашено

Структура психологии большой социальной группы

Структура психологии большой социальной группы включает в себя целый ряд элементов. В широком смысле это — различные психические свойства, психические процессы и психические состояния, подобно тому как этими же элементами обладает психика отдельного человека.

Структура психологии большой социальной группы

Почти все исследователи (Г.Г. Дилигенский, А. И. Горячева, Ю.В. Бромлей и др.) выделяют две составные части в содержании большой социальной группы: 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) эмоциональная сфера как более подвижное динамическое образование (в которую входят потребности, интересы, настроения).

Структура психологии большой социальной группы

Особое внимание в социальной психологии уделяется **толпе и массе**.

Толпа - стихийно-возникающая и кратковременно- существующая общность

Масса - группа сложившаяся в ходе исторического развития и занимающая определенное место в системе общественно-социальных отношений

Понятие толпы

Толпа – скопление людей, не объединенных общностью целей и единой организационно-ролевой структурой, но связанных между собой общим центром внимания и эмоциональным состоянием. Толпа образуется на улице по поводу самых различных событий. Длительность ее существования определяется значимостью инцидента.

Механизмы создания толпа

Механизмами создания толпы являются: слухи и эмоциональное кружение (синоним – циркулярная реакция).

Понятие слуха

Слухи — это особая, обычно недостоверная информация (и/или искажающая форма передачи любой информации, придающая ей некоторую особенность), передающаяся исключительно в устной форме, как бы «по секрету», и функционирующая исключительно в звуковой форме. Слухи — это всегда искаженная, и не вполне достоверная или вполне недостоверная, по крайней мере, не проверенная, по каким-то причинам, информация.

Понятие слуха

Поскольку слухи — всегда в той или иной степени недостоверная информация, то один из наиболее очевидных способов построения типологии слухов, как правило, сводится именно к их классификации по степени достоверности содержащейся в слухах информации. С этой, информационной точки зрения, слухи подразделяются на четыре типа:

- 1) абсолютно недостоверные
- 2) просто недостоверные
- 3) достоверные
- 4) близкие к действительности

Типы слухов

С точки зрения эмоциональных характеристик, выделяются следующие типы слухов: слух – желание, слух пугало, агрессивный слух, нелепые слухи

Типы слухов

Первый тип — это так называемый «слух-желание» то есть слухи, содержащие достаточно сильное эмоциональное желание, отражающие некоторые актуальные потребности и ожидания аудитории, в которой они возникают и распространяются.

Типы слухов

«Слух-желание» осуществляет двоякую социально-психологическую функцию. С одной стороны, обычно он соответствует пожеланиям людей и потому как бы поддерживает тонус их социального существования. Такого рода слухи успокаивают, препятствуют развитию негативных эмоций, не дают развиваться панике и излишней агрессивности. С другой стороны, именно такие слухи деморализуют население, создавая завышенные ожидания.

Типы слухов

Когда с течением времени становится очевидно, что сформировавшимся желанием не суждено осуществиться, могут возникать противоположные явления- вспышки агрессивного поведения, панические реакции, ненависть по отношению к тем, кто якобы «наобещал», но не выполнил обещанного.

Типы слухов

Второй тип слухов — это так называемый “слух-пугало” т. е. слухи, несущие и вызывающие выраженные эмоционально негативные, пугающие настроения и состояния, отражающие некоторые актуальные, но нежелательные ожидания аудитории, в которой они возникают и распространяются. Слухи такого типа возникают в периоды социального напряжения (стихийное бедствие, война, подготовка военного переворота), и их сюжеты варьируют от просто пессимистических до откровенно панических

Типы слухов

Третий тип слухов — так называемый «агрессивный слух», т. е. слухи, не просто вызывающие выраженные эмоционально негативные настроения и состояния, отражающие некоторые актуальные нежелательные ожидания аудитории, в которой они возникают и распространяются, а конкретно направленные на стимулирование агрессивного эмоционального состояния и вполне определенного поведенческого «ответа», жесткого агрессивного действия.

Типы слухов

Агрессивные слухи возникают в ситуациях пиковых противоречий, в основном связанных с социальными межгрупповыми и межэтническими, межнациональными конфликтами.

Типы слухов

Нелепые слухи могут быть и желательными, и пугающими, и даже агрессивными, однако главным в них является очевидная нелепость описываемого. Слухи такого рода часто появляются совершенно самопроизвольно, как результат путаницы, свойственной обыденному массовому сознанию.

Типы слухов

Нелепые слухи особенно часто появляются в периоды переломов массового сознания, когда люди находятся в растерянности в связи с тотальной сменой систем ценностей, представлений, картин мира. Их основная функция заключается в попытках построения нового, более адекватного образа мира из обломков предыдущих и зачатков новых представлений. Тогда и появляются слухи, в которых соединяется несопоставимое.

Циркулярная реакция

– это взаимное заражение, передача эмоционального состояния на психофизиологическом уровне контакта между организмами. Эмоциональное кружение стирает индивидуальные различия. Ситуативно снижается роль личностного опыта, индивидуальной и ролевой идентификации, здравого смысла. Индивид чувствует и поведенческие реагирует, «как все». Происходит эволюционная регрессия: актуализуются низшие, исторически более примитивные пласты психики.

Особенности поведения людей в толпе

Толпа переходит к действиям, в случае нарастания напряжения. Ее эмоциональный накал может при этом возрасти, 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.

Особенности поведения людей в толпе

Проявление агрессивности толпы зависит от степени социальной напряженности – массового адаптационного синдрома, отражающего степень физиологической, психофизиологической и социально-психологической дезадаптации индивидов к хронической фрустрации, вызванной социальными изменениями.

Особенности поведения людей в толпе

Социальная напряженность проявляется в: 1) резком росте тревожности и недовольства, 2) недоверии к властям, 3) психической депрессии, стрессогенности межличностных отношений, 4) усилении компенсаторных реакций (агрессия, поиск врага, надежда на чудо)

Особенности поведения людей в толпе

Вероятность возникновения циркулярной реакции возрастает в периоды социальной напряженности. Логично было бы полагать, что напряженность в свою очередь возникает тогда, когда обстановка объективно становится очень плохой. Однако исследования историков и психологов показывают, что это не всегда так.

Понятие массы

Масса обычно описывается как более стабильное образование с довольно нечеткими границами. Масса может выступать не обязательно как сиюминутное образование, подобно толпе; она может оказаться в значительно большей степени организованной.

Понятие массы

В действиях массы 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.

Виды масс

Основные виды масс выделяются по ряду ведущих признаков. Соответственно массы делятся на: 1) большие и малые; 2) устойчивые (постоянно функционирующие) и неустойчивые (импульсивные); 3) сгруппированные и несгруппированные; 4) контактные и неконтактные (дисперсные); 5) спонтанные, стихийно возникающие, и специально организуемые; 6) социально однородные и неоднородные.

Качества массы

1. Статичность — то есть аморфность массы, ее не сводимость к самостоятельному, системному, структурированному целостному образованию (группе), отличному от составляющих массу элементов
2. Стохастичная, вероятностная природа, то есть открытость, размытость границ, неопределенность состава массы в количественном и качественном отношении.
3. Ситуативность, временность ее существования.
4. Гетерогенность состава массы.

Механизмы управления в больших социальных группах

В больших социальных группах наиболее часто используют следующие методы воздействия на личность:

- Заражение
- Внушение
- Подражание

Механизмы управления в больших социальных группах

Заражение - процесс передачи эмоционального состояния от одного индивида к другому, протекающий на психофизиологическом уровне контакта помимо собственного смыслового воздействия или дополнительного к нему. Результатом подобной передачи является установление единого психологического настроения.

Механизмы управления в больших социальных группах

Многие исследователи констатируют наличие особой «реакции заражения», возникающей особенно в больших открытых аудиториях, когда эмоциональное состояние усиливается путем многократного отражения по моделям обычной цепной реакции. Эффект имеет место прежде всего в неорганизованной общности, чаще всего в толпе, выступающей своеобразным ускорителем, который «разгоняет» определенное эмоциональное состояние.

Механизмы управления в больших социальных группах

Заражение имеет интегративную и экспрессивную функции. Первая используется для усиления монолитности группы (например, в фашистской Германии членов гитлерюгенда заставляли коллективно слушать записи выступлений фюрера и распевать нацистские песни), вторая связана со снятием психической напряженности. Экспрессивная функция заражения ярко проявляется на зрелищных мероприятиях.

Механизмы управления в больших социальных группах

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.

Механизмы управления в больших социальных группах

Внушение - процесс направленного, —
воздействия одного человека на другого
путем передачи информации,
основанный на ее некритическом
восприятии. Феномен внушения
построен на склонности человека
воспринимать информацию в готовом
виде.

Механизмы управления в больших социальных группах

В психологии как и в медицине процесс внушения называю **суггестией**,
внушающего – **суггестор**, а внушаемого
– **суггеренд**.

Максимальный эффект внушения
наблюдается когда психическое
состояние суггестора совпадает с
психическим состоянием суггеренда

Механизмы управления в больших социальных группах

Действенность внушения зависит от особенностей субъекта и объекта и особенно от складывающихся между ними взаимоотношений. Наличие позитивной установки у объекта по отношению к субъекту способствует оптимизации воздействия.

Механизмы управления в больших социальных группах

Эффективность внушающего воздействия можно осуществить за счет повышения престижности субъекта (например, выступает не представитель партии, а ее лидер), повторения воздействия в различных модификациях и подкрепления содержания логически продуманными и убедительными (с точки зрения реципиента) доказательствами.

Механизмы управления в больших социальных группах

Можно выделить также такие явления как **контрсуггестия** – сопротивление внушающему воздействию. В практике социальной суггестии разработаны способы, при помощи которых можно блокировать в определенной степени эту «психическую самозащиту».

Совокупность таких мер предложено называть «**контрконтрсуггестией**»

Механизмы управления в больших социальных группах

Подражание - процесс воспроизведения индивидом образцов демонстрируемого поведения. В результате подражания возникают групповые нормы и ценности.

Механизмы управления в больших социальных группах

Разработка идей о роли подражания в обществе характерна для концепции Г. Тарда, которому принадлежит так называемая теория подражания. В основных чертах эта теория сводится к следующему: фундаментальным принципом развития и существования общества служит подражание.

Механизмы управления в больших социальных группах

Анализ этих различных видов подражания позволил сформулировать законы подражания, среди которых, например, имеются следующие: подражание осуществляется от внутреннего к внешнему (т.е. внутренние образцы вызывают подражание раньше, чем внешние: духу религии подражают раньше, чем обрядам); низшие (имеются в виду низшие по социальной лестнице) подражают высшим (провинция — центру, дворянство — королевскому двору) и т.д.

Механизмы управления в больших социальных группах

На основе методов подражания, заражения и внушения в нейролингвистическом программировании разработаны техники «зеркалирования» и «синхронии».

Механизмы управления в больших социальных группах

Процедура «зеркалирования» (отзеркаливания) заключается в заимствовании и копировании (в процессе тренинговых упражнений) у партнера по общению (или у ведущего тренера) телодвижений, поз, жестов, мимики, тона голоса, произношения слов и предложений (данное упражнение активно используется во многих тренинговых программах). Эффект «синхронии» проявляется в трудно наблюдаемой связи между телесными ритмами слушающего и говорящего.

Механизмы управления в больших социальных группах

В больших социальных группах наиболее полно проявляется власть. Ее элементами являются:

- Насилие
- Скорость
- Вопрос и ответ
- Тайна
- Суждение и осуждение
- Прощение и помилование

Вопросы для самопроверки

1. Что понимается под большими социальными группами? На какие виды они разделяются?
2. Дайте характеристику у ровням развития больших социальных групп.
3. В каких формах проявляется психология больших социальных групп?
4. Какие существуют механизмы управления поведением людей в больших социальных группах?

Литература

1. Андреева Г. М. Социальная психология. - М.: Аспект Пресс. 2000.
2. Майерс Д. Социальная психология. - М., 1997.
3. Платонов Ю.П. Социальная психология поведения - СПб.: Изд-во «Речь», 2006.
4. Социальная психология в трудах отечественных психологов. - СПб.: Изд-во «Питер», 2000.
5. Дилигенский Г. Г. Социально-политическая психология.- М.. 1994.

Использование материалов презентации

Использование данной презентации, может осуществляться только при условии соблюдения требований законов РФ об авторском праве и интеллектуальной собственности, а также с учетом требований настоящего Заявления.

Презентация является собственностью авторов. Разрешается распечатывать копию любой части презентации для личного некоммерческого использования, однако не допускается распечатывать какую-либо часть презентации с любой иной целью или по каким-либо причинам вносить изменения в любую часть презентации. Использование любой части презентации в другом произведении, как в печатной, электронной, так и иной форме, а также использование любой части презентации в другой презентации посредством ссылки или иным образом допускается только после получения письменного согласия авторов.