ТЕМА 4. МЕХАНІЗМИ МАСОВОЇ СВІДОМОСТІ

1.Загальні механізми масової психології.

2.Наслідування як наслідок зараження.

3.Навіювання як наслідок зараження.

4.Зараження як наслідок навіювання.

5.Наслідування як наслідок навіювання.

1. Загальні механізми масової психології

Масова свідомість – один із видів суспільної свідомості, найбільш реальна форма її практичного існування та втілення. Це особливий, специфічний вид свідомості суспільства, властивий великій кількості людей.

У психології мас історично склалися дві основні течії пояснення механізмів того, як маса стає масою. Перша спиралася на поняття «зараження», а друга – від праць У. Макдаугола, продовжена З. Фрейдом, на перше місце висуває поняття «навіювання».

Загальним механізмом виникнення і розвитку масової поведінки є так звана циркулярна реакція. Будь-яка емоція, що підхоплюється іншими людьми, повертається по колу. Так емоція циркулює певний час.

«Циркулярна реакція» нівелює індивідуальні відмінності.

Поведінка особистості визначається не раціональною оцінкою подій, а поведінкою та емоціями інших. Підтримання та розвиток емоцій залежать від появи нових людей, які заражаються цим станом.

Виділяють такі психологічні механізми виникнення маси:  
− зараження;  
− наслідування;  
− навіювання;  
− переконання.  
Механізми масової свідомості:

1) мотиваційні – політичні потреби, цінності, установки, почуття, емоції;

2) пізнавальні – знання, поінформованість, цікавість, переконання.

Можливе стихійне і свідоме утворення маси. Особливо небезпечною є ситуація, коли масу утворюють штучно, вдаючись до різних маніпуляцій, політичного популізму, фразеології тощо.

Також, дослідники виділяють два види маніпуляції свідомістю: оперативну (або ситуаційну) і стратегічну. Оперативна маніпуляція полягає в тому, що, використовуючи вже наявні у свідомості людей цінності, потреби, стереотипи, звички, маніпулятор змушує їх сприймати будь-яку соціальну інформацію так, як йому це вигідно, спрямовуючи їхні соціально значущі дії в потрібне для себе русло. Стратегічна маніпуляція полягає в тому, що протягом багатьох років у свідомості людей формуються ті цінності, потреби, ідеї, стереотипи, звички, які й самі собою сприяють підтриманню стабільності вигідного маніпулятору політичного й економічного ладу і можуть бути використані в оперативній маніпуляції в разі виникнення такої потреби.

2. Наслідування як наслідок зараження

Відзначаючи різницю між «наслідуванням» і «зараженням», зрозуміло, що один суб’єкт (індивід, маса) заражує, а інший суб’єкт заражається, і починає наслідувати того, хто його заражав. Отже, зараження і наслідування порівнюються як активна причина і пасивний наслідок.

Наслідування – це відтворення індивідом рис, поведінки, манер, універсальний спосіб засвоєння чужого досвіду. Наслідуючи, людина може навіть неусвідомлено відтворювати пережиті напливи почуттів, хід думок, збуджувати нові образи силою своєї уяви.

Види наслідування:

− логічне і позалогічне;

− внутрішнє і зовнішнє;

− наслідування – мода і наслідування – звичай;

− наслідування в середині одного соціального класу і наслідування одного класу іншим.

Закони наслідування:

− наслідування здійснюється від внутрішнього до зовнішнього (наприклад: спочатку наслідують дух релігії, а потім дотримуються звичаїв, які з того витікають);

− нижчі наслідують тих, що стоять вище (наприклад, провінція і центр).

Особливе значення наслідування має в процесі розвитку дитини. Саме тому в дитячій психології проводять основну масу експериментальних досліджень наслідування. Однак щойно феномен входить у тканину спілкування, ці дослідження мають певний соціально-психологічний інтерес. Так, дослідження механізму наслідування стали предметом спеціальної теорії наслідування, яку розробили в межах необіхевіористської орієнтації М. Міллер, Д. Доллард і А. Бандура. Спираючись на поняття підкріплення», А. Бандура описує три способи проходження підкріпленої поведінки «моделі», тобто зразка для наслідування:

− за допомогою спостереження моделі можуть виникати нові реакції,

− коли спостереження за винагородою або покаранням моделі може посилювати чи послаблювати стримування поведінки,

− коли спостереження моделі може сприяти актуалізації тих зразків поведінки, які і раніше були відомі спостерігачу.

Розглядаючи різні аспекти психологічного наслідування, є доцільним згадати про «споживче» наслідування. Багато рекламістів звертають увагу на те, що в рекламі метод створенняумов для наслідування найбільш ефективно спрацьовує в тих випадках, коли рекламується те, що для людини престижно, що вона купує з метою бути схожим на відому, популярну, авторитетну особистість.

3. Навіювання як наслідок зараження

Навіювання або сугестія (від лат. suggestio) – це процес впливу на психічну сферу людини, пов’язаного із зниженням свідомості і критичності у сприйманні й реалізації зовнішньої інформації, з відсутністю бажання її зрозуміти, проаналізувати і оцінити, з довірою до джерела інформації.

Джерелом навіювання може бути людина як знайома, так і зовсім незнайома, а також засоби масової інформації: преса, телебачення, радіо, відео, реклама тощо. Навіювання діє на свідомість і підсвідомість людини і саме через це воно може бутинебезпечним інструментом маніпуляції поведінкою людини. Якможна бачити, зміст впливу спрямовано не на логіку індивіда, його здатності мислити, аналізувати, оцінювати, а на його готовність отримати розпорядження, наказ, пораду й діяти в потрібному напрямку. Водночас, звичайно, велике значення мають індивідуальні особливості людини, на котру спрямований такий вплив: її здатність критично мислити, самостійно ухвалювати рішення, мати тверді переконання, її стать, вік, емоційний стан, ступінь навіюваності тощо. Неабияким чинником, що впливає на ефективність навіювання, є авторитет джерела впливу, його вміння й навички, статус, вольові якості, попередня установка.

На ефективність навіювання впливають впевнені манери, категоричний тон, виразна інтонація сугестора. Ефективність навіювання також визначається стосунками, які складаються між сугестором (той, хто навіює) і сугерендом (той, на кого спрямоване навіювання). Йдеться про довіру, авторитетність, залежністьта ін. Показником ефекту навіювання є і спосіб конструювання повідомлення, тобто враховується рівень аргументованості, характер поєднання логічних і емоційних компонентів.

У соціальній психології навіювання розглядається переважно у двох площинах: як стихійний компонент повсякденного спілкування і як спеціально організований різновид комунікативного впливу, що використовують у засобах масової комунікації, моді, рекламі та ін.

За змістом і кінцевим результатом навіювання поділяють:

− на позитивне і негативне;

− етичне і неетичне.

Може здійснюватися у формі впливу з боку та самонавіювання.

На відміну від зараження, яке є способом співпереживання людьми одночасно загального психічного стану, навіювання не тільки не передбачає, але й не припускає психічного стануоднакового співпереживання ідентичних емоцій і уявлень обома учасниками цього процесу, тобто індуктором і реципієнтом. Мистецтво навіювання полягає в тому, що воно має дещо однобічний характер, тобто той, хто навіює, повинен заразити інших, певною мірою, звичайно, заражаючи й себе, але водночас весь час залишатися на досить високому рівні контролю, щоб не заразитися повністю самому.

Якщо зараження як процес взаємодії може мати неперсоніфікований характер, що є результатом спонтанної, стихійної тонізації психічного стану групи чи маси людей унаслідок простого психічного контакту, то навіювання є процесом одностороннього активного й персоніфікованого впливу одного індивіда на іншого чи групу людей.

Крім мовного впливу, зараження, часто здійснюється невербальним способом (танці, музика, ігри), а в навіюванні переважає здебільшого (за винятком окремих випадків гіпнозу й телепатичного зв’язку) вербальний характер.

4. Зараження як наслідок наслідування

Зараження – це процес передавання емоційного стану від одного індивіда до іншого, через передавання психічного настрою, через емоційну сферу. Виникає в ситуаціях значного скупчення людей (на стадіонах, у концертних залах).

Зараження здійснюється через передавання психічногонастрою, наділеного великим емоційним зарядом. Зараження є водночас продуктом як впливу на інших великої енергетики психічного стану індивіда чи групи, так і здатністю людини досприймання, співпереживання цього стану, співучасті. Дієвістьсили психічної заразливості полягає в прямій залежності від глибини та яскравості емоційних збуджень, що йдуть від комунікатора. Водночас значущою є і психологічна готовність реципієнта до емоційного реагування на відповідний вплив. Механізм соціально-психологічного зараження зводиться до ефекту багаторазового взаємного підсилення емоційних впливів завдяки тому, що вони ніби відбиваються від багатьох інших індивідів.

Наявність ланцюгової реакції зараження спостерігається у великих відкритих аудиторіях, у неорганізованій спільноті, у натовпі. Звичайно, ступінь зараження людей чи груп залежить також від загального рівня розвитку індивідів, їхнього психічного стану, віку, емоційного настрою, загалом – від рівня розвитку їхньої самосвідомості. У зв’язку з цим відоме твердження дослідників про те, що чим вищий рівень розвитку суспільства, тим критичнішим є ставлення людей до тих чи інших сил, які спонукують їх до певних дій або переживань.

Конструктивна дія зараження використовується як засіб компенсації недостатньої організаційної згуртованості групи. Так, зараження ентузіазмом можна спостерігати у професійній діяльності, тобто, якщо людей об’єднує спільна справа, то успіхи одних заражають інших, викликаючи в останніх інтерес до загальної діяльності.

5. Наслідування як наслідок навіювання

Наслідування та навіювання поєднуються в реальному житті і супроводжують один одного. Часто ми самі цього не по мічаючи, повторюємо дії, жести, слова партнера. На використанні сполучення цих властивостей побудований психотерапевтичний вплив людей один на одного, а також різні звичаї, обряди, групова поведінка. На основі порівняння себе з іншими в людини виникає бажання до змаганням, бути кращим.

Наслідування – це процес орієнтації на певний приклад, взірець, повторення і відтворення однією людиною дій, вчинків, жестів, манер, інтонацій іншої людини, копіювання рис її характеру та стилю життя.

Види наслідування: свідоме та несвідоме.

Свідоме наслідування є цілеспрямованим виявом активності, ініціативи, бажання індивіда. За несвідомого наслідування вона виявляє активність унаслідок впливу інших людей, які розраховують на таку реакцію, стимулюючи її різними засобами.

Конформізм – неусвідомлене чи усвідомлене підпорядкування особистості впливу групи.

Традиційно виділяють ІІ види конформізму.

Внутрішній, пов’язаний із реальним переглядом людиною своїх позицій, поглядів (порівнянний із самоцензурою).

Зовнішній, пов’язаний з униканням того, щоб на зовнішньому, поведінковому рівні протиставляти себе спільноті.

Конформізм поділяється на типи:

− «хрущ-Дюймовочка» – людина щиро довіряє думці групи;

− тип «захист» – у групі шукає захист від неприємностей, що існують поза групою;

− тип « новий одяг короля» – робить вигляд, що згодна з групою, не хоче виділятися, порушувати єдність групи.