Лекция 7

Стихийные группы и массовые движения

План:

- Общая характеристика стихийных групп.
- Толпа как разновидность стихийных групп
- Толпа как разновидность стихийных групп
- Массовые социально-психологические явления

- ***стихийная группа*** -это кратковременные объединения большого числа лиц, часто с весьма различными интересами, но тем не менее собравшихся вместе по какому-либо поводу и демонстрирующих какие-то совместные действия

Стихийные группы

Толпа

Масса

Публика

Толпа как разновидность стихийных групп

- ***Толпа*** *— это контактная, неорганизованная общность, характеризующаяся высокой степенью конформизма составляю щих ее индивидов, действующая эмоционально и относительно еди нодушно*

Социально-психологические особенности толпы:

- повышение групповой внушаемости и снижение эффективности действия механизмов контрвнушения;
- повышение эмоциональности восприятия действительности;
- подавление чувства ответственности за собственные поступки;
- появление чувства силы и осознания анонимности.

- ***Внушение***— *это особый вид воздействия, т.е. целенаправленное, неаргументированное воздействие одного человека на другого или на группу*

Психическое заражение *представляет собой бессознательную, невольную подверженность личности или группы определенным психическим состояниям, возникающим в толпе в "результате воздействия неречевых и речевых средств общения*

В результате подражания поведение другого человека или массовое психическое состояние не только принимается, но и воспроизводится, тиражируется.

виды толпы

- ***простая;***
- ***экспрессивная;***
- ***конвенциональная;***
- ***действующая.***

- *Массовое бегство — это бегство людей от пугающей Л опасности, которая может быть как реальной, так и мнимой*

- *Экономическая паника — это психическое состояние людей, которое наблюдается в период инфляции, повышения цен и смены экономического уклада жизни в стране.*

Структура действующей агрессивной толпы

- *организаторы массовых эксцессов*
- *зачинщики*
- *активные участники*
- *конфликтные личности*
- *добросовестно заблуждающиеся*
- *эмоционально неустойчивые*
- *любопытствующие*
- *примкнувшие*

Массовые социально-психологические явления

Общественное мнение — специфическое проявление общественного сознания, сложное духовное образование, выражающееся в оценках (как в вербальной, так и в невербальной форме) и харак теризующее явное или скрытое отношение к актуальным проблемам действительности, присущее отдельным группам, социальным общностям или обществу в целом

- *Основные способы (методы) формирования общественного мнения* — внушение, убеждение, подражание и т.п.
- *Основные средства (каналы) его формирования*— средства массовой информации, устная пропаганда и политическая агитация, межличностное общение и т. д.
- *Этапы формирования общественного мнения:* зарождение индивидуальных мнений, обмен мнениями, кристаллизация общей точки зрения из множества мнений и, наконец, ее объективация, переход от отражательного к преобразующему (практическому) состоянию

- *функции общественного мнения:* регу лирование и предписывание определенного поведения; выражение и отражение оценки событий и фактов.
- *Формы проявления общественного мнения:* оценка, жалобы; советы, пожелания, одобрения; недовольство, осуждение, неодобрение, несогласие, протест.

- ***Массовое настроение*** *— это более или менее устойчивое эмоциональное состояние общностей, которое окрашивает все их переживания.*
- ***Слухи*** *представляют собой недостоверные или частично достоверные сообщения о каких-либо событиях, исходящие от одного лица или группы, ничем другим не подтвержденные, устно передающиеся от одного лица другому*

Основными причинами возникновения и распространения слухов являются:

- неудовлетворенный интерес аудитории к некоторой теме;
- дефицит надежной информации, который определяется отношением двух переменных: количества официальных сообщений по данному предмету на данный момент времени и степени доверия к источнику официальных сообщений.

Интенсивность циркулирования слуха прямо пропорциональна интересу аудитории к теме и обратно пропорциональна количеству официальных сообщений на данный момент и степени доверия к источнику сообщения