МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего профессионального образования

«Санкт-Петербургский государственный

инженерно-экономический университет»

Кафедра социологии

Контрольная работа по дисциплине:

Социальная психология

на тему:

Социально-психологические механизмы функционирования большой

социальной группы

Санкт-Петербург 2015 г.

Введение

"Человек вне общества - или Бог, или зверь".

(Аристотель)

Социальная психология - это отрасль психологии, изучающая закономерности и особенности поведения и деятельности людей, обусловленные их социальным взаимодействием.

С древних времен человек объединялся в первобытные сообщества - племена, семьи, общины. Уже тогда возникла необходимость во взаимопонимании, в умении строить и регулировать отношения внутри сообщества и между ними. Человеку нужна группа: люди выживают только сообща. Совокупность различных групп - это общество, фундаментом общества является социальная группа.

Социальная группа - это, как бы посредник между отдельным человеком и обществом в целом.Не только общество в целом, но и отдельный человек живет по законам социальной группы.

В современной социологии есть много определений "социальная группа". Например, по мнению российских социологов, социальная группа - это совокупность людей, имеющих общие социальные признаки, выполняющих общественно необходимую функцию в структуре общественного разделения труда и деятельности. Американский социолог Р. Мертон определяет социальную группу как совокупность индивидов, определенным образом взаимодействующих друг с другом, осознающих свою принадлежность к данной группе и признающихся членами этой группы с точки зрения других. Он выделил в социальной группе три основных черты: взаимодействие, членство, единство.

Многие особенности человека - способность к мышлению, речь, язык, самодисциплина и нравственность являются итогом групповой деятельности.

В группе рождаются нормы, правила, обычаи, традиции, ритуалы, церемонии, закладывается основа социальной жизни.

Основная функция социальных групп - регуляция поведения людей в целях реализации интересов группы.

Все многообразие социальных групп можно классифицировать по различным основаниям. Представим основные типы разделения:

первичные и вторичные;

формальные и неформальные;

номинальные и реальные;

большие и малые.

В данной работе мы более подробно остановимся на ознакомлении с большой социальной группой, а также рассмотрим основные механизмы функционирования в этих группах.

Психология больших социальных групп является одним их важнейших объектов социально-психологических исследований, т.к. человек осуществляет свою жизнедеятельность как член той или иной социальной группы, представитель определенной исторически сложившейся общности людей.

По утверждению Г.Г. Дилигенского, рассмотрение психологии больших групп в социальной психологии - это важнейшая ее проблема, поскольку "содержание социально значимых черт человеческой психики формируется именно на макросоциальном уровне".

Как бы ни была велика роль малых групп, сами по себе они не создают исторически конкретных социальных норм, ценностей, установок, потребностей. Все эти и иные содержательные элементы общественной психологии возникают на основе исторического опыта больших групп, опыта, обобщенного знаковыми, культурными и идеологическими системами: этот опыт лишь "доведен" до индивида через посредство малой группы и межличностного общения. Поэтому социально-психологический анализ больших групп можно рассматривать как "ключ" к познанию содержания психики индивида.

Зарождение самой социальной психологии было связано с исследованием "духа народа", "психологии народов", психологических образований (толпа, массы и др.).Исследованием больших социальных групп занимались марксистки настроенные исследователи. В отечественной психологии исследователей привлекали теоретические и методологические проблемы, а также характеристика особенностей классов, наций, возрастных и профессиональных групп.

Исследованием психологии больших социальных групп в отечественной науке занимались: Андреева Г.М., Горячева А.И., Макаров М.Г., Дилигенский Г.Г., Новиков В.В., Поршнев Б.Ф., Шорохова Е.В. и др.

Французская школа разработала концепцию социальных представлений С.Московичи, которая предлагает метод исследования больших групп. Анализируются социальные представления различных больших групп, и через них познается их психология. Так считают А. В. Донцов, Т. П. Емельянова. По мнению Г. М. Андреевой, социальные представления вырабатываются на основе опыта, деятельности группы, обращаясь к житейскому опыту, способствуют формированию групповой идентичности.

Из этой концепции вытекает понятие менталитета как интегральная характеристика некой культуры, отражающей своеобразное видение и понимание мира ее представителями, их типичных "ответов" на картину мира.

Большие социальные группы структурнофункционально организованы. Их не надо смешивать с массовыми общностями (молодежь, женщины, мужчины, профессиональные общности и т.д.).

Среди многообразия больших социальных групп, субъектом исторического процесса являются этнические группы и классы.

Рассмотрим более подробно структуру больших социальных групп, их виды, также познакомимся с социально-психологическими механизмами: групповое сознание, обычаи, традиции, заражение, внушение и т.п.

. Большие социальные группы: классификация, характеристика

Как мы уже упоминали, социальные группы по численности делятся на малые и большие группы. Малые - это группы в несколько человек (до 10), которые хорошо знакомы и регулярно взаимодействуют друг с другом лично, например, школьный класс, бригада рабочих и т.п.

Большие группы - это группы, где невозможны личные контакты между всеми членами, в этом случае, отношения являются чисто формальными, например, ученики школы, рабочие завода и т.п. Здесь нет тесных личных контактов, а общение происходит по формальным правилам.

Если рассматривать историческое развитие общества, то можно отметить, что в традиционном обществе ведущее значение имели малые группы (семья, кланы), а в современном - большие (классы, профессиональные группы).

Г. Зиммель считал, что "размер группы тесно коррелирует со степенью развития индивидуальности ее представителей. Размер группы прямо пропорционален степени свободы, которой пользуются ее члены: чем меньше группа, тем сплоченнее она должна выступать, тем теснее держать своих членов с целью защиты собственной целостности от враждебных воздействий внешней среды". По мере роста группы, возрастает степень свободы, рождается интеллект, способность сознания.

Большие социальные группы - количественно не ограниченые социальные общности, имеющие устойчивые ценности, нормы поведения и социально-регулятивные механизмы (партии, этнические группы, производственно-отраслевые и общественные организации).

Классификация больших социальных групп по разным признакам:

. по характеру межгрупповых и внутригрупповых социальных связей:

объективные - люди объединены общностью объективных связей, существующие независимо от сознания и воли этих людей;

субъективно-психологические - группы возникают в результате сознательного объединения людей;

. по времени существования:

длительно существующие - классы, нации;

коротко существующие-митинги, собрания, толпа;

. по характеру организованности:

организованные - партии, союзы;

неорганизованные - толпа;

. по характеру возникновения:

организованные сознательно - партии, ассоциации;

возникшие стихийно - толпа;

. по контактности членов группы:

условные- создаются по определенному признаку (пол, возраст, профессия), люди не имеют прямых контактов между собой;

реальные группы - реально существующие группы, в которых люди имеют между собой тесные контакты (митинги, собрания);

. по открытости:

открытые;

закрытые - членство определяется внутренними установками.

Большие социальные группы можно разделить на виды:

. Общество - самая крупная социальная группа, которая является основным объектом теоретического и эмпирического исследования.

. Территориальные-группы образуются на основе связей, сложившихся на основе близости места проживания.

. Целевые-группы создаются для выполнения функций, связанных с определенной деятельностью.

. Интеллигенция - социальная группа, профессионально занимающаяся квалифицированным умственным трудом, который требует специального образования.Выделяют интеллигенцию: медицинскую, производственную, научную, педагогическую, военную, культурно-художественную и др.Иногда в литературе встречается довольно широкое толкование интеллигенции, включающее всех работников умственного труда, в том числе служащих -секретарей, контролеров банка и т.п.

. Люди умственного и физического труда-рассматриваются как отдельные группы, которые заметно различаются по содержанию, условиям труда, по уровню образования, квалификации, культурно-бытовым запросам.

. Население города и население деревни - это главные виды поселения людей, различающиеся по месту проживания. Различия выражаются в масштабах, концентрации населения, уровне развития производства, насыщенности объектами культурно-бытового назначения, транспорта, связи.

Среди многообразия больших групп, можно выделить две, которые являются субъектами исторического процесса -этнические группы и классы.

Этническая группа, или этнос - исторически сформировавшаяся на определенной территории устойчивая социальная общность, обладающая стабильными особенностями культуры, языка, психического склада, поведенческих особенностей, сознанием своего единства и отличия от других подобных образований. На высшей стадии развития многие этносы образуют устойчивую социально-экономическую целостность - нацию.

В системе общественного производства различают общественные классы. Их существование обусловлено разделением труда, дифференциацией социальных функций, вычленением организаторской и исполнительской деятельности.

Субъектами внегруппового поведения являются публика и масса.

Публика - большая группа людей, имеющая общие эпизодические интересы, подверженная единой эмоционально-сознательной регуляции с помощью общезначимых объектов внимания (участники митинга, слушатели лекций).

Масса - совокупность большого количества людей, составляющих аморфное образование, не имеющих непосредственных контактов, но объединенных общими устойчивыми интересами (массы большие и малые, устойчивые и ситуативные и др.).

В историческом развитии общества и конкретном развитии групп отдельные социальные общности проходят несколько определенных этапов. Они соответствуют уровню развитости групп. По классификации Дилигенского Г.Г. таких этапов три.

Первый - низкий уровень - типологический. Характеризуется тем, что члены группы объективно сходны между собой по каким-то признакам. Эти признаки могут иметь существенное значение в регуляции их индивидуального поведения, но не составляют основания для создания психологической общности. Объединенные по этим признакам люди представляют совокупность индивидов, но не составляют единства.

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

Третий уровень предполагает готовность членов группы к совместным действиям во имя коллективных целей. Они осознают общность своих интересов. Уровень солидарности или уровень интегрированности.

Уровень развития социально-психологической общности групп определяет реальную их роль в общественно-историческом процессе в целом, представляет психологическую составляющую общественно-исторических явлений.

В структуре больших социальных групп можно выделить два подтипа.

Первый - этносы, классы, профессиональные группы. Их отличает длительность существования, закономерность возникновения и развития.

Второй - публика, толпа, аудитория. Они кратковременные и возникли случайно, некоторое время включены в общее эмоциональное пространство.

Принципиальное различие больших групп первого и второго подтипа - в механизмах, регулирующих внутригрупповые процессы.

Так называемые организованные большие группы управляются специфическими социальными механизмами: традициями, обычаями, нравами. Можно вычленить и описать типичный для представителя таких групп образ жизни, особенности характера, самосознания.

Неорганизованные большие группы управляются социально-психологическими механизмами эмоциональной природы: подражанием, внушением, заражением. Для них характерна общность чувств и настроений в определенный момент времени, которая, однако, не свидетельствует о более глубокой психологической общности участников такого рода социальных образований.

Для всех выделенных больших социальных групп характерны общие признаки, которые отличают эти группы от малых групп.

. В больших группах существуют регуляторы социального поведения - это нравы, обычаи, традиции. Они дают характеристику образа жизни группы. В рамках определенного образа жизни особое значение приобретают интересы, ценности и потребности группы.

. Важную роль в психологической характеристике имеет наличие специфического языка.Для этнических групп - это обыденная характеристика, для других групп - "язык" выступает в роли определенного жаргона.

Общие черты, которые свойственны большим группам нельзя абсолютизировать. Каждая разновидность этих групп обладает своеобразием: нельзя выстраивать в один ряд класс, нацию, профессию, молодежь.

Значимость каждого вида больших групп в историческом процессе различна, как различны и их особенности. Поэтому все характеристики больших групп должны быть наполнены специфическим содержанием.

Мы рассмотрели большую социальную группу, дали ее характеристику, описали структуру, теперь познакомимся с психологическими механизмами саморегуляциив этих группах.

2. Специфические регуляторы социального поведения

Чтобы чувствовать себя полноправным членом общества, человек должен соответствовать требованиям социальной среды, т.е. соответствовать принятым в обществе нормам и правилам. Эта полноценность является условием нормального социального существования, и наоборот, несоответствие дает ему ощущение дискомфорта, может стать причиной переживаний.

Поэтому человек нуждается в постоянном контроле и регуляции своего поведения. Внешний контроль осуществляется благодаря институту общественного мнения, правовым органам и т.п., а внутренний контроль осуществляется самим индивидом с позиции норм и требований общества.

Социальный регулятор поведения - это осознаваемый (рационально или аттрактивно) индивидом ориентир, согласуясь с которым он осуществляет свое действие. Поэтому необходимо обнаружить такие черты поведения, которые выполняют функцию регуляторов социального поведения. Соответственно, такие регуляторы могут быть обнаружены только среди типичных поведенческих черт.

Регуляторами поведения человека выступают внутренние когнитивные процессы и внешние явления окружающей социальной среды. Социально-психологическими регуляторами жизнедеятельности больших групп являются: групповое сознание, обычаи, традиции, общественное мнение, настроение, установки, ценности, стереотипы и др.

Приведем краткую характеристику основных регуляторов.

Общественное сознание - система духовно опосредованных, социально-ценностных отношений людей к миру и самим себе, возникающих в процессе жизнедеятельности социума. Общественное сознание отражает общественное бытие, определяется им, воздействует на него.

Общественное сознание образуется совокупностью его форм - науки, соционормативной сферы (мораль, политика, право), искусства и религии.

Разновидностью общественного сознания является массовое сознание.

Массовое сознание имеет особенности, которые присуще самой массе - аморфность, неопределенность и разнородность состава. Оно формируется в процессе межличностного и межгрупповового общения по поводу воспринимаемой актуальной информации, формируется в основном средствами массовой коммуникации. Массовое сознание отражает интересы масс. Взаимодействуя с массовой культурой, массовое сознание формирует массовые поведенческие стереотипы.

Массовое сознание может быть прогрессивным и реакционным, критическим и конформистским.

Массовому сознанию соответствуют общественное мнение и общественное настроение, выступающие в качестве непосредственных регуляторов массовых форм поведения.

Общественное мнение - состояние массового сознания, вызванное отношением различных социальных слоев общества к определенным событиям. Содержание его обусловлено обострением интереса к актуальным проблемам.

Адекватность общественного мнения зависит от развитости в обществе демократических свобод, его политической культуры. В демократическом обществе общественное мнение- постоянно действующий фактор социального управления. Специализированные органы постоянно выявляют общественное мнение, всячески содействуя его развитию и свободному выражению (референдумы, выборочные опросы и т.п.).

По своей структуре общественное мнение может быть монистическим и плюрастическим, адекватным и неадекватным.

Общественное настроение - эмоциональная характеристика состояния общественной психологии, влияющая на импульсивное поведение масс, определенное состояние чувств и умов в больших социальных группах, предпосылка социально-политических сдвигов.

Устойчивой формой нормативной регуляции, основанной на прошлом опыте этноса, являются обычаи. Обычаи предшествуют государственно-правовой регуляции. Они выступают и как норма поведения, и как форма социального контроля.

Обычаи являются одной из основных форм социальной регуляции в бытовой сфере, гражданской обрядности.

Обычаи в обществе складываются в результате многократного повторения одних и тех же действий членами общества, которые способствуют возникновению устойчивых общественных отношений. На основе этих отношений складываются правила поведения, которые входят в привычку и становятся обычаем. Они порождены самим образом жизни того или иного социального слоя или социальной группы.

Элементами социального и культурного опыта, передаваемые из поколения в поколение в различных группах являются традиции.Они определяют общее направление деятельности групп в специфических условиях.

В традициях осуществляется преемственность тех или иных социально значимых форм поведения втипичных ситуациях, в различных сферах деятельности, сознательно закрепляющие те или иные отношения.

По своему характеру регулирования общественных отношений, традиции сходны с обычаями, но отличаются тем, что не детально регламентируют отношения, а только определяют общую линию поведения.

Обычаи и традиции имеют ряд общих черт - это преемственность, устойчивость, охрана от нарушений силой общественного мнения.

Установка - предшествующая любым психическим или поведенческим актам человека готовность совершать их адекватно данной ситуации.

Само понятие "установка" впервые появилась в книге Г. Спенсера "Первые принципы", в российскую психологию это понятие ввел Д.Н. Узнадзе.

Благодаря установке человеку не нужно каждый раз заново определять, в чем состоят его потребности в данный конкретный момент, и выбирать лучшие способы их удовлетворения - это уже зафиксировано в установке на основании прошлого опыта. Большинство установок приобретаются человеком в готовом виде из социального опыта и культуры.

Помимо собственного социального опыта личности, установка может быть продуктом стихийной или целенаправленной коммуникации, особенно тех видов массовой коммуникации, которые предполагают высокую степень сопереживания происходящим событиям.

Более сложную структуру по сравнению с установкой имеет стереотип. Термин "стереотип" в науку был введен в 20-е гг. XX века, когда возникла необходимость изучения и объяснения законов функционирования массового сознания.

Стереотипы - устойчивые, мало зависимые от эмпирического познания, образы окружающих предметов или явлений.Формирование в сознании образа предмета всегда включает элемент стереотипизации, т.е. определенную степень упрощения, выделения значимых и вытеснение неважных для субъектаэлементов и характеристик.

Установки и стереотипы массового сознания играют значительную роль в формировании образа мира, как отдельного человека, так и больших социальных и культурных общностей.

Ценности - установки, которые определяют личностную структуру. Они воспринимаются как "стандарты", нормы, являющиеся основой для выбора, совершаемого человеком. Этот выбор рассматривается как ядро личностной организации. Ценности той или иной культуры в совокупности представляют собой этос культуры.

В рамках социальной психологии, ценности связаны, с одной стороны, с установками, с другой - с нормами.

Ольшанский В.Б. сравнивает ценности со своеобразными "маяками", помогающими "заметить в потоке информации то, что наиболее важно (в позитивном или негативном смысле) для жизнедеятельности человека; это такие ориентиры, придерживаясь которых человек сохраняет свою определенность, внутреннюю последовательность своего поведения".

Регуляторы поведения являются неотъемлемым элементом обыденного сознания. Социальные регуляторы формируются относительно легко, поскольку наше собственное воспитание и культура порождают в нас ряд ожиданий относительно поведения и черт других людей.

Источником формирования регуляторов поведения является как личный опыт человека, так и выработанные обществом нормы, которые человек получает при обучении, воздействии средств массовой информации и непосредственных контактов со значимыми и авторитетными людьми.

. Социально-психологические механизмы общения

Общение порождает ряд уникальный социально-психологических механизмов, посредством которых и формируются явления социальной психики. Такие механизмы, как заражение, внушение, убеждение, подражание и мода, основательно рассмотрены в социально-психологической литературе, поэтому представим их конспективно.

С давних пор заражение исследовалось как особый способ воздействия на большие массы людей. Феномен заражения был известен на ранних этапах человеческой истории и имел многообразные проявления: массовые вспышки различных душевных состояний, возникающих во время ритуальных танцев, спортивного азарта, паники и т.п.

Заражение - это бессознательная, спонтанная форма включения личности в определенные психические состояния. Заражение осуществляется путем передачи психического настроя, обладающего большим эмоциональным зарядом, накалом чувств и страстей. Основа возникновения эффекта заражения - эмоциональное воздействие в условиях непосредственного контакта.

Оно проявляется через передачу определенного эмоционально состояния, или "психического настроя".

Источником заражения является носитель эмоционального заряда - индуктор. Индуктор передает эмоциональный заряд, который многократно усиливается в каналах взаимодействия. Возникает психический фон заражения. Он находится в прямой зависимости от величины аудитории и степени установочного эмоционального накала индуктора.

Заражение - сопереживание общего психического состояния большой группой людей одновременно.Различают следующие формы проявления заражения: массовые психозы, спортивный азарт, религиозный экстаз.

При заражении важную роль играют степень общности оценок и установок человека (группы) с оценками и установками заражающих их людей. В целом, чем выше уровень самосознания индивида или группы, оптимальнее их здравый смысл и способность контролировать свои действия и поступки, тем труднее люди поддаются заражению.

Внушение - это социально-психологический механизм общения, ориентированный на формирование общего психического состояния и побуждений к массовым действиям.

Внушение представляет собой активное и персонифицированное воздействие одного субъекта на другой. Оно осуществляется в основном вербальными действиями, адресовано не к логическому мышлению, а к эмоциональной готовности человека получить установку к действию.

Наиболее эффективно внушение действует на людей, для которых характерно доминирование ситуативного психического настроя, а также состояния неуверенности в себе.

К основным условиям эффективности внушения относят авторитетность источника информации, доверие к нему, отсутствие сопротивления.

Убеждение - это социально-психологический механизм общения, процесс и результат программно-организованного воздействия. Убеждение оказывается с целью путем социально-психологического воздействия организовать превращение некоторой информации в систему установок и принципов личности.

Убеждение - это система логических доказательств, ориентированных на критически настроенную личность.Это также элемент культуры личности, связанный с ее эмоциональной сферой и побуждениям к действию.

Условием убеждающего воздействия является заинтересованность человека, которому адресовано воздействие, в чем-либо. Заинтересованность - это стремление получить определенную информацию; потребность осмыслить что-либо.

Согласно А.Г.Ковалеву, эффективность убеждающего воздействия достигается, если:

а) содержание и форма убеждения отвечают уровню возрастного развития личности;

б) убеждение строится с учетом индивидуальных особенностей воспитуемого;

в) убеждение выглядит последовательным и доказательным;

г) оно содержит как обобщенные положения (принципы иправила), так и конкретные факты, примеры;

д) опирается на разум убеждаемого, его опыт и знания;

е) убеждающий глубоко верит в то, в чем убеждает.

Процесс убеждения - это психотехническая система рассуждений и доказательств, а также эмоциональных средств, действующих заразительно на убеждаемого.Убеждение ориентировано на формирование сознательной деятельности масс.

Также к механизмам воздействия людей друг на друга, в том числе в условиях массового поведения, относится подражание.

Подражание - это социально-психологический механизм общения, обеспечивающий воспроизводство одним человеком определенных образцов поведения (манер, действий, поступков), которые имеют определенную эмоциональную окраску.

Подражание определяют как механизм массового поведения, и как творческий механизм "психологического наследования".

Согласно Г.Тарду, подражания делятся на следующие виды: логические, внелогические, внутренние, внешние, подражание мода, подражание обычай.

Подражание может быть сознательным или бессознательным, логичным или нелогичным, критичным или некритичным, внутренним и внешним. Бывает подражание внутри одного социального слоя и подражание одного класса другому. Оно проявляется при достижении определенных целей. Его используют для воздействия (влияния) на других людей.

Подражание часто адресовано непосредственно подсознанию и играет важную роль в научении, приспособлении и выживанию. Оно выполняет функцию адаптации личности или группы к нормам, эталонам, ценностям, господствующим в обществе, у других людей и их групп.

Подражание имеет несколько общих черт с заражением и внушением, однако его специфика состоит в том, что здесь осуществляется не просто принятие внешних черт поведения другого человека или массовых психических состояний, но воспроизведение индивидом черт и образцов демонстрируемого поведения.

Наиболее эффективно механизм подражания реализуется в моде.

Мода-это специфическая и весьма динамичная форма стандартизированного массового поведения, возникающая чаще всего стихийно под влиянием доминирующих в обществе настроений и быстро меняющихся увлечений.

Мода - это и социальная санкция поведения, вкусов и системы ценностных ориентаций, и средство социально-психологической компенсации неудовлетворенности.

Мода выполняет следующие функции:

коммуникативную (общения);

интерактивную (согласования, взаимодействия);

компенсаторную (психологической защиты и индивида).

Рассмотренные социально-психологические механизмы общения, представляют собой закрепившиеся в социально-психологической организации общества функциональные способы его социальной жизни, в результате чего меняется режим его функционирования.

Социально-психологические механизмы общения обеспечивают социодинамику, групповую динамику и психодинамику личности, так как являются каналами психического регулирования.

Заключение.

Психология больших социальных групп является одним из важнейших объектов социально-психологических исследований. Значение этих исследований обусловлено тем, что человек осуществляет свою жизнедеятельность как член той или иной социальной группы, представитель определенной исторически сложившейся общности людей. Каждый человек с рождения включен в различные общности, социальные, а с начала трудовой деятельности - и в профессиональные группы. Изучение психологических процессов в этих общностях составляет одну из задач социальной психологии.

Самостоятельное развитие социальная психология начала именно с изучения больших социальных групп. Исследователи XIX в. заложили основу изучения психологии народов, масс.

В первой половине XX в. интерес к проблеме больших групп стал снижаться из-за отсутствия эмпирических методов и вновь возрос лишь с 1970-х гг., что объясняется возрастанием общественной активности в Европе: бурными выступлениями против войны во Вьетнаме, акциями "зеленых" и т.п.

В настоящее время психология больших групп переживает второе рождение. Отечественная социальная психология считает данный раздел ведущим в своей структуре. Социальная психология без раздела о психологии больших социальных групп, очевидно, вообще не может претендовать на то, чтобы быть социальной психологией в точном значении этого слова.

Каждая из больших групп обладает своим набором психологических черт, в то же время имеются и общие признаки, типы коммуникаций.

Структуру больших групп составляют социальные классы и слои, этнические группы (прежде всего нации), профессиональные группы, половозрастные группы (молодежь, женщины, пожилые и т. д.).

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

В основу детальной классификации больших социальных групп за разделительные принимаются разные признаки. Так, группы бывают: организованные и неорганизованные, длительно существующие и временные, сознательные и стихийные, условные и реальные.

Внутри больших социальных групп есть определенный образ жизни. Для того чтобы человек чувствовал себя полноценным членом общества, он должен соответствовать определенным нормам и правилам, контролировать свое поведение. Поэтомусуществуютопределенные ориентиры, социально-психологические регуляторы жизнедеятельности большой группы.

Для организованных групп специфическим социальным механизмом поведения выступают: общественное сознание, мнение, обычаи, традиции, установки, стереотипы, ценности.

Для неорганизованных групп социально-психологические механизмы эмоциональной природы: заражение, внушение, убеждение, подражание, мода.

Регуляторы социального поведения - это неотъемлемый элемент обыденного сознания. Они формируются легко, т.к. наше воспитание и культура порождают в нас ряд ожиданий поведения и черт других людей.

Источником формирования регуляторов поведения является как личный опыт человека, так и выработанные обществом нормы, которые человек получает при обучении, воздействии средств массовой информации и непосредственных контактов со значимыми и авторитетными людьми.

Рассмотренные социально-психологические механизмы общения, представляют собой закрепившиеся в социально-психологической организации общества функциональные способы его социальной жизни.

Социально-психический анализ больших групп - это "ключ" к познанию психики индивида.

Значимость каждого вида больших групп в историческом процессе различна, что во многом определяет своеобразие их содержания.

Список литературы

Андреева Г.М. Социальная психология. Учебник для вузов: Аспект Пресс, 2000, - 373 с.

Р. Бэрон, Н. Керр, Н. Миллер. Социальная психология группы: процессы, решения, действия/Р. Бэрон, Н. Керр, Н. Миллер. -СПб.: Питер, 2003,-272 с.

Дилигенский Г.Г. Социально-политическая психология: учебное пособие для высших учебных заведений / Г.Г. Дилигенский. - М.: Наука, 1994,-304с.

Еникеев М.И. Общая и социальная психология. Учебник для вузов. - М.: издательская группа НОРМА-ИНФРА-М, 1999, - 624 с.

Еникеев М.И. Общая и социальная психология: Учебник / М.И. Еникеев, - 2-е изд., перер. и доп. - М.: НОРМА-ИНФРА-М, 2010, - 640 с.

Еникеев М.И. Юридическая психология. С основами общей и социальной психологии. - Учебник для вузов. - М.: НОРМА, 2005, - 640 с.

Крысько В.Г. Социальная психология: Курс лекций / В.Г. Крысько. - 3-е изд. - М.: Омега-Л, 2006, - 352 с.

Крысько В.Г. Социальная психология. Курс лекций: Учебное пособие / В.Г. Крысько, - 4-е изд., перер. и доп. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011, - 256 с.

Львин Ю.М. Социальная психология: Учебное пособие / Ю.М. Львин, Н.Н. Покровская, С.И. Капица - СПб.: СПбГЭУ, 2014, - 161 с.

Мертон Р. Социальная теория и социальная структура / Роберт Мертон. (Перев.с англ. Е.Н. Егоровой и др.) - М.: АСТ: АСТ МОСКВА: ХРАНИТЕЛЬ, 2006, - 873 с.

Ольшанский В.Б. Личность и социальные ценности // Социология в СССР. - Сборник научных трудов в 2-х Т. - М.: "Мысль", 1965

Поршнев Б.Ф. О начале человеческой истории (Проблема палеопсихологии). - М.: "Мысль", 1974, - 487 с.

Психология. Учебник для гуманитарных вузов / Под ред. В.Н. Дружинина - СПб.: Издательский дом "Питер", 2001, - 656 с.

Руденский Е.В. Социальная психология: Курс лекций. - М.: ИНФРА-М, Новосибирск: НГФЭиУ, 1997, - 224 с.

Сидоров П.И., Парняков А.В. Введение в клиническую психологию: Т.1, Т.2. Учебник для студентов медицинских вузов. - М.: Академический Проект, Екатеринбург: Деловая книга, 2000, - 416 с.

Социальная психология. Учебное пособие / Отв. ред. А.Л. Журавлев. - М.: ПЕР СЭ, 2002, - 351 с.

Социальная психология: Учебное пособие / А.Л. Журавлев, В.А. Соснин, М.А. Красников. - 2-е изд., перер. и доп. - М.: Форум, 2011, -496 с.

Стефаненко Т.Г. Этнопсихология. - 3-е изд., испр. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2004, - 368 с. большой социальный группа сознание