

СТИХИЙНЫЕ ГРУППЫ И МАССОВЫЕ ДВИЖЕНИЯ



Общая характеристика

- **Стихийные группы** – это кратковременные объединения большого числа лиц, часто с различными интересами, но тем не менее собравшихся вместе по определенному поводу и демонстрирующих совместные действия.



Толпа

Толпа – множество людей, не объединенных общностью целей и единой структурой, но связанных сходством эмоционального состояния и общим центром внимания (А.П. Назаретян). Виды:



- **Окказиональная** (от англ. *occasion* - случайность). Скопление людей, собравшихся поглазеть на происшествие.

- **Конвенциональная** (от англ. *convention* - условность) собирается по поводу заранее объявленного события.



- **Экспрессивная толпа** (от англ. *expression* - выражение), ритмически выражающая эмоцию: радость, энтузиазм, возмущение и др. Экстремальная форма – **экстатическая**.

- **Действующая толпа** (active) - политически наиболее значимый и опасный вид коллективного поведения.

Публика

- **Публика** – это кратковременное собрание людей для совместного времяпрепровождения в связи с каким-то зрелищем. Элемент стихийности публики слабее, чем у толпы.



- В замкнутых помещениях (например, в лекционных залах) публику называют **аудиторией**.



Масса

Масса – это довольно стабильное образование с нечеткими границами. Некоторые слои населения достаточно сознательно собираются ради какой-либо акции: манифестации, демонстрации, митинга.



- Выше, чем в толпе, роль организаторов, они известны заранее.
- Более продуманы конечные цели и тактика поведения.



Разновидности действующей толпы:



- **Агрессивная** (*aggressive*) толпа, эмоциональная доминанта и направленность действий которой ярость и злоба.



- **Паническая** (*panic; saving*) толпа объята ужасом, стремлением каждого избежать реальной или воображаемой опасности.



- **Стяжательная** (*greedy*) толпа - люди, вступившие в неорганизованный конфликт за обладание некоторой ценностью. Доминирующей эмоцией является жадность, жажда обладания, к которой иногда примешивается страх.



- **Повстанческая** (*rebellious*) толпа по ряду признаков сходна с агрессивной (преобладает чувство злости), но отличается от нее социально справедливым характером возмущения.

Паника

- Превалирующая эмоция панической толпы – ужас; цель панической толпы – спастись.



- **Развитие паники:** (1) шокирующий стимул; (2) индивидуальный страх (крик, плач); (3) цепная реакция; (4) поведение, которое кажется спасительным.



- **«Психологический момент»** - первое мгновение после шока. Масса замирает, а потом начинает следовать за первым примером. Это лучший момент, чтобы взять руководство.

Заражение

- **Заражение** – бессознательная невольная подверженность индивида определенным психическим состояниям.
- При заражении передается эмоциональное состояние или «психический настрой». Происходит сопереживание большой массой людей общего психического состояния.



- Когда заражение действует в толпе, происходит **многократное взаимное усиление** эмоциональных воздействий общающихся людей.



«География толпы»

Толпа не является однородной. Ядро и периферия толпы отличаются и внешне, и по свойствам.

В **ядре** влияние эмоционального окружения намного сильнее. Выше значение механизма заражения.



На **периферии** толпы сознательный контроль отдельных личностей подавлен значительно меньше.

Внушение как вид воздействия

	Специфика
Внушение 	<p>Целенаправленное неаргументированное воздействие одного человека на другого или группу. Сознание объекта пассивно. Средства:</p> <ul style="list-style-type: none">• рассеивание внимания;• аффективное преподнесение;• престиж источников.
Убеждение 	<p>Информационное воздействие, формирующее или изменяющее установки, а через них – мнения, взгляды, отношения. Возникает в силу способности к рациональному мышлению. Средства:</p> <ul style="list-style-type: none">• апелляция к фактам,• демонстрация выгоды от принятия идеи,• убыток от непринятия идеи.

Подражание



- **Подражание** – воспроизведение индивидуальными черт и образцов демонстрируемого поведения.

- **Теория подражания Г. Тарда:** подражание – фундаментальный принцип развития и существования общества.

- **Необихевиоризм** (Н. Миллер, Д. Доллард, А. Бандура). Три способа следовать поведению модели:

- При наблюдении поведения модели возникают новые реакции;
- Наказание / поощрение модели ослабляет / усиливает поведение наблюдателя;
- Наблюдение модели актуализирует уже известные образцы поведения.



Социальные движения

Социальное движение – это достаточно организованное единство людей, ставящих перед собой определенную цель, как правило, связанную с выражениями недовольства, поддержки или сопротивления изменениям.



Социальные движения отличаются по **уровню целей**:

- Глобальные цели;
- Локальные цели (имеют значение на определенной территории или ограничены интересами определенной социальной группы);
- Узко прагматические цели в ограниченном пространстве.

Характерные особенности социальных движений



- Базируются на общественном мнении;
- Имеют целью изменение ситуации;
- Имеют программу (с разной степенью разработанности и четкости);
- Осознают допустимые средства;
- Реализуются через массовое поведение (демонстрации, манифестации, митинги, съезды и др.)

Механизмы присоединения к социальному движению

Мотивы подразделяются на фундаментальные и ситуационные. Причины присоединения:



- Теория **относительной депривации** утверждает, что человек испытывает потребность в достижении цели, если он лишен какого-либо блага не абсолютно, а относительно (социальное сравнение).



- Теория **мобилизации ресурсов** делает акцент на психологические основания присоединения к движению (идентификация с группой, потребность почувствовать свою силу).

Соотношение позиций большинства и меньшинства

Одна из центральных проблем в концепции С. Московиси. В социальном движении актуальна проблема «несогласных» (более радикальных, решительных и т.д.) Условия эффективного влияния меньшинства:

- **Последовательный стиль поведения.** Синхрония – единодушие в каждый данный момент; диахрония – стабильность позиции и поведения).
- Проработка **стиля переговоров.** Умение достигать компромисса, снимать категоричность, демонстрировать готовность к поиску продуктивных решений.



Социальные движения: характеристика лидера / лидеров

Множество исследований посвящено тому, каким должен быть имидж лидера социального движения. Называют следующие черты:



- Лидер наиболее полно выражает и отстаивает принятые участниками цели;
- Чисто внешне импонирует большой массе людей;
- Демонстрирует прочность позиций и авторитет;
- Не допускает легкости изменений тактики и стратегии действий.