

Понятие и общие свойства массовидной психики

- 1) Понятие массовидной психики
- 2) Субъекты массового поведения
- 3) Формы массового поведения
- 4) Механизмы массовидной психики
- 5) Состояния массовидной психики

Массовидная психика – явления, стихийно возникающие в неорганизованной общности людей и характеризующиеся одинаковым эмоциональным состоянием и поведением.

Причиной массовидных явлений могут стать исключительные события (война, теракт и пр).

Способствуют им такие психофизиологические состояния, как голод, усталость, нервное потрясение, истощение, неудовлетворенность...

Основу и сущность массовых
психических явлений
составляет **эмоциональность.**

Главные действующие механизмы массовой психики:

- заражение;
- внушение;
- подражание.

Субъекты массового внеколлективного поведения:

- публика;
- толпа;
- масса.

Особенности толпы:

- личный контакт;
- единомышленники.

Виды толпы:

- случайная;
- экспрессивная;
- конвенциональная;
- действующая.

Для того, чтобы предотвратить образование толпы или расформировать уже собравшуюся, нужно переориентировать ее внимание.

Формы массового поведения:

1) **Паника** – эмоциональное состояние, возникающее в результате либо недостатка информации о какой-либо пугающей или непонятной ситуации, либо ее чрезмерного избытка и проявляющееся в импульсивных действиях.

Паника начинается с сильного эмоционального потрясения, вызываемого ситуацией, воспринимаемой как кризисная.

Это вызывает *сосредоточение внимания индивида на себе и реакцию страха*, которые мешают логическому осмыслению ситуации и правильным действиям.

Проявляется паника вначале в крике, плаче, возбужденных движениях, далее – в импульсивных действиях, целью которых является попытка личного спасения.

В основе паники действуют механизмы заражения и подражания.

Панике способствуют голод, опьянение, потрясение, крайнее удивление, неуверенность, утрата доверия к руководству, отсутствие групповой солидарности.

2) **Слух** – одно из распространенных проявлений массовидной психики –это сообщение, устно передаваемое в массе людей от одного к другому о некоторых событиях, еще ничем не подтвержденных. Слух – это средство передачи информации, какого-либо сообщения.

Слухи как устная информация перед информацией письменной имеют преимущество, заключающееся в том, что они эмоционально переживаются сильнее в результате непосредственного контакта людей.

Психологической основой слухов служит актуальность определенной информации, ее недостаточность, невозможность удовлетворения потребности в этой информации другими средствами.

В процессе передачи слухов происходит компенсация эмоциональной недостаточности, появляющейся при получении информации из других источников.

В соответствии с информационной характеристикой слухи условно можно разделить на четыре типа:

- 1) абсолютно недостоверные слухи;
- 2) недостоверные слухи с элементами правдоподобия;
- 3) правдоподобные слухи;
- 4) достоверные слухи с элементами неправдоподобия.

В соответствии с экспрессивной характеристикой и общим типом вызываемой эмоциональной реакции слухи можно разделить на три типа:

- слух-желание. Его цель – вызвать разочарование по поводу несбывшегося желания и связанную с разочарованием деморализацию;
- слухи-пугала могут варьироваться от просто пессимистических до откровенно панических. Их цель – деморализация аудитории, что мешает эффективной и целесообразной деятельности;
- агрессивные слухи в большинстве случаев бывают направлены против воображаемого «внутреннего» врага. Их действие нарушает нормальную согласованную деятельность общества.

3) **Мода** - специфическая и весьма динамичная форма стандартизированного массового поведения, возникающая преимущественно стихийно под влиянием доминирующих в обществе настроений и быстро изменяющихся вкусов, увлечений и т. д.

Мода как форма поведения не закрепляется надолго в качестве обязательного элемента общественной жизни и не требует сколько-нибудь серьезного изменения типа жизнедеятельности. Но мода заставляет людей подчиняться своему влиянию.

По отношению к отдельному человеку мода служит специфическим *способом самовыражения.*

Мода выполняет *компенсаторную функцию.*

МЕХАНИЗМЫ массовой психики:

1) Заражение - процесс передачи эмоционального состояния от одного индивида к другому, протекающий на психофизиологическом уровне контакта помимо собственно смыслового воздействия или дополнительно к нему.

2) Противоположный механизм, идущий всегда в паре с заражением – **подражание.**

Если один субъект (индивид, масса) заражает, то другой субъект (индивид) заражается и в результате начинает подражать тому, кто его заразил.

В процессе подражания осуществляется воспроизведение индивидом черт и образцов демонстрируемого поведения.

В основе подражания лежит обычный имитационный акт.

Функция подражания – экономия психических ресурсов.

Дети подражают «значимому другому».

Взрослые подражают референтной группе.

Разновидности подражания:

- 1) простая имитация;
- 2) обыденное подражание;
- 3) особое, «уважительное», подражание;
- 4) принижающее себя подражание;
- 5) расчетливое подражание.

Выделяют также такие виды подражания:

6) логическое и нелогическое,

7) внутреннее и внешнее,

8) подражание-мода

9) подражание-обычай,

10) подражание внутри одного социального класса и подражание одного класса другому.

Законы подражания:

- 1) подражание осуществляется от внутреннего к внешнему (т. е. внутренние образцы вызывают подражание раньше, чем внешние: духу религии подражают раньше, чем обрядам);
- 2) низшие (по социальной лестнице) подражают высшим (провинция — центру, дворянство — королевскому двору).

3) Внушение осуществляется почти только через посредство речи, т. е. его механизмом является слово.

Внушение, таким образом, специфично только для человека.

Для успешного внушения нужен высокий уровень контакта между внушающим и внушаемым.

В подавляющем большинстве случаев имеет место *встречная психическая активность*, т. е. критическое отношение к самому говорящему или к его словам.

Эффективность внушения значительно возрастает в массе.

В современной психологии под **внушением** понимают различные способы вербального и невербального эмоционально окрашенного воздействия на человека с целью создания у него определенного состояния или побуждения к определенным действиям.

Успешность внушения связана с внушаемостью, как и успешность заражения связана с ГОТОВНОСТЬЮ К подражанию.

Главный фактор – это авторитет внушающего в глазах внушаемого.

Состояния массовой психики:

- 1) общественное мнение;
- 2) общественное настроение;
- 3) традиция.

Общественное мнение выражается в форме определенных суждений, идей, представлений, отношения социальных групп к явлениям или проблемам социальной жизни, затрагивающим общие интересы.

Возникает оно как продукт осознания назревших, требующих решения социальных проблем.

Субъектом общественного мнения выступают большие социальные группы – классы, нации и народы.

Его высшая форма – общенародное мнение – в основном совпадающие суждения всего народа.

Общественное настроение –
преобладающее состояние чувств и
умов тех или иных социальных групп в
определенный период времени.

Одна из форм общественного настроения – массовое настроение, оно характеризуется:

- определенной предметной направленностью (политика, религия и пр.);
- характером и уровнем эмоционального накала: апатией, депрессией, подъемом, энтузиазмом.

Традиция – исторически сложившиеся, передаваемые через поколения формы деятельности и поведения, а также сопутствующие им обычаи, правила, ценности, представления.

Привычки и обычаи складываются под влиянием определенных жизненных условий, но в дальнейшем закрепляются и выступают именно как регуляторы поведения.

Выводы по законам массового сознания:

1. Существует некоторая сфера социальной реальности, которую принято обозначать понятиями «массовая психика» или «общественная психология».
2. В науке выявлены законы массовой психики: заражение, внушение и подражание.
3. Наиболее устойчивыми состояниями массовой психики являются общественное мнение и общественное настроение.
4. Психический склад массовой психики раскрывается в привычках и обычаях, а также в традициях группы.