**Лекция 7. Психологические характеристики больших социальных групп**

 2 ч. 7 неделя

***Цель:*** познакомить с психологическими характеристиками больших социальных групп.

***Ключевые слова:*** большие группы, социальные группы, типы больших групп.

***Основные вопросы:***

1. Классификация больших социальных групп.
2. Особенности поведения людей в больших устойчивых организованных (нации, этносы) и неорганизованных группах (толпа, паника).
3. Значение изучения процессов заражения, внушения, подражания для понимания закономерностей массового поведения.

**Большая социальная группа**–  это [социальная общность](https://psyera.ru/5086/socialnye-obshchnosti), члены которой, не имея непосредственных контактов между собой, связаны опосредованно психологическими механизмами групповой коммуникации.

Признаки больших социальных групп:

1) имеют структурную и функциональную организацию;

2) социально-психологическими регуляторами жизнедеятельности больших групп является групповое сознание, обычаи и традиции;

3) определенный психический склад, групповая психология;

4) оказывают влияние на формирование соответствующего типа личности – типичных представителей класса, партии, нации и т. п.;

5) определенный набор [социальных норм](https://psyera.ru/socialnye-normy-i-ih-sushchnost-630.htm), регулирующих взаимодействие

Как и любые социальные субъекты, большие социальные группы классифицируют по различным признакам. По характеру связи различают два вида больших сообществ людей:

1) социальные классы, этносы и др. Основой являются объективные социальные связи. Принадлежность людей к этим группам не вызывается их воли, сознанием, а является следствием действия объективных факторов;

2) партии, общественные, профессиональные объединения и др. Человек вступает в них вследствие сознательного стремления к объединению на основе определенных целей и ценностей.

По продолжительности существования выделяют более длительные (классы, нации) и менее продолжительные (митинги, толпа и т.п.) большие социальные группы.

По характеру организованности большие социальные группы делятся на те, что возникли стихийно (толпа, публика и т.д.), и те, которые были организованы сознательно (ассоциации, партии и т.п.).

К большим организованным группам в социальной психологии относятся этнические группы, население регионов, возрастные группы, организации.

В области психологии больших устойчивых групп принято выделять следующие явления: потребности, интересы, социальные чувства, определенный психический склад, социальный характер, привычки, обычаи и традиции.

*Потребности*– одна из наиболее значимых психологических особенностей, интересы, социальные чувства, данной социальной группы.

*Интересы* представляют важный элемент эмоциональной сферы психологии больших устойчивых групп.

*Социальные чувства* представляют собой определенные характеристики эмоциональных состояний, свойственных группе.

К сфере наиболее устойчивых компонентов психологии больших устойчивых групп относится такое явление, как *«психический склад».*

*Социальный характер* проявляется в типичном устоявшемся образе действий представителей группы в разных ситуациях их жизнедеятельности и отличает представителей данной социальной группы от представителей других групп.

*Привычки, обычаи и традиции* – регуляторы социального поведения и деятельности членов социальной группы.

Поведение человека в толпе характеризуется следующими особенностями:

*Снижение самоконтроля (интернальности).* У человека усиливается зависимость от толпы, он неосознанно подчиняется внешнему влиянию большой группы людей, т. е. возрастает экстернальность его поведения и снижается способность к произвольной регуляции собственного поведения.

*Деиндивидуализация* поведения людей в толпе: они постепенно утрачивают индивидуальность своего поведения, как бы уравниваясь. Разные люди через поведение становятся похожими друг на друга.

*Неспособность удерживать внимание на одном и том же объекте.* Толпа в целом проявляет сниженные интеллектуальные качества по сравнению с составляющими ее индивидами, взятыми вне толпы. Среди особенностей интеллекта наиболее ярко проявляются возросшая *некритичность* мышления и легкая переключаемость внимания*,* которая определяется внешними условиями.

*Характерные особенности переработки информации.* Человек в толпе легко воспринимает разнообразную информацию, быстро перерабатывает ее и распространяет, при этом совершенно непроизвольно искажая, трансформируя воспринятую информацию, то есть порождая слухи.

*Повышенная внушаемость.* Человек в толпе легко может поверить в необычную информацию, заведомо невыполнимые обещания (например, политиков на выборах), следовать невероятным и нередко даже абсурдным призывам, лозунгам и т. п.

*Повышенная физическая, психофизиологическая и психическая активация.* В толпе, особенно в активной, происходит мобилиза­ция всех ресурсов индивида, поэтому в толпе человек может проявить такие физические и психологические качества, которые становятся ему недоступными вне толпы, например: поднять что-то тяжелое, сломать прочное, быстро бежать, высоко прыгнуть и т. п.

*Нетипичность, необычность поведения*. По сравнению с привычными, каждодневными условиями человек часто проявляет неожиданные даже для него самого формы поведения (часто он потом не может поверить, что то-то и то-то было совершено им). Поэтому поведение человека характеризуется непредсказуемостью*,* что характерно и для толпы в целом.

Для регулирования поведения массовых движений очень важно знать социально-психологические механизмы подражания, внушения (суггестия), заражения.

*Заражение* – это невольная бессознательная подверженность индивида определенным психическим состояниям. Заражение проявляется не через осознанное принятие информации, а через передачу определенного эмоционального состояния. Заражение усиливается в ситуации паники**.** Заражение тесно связано с внушением и подражаем.

*Внушение* - вербальное воздействие на сознание человека, при котором происходит некритическое восприятие информации. Внушение возможно, если есть полное и безоговорочное доверие.

Эффективное внушение не происходит самопроизвольно. В основе процесса внушения лежит ослабление контроля в отношении воспринимаемой информации.

*Подражание*— механизм воздействия людей друг на друга, результатом которого является копирование поведения другого человека.

Только совокупное действие подражания, заражения и внушения, при котором каждый из данных феноменов исполняет свою роль, обеспечивает все многообразие вариантов отношений, образуя массовое поведение.

**Литература:**

1) Кричевский Р.Л., Дубовская Е.М. Психология малых групп. - М.: Аспект Пресс, 2001.318 с.

2) Андреева Г.М. Социальная психология. - М.: Аспект Пресс, 2008. - 375с.

3) Кузьмин Е.С. Основы социальной психологии. - Л., ЛГУ, 1987.

4) Свенцицкий А.Л. Социальная психология: Учебник. -М.: Проспект, 2004. - 336с.

5) Столяренко А.М. Социальная психология. – М., 2009. – 532с.

6) Крысько В.Г. Социальная психология: учебник для бакалавров. – 4-е изд., перераб. – М., 2014. – 553 с.