Міністерство освіти і науки України

Національний технічний університет

“ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ”

Кафедра “Обчислювальної техніки та програмування”

**Реферат з курсу: “Управление развитием социально-экономических систем”**

**Тема: “КОЛЛЕКТИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ ”**

# Виконав:

# студент групи

Перевірив:

## Харків

**1. Понятие коллективного поведения. Толпа.**

Коллективное поведение – относительно стихийное, неорганизованное, довольно непредсказуемое и незапланированное поведение множества людей, реагирующих на неопределенную или угрожающую ситуацию, которое зависит от взаимной стимуляции участников. Коллективное поведение – один из экстремальных типов поведения, представляющее собой полную противоположность стандартному или институциональному поведению.

Существуют два вида коллективного поведения:

1. Поведение толпы.
2. Массовое поведение.

Толпа – относительно кратковременное, внутренне неорганизованное множество людей, объединенных непосредственной пространственной близостью, каким-либо внешним стимулом и эмоциональной общностью.

Формы поведения толпы:

1. Паника – форма поведения, при которой множество людей, столкнувшись с неожиданной реальной опасностью, пытаются ее избежать, проявляя при этом нескоординированность и иррациональность реакции. Для возникновения паники необходимы следующие условия:

А) реальная, а не мнимая, опасность, угрожающая людям;

Б) ограниченные возможности избежать опасности;

В) отсутствие организованности.

Общая эмоция, характерная для данной толпы, - страх.

2. Бунт – собирательное понятие, обозначающее ряд стихийных форм коллективного протеста, мятеж, волнение, смуту, восстание. Причиной их возникновения служит массовое недовольство чем-либо (угнетением, плохим обращением, условиями труда и жизни) или кем-либо (чаще всего руководством). Основная эмоция – враждебность.

3. Погром – коллективный акт насилия, предпринятый неконтролируемой и эмоционально возбуждённой толпой против собственности или личности. Погром чаще всего может приобретать вид шовинистического выступления против какой-либо национальности или иной группы населения, сопровождающегося грабежами и убийствами.

4. Оргия – форма поведения толпы, в которой индивиды получают удовольствие путем потворства своим безудержным желаниям. Оргия ослабляет напряжение, как бунтующая толпа сходит сума от злости, так в оргии толпа сходит сума от удовольствия. Оргия – необузданное поведение в рамках общепризнанных границ.

Можно выделить несколько видов толп в зависимости от способа их формирования и поведения.

1. Случайная толпа. Обладает размытой структурой. Примером такой толпы является обычное собрание людей на улице, где произошло неординарное событие (появление знаменитости, столкновение автомобилей). В этом виде толпы людей объединяет либо незначительная цель, либо вовсе бесцельное времяпрепровождение. Индивиды слабо эмоционально включены в случайную толпу и могут свободно отделить себя от нее.
2. Конвенционная толпа - собрание людей, заранее планирующееся и относительно структурированное. В данном случае поведение членов толпы находится под воздействием определенных, заранее установленных социальных норм. Так, участники религиозной службы, митингующие, болельщики соблюдают нормы и правила, которые регулируют их поведение, делают его упорядоченным и предсказуемым.

3. Экспрессивная толпа. Обычно организуется в целях выражения общих для ее членов эмоций, активность людей в ней сама по себе уже является целью и результатом (дискотеки, народные гулянья, фестивали).

4. Действующая толпа – толпа, которая производит действия, имеющие реальные последствия для окружающих (материальный урон, нанесение телесных повреждений и т.д.).

Случайная, конвенционная и экспрессивная толпы при определенных обстоятельствах могут перерасти в действующую.

Основные подходы к изучению поведения толпы.

1. Теория заражения (Г.Лебон). С точки зрения Лебона, толпа представляет собой иррациональное образование, попадая в которое люди начинают демонстрировать модели поведения, не свойственные им в обыденной жизни. Эти перемены обусловлены следующими причинами:

А) Анонимность и многочисленность толпы.

Б) В толпе действует заражение – передача эмоционального состояния и чувств от одного человека другому. Любое чувство или эмоция в толпе заразительны и притом до такой степени, что индивид очень легко приносит в жертву свои личные интересы интересу коллективному.

В) Восприимчивость к внушению приводит к исчезновению сознательной личности, к преобладанию личности бессознательной.

По мнению Лебона становясь частицей толпы, человек спускается на несколько ступеней вниз по лестнице цивилизации. У него обнаруживается склонность к произволу, буйству, свирепости, но также к энтузиазму, геройству, свойственным первобытному человеку, сходство с которым еще больше усиливается тем, что человек в толпе чрезвычайно легко подчиняется словам и представлениям, не оказавшим бы на него в изолированном положении никакого влияния. Толпа в интеллектуальном отношении всегда стоит ниже изолированного индивида, но с точки зрения чувств и поступков, вызываемых этими чувствами, она может быть лучше или хуже него, все зависит от того, какому внушению повинуется толпа.

Лебон отмечает следующие характеристики толпы:

1. Импульсивность, изменчивость, раздражительность.
2. Податливость внушению и легковерие.
3. Преувеличение и односторонность чувств толпы.
4. Нетерпимость, авторитетность и консерватизм.

2. Теория конвергенции. Толпа сама по себе не является причиной необычного поведения людей, но она влияет на определенные типы людей и способствует проявлению поведения, к которому они предрасположены. В толпе собираются люди со сходными интересами, импульсами, целями и т.д., в результате чего толпа ведет себя определенным образом.

3. Теория возникновения норм. Поведение толпы регулируется общими нормами и общей оценкой ситуации, которые складываются в процессе коммуникации индивидов.

4. Теория прирастающей ценности (Н.Смелзер) - попытка синтезировать эти три подхода, на основе последнего.

Согласно Смелзеру, для того, чтобы поведение толпы имело место, необходимо 6 основных условий.

1. Структурные факторы, способствующие поведению толпы.
2. Социальное напряжение.
3. Появление и распространение общего верования.
4. Факторы “ускорения”.
5. Мобилизация участников.
6. Действие социального контроля.

Каким бы иррарациональным и несдержанным не казалось поведение толпы на первый взгляд, оно ограничивается, по крайней мере, четырьмя факторами:

1. Эмоциональными нуждами членов толпы. Поведение в толпе выражает эмоциональные потребности, обиды и предрассудки ее членов (например, люди, которые живут скучной, монотонной жизнью склонны изредка «поохотиться на ведьм» для того чтобы разрушить монотонность своей жизни).
2. Моральными нормами членов толпы. Толпа вряд ли сделает что-либо, что выходит за пределы моральных убеждений составляющих ее индивидов. Например, линчевание не происходило в тех местах, где люди искренне считали это недопустимым. Но там, где люди считали, что линчевания морально оправданно, и даже оправданно при определенных обстоятельствах, суд Линча проводился. Однако даже эти люди никогда не съедали своих жертв и не распинали их.
3. Лидером. Лидер влияет на направленность и интенсивность поведения толпы. В толпе люди нуждаются в том, чтобы ими руководили. Для эффективного воздействия на толпу лидеру необходимо:
4. установить контакт с толпой;
5. создать эмоциональное напряжение;
6. предложить действия для снижения этого напряжения;
7. оправдать предлагаемые действия.
8. Внешним контролем над толпой. Это может быть вмешательство полиции, армии, плохая погода – ливень, мороз.

Меры по предотвращению бунта:

1. Арест и удаление наиболее шумных возбудителей спокойствия, призыв к случайным зрителям проходить мимо.
2. В случае возможных беспорядков, демонстрация силы полиции, ее вооружения, которая часто делает применение этой силы излишним.
3. Изоляция территории, на которой происходит бунт при помощи полицейских, не допускающая новых индивидов присоединиться к бунтующим.
4. Уменьшение численности толпы путем приказа людям, находящимся на периферии, расходиться, таким образом, ядро лишается многочисленной поддержки.
5. Упор в подготовке полицейских на обязанности офицера сохранять мир, а не действовать под влиянием собственных предубеждений.

2. Массовое общество. Поведение масс.

Если общество столь же старо, сколь сознательная жизнь людей, массовое общество – относительно новый социальный феномен.

Масса – это множество людей, пространственно рассеянных, реагирующих на одинаковые стимулы, но действующих индивидуально, не обращая внимания друг на друга. Герберт Блумер так описывает массовое общество: оно не имеет ни установленного набора правил и ритуалов, ни структур статусов и ролей, ни установленного лидерства.

Формы массового поведения:

1. Массовая истерия – состояние всеобщей нервозности повышенной возбудимости и страха, вызванная необоснованными слухами («охота на ведьм»; «холодная война»; массовая нетерпимость к евреям со стороны социал-патриотов и т.д.).

2. Слухи - быстро распространяющиеся сведения, достоверность которых не установлена. Слухи представляются самым распространенным средством коммуникации, поскольку в какой-то мере объясняют значение ситуации, которую люди не понимают, и помогают им подготовиться к действиям.

Существует множество оснований, по которым можно классифицировать слухи.

По содержанию: политические, экономические, экологические.

По типу происхождения: спонтанные, преднамеренные.

По временной ориентации: касающиеся прошлого, предсказывающие будущее.

По отношению к реальности: рациональные, фантастические.

По эмоциональным потребностям людей, которые удовлетворяются:

1. слух-мечта (отражает надежды и стремления);
2. слух-пугало (выражает распространенные в обществе страхи и тревоги);
3. слух-разделитель (отражает предрассудки по отношению к другим социальным группам).

Г. Олпорт и Л. Постман сформулировали основной закон слухов:

«Интенсивность слухов зависит от важности темы для аудитории и степени информационной неопределенности в аудитории относительно данной темы».

Еще один важный фактор, который был предложен несколько позднее, - уровень тревожности индивидуума.

3. Мода – увлечения определенными стилями в одежде, украшениях, внешности, которые носят циклический характер. Мода может захватывать любой аспект групповой жизни – искусство, литературу, философию и даже методологию наук, но чаще всего проявляется в одежде и украшениях. Мода отражает доминирующие интересы и ценности общества в какой-либо промежуток времени. Например, в 16 -17 в. быть полным было модным, т. к. толщина была признаком здоровья и богатства. В 18 в. одежда отражала витиеватую культуру высшего класса, а утонченный стиль Викторианской эпохи отражал Викторианскую жеманность.

5. Мания - это увлечение, которое носит навязчивый характер, становится наваждением для его последователей. Например: военная мания, спекулятивные бумы, увлечение экстрасенсами. Поскольку мания охватывает только небольшие части населения и является относительно временной озабоченностью чем-либо, она быстро изживает себя.

6. Общественное мнение – особое состояние реального сознания масс, выражающее доминирующее отношение, позицию по актуальным общественно значимым вопросам.. Термин появился в Англии в речи Солсбери 1115 г. и в конце 13 в. стал общепринятым.

Условия формирования общественного мнения:

1. Общественное мнение формируется там и тогда, когда на обсуждение народа выносится, ставится проблема, имеющая важное значение, т.е. проблема, затрагивающая социальные интересы людей.
2. Предметом рассмотрения общественности прежде всего выступают те вопросы, которые предполагают различие в оценках, характеристиках, т. е. заключает в себе момент дискуссионности.
3. Третье условие формирования – определенный уровень компетентности людей по данной теме.

Механизм формирования общественного мнения изучен еще слабо. Но выработка общественного мнения предполагает борьбу индивидуальных мнений.

Основными характеристиками общественного мнения являются следующие:

1. Общественное мнение - конкретный вывод определенной общности людей по тем или иным вопросам.
2. Только те явления общественной жизни становятся объектами общественного мнения, которые обращают на себя внимание, вызывают потребность в выработке по ним общественного суждения.
3. Массовые суждения людей обладают различной степенью объективности. Это объясняется тем, что мнения могут формироваться на основе как научных знаний, так и ложных взглядов и ошибочных представлений.
4. Общественное мнение выступает в качестве специальной побудительной силы, регулирующей поведение людей.
5. Общественное мнение предоставляет собой специфический продукт взаимодействия людей, своего рода соединение мнений.

Функции общественного мнения:

1. Экспрессивная (определяет позицию по отношению к данной общественной проблеме).
2. Консультативная (дает совет относительное способов разрешения тех или иных проблем).
3. Директивная (выносит решения по тем или иным вопросам, имеющие директивный характер).
4. Регулятивная (общественное мнение осуществляет социальный контроль за соблюдением индивидами социальных норм).

В зависимости от содержания суждений общественное мнение может быть оценочным (выражать отношение к фактам), аналитическим, конструктивным (давать способы решения проблем).

Общественное мнение может также выражаться в форме позитивных или негативных суждений.

По своей структуре общественное мнение может быть монистичным (единодушным) или плюралистичным (состоящим из ряда несовпадающих друг с другом точек зрения).

Показатели зрелости общественного мнения:

1. Социальная направленность. Мнение может быть передовым и отсталым, консервативным и новаторским.
2. Компетентность.
3. Интенсивность. Отражает уровень заинтересованности, убежденности, настойчивости в отстаивании позиций.
4. Стабильность. Мнение может функционировать длительный период времени, а может быстро меняться.
5. Распространенность. Носителем данного общественного мнения могут являться отдельные социальные группы или общество в целом.
6. Результативность. Влияние данного общественного мнения на реальное поведение индивидов и групп.

**СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Агеев B.C. Межгрупповое взаимодействие: социально-психологические проблемы. М., 1990.
2. Анурин В Ф Эмпирическая социология: Уч. пособие для вузов. М:, 2003
3. Волков Ю.Г. Социология. СПб: Дашков и К, 2009. – 384с.
4. Ерасов Б. С. Социальная культурология / Изд-е третье, доп. и перераб. М.: Аспект Пресс, 2000.
5. Иванов О. И Методология социологии. Уч.-мет. пос. - СПб:: социол. общество Ковалевского, 2001.
6. Квасова И.И. Социология культуры. Учебное пособие. М.: изд-во РУДН, 2005.
7. Краткий словарь по социологии / Под ред. Д.М. Гвишиани, Н.И. Лапина. М: 1989
8. Мирошниченко И.В. Социология. М: А-Приор, 2009. – 128с.
9. Основы современного социального управления. М.: Экономика, 2000.
10. Просветов Г.И. Социологические исследования: задачи и решения. М: Альфа-Пресс, 2009. – 208с.