

УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ВИТЕБСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ П.М. МАШЕРОВА»

Факультет социальной педагогики и психологии

Кафедра психологии

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой

 С.Л. Богомаз
02.10.2023

СОГЛАСОВАНО

Декан факультета

 С.А. Моторов
02.10.2023

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ

для специальности

6-05 0313-01 Психология

Составители: В.А. Каратерзи, Е.П. Лукьянова

Рассмотрено и утверждено

на заседании научно-методического совета 30.10.2023, протокол № 1

УДК 316.6(075.8)
ББК 88.5я73
С69

Печатается по решению научно-методического совета учреждения образования «Витебский государственный университет имени П.М. Машерова». Протокол № 1 от 30.10.2023.

Составители: старший преподаватель кафедры психологии ВГУ имени П.М. Машерова **В.А. Каратерзи**; старший преподаватель кафедры психологии ВГУ имени П.М. Машерова **Е.П. Лукьянова**

Рецензенты:
кафедра психологии и педагогики УО «ВГМУ»;
заведующий кафедрой социально-педагогической работы
ВГУ имени П.М. Машерова, кандидат педагогических наук,
доцент *Е.Л. Михайлова*

Социальная психология для специальности 6-05-0313-01
С69 Психология : учебно-методический комплекс по учебной дисциплине / сост.: В.А. Каратерзи, Е.П. Лукьянова. – Витебск : ВГУ имени П.М. Машерова, 2024. – 72 с.
ISBN 978-985-30-0103-7.

В учебно-методическом комплексе представлены основное содержание курса, тематика семинарских занятий, контрольные задания для проверки знаний студентов, базовые понятия социальной психологии. Названные составляющие помогут студентам овладеть знаниями по теории и организации социально-психологического исследования, а также оценить уровень их усвоения.

Данное издание может быть использовано студентами дневной и заочной форм получения образования, изучающими дисциплину «Социальная психология», преподавателями практико-ориентированных дисциплин по психологии, а также всеми, кто интересуется проблемами социальной психологии.

УДК 316.6(075.8)
ББК 88.5я73

ISBN 978-985-30-0103-7

© ВГУ имени П.М. Машерова, 2024

СОДЕРЖАНИЕ

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА	5
I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ	7
Модуль 1. Введение в социальную психологию	7
1.1 Предмет и история развития социальной психологии	7
1.1.1 Понятие и предмет социальной психологии	7
1.1.2 История развития социальной психологии	9
1.2 Методология и методы социального познания	14
1.2.1 Основные методы исследования в социальной психологии	14
1.2.2 Специализированные социально-психологические методы	15
Модуль 2. Социальная психология личности. Социальное познание и социальное объяснение	18
2.1 Личность в социальном мире	18
2.2 Мотивация социальной активности личности	19
2.3 Социальные установки и поведение личности	21
2.4 Социализация личности	24
2.5 Социальное объяснение	25
Модуль 3. Межличностное общение и межличностные отношения	26
3.1 Межличностное восприятие и понимание	26
3.2 Межличностная коммуникация и факторы ее эффективности	27
3.3 Межличностное взаимодействие	28
3.4 Социально-психологическое воздействие	29
3.5 Межличностные конфликты	30
Модуль 4 Психология группы и межгрупповых отношений	31
4.1 Психология малой группы	31
4.2 Лидерство и руководство в малой группе	32
4.3 Команды и командообразование	33
4.4 Психология больших групп	34
4.5 Межгрупповые отношения	36
Модуль 5. Социальное поведение	37
5.1 Просоциальное и альтруистическое поведение	37
5.2 Агрессивное поведение	40
5.3 Социальная психология культурного многообразия	41
Модуль 6. Прикладная социальная психология	43
6.1 Области прикладной социальной психологии	43
6.2 Социально-психологические закономерности в решении прикладных задач	44

II. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ	47
Тематика семинарских занятий	47
Модуль 1	47
Модуль 2	48
Модуль 3	54
Модуль 4	54
Модуль 5	63
Модуль 6	65
III. РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ	66
3.1 Вопросы к зачету	66
3.2 Вопросы к экзамену	67
IV. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ	69
4.1 Список литературы	69
4.2 Тематика рефератов	70

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

В настоящее время интерес к психологии продолжает возрастать. Все большее число людей обращается к ней и стремится использовать психологические знания в своей профессиональной деятельности.

Социальная психология как наука и отрасль знания актуальна для всех специалистов, работающих в сфере «человек-человек». В связи с этим подготовка современного специалиста в любой отрасли знания не может быть ограничена усвоением только лишь теоретических знаний – необходимым компонентом является формирование практических умений и навыков.

Учебно-методический комплекс по структуре и содержанию соответствует программе курса по социальной психологии, разработанной в соответствии с Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования для психологических специальностей.

Учебное издание поможет овладеть студентам основными понятиями и категориями социальной психологии, познакомить с различными подходами к её проблемам, историей формирования социально-психологических идей, логикой функционирования общественно-психологических явлений и процессов.

Учебно-методический комплекс представляет собой системный курс социальной психологии и включает темы, планы семинарских занятий, каждое из которых снабжено контрольными вопросами, методическими рекомендациями, заданиями для самостоятельной работы, методическими рекомендациями, тематикой контрольных работ, рефератов.

Каждая методическая разработка практического занятия по отдельной теме имеет единую четкую структуру, включающую следующие части: вводные замечания, цель (цели) занятия, необходимое оснащение, порядок работы с описанием содержания каждого этапа, контрольные вопросы, списки использованной и рекомендованной литературы, приложения. В соответствии с современными требованиями к методическому обеспечению учебной дисциплины в содержательной части каждой методической разработки занятия, кроме указанных разделов, выделен ещё один раздел: «Задания для самостоятельной работы». В этой части методической разработки расписаны внеаудиторные задания студентам, от качества выполнения которых во многом зависит успешность освоения учебной дисциплины, поскольку внеаудиторная (самостоятельная) работа студентов наряду с лекционными и практическими занятиями является полноценным и обязательным видом учебно-познавательной деятельности. Для самостоятельной работы предлагаются учебные задания, для решения которых нужно ознакомиться с разными точками зрения на одну и ту же проблему, сопоставить и проанализировать различные теоретические подходы.

В качестве основных целей практических занятий по социальной психологии можно выделить следующие: во-первых, практические занятия должны помочь студентам лучше освоить теоретический материал, систематизировать и структурировать полученную на лекциях информацию, сформулировать понятийный аппарат, необходимый для осмысления основных социально-психологических проблем; во-вторых, на практических занятиях студенты должны учиться связывать теоретический материал с социально-психологическими явлениями повседневной жизни, формировать навыки психологического анализа социальной реальности, развивать умения анализа своих социально-психологических характеристик и особенностей поведения.

При разработке содержания курса были использованы социально-психологические теории и руководства ведущих отечественных и зарубежных психологов, социологов, педагогов и психотерапевтов: Г.М. Андреевой, Б.Г. Ананьева, А.И. Донцова,

И.С. Кона, А.Н. Леонтьева, А.В. Мудрика, Я.Л. Коломинского, А.С. Макаренко, А.В. Петровского, Ц.П. Короленко, К.Левина, Д. Майерса, А. Маслоу, Э. Берна, Т. Шибутани и многих других.

Социальная психология относится к дисциплинам государственного компонента учреждения высшего образования, модуль «Отрасли психологии».

Освоение учебной дисциплины должно обеспечить формирование следующих компетенций:

УК-5 Быть способным к саморазвитию и самосовершенствованию в профессиональной деятельности.

УК-10 Работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные, культурные и иные различия.

БПК-2 Применять на практике фундаментальные знания о психике, психической активности и социальном взаимодействии в норме и при различных заболеваниях

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- основные понятия и категории социальной психологии;
- основные области прикладных социально-психологических исследований;
- социально-психологические механизмы и закономерности поведения личности и группы;
- принципы применения социально-психологических знаний для решения личных, социальных, профессиональных задач;

уметь:

- объяснять социально-психологические процессы и явления;
- определять социально-психологические характеристики личности и группы и учитывать их при решении личных, социальных и профессиональных задач;
- использовать социально-психологические знания и методы для решения воспитательных, профессиональных и управленческих задач;

владеть:

- системой знаний о социально-психологических процессах и явлениях;
- методами анализа различных форм социального поведения личности и группы;
- методами анализа влияния социального контекста на поведение;
- социально-психологическими методами решения воспитательных, профессиональных и управленческих задач.

I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

МОДУЛЬ 1. ВВЕДЕНИЕ В СОЦИАЛЬНУЮ ПСИХОЛОГИЮ

1.1 Предмет и история развития социальной психологии

1.1.1 Понятие и предмет социальной психологии

Социальная психология – это область знания, занимающаяся изучением особенностей социального взаимодействия и взаимовлияния людей и их социального контекста [5].

Социальная психология исходит из положения о том, что социальная сущность человека является производной от его взаимодействия с окружающей средой, она фиксирует внимание на вопросах межличностного взаимодействия в рамках объединений различного уровня сложности. *Изучаемый круг вопросов* начинается от внутриличностных процессов (формирование и проявление самости, социальной идентичности, социального познания, переживания и т.п.) и простирается до межличностных взаимоотношений.

Возникнув на стыке наук – психологии и социологии, социальная психология до сих пор сохраняет свой особый статус. Это приводит к тому, что каждая из «родительских» дисциплин включает ее в себя в качестве составной части. Такая неоднозначность положения научной дисциплины имеет много различных причин.

Главной из них является объективное существование такого класса фактов общественной жизни, которые сами по себе могут быть исследованы лишь при помощи объединенных усилий двух наук: психологии и социологии. С одной стороны, любое общественное явление имеет свой «психологический» аспект, поскольку общественные закономерности проявляются не иначе как через деятельность людей, а люди действуют, будучи наделенными сознанием и волей. С другой стороны, в ситуациях совместной деятельности людей возникают совершенно особые типы связей между ними, связей общения и взаимодействия, и анализ их невозможен вне системы психологического знания.

Другой причиной двойственного положения социальной психологии является сама история становления этой дисциплины, возникшей в недрах одновременно и психологического, и социологического знания и в полном смысле слова «на перекрестке» этих двух наук. Все это создает трудности как в определении предмета социальной психологии, так и в выявлении круга ее проблем.

Т.о. вопрос о месте социальной психологии в системе научного знания до сих пор не нашел окончательного разрешения в специальной литературе. Он связан с проблемой «границ» социальной психологии как науки. Выделяются три позиции, касающиеся «границ» социальной психологии:

- социальная психология есть часть социологии;
- социальная психология есть часть психологии;
- социальная психология есть наука, находящаяся «на стыке» социологии и психологии. Эта последняя точка зрения объединяет наибольшее число исследователей проблематики социальной психологии.

В настоящее время то, что изучает социальная психология, изучают и другие человековедческие науки, например, социология или психология личности, однако делают они это по-разному. Социологи рассматривают социальные группы (от малых до самых

больших) в деятельностном и операционально-статистическом аспектах. Социальных психологов интересует поведенческий аспект взаимодействия индивидов и членов различных групп. Социологи абстрагируются от изучения всевозможных психических процессов, происходящих в индивидах и в группах. И социология, и социальная психология нередко используют сходные методы исследования. Много общего в предметах изучения социальной психологии и психологии личности. При этом социальная психология сосредоточена больше на общем между индивидами, а психология личности – как на общем между индивидами, так и на различиях между ними.

Если говорить о «границах» между социологией и социальной психологией, то считается, что по предмету изучения различия между ними часто установить невозможно. Речь идет скорее о выделении специфических аспектов исследования, специфического угла зрения на одну и ту же проблему. Хотя, конечно, есть очевидные социально-психологические подходы, например, в социологии личности, в социологии массовых коммуникаций и др.

Вопрос о «границах» между общей психологией и социальной психологией оказывается еще более сложным. Здесь имеет значение тот же специфический социально-психологический подход, который не реализуется возможностями общей психологии. Это касается таких проблем, как динамика межличностных отношений в группах, формы общения и взаимодействия личностей в группах и ряда других. Но несмотря на свой «пограничный» характер, на собственную предметную специфику, социальная психология – все же часть психологии. Наиболее существенной чертой социально-психологического знания является его включенность (в большей мере, чем других областей психологии) в социальную и политическую проблематику общества.

Говоря о **предмете социальной психологии**, будем опираться на точку зрения, изложенную в учебнике по социальной психологии А.Л. Журавлева: «В своей повседневной жизни мы сталкиваемся с такими разнородными и вместе с тем важными для нас явлениями, как общение; ролевые, межличностные и межгрупповые отношения; конфликты; слухи; мода; паника; конформизм. В основе перечисленных и подобных им явлений лежат, прежде всего, психическая деятельность и поведение людей, которые взаимодействуют друг с другом в качестве социальных субъектов. Иными словами, речь идет о явлениях, порождаемых взаимодействием, как отдельных личностей, так и их объединений – социальных групп: это и семья, и производственная бригада, и компания друзей, и спортивная команда, и политическая партия, и целый народ, составляющий население той или иной страны.

Любой из упомянутых социальных субъектов – конкретная личность или конкретная социальная группа – взаимодействует с другим социальным субъектом (субъектами) в соответствии с определенными закономерностями, имеющими психологическую и одновременно социальную природу. Однако это психологическое настолько тесно переплетено с социальным, что попытка их разделить в конкретном взаимодействии людей заранее обречена на провал.

Например, на протекание конфликта между двумя студентами, безусловно, будут влиять особенности их характеров, темпераментов, мотивов, целей, эмоций, социальных статусов, ролей и установок. Но, тем не менее, определяющими здесь окажутся факторы совсем иного порядка, а именно: реальное поведение этих лиц, их взаимное восприятие, взаимоотношения, а также социальная ситуация, в которой все это происходит. Даже без глубокого анализа видно, что каждый из данных факторов представляет собой как бы сплав социального и психологического. Поэтому обозначение «социально-психологические» наилучшим образом подходит к этим факторам и соответствующим им явлениям. В свою очередь, наука, изучающая подобные явления и их закономерности, с полным правом может называться социальной психологией» [5, с. 3-4].

1.1.2 История развития социальной психологии

Традиционно история становления той или иной области знаний представляет собой последовательную эволюцию, развитие, уточнение и углубление знаний. В социальной психологии такая логика не уместна, что обусловлено рядом обстоятельств.

Прежде всего это связано с самим **понятием** социальная психология, которое сегодня используется очень широко.

Во-вторых, существует как минимум две точки зрения на **предмет** социальной психологии. Некоторые ученые (Ross, 1908) считают, что социальной психологии надлежит сосредоточиться на социальном (структурном) контексте. Другие (Пепитон (Peritone), например) полагают, что для психологии «единственной реальностью является человек» (1981, с. 974).

Третья особенность рассматриваемой проблемы заключается в том, что можно говорить как минимум о двух развитых социально-психологических **традициях** – американской и европейской, различающихся в своем отношении к изучению социально-психологической феноменологии. В рамках отечественной традиции существуют свои разработки, практически не известные за рубежом.

Американская социальная психология. Культура индивидуализма и прагматизма, свойственная американскому обществу, проявилась в научных направлениях Чикагской школы. Здесь, по оценке Г. Олпорта, индивидуалистская концепция срослась с экспериментальным бихевиористским подходом, что было необходимо, чтобы превратить социальную психологию в солидную научную дисциплину. В этом направлении она развивалась первые три-четыре десятилетия своего существования. Олпорт во многом опирался на работы учеников Вундта.

Стимульно-реактивная модель применительно к социально-психологической проблематике была продуктивной в тогдашнем контексте культуры. Несколько позже было установлено, что любое решение должно привязываться к конкретной ситуации и что один и тот же стимул, в зависимости от обстоятельств, может приводить к диаметрально противоположным результатам. Тем не менее такого рода литература, привела к явному росту популярности психологии как области знания.

В 1930-40-х годах социальные психологи стали оперировать категорией **аттитюда** (*аттитюд – специфический образ действий, который человек реализует или хочет реализовать в конкретной ситуации. Аттитюд обычно определяется как склонность реагировать благоприятным или неблагоприятным образом на некий объект, лицо, институт или событие*). Априори предполагалось, что, зная аттитюды человека по отношению к объекту, можно прогнозировать и его поведение по отношению к нему. В эти годы были разработаны методики измерения аттитюдов (шкалы Lickert и Thurstone, семантический дифференциал Osgood и др.), и интерес к ним сохранялся достаточно долго, практически до осознания его низкой прогностичности. Разочарование в аттитюде как базовой категории социальной психологии не отразилось на ее экспериментальной ориентации. Эксперимент и сегодня предпочитается большинством социальных психологов.

Большое влияние на развитие американской социальной психологии оказал К. Левин (1890–1947). Он подчеркивал неразрывность взаимосвязи личности с ее окружением. Левин проводил свои наблюдения в четырех проблемных областях одновременно, связанных с исследованием: 1) возможностей повышения продуктивности деятельности групп и изучением причин остановки в росте эффективности и отклонения от поставленных целей; 2) исследованием коммуникации и распространения слухов; 3) исследованием социальной перцепции, межличностных отношений, групп членства регулятивной функции групп; 4) исследованием подготовки лидеров, которое привело к созданию в 1946 году Национальной лаборатории обучения и развития тренинговых, или Т-групп, которые предназначались для подготовки эффективных лидеров, открытых

линий коммуникации, борьбы с предубеждениями и деструктивными аттитюдами. В последующем Т-группы получили широкое распространение в образовании, консультировании, производственной и клинической практике.

После второй мировой войны в США в теоретических воззрениях произошел переход от бихевиористского к когнитивному и от широкого к более узкому теоретическому рассмотрению, что было характерным не только для социальной, но и для общей психологии. Включение компьютера в культуру мышления оказало влияние на социальную психологию. Господствующим в ней стал информационно-процессуальный подход с его представлением о человеке, как системе, перерабатывающей информационные ресурсы.

В 1970-е годы намечается в социальной психологии и критика объективистской методологии эксперименталистской социальной психологии. Возникает вопрос о социально-культурной обусловленности психики. *Один из лидеров этого движения К. Герген (Gergen), подчеркивает, что для социальной психологии гораздо важнее проследить особенности формирования культурных значений, чем давать констатацию эмпирических фактов в их объективности.*

Социальная психология в Европе. Впитав в себя традиции таких выдающихся ученых как В. Вундт, Э. Дюркгейм, К. Левин и др., европейская социальная психология представляет собой поле оригинальных и глубоких идей. Эти идеи активно заимствовались американскими психологами. Однако «то, что позже окрестили «американизацией» европейской психологии, на самом деле было необходимой реконструкцией и интернационализацией социальной науки, проделанной с помощью американцев и принятой в Европе с благодарностью. Однако в самой европейской психологии эта оценка не столь однозначна, хотя состояние социальной психологии в довоенной Европе было довольно плачевным по сравнению с США. В Великобритании этими проблемами занимался С. Бартлетт (Bartlett), в Германии – Мёде (Moede, 1920), заложивший основания экспериментальной психологии групп; Хелпах (Hellpach), основавший в 1921 году первый Институт социальной психологии и издавший первый систематизированный немецкий учебник по социальной психологии. Тем не менее, эти отдельные достижения не сопровождались попытками к развитию социальной психологии в рамках европейского научного сообщества.

Такая же ситуация наблюдалась в Европе и после 1945 года, и хотя отдельные специалисты и группы ученых занимались социально-психологическими исследованиями и преподавали в различных европейских университетах, обмен информацией проходил в основном между отдельными научными центрами и Соединенными Штатами».

В 1966 г. была создана Европейская ассоциация экспериментальной социальной психологии (EAESP), которая вскоре стала ядром научного общества социальных психологов этой части света. Среди первых, кто занялся поиском путей самоопределения европейской социальной психологии, были Тэджфел (Tajfel) и Московичи, которые развивали теории социальных репрезентаций, а также описали социальные характеристики индивидуального и группового поведения

В целом европейская социальная психология с момента своего организационного оформления в 1960-х годах пытается адаптироваться к ситуации многообразия культурных оснований, не предпринимая попыток к созданию единого подхода. Европейские психологи более строго подходят к анализу понятий социальной идентичности и межгрупповых отношений в контексте использования языка и влияния его особенностей [5].

Становление социальной психологии в Советском Союзе.

История развития социальной психологии в рамках постсоветского пространства освещалась в многочисленных публикациях, но в основном, как отмечает Г.М. Андреева, в них речь шла о так называемой психологической социальной психологии, тогда как социологическая социальная психология оставалась как бы на заднем плане. Сегодня,

когда обе ветви этого знания получили в РФ свое развитие. О появлении социальной психологии в современном понимании ее предмета можно говорить только в советский период. До этого были только отдельные работы, например, труды В.М. Бехтерева.

На ранних этапах своего становления социально-психологическая проблематика разрабатывалась преимущественно в некоторых разделах социологии в плане самых общих представлений о ее предмете, круге ее задач, понятийном аппарате. Специфика советской социальной психологии во многом определялась идеологизацией ее проблем.

Термин «коллективная (социальная) психология» был предложен М.М. Ковалевским (1910) в его работе «Социология». Выясняя взаимоотношения социологии с другими науками, автор уделяет внимание ее связи с психологией, называя социологию психологией коллективной или групповой. Единственное средство познать психологию масс, как он считает, – это изучить всю совокупность их верований, учреждений, нравов, обычаев и привычек, провести исследование народных сказок, былин, пословиц, поговорок, юридических формул, писаных и неписаных законов; именно этим длинным путем, а не прямым анализом душевных явлений могут быть созданы основания для изучения коллективной психологии.

В ходе дискуссии 1920-х годов, активное участие в которой принимали виднейшие российские философы, социологи и психологи (В.А. Артемов, В.М. Бехтерев, К.Н. Корнилов, Г.И. Челпанов и др.), резко обозначилась тенденция к новой материалистической науке, основанной на идеях марксистской философии. Но и здесь отмечалась поляризация мнений. Г.И. Челпанов, в частности, акцентировал внимание на необходимости разделить психологию на две части: эмпирическую, в качестве естественнонаучной дисциплины, и социальную, базирующуюся на социокультурной традиции.

В.М. Бехтерев выдвинул идею «коллективной рефлексологии», в предмет которой включаются поведение коллектива и личности в коллективе, условие возникновения социальных объединений, особенности их деятельности, взаимоотношения их членов. В концепции В.М. Бехтерева содержалась очень полезная идея: коллектив есть нечто целое, в котором возникают новые качества, возможные лишь при взаимодействии людей. Однако эти взаимодействия трактовались достаточно механистически: личность считалась продуктом общества, но в основу ее развития были положены биологические особенности и прежде всего социальные инстинкты; для объяснения социальных связей личности привлекались законы неорганического мира (тяготение, сохранение энергии и пр.), хотя сама идея биологической редукции подвергалась критике.

Безусловно следует иметь в виду и общий контекст развития социальной психологии в мире. После первой мировой войны эта область знаний переживала период бурного расцвета в США, поэтому ряд советских ученых отождествлял ее с «реакционной» наукой. Таким образом о «самостоятельном» существовании этой дисциплины речи не, но отдельными учеными разработки продолжались – в рамках философии (Г.В. Плеханов), педагогики (Макаренко, 1963), общей психологии (Л.С. Выготский). Начав с идеи об историческом происхождении высших психических функций, Выготский, развивал мысль о культурно-исторической детерминации процесса их развития, их «интерпсихической функции».

В начале 1960-х годов развернулась новая дискуссия о предмете социальной психологии и ее роли в советском обществе. Этому способствовали два обстоятельства: решение экономических, социальных и политических проблем требовало более пристального внимания с психологической стороны. Начавшаяся «оттепель» позволила установить контакты с зарубежной наукой. Началось конструирование социальной психологии как относительно самостоятельной дисциплины. Стали создаваться социально-психологические лаборатории и центры при психологических учреждениях и даже непосредственно на производстве, и др.

Психологическая теория деятельности, созданная на основе учения Л.С. Выготского о культурно-исторической детерминации психики и разработанная в трудах С.Л. Рубинштейна, А.Н. Леонтьева, А.Р. Лурии, была принята большинством представителей психологической науки в СССР. Кардинальная идея этой теории заключается в том, что в ходе своей деятельности человек не только преобразует мир, но и как субъект деятельности развивает и себя как личность (Леонтьев, 1975).

Определенную роль в развитии социальной психологии сыграла общекультурная традиция российской мысли, создав ориентацию на гуманитарный характер знания. Итогом новой дискуссии о социальной психологии стало признание ее как «маргинальной» дисциплины, стремящейся к интеграции с мировой социальной психологией [5].

Развитие белорусской социальной психологии

Белорусская социальная психология имеет относительно непродолжительную историю. С той или иной степенью определенности о ней как о сформировавшейся области можно говорить лишь начиная с 1960-х годов. Тем не менее, ее становление имеет свою собственную предысторию, определившую своеобразие развития и современное состояние. С определенной долей условности можно говорить о трех периодах ее развития:

1. Конституирования – до 1920-х гг. – характеризующийся усилиями по конституированию (формированию, установлению, определению состава, содержания чего-либо) социально-психологического знания как обладающего правом на самостоятельный статус.

2. Подготовительный – с 1920-х гг. до середины 1960-х гг. – характеризующийся формированием методологических оснований и приоритетов в социально-психологических исследованиях.

3. Педагогический – с середины 1960-х по конец 1980-х – характеризующийся исследованием социально-психологической феноменологии в условиях педагогической деятельности.

4. Экстенсивный – с 1990-х гг. по настоящее время – характеризующийся расширением областей социально-психологических исследований и самоопределением в методологии и приоритетах исследований в новых исторических условиях.

Период конституирования социальной психологии пришелся на дореволюционные годы и осуществлялся в рамках Российской империи, роль Белоруссии в которой была весьма незначительна. Поэтому вполне обоснованно говорить о том, что для него были характерны те же особенности, что и для советской социальной психологии в целом.

Революционный период **1920-х гг.** не мог не сказаться на развитии социальной психологии. Становление белорусской социальной психологии связано с акцентуацией внимания на методологической и педагогической проблематике. Под руководством первого директора научно-исследовательского института психологии и педагогики П.Я. Панкевича в 1927 году были проведены выборочные исследования образа жизни, состояния нравственного сознания и быта студентов БГУ. Можно отметить роль психотехнической лаборатории, возглавлявшейся С.М. Василевским, проводившей исследования уровней общежизненного и общекультурного развития различных возрастных, половых, национальных и социальных групп населения БССР. Ознакомление с содержанием этих исследований и выводами создает представление об их идеологической направленности. Некоторая смена ситуации в послевоенные годы приводит к возобновлению интереса к психологии. Именно в эти годы начинается становление белорусской психологической школы. Значительным шагом в создании которой стало в 1947 г. на филологическом факультете отделения логики, психологии и русского языка. Выпускники этого отделения (Р.И. Водейко, М.С. Клевченя, А.Б. Широкова и др.), много сделали для популяризации психологического знания и через своих учеников во многом повлияли на развитие белорусской социальной психологии. Отличительной особенностью перечисленных

психологов является и их ориентировка в современном международном психологическом знании, с которым они знакомили своих студентов.

Но собственно социально-психологические исследования, во многом определяющие белорусскую традицию, начинаются с работ доктора психологических наук Я.Л. Коломинского по проблеме взаимоотношений между учениками в классе. Именно с его исследований и начинается **третий**, педагогический **период** развития белорусской социальной психологии. С определенной долей условности можно говорить и о конкретной дате начала этого периода – 1968 год (доклад Я.Л. Коломинского на III съезде психологов СССР «Опыт социально-психологического изучения дошкольных групп»). Следует отметить и несомненную заслугу Я.Л. Коломинского во внедрении «чуждого» зарубежного социометрического подхода. Другое направление – межличностное понимание в обществе изучалось ученицей В.Н. Мясичева и Б.Г. Ананьева доктором психологических наук С.В. Кондратьевой, также создавшей свое направление в социальной психологии. Широкую известность получили ее работы по социальной перцепции и перцептивно-рефлекторной регуляции поведения субъекта познания. Ее учениками изучались возрастные, половые, профессиональные, индивидуально-психологические особенности социально-перцептивной активности субъекта.

С 1990-х годов начинается **четвертый** экстенсивный **период** развития белорусской социальной психологии. Во многом его своеобразие определяется новым историко-культурным контекстом перестроечных времен, характеризовавшимся обретением Белоруссией статуса суверенного государства, остро поставившим вопрос о формировании собственной психологической идентичности, а так же резким возрастанием международных контактов. Еще одной предпосылкой перехода к данному этапу явилась трагедия Чернобыльской катастрофы, стимулировавшая изучение ее социально-психологических последствий. Под руководством доктора психологических наук Л.А. Пергаменщика, разрабатывается проблема социально-психологической адаптации человека к кризисным событиям жизненного пути.

Исследования агрессивного поведения стали предметом научных интересов доктора психологических наук И.А. Фурманова, внесшего большой вклад в разработку проблематики детской, подростковой и юношеской агрессивности и ее коррекции. В его исследованиях рассмотрен широчайший круг вопросов, связанных с особенностями его социализации, механизмов формирования нарушений поведения, диагностики, направлений психо-социальной помощи и др. Проблематика социально-психологических особенностей дошкольников в отличающемся от классического ракурсе начала изучаться доктором психологических наук Т.В. Сенько, исследовавшей базисную структуру межличностного взаимодействия в старшем дошкольном возрасте, а также взаимодействия ребенка со сверстниками и взрослыми.

Проблематика социальной психологии личности и трудового коллектива являлась предметом исследований сектора психологии института социологии АН РБ, возглавлявшегося доктором психологических наук В.И. Секуном с 1990 г. под его руководством был проведен комплекс прикладных социально-психологических исследований научных, учебных, производственных и армейских коллективов. Им же в сотрудничестве с В.А. Янчуком и коллегами из Сассекского университета (Великобритания) и университета Ваксхо (Швеция) были проведены первые масштабные кросс-культурные исследования социально-психологических особенностей менеджеров предприятий в сравнении с 77 странами мира.

Проблема самоопределения и выработки оснований диалога в условиях методологического и парадигмального многообразия, стала предметом исследований доктора психологических наук В.А. Янчука [5].

1.2 Методология и методы социального познания

Методология науки – это система знаний о принципах построения, формах и способах организации научного познания, а также о способах установления степени достаточной обоснованности и верифицированности знаний, получаемых в процессе научного исследования естественных (природных) и социальных явлений.

Методология психологии, в частности, – система принципов и способов организации и построения теории и практики отдельных психологических наук, их отраслей и всех их в целом, а также учение об этой системе.

Весь набор **методов** социальной психологии Г. М. Андреева предлагает подразделять на две большие группы: методы исследования (способы получения данных) и методы воздействия (основные инструменты, с помощью которых оказывается влияние на сознание и подсознание людей.). При этом она также подчеркивает, что существует и много других классификаций методов социально-психологического исследования. Например, различают три группы методов: 1) основные методы, 2) специфические для социальной психологии методы, 3) управленческо-воспитательные (активные) методы.

1.2.1 Основные методы исследования в социальной психологии

Возникновение социальной психологии как науки обязано проникновению **эксперимента** в исследование человеческих отношений: ставшие классическими исследования В. Меде, Ф. Олпорта, В.М. Бехтерева, А.Ф. Лазурского и др. заложили экспериментальные основы изучения «группового эффекта», социальной психологии личности. По мере развития социальной психологии данный метод приобретал все большее значение в теоретических прикладных исследованиях, совершенствовалась его техника. Принято считать метод эксперимента наиболее строгим и надежным методом сбора эмпирических данных. Проблема валидности эксперимента заключается не в том, что факты, полученные в эксперименте, не имеют научной ценности, а в их адекватной теоретической интерпретации. Несмотря на многие критические оценки этого метода, эксперимент остается важным средством получения достоверной информации в социально-психологических исследованиях.

Наблюдение в социальной психологии – метод сбора информации путем непосредственного, целенаправленного и систематического восприятия и регистрации социально-психологических явлений (фактов поведения и деятельности) в естественных или лабораторных условиях. Метод наблюдения может использоваться как один из центральных, самостоятельных методов исследования. В зависимости от степени стандартизации техники наблюдения, напоминает А.Л. Журавлев, принято выделять две основные разновидности этого метода: стандартизированное и нестандартизированное наблюдение. Стандартизированная техника предполагает наличие разработанного списка признаков, которые предстоит наблюдать, определение условий и ситуаций наблюдения, инструкции для наблюдателя, единообразных кодификаторов для регистрации наблюдаемых явлений. Нестандартизированная техника наблюдения определяет лишь общие направления наблюдения, где результат фиксируют в свободной форме, непосредственно в момент восприятия или по памяти.

Тестирование – метод измерения и оценки психологических характеристик человека с помощью специальных техник. **Тест** – стандартизированная система испытаний, позволяющая обнаружить и измерить качественные и количественные индивидуально-психологические различия. Анализ различных подходов к классификации тестов позволяет выделить следующие разновидности тестов, объединенных в группы по нескольким основаниям:

1. по предмету тестирования или направленности (тому качеству, которое оценивается с помощью данного теста): тесты отдельных психических функций (интеллектуальные), тесты личности, межличностные тесты;

2. по особенностям используемых в тесте задач: практические, образные и вербальные, физиологические;
3. по форме представления тестового материала испытуемым: бланковые, технические и сенсорные;
4. по объекту оценивания: процессуальные тесты, тесты достижений, тесты состояний и свойств;
5. по адресату тестового материала: сознательные и бессознательные;
6. по характеру данных, используемых для выводов о результатах психодиагностики: объективные и субъективные;
7. по внутреннему строению методики: мономерные и многомерные;
8. по наличию в методике тестовых норм психодиагностические методики делятся на имеющие подобные нормы и не располагающие ими
9. по форме процедуры обследования: групповые и индивидуальные;
10. по наличию или отсутствию ограничения во времени: тесты скорости и тесты результативности.

Вербально-коммуникативные методы – для сбора первичной *вербальной информации*.

Опрос – особая форма общения с целью сбора данных об объекте. Интервью (устный опрос) и анкетирование (письменный опрос).

Интервью – *устные* ответы респондента на вопросы исследователя. Одна из главных составляющих интервью – вопросник. **Свободное** – длительное собеседование без строгой детализации вопросов по общей программе, либо использование открытых вопросов. **Стандартизированное** – по заранее заготовленной схеме; с точной формулировкой вопросов в определённой последовательности, с вариантами предполагаемых ответов. **Полустандартизированное** – сочетание свободного и стандартизированного.

Анкетирование – это *письменный* опрос по списку вопросов.

Беседа – метод устного получения сведений от респондента путём ведения с ним тематически направленного *разговора*.

1.2.2 Специализированные социально-психологические методы

Метод социометрических измерений (Социометрия) используется для диагностики межличностных и межгрупповых отношений в целях их изменения, улучшения и совершенствования.

Социометрия выявляет: социально-психологические отношения в группе; статус людей в группе; психологическую совместимость и сплочённость в группе. Изучение неофициальной структуры социальной группы и её психологической атмосферы – межличностных отношений, симпатий и антипатий, ценностных ориентаций и пр. Основоположник социометрии – Дж. Морено (США).

Члены группы отвечают на серию вопросов; результаты ответов представляются в виде числовых величин и графиков. Результат – составление социограммы – схематического изображения реакции испытуемых друг на друга при ответах на социометрический критерий. Социограммы бывают *групповые* (изображающие картину взаимоотношений в группе в целом) и *индивидуальные* (изображающие систему отношений отдельного индивида с остальными членами группы). **Аутосоциометрия и референтометрия как разновидности социометрического метода.**

Аутосоциометрия: каждый член группы на короткое время становится социометристом.

Виды: 1) **ретроспективная** аутосоциометрия – заполнение матрицы, где каждый член группы прогнозирует выборы других членов коллектива по какому-либо критерию, тем самым прогнозируя и предпочтения, которые будут отданы ему. 2) **прямое ранжирование** всех индивидов по их положению в группе по каким-то категориям

(по симпатиям: симпатичны очень многим; многим; только некоторым; не пользуются симпатиями в группе; по авторитету и т.д.).

Для проведения исследования можно использовать круги, фотографии, таблички с фамилиями; с прорисовкой стрелок, обозначающих взаимные симпатии и антипатии. В исследованиях Я.Л. Коломинского было выявлено, что «отвергнутые» обычно не осознают своего положения, приукрашивают положение вещей.

Референтометрия: методика, позволяющая выяснить степень значимости каждого члена группы для его товарищей, выявить тех, на чье мнение ориентировано большинство, и тех, чья позиция практически всем безразлична. Проходит в 2 этапа: 1) *социометрический опрос*. Осуществляется практически любая процедура, позволяющая выявить мнение, отношение, позицию каждого члена группы по поводу какого-то события, значимого для общности, или сравнить партнёров по взаимодействию. 2) *собственно референтометрический* экспериментатор просит каждого испытуемого на оборотной стороне бланка поставить "+" либо знак "-" как согласие/несогласие обнародовать свои ответы. Затем просит его записать на своём бланке фамилии 3 товарищей, чьи бланки интересуют респондента больше всего. Анализируются данные только второго этапа эксперимента. Все выборы фиксируются в матрице, которую строит экспериментатор, опираясь на ответы. Принципы её построения не отличаются от принципов построения матрицы социометрических выборов:

Метод Групповой Оценки Личности (ГОЛ) – способ получения характеристики человека в группе на основе взаимного опроса её членов друг о друге. Позволяет оценить наличие и степень выраженности психологических качеств. Статистическая совокупность индивидуальных представлений (образов), фиксируемая в форме оценок. На его основе пытаются осуществлять отбор и расстановку кадров. Основа – групповые представления о каждом из членов как результат взаимного познания в процессе общения; Процедура предполагает оценку человека по определённому перечню характеристик (качеств) с использованием приемов прямого балльного оценивания, ранжирования, попарного сравнения и др. Содержание оценки зависит от цели использования полученных данных. Число качеств варьирует у разных исследователей от 20 до 180. Качества могут группироваться (деловые, личные и пр.). Группы от 7 до 12 человек.

Фокус-группа и глубинное интервью.

Метод фокус-групп – качественный, а не количественный, метод сбора и анализа информации, который отвечает на вопросы «как» и «почему» (а не «кто» и «сколько»).

Фокус-группы и глубинные интервью – прямые методы сбора информации, открытые. Фокус-группы – это групповой вариант работы, глубинное интервью – индивидуальный.

Фокус-группы – групповые дискуссии с целевой аудиторией, когда респондентам говорят о целях исследования (в проективных методах исследователь пытается скрыть цель исследования). Обязательно наличие модератора. Основная задача – получить в ходе бесед ответы на маркетинговые вопросы. Группа фокусируется на обсуждении определенных тем. Вопросы не структурированы, но беседа строится на обсуждении тем, интересующих заказчика.

Используется принцип «прямой воронки» – вопросы задаются от более широких, побуждающих разговариваться, спонтанно высказаться, к более частным и специфическим, касающихся деталей исследуемой проблемы.

Метод анализа документов. Данный метод является разновидностью способов анализа продуктов человеческой деятельности. Впервые в социальной психологии применен как основной метод исследования У. Томасом и Ф. Знанецким при изучении феномена социальной установки. Все методы анализа документов разделяются на традиционные (качественные) и формализованные (качественно-количественные). В основе любого метода

лежат механизмы процесса понимания текста, т. е. интерпретации исследователем информации, содержащейся в документе. Количественные методы анализа текстовых материалов получили широкое распространение в 30–40-х годах в связи с разработкой специальной процедуры, названной контент-анализом (дословно термин означает анализ содержания). Контент-анализ – это способ перевода в количественные показатели текстовой информации с последующей статистической ее обработкой. Полученные с помощью контент-анализа количественные характеристики текста дают возможность сделать выводы о качественном, в том числе латентном (не явном) содержании текста. В связи с этим метод контент-анализа нередко обозначается как качественно-количественный анализ документов.

Нарративный Анализ – качественный анализ материала нарративного интервью (биографического или тематического). Прочтение, интерпретация и анализ жизненных историй и иного нарративного материала может исходить из двух главных независимых измерений: *"категориальный"* и *"содержательный (формальный)"*. *Категориальный* подход подразумевает разбивку полного текста либо нескольких текстов, полученных от разных респондентов, на секции, отнесение отдельных частей или слов к определенным категориям и анализ категорий. *Содержательный* подход, напротив, позволяет рассматривать жизненную историю как целое, и каждая часть текста интерпретируется в контексте других частей. Категориальный подход полезен, когда исследователей интересуют проблемы или феномены, свойственные определенным группам людей, если же исследуется личность как целое, ее развитие, предпочтителен содержательный подход к анализу нарратива.

Категориально-содержательная модель нарративного анализа известна как **контент-анализ**, классический метод исследования нарративных материалов, в рамках которого часто используется количественная обработка данных. Однако это не обозначает, что его не могут применять сторонники герменевтической позиции. Контент-анализ жизненной истории подразумевает поиск заранее намеченных тем или категорий в содержании рассказа.

Категориально-формальная модель фокусируется на отдельных стилистических и лингвистических особенностях определенных элементов нарратива, например, на типе метафор, используемых нарратором, частоте употребления пассивных залогов, сенсорных глаголов и т.д. Анализируются определённые элементы содержания: поведение; явный и скрытый смысл сообщений; невербальное взаимодействие и т. д.

- 1) Определяются единицы анализа – слова или темы.
- 2) Определяются частота и объём упоминаний этих единиц в определенных условиях;
- 3) Выявляются психологические характеристики коммуникатора (автора текста) и аудитории (по её реакции).
- 4) Из большого текстового материала выявляется абстрактная модель его содержания: что и как часто упоминалось, с каким подтекстом, сколько этому было отдано времени эфира и в какое время; количество строк и место полосы в газете и пр.

Качественный вариант нарративного анализа может быть представлен **герменевтическим методом**. Теоретическое обоснование применения герменевтического метода в психологии связано с именем В. Дильтея. Но истоки этого метода – в приемах толкования текстов, основой которых является включение текстовой информации в более широкий контекст знаний с интерпретацией, т. е. «переводом», с добавлением дополнительных значений, зафиксированных в тексте (поиски «второго», скрытого смысла).

Зона применимости герменевтики в психологическом исследовании: адекватным объектом ее является творчество (психологический анализ уникальных продуктов творческой деятельности), уникальная психическая индивидуальность человека и его неповторимый и неповторимый жизненный путь.

Основные особенности и ограничения герменевтического метода. Во-первых, существует зависимость результатов интерпретаций теории психической реальности, которой следует интерпретатор. Во-вторых, качество интерпретации определяется культурным уровнем общества, представителем которого является психолог. В-третьих, каждый новый интерпретатор дает несколько иное толкование материала. Отсюда вытекает, что «множественность истины» при герменевтическом исследовании принципиально неустранима.

Существуют различные модификации психологического герменевтического метода, к числу основных относятся: биографический метод, анализ результатов (продуктов) деятельности, психоаналитический метод.

МОДУЛЬ 2. СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ ЛИЧНОСТИ. СОЦИАЛЬНОЕ ПОЗНАНИЕ И СОЦИАЛЬНОЕ ОБЪЯСНЕНИЕ

2.1 Личность в социальном мире

Личность человека как члена общества находится в сфере влияния различных отношений, складывающихся прежде всего в процессе производства и потребления материальных благ.

На психологию личности вместе с тем влияют и отношения людей в группе, в которую она входит. В процессе взаимодействия и общения люди взаимно воздействуют друг на друга, вследствие чего формируется общность во взглядах, социальных установках и других видах отношений к обществу, труду, людям, собственным качествам. В то же время в группе личность завоевывает определенный авторитет, занимает определенное положение, играет определенные роли.

Таким образом, **личность** – это конкретный человек, являющийся представителем определенного государства, общества и группы (социальной, этнической, религиозной, политической, половозрастной и т.д.), осознающий свое отношение к окружающим его людям и социальной действительности, включенный во все отношения последней и занимающийся своеобразным видом деятельности и наделенный специфическими индивидуальными и социально-психологическими особенностями.

Психологическая структура личности. Полнота содержания личности и ее основные социально-психологические особенности определяются:

1) содержанием мировоззрения человека, его психологической сущностью. Мировоззрение человека – это сложившаяся система убеждений, научных взглядов на природу, общество, человеческие отношения, которые стали его внутренним достоянием и отложились в сознании в виде определенных жизненных целей и интересов, отношений, позиций. Психологическая сущность мировоззрения личности проявляется в специфическом влиянии ее индивидуально- и социально-психологических качеств на поведение, действия и поступки;

2) степенью целостности мировоззрения и убеждений, отсутствием или наличием в них противоречий, отражающих противоположные интересы разных слоев общества. Целостность мировоззрения нарушается, если личность руководствуется или находится под влиянием противоречивых интересов, носителем которых она вдруг оказывается в силу различного рода социальных обстоятельств;

3) степенью осознания человеком своего места в обществе. Очень часто бывает, что человек слишком долго не может в силу разного рода обстоятельств найти свое место

в обществе, что не позволяет его мировоззрению окончательно оформиться и эффективно проявляться;

4) содержанием и характером потребностей и интересов, устойчивостью и легкостью их переключаемости, их узостью и многогранностью. Будучи достаточно изменчивыми, потребности и интересы личности при своей слабой оформленности или узости очень сильно ограничивают мировоззрение человека;

5) спецификой соотношения и проявления различных личностных качеств. Личность настолько многогранна в своих индивидуально-психологических проявлениях, что соотношение ее разнообразных качеств может сказываться и на проявлениях мировоззрения и на поведении.

Социально-психологическая характеристика личности как описание всего комплекса присущих ей характерных особенностей имеет свою иерархизированную внутреннюю структуру, основной фокус которой ориентирован на выделение социально-психологических качеств через осмысление всех черт, имеющих как индивидуальное, так и социальное происхождение.

2.2 Мотивация социальной активности личности

Социальную мотивацию можно определить как совокупность причин, психологически объясняющих поведение человека в процессе взаимодействия с другими людьми. Она представляет энергетическую сторону и направленность поведения человека в обществе среди людей. Она определяет выбор человека, придает ему сил и настойчивости, делает его поведение целесообразным в смысле достижения его интересов.

Мотивация всегда является результатом взаимодействия человека и ситуации, влияющим на степень его стремления и активности. Мотивация всегда эмоционально насыщена. То, к чему человек стремится или избегает, всегда вызывает у него эмоциональное отношение, является значимым, и тем самым обеспечивает энергетическую мобилизацию организма на действие.

С.В. Жубаркин рассматривает следующие основные социальные мотивы поведения человека. Во-первых, это стремление привести свое поведение в соответствие с собственными убеждениями, взглядами и отношением к человеку, которого это поведение непосредственно касается. Во-вторых, это желание соответствовать ожиданиям окружающих людей. В-третьих, это стремление оказывать определенное воздействие на окружающих нас людей. В-четвертых, это прямое желание сделать что-либо определенное для человека, на которого направлен данный поступок. В-пятых, это просто желание быть как все, не отличаться от окружающих людей, или, напротив, быть не похожим на них.

Изучив поведение человека в обществе, Г. Мюррей классифицировал социальные мотивы по причине их особенной значимости для состояния общества, для положения человека в обществе и его судьбы:

- 1) мотивы достижения;
- 2) мотивы аффиляции;
- 3) мотивы альтруизма;
- 4) мотивы агрессии;
- 5) мотивы власти.

Это – различные проявления доброты и злобы, дружбы и вражды между людьми, их стремление добиваться успехов и власти, неуверенность в себе (беспокойство, тревожность) и беспомощность.

Мотивы достижения. Мотивация достижения представляет собой совокупность факторов, влияющих на силу стремления человека к достижению успехов. Среди них

наиболее важную роль играет потребность в достижении успехов, и поэтому внимание ученых было направлено на изучение ее природы и генезиса.

Мотивы аффилиции актуализируется и удовлетворяется только в общении людей. Мотив аффилиции обычно проявляется как стремление человека наладить добрые, эмоционально положительные взаимоотношения с людьми. Внутренне, или психологически, он выступает в виде чувства привязанности, верности, а внешне – в общительности, в стремлении сотрудничать с другими людьми, постоянно находиться вместе с ними. Главенствующую роль в удовлетворении потребности в аффилиции играет эмоциональный, а не когнитивный компонент.

В качестве противоположного мотиву аффилиции выступает мотив отвержения, проявляющийся в боязни быть непринятым, отвергнутым значимыми личностями людьми. Доминирование у человека мотива аффилиции порождает стиль общения с людьми, характеризующийся уверенностью, непринужденностью, открытостью и смелостью. Напротив, преобладание мотива отвержения ведет к неуверенности, скованности, неловкости, напряженности. Преобладание данного мотива создает препятствия на пути межличностного общения. Такие люди вызывают недоверие к себе, зачастую они одиноки, у них могут быть слабо развиты умения и навыки общения.

Альтруистические мотивы. Под альтруистическим поведением понимаются действия, направленные на поддержку других, реализующие конкретные виды помощи. Однако собственно альтруистическая мотивация является только одной из детерминант «помогающего поведения» наряду с другими мотивами: потребностью в социальной оценке, потребностью в самоутверждении, чувством корпоративной чести, религиозным чувством.

Параллельно существуют две концепции альтруистической мотивации. Сторонники первой признают альтруизм естественной составляющей природы человека. Альтруизм существует, потому что полезен для выживания вида, считают они. Такой подход можно назвать «биологическим», ведь альтруистическое поведение по своей внутренней сущности понимается как тождественное «эгоизму вида». Суть второй концепции заключается в том, что альтруизм есть следование культурной норме и, таким образом, не может быть сведен к фактору прагматической полезности.

Мотивы агрессии. Мотивация агрессивного поведения может быть биологической и социальной. Биологическая мотивация предполагает наличие определенных органических предпосылок проявления агрессивности, то есть таких ее проявлений, которые являются спонтанными и мало зависят от каких-либо внешних влияний. Социальная мотивация агрессивности, напротив, самым тесным образом связывает ее с внешними влияниями. Биологическая мотивация агрессивности предполагает, что агрессивность имеет наследственную или органическую основу, а ее проявление человеком зависит от того, как устроен и функционирует с детства его организм. Социальная мотивация агрессивности основывается на убеждении в том, что данный мотив и, соответственно, проявления агрессивности человеком являются результатом научения.

В некоторых теориях агрессивности ее возникновение связывается с фрустрацией и агрессивность рассматривается как ее социально-психологическое следствие. Фрустрация же – это чисто социальное явление, порождаемое условиями жизни, и, следовательно, связанная с ней агрессивность также может рассматриваться как приобретенное качество.

Однако на проявление человеком агрессивности могут оказывать влияние оба фактора: биологический и социальный, и если оба они неблагоприятны, то агрессивность бывает очень трудно устранить. Если оба фактора оказываются благоприятными, то человек вырастает не агрессивным. Если один из факторов благоприятен, а другой не благоприятен, то вопрос о наличии или отсутствии у человека агрессивного поведения остается открытым.

Мотивы власти. Весьма значимым мотивом деятельности личности является мотив власти. Он определяется как устойчивое и отчетливо выраженное стремление человека иметь власть над другими людьми. Мотив власти проявляется в том, чтобы побуждать других поступать в соответствии со своими интересами и потребностями, добиваться их расположения, сотрудничества, доказывать свою правоту, отстаивать собственную точку зрения, влиять, направлять, организовывать, руководить, надзирать, править, подчинять, властвовать, диктовать условия, судить, устанавливать законы, определять нормы и правила поведения, принимать за других решения, обязывающие их поступать определенным образом, уговаривать, отговаривать, наказывать, очаровывать, привлекать к себе внимание, иметь последователей.

Это мотив, который побуждает человека к тому, чтобы обладать властью над людьми и происходящими вокруг событиями, контролировать их, управлять ими, оказывать на них влияние. Люди, имеющие такой мотив, активно стремятся к власти, получают удовольствие от того, что имеют власть и пользуются ею. Они активно стремятся занимать руководящие посты, являются участниками различных политических движений и общественных организаций, стараются возглавить соответствующие движения и организации. В группах и коллективах, к которым эти люди принадлежат, они стараются стать лидерами и сохранить за собой это положение.

Таким образом, направленность социальной активности личности в обществе проявляется в доминирующей мотивации. Сам мотив, включенный в структуру любой деятельности, предполагает наличие целей, определенных способов действия, и корректируется достигнутыми результатами. Следует признать, что целеполагание включает в себя представление о конечном результате различных видов деятельности, поэтому данный конечный результат можно рассматривать, как образ потребного будущего. В нем представлены параметры и условия тех ситуаций, в которых человек может максимально самореализоваться в соответствии со своими потребностями, следовательно, обрести такое состояние, которое субъективно интерпретируется как счастливое.

2.3 Социальные установки и поведение личности

Социальная установка – одна из основных категорий социальной психологии. Важность введения этой категории в терминологический аппарат социальной психологии связана со стремлением к универсальному объяснению всего социального поведения человека: как он воспринимает окружающую его действительность, почему он так, а не иначе, поступает в конкретных ситуациях, каким мотивом руководствуется при выборе способа действия и т.д.

Понятие социальной установки было введено в научный контекст в 1918 году. В современной социальной психологии чаще пользуются определением социальной установки, которое было дано Г. Олпортом (1924): «...Социальная установка – это состояние психологической готовности личности вести себя определенным образом в отношении объекта, детерминированное ее прошлым опытом».

Социальная установка формируется на основе собственного жизненного опыта индивида и опыта, получаемого от других людей. Главным путем передачи установок является словесная (вербальная) форма.

Принято различать понятия «установка» и «социальная установка».

В рамках *общей психологии под установкой* действительно понимается состояние готовности субъекта к определенной активности, что обуславливается действием двух факторов:

- потребностью субъекта;
- соответствующей объективной ситуацией.

Установка бывает ситуативная и фиксированная. Последняя есть закрепленная в случае повторения ситуации настроенность на поведение для удовлетворения данной потребности в данной ситуации.

В социальной психологии под социальной установкой понимается определенное состояние сознания и нервной системы, организованное и основанное на предшествующем опыте и выражающее готовность к реагированию. (В западной социальной психологии вместо термина «**социальная установка**» применяется термин «**аттитюд**».)

В структуре социальной установки три компонента: когнитивный, аффективный и поведенческий.

Когнитивный компонент проявляется в виде мнений, утверждений относительно объекта установки; аффективный компонент проявляется как отношение к объекту, выраженное на языке непосредственных переживаний и чувств, которые он вызывает; поведенческий компонент отражает готовность индивида реализовать определенное поведение по отношению к объекту.

Установка может быть направлена на различные факторы деятельности, в частности на ее цель, мотив, условие. Психологические эксперименты показывают, что установки не могут определять поведение, если внешние воздействия сильнее внутренней убежденности.

Категория «аттитюд» стала одной из ведущих в социально-психологическом исследовании. Предполагалось, что знание об устойчивых отношениях человека к объектам окружающего мира может послужить фундаментом, во-первых, для понимания специфики его социального поведения, во-вторых, основанием для прогнозирования поведения. Априори предполагалось, что, зная аттитюды человека по отношению к объекту, можно прогнозировать и его поведение по отношению к нему.

Основой диспозиционной концепции В.А. Ядова является рассмотрение иерархической системы диспозиций человека. Диспозиции личности представляют собой зафиксированные в социальном опыте предрасположенности воспринимать и оценивать условия деятельности, собственную активность индивида и действия других, а также готовность действовать в определенных условиях соответствующим образом.

В основу механизма образования диспозиций в теории В.А. Ядова положена схема Д.Н. Узнадзе, разработанная им для объяснения возникновения первичных установок.

Диспозиции возникают на пересечении определенного уровня потребностей и определенного уровня ситуаций их удовлетворения.

Иерархия потребностей.

В концепции В.А. Ядова выделяются четыре уровня потребностей, соответственно тому, в каких сферах деятельности они находят свое удовлетворение. Основанием классификации служат здесь последовательное расширение границ активности личности.

Первая сфера, где реализуются потребности человека – ближайшее семейное окружение.

Вторая сфера – контактная (малая) группа, в рамках которой действует индивид.

Третья сфера – более широкая сфера деятельности, связанная с определенной сферой труда, досуга, быта.

Четвертая сфера – сфера деятельности, понимаемая как определенная социально-классовая структура, в которую индивид включается через освоение идеологических и культурных ценностей общества.

Ситуации структурированы по длительности времени существования данных условий деятельности. Т.е. ситуацию деятельности можно рассматривать как быстро изменяющуюся или же устойчивую.

Первый уровень – быстро изменяющиеся предметные ситуации;

Второй уровень – ситуации группового общения, характерные для деятельности индивида в рамках малой группы. По своей длительности подобные ситуации деятельности человека гораздо больше, чем предыдущие;

Третий уровень – устойчивые условия деятельности, имеющие место в различных социальных сферах (труда, досуга, семейной жизни человека);

Четвертый уровень – наиболее длительные, устойчивые условия деятельности в рамках определенного типа общества, широкой экономической, политической и культурной структуры его функционирования.

При этом выделяются **четыре уровня диспозиций**:

Первый уровень диспозиций – установка (элементарные фиксированные установки (по Д.И. Узнадзе). Они формируются на основе витальных потребностей и в простейших ситуациях. Эти установки лишены модальности (переживания «за» или «против») и не осознаются субъектом.

Второй уровень диспозиций – социальные фиксированные установки или аттитюды – более сложные диспозиции, которые формируются на основе потребности человека в общении, осуществляемом в малой (контактной) группе. Социальные установки образуются на базе оценки отдельных социальных объектов (или их свойств) и отдельных социальных ситуаций (или их свойств).

Третий уровень диспозиций – базовые социальные установки (общая направленность интересов личности относительно конкретной сферы социальной активности). Данные установки имеют трехкомпонентную структуру (как и аттитюды), но это не столько выражение отношения к определенному социальному объекту, сколько к каким-то более значимым социальным областям. В этом случае направленность может быть представлена как идентификация личности со значимой для нее социальной деятельностью. Например, можно обнаружить доминирующую направленность в сферу профессиональной деятельности (тогда основные интересы человека будут связаны, например, с достижением высокого уровня профессионализма, расширением профессиональных знаний и умений, построением профессиональной карьеры и т.п.).

Четвертый уровень диспозиций – система ценностных ориентаций личности на цели жизнедеятельности человека, а также на средства их достижения.

Система ценностных ориентаций формируется на основе высших социальных потребностей личности и детерминирована общими социальными условиями, типом общества, системой его экономических, политических, идеологических и культурных принципов.

Предложенная иерархия диспозиционных образований выступает как регулятивная система по отношению к поведению личности. Т.е. основная функция диспозиционной системы – психическая регуляция социальной деятельности или поведения субъекта в социальной среде.

Если структурировать деятельность в отношении ближайших или более отдаленных целей, можно выделить **несколько иерархических уровней поведения**. При этом каждый из уровней диспозиций «ответственен» за регуляцию определенного уровня поведения.

Первый уровень – «поведенческий акт» – означает регуляцию непосредственных реакций субъекта на актуальную предметную ситуацию. Целесообразность поведенческих актов диктуется необходимостью установить адекватное соответствие (равновесие) между специфическими и быстро сменяющимися друг друга воздействиями внешней среды и витальными потребностями субъекта в данный момент времени.

Второй уровень регулирует поступки личности. Поступок представляет собой элементарную социально значимую «единицу» поведения. Целесообразность осуществления поступка выражается в установлении соответствия между простейшей социальной ситуацией и социальными потребностями субъекта.

Третий уровень регулирует уже некоторые системы поступков, образующие поведение в различных сферах жизнедеятельности, где человек преследует существенно более отдаленные цели, достижение которых и обеспечивается системой поступков.

Четвертый уровень – регулирует целостность поведения, или собственно деятельность личности. «Целеполагание» на этом высшем уровне представляет собой некий «жизненный план», важнейшим элементом которого выступают отдельные жизненные цели, связанные с главными социальными сферами деятельности человека в области труда, познания, семейной и общественной жизни".

Таким образом, на всех уровнях поведение личности регулируется ее диспозиционной системой.

2.4 Социализация личности

Социализация личности – это двусторонний процесс усвоения индивидом социального опыта того общества, к которому он принадлежит, с одной стороны, и активного воспроизводства и наращивания систем социальных связей и отношений, в которых он развивается, – с другой.

Человек не только воспринимает социальный опыт и овладевает им, но и активно преобразует его в собственные ценности, установки, позиции, ориентации, в собственное видение общественных отношений. При этом личность субъективно включается в разнообразные социальные связи, в исполнение различных ролевых функций, тем самым преобразуя окружающий ее социальный мир и себя саму.

Социальный опыт складывается из множества составляющих, среди которых выделяются две основные:

- а) нормы, правила, ценности, отношения и т.п. социальной среды;
- б) культура труда производственной и других видов деятельности.

В таком случае становление и развитие личности как процесс овладения индивидом социальным опытом и его приумножения в своем развитии может быть представлен двумя условными этапами.

Первый состоит в формировании и закреплении основных социальных и психологических ценностей человека: трудовых, нравственных, эстетических, политических, правовых, экологических, семейно-бытовых и др. Это этап *общей социализации личности*.

Кроме того, осуществляется и процесс овладения человеком той или иной профессией, специальностью. Это этап *профессиональной социализации личности*. Оба этапа взаимосвязаны и дополняют друг друга.

Социализация не есть антипод индивидуализации. Процесс социализации не ведет к нивелированию личности, индивидуальности человека. Скорее, наоборот, в процессе социализации человек обретает свою индивидуальность, но чаще всего сложным и противоречивым образом. Личность выступает в качестве активного субъекта социализации.

Факторы социализации личности. В самом общем виде факторы социализации личности могут быть представлены в **виде двух больших групп**:

- ✓ в первую входят социальные факторы, отражающие социально-культурный аспект социализации и затрагивающие проблемы ее групповой, исторической, культурной и этнической специфики,
- ✓ во вторую – индивидуально-личностные факторы, в значительной мере определяемые своеобразием жизненного пути личности.

К социальным факторам обычно относят макро-, мезо- и микрофакторы, отражающие социально-политические, экономические, исторические, национальные и т.д. особенности развития личности, в том числе и качество жизни, экологическую обстановку, возникновение экстремальных и других социальных обстоятельств.

Макрофакторы – это социальные и природные детерминанты социализации и развития личности, обусловленные ее проживанием в составе больших социальных общностей (страна, государство; культура (охватывает все стороны жизни человека – биологическую (еда, сон, отдых, половой акт, естественные отправления, нужды в чем-либо), производственную (создание средств материального жизнеобеспечения – орудий труда, пищи, одежды, жилищ), духовную (язык и речевая деятельность, мировоззрение, эстетическая деятельность и др.), социальную (коммуникация, социальные отношения)).

Мезофакторы – это детерминанты социализации личности, обусловленные ее проживанием в составе общностей средней величины (этнос, региональные условия, тип поселения (город, поселок), СМИ).

Микрофакторы – это детерминанты социализации личности, относящиеся к воспитанию и обучению людей в малых группах (семье, трудовом коллективе, религиозной организации или учебном заведении).

Индивидуально-личностные факторы социализации личности не менее значимы. С точки зрения психологии, социализация не может рассматриваться как простое, механическое отражение личностью непосредственно испытанного или полученного в результате наблюдения социального опыта. Усвоение этого опыта субъективно. Одни и те же социальные ситуации по-разному воспринимаются, по-разному переживаются различными личностями. А потому разные личности могут выносить из объективно одинаковых социальных ситуаций различный социальный опыт. Многое зависит и от того, в каких условиях развиваются и проходят социализацию конкретные личности.

2.5 Социальное объяснение

Рассматривая вопрос социального объяснения, необходимо пояснить термин **каузальная атрибуция**. Под ней понимается процесс правдоподобного объяснения человеком самому себе причинности наблюдаемых явлений и фактов.

Выделяется также **групповая атрибуция** – это объяснение позитивного поведения своей группы и негативного поведения чужой группы внутренними причинами, и соответственно негативное поведение своей группы и позитивное поведение чужой группы внешними обстоятельствами.

Каждый из участников, оценивая другого, стремится построить определенную систему интерпретации его поведения, которое может основываться на знании причин этого поведения. Если причины не известны, тогда в условиях дефицита информации, они начинают приписывать друг другу как причины поведения, так и сами образцы поведения или какие-то более общие характеристики. Область приписываемых характеристик определяется особенностями субъекта восприятия: одни люди склонны в большей мере в процессе межличностного восприятия фиксировать физические черты, и тогда сфера приписывания значительно сокращается, другие – воспринимают преимущественно психологические характеристики других людей, и в этом случае открывается особый простор для приписывания.

Приписывание причин поведения и характеристик осуществляется крайне субъективно. Возможна такая модель: плохим людям всегда приписываются плохие поступки, а хорошим – хорошие. В теориях каузальной атрибуции большое место уделяется идее контрастных представлений: когда плохому человеку приписываются отрицательные черты, а сам воспринимающий оценивает себя по контрасту как носителя самых положительных черт.

МОДУЛЬ 3. МЕЖЛИЧНОСТНОЕ ОБЩЕНИЕ И МЕЖЛИЧНОСТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ

3.1 Межличностное восприятие и понимание

Часто восприятие человека человеком обозначают как «социальная перцепция». В социальной психологии «социальной перцепцией» называют процесс восприятия так называемых «социальных объектов», под которыми подразумеваются люди, социальные группы, большие социальные группы. Поэтому, это слово употреблено не слишком точно, так как восприятие человека человеком относится, конечно, к области социальной перцепции, но не исчерпывает ее. Когда идет речь о восприятии человека человеком, то целесообразно говорить не вообще о социальной перцепции, а о межличностной перцепции, или межличностном восприятии. Кроме того, употребление слова «восприятие» для социальных объектов кажется здесь не совсем точным.

Для того чтобы включить в процесс восприятия другого человека в более полном объеме некоторые другие когнитивные процессы, например процесс осознания другого человека и т.д., весьма часто в качестве синонима «восприятие другого человека» употребляется выражение «познание другого человека» (в исследованиях Бодалева). В содержание этого более широкого понятия включается восприятие не только физических характеристик объекта, но и «поведенческих его характеристик», т.е. формирование представления о его намерениях, мыслях, способностях, эмоциях, установках и т.д., а также в это понятие включается и формирование представления о тех отношениях, которые связывают субъект и объект восприятия.

В самом общем плане можно сказать, что в социальной психологии термин «социальная перцепция», или, в более узком смысле слова, «межличностная перцепция», «восприятие другого человека» употребляется несколько свободно. Восприятие другого человека означает восприятие его внешних признаков, соотнесение их с личностными характеристиками воспринимаемого индивида и интерпретацию на этой основе его поступков.

Процесс формирования впечатления в глазах других людей о самом себе является одной из самых привлекательных областей изучения не только для ученых, но и для практики повседневной жизни. Одним из основных вопросов, которые многие задают себе, является вопрос – как меня воспринимают другие люди? В зависимости от адекватности найденных ответов часто определяется характер развития взаимоотношений. Это и создает основание для повышенного внимания к данному аспекту межличностных отношений. Формирование впечатления является основным компонентом социальной перцепции и представляет собой процесс формирования оценочных и описательных решений об анализируемом человеке. Большинство исследований связано с выявлением особенностей первого впечатления. Менее изученным является процесс последующего развития и уточнения впечатления по мере накопления опыта межличностного взаимодействия, влияния на него социальных ролей, стереотипов и т.п. В большинстве своем изучается влияние когнитивных и аффективных детерминант на интерпретацию внешности и поведения.

Люди не просто воспринимают друг друга, но они еще и формируют друг по отношению к другу определенные отношения, которые рождают разнообразную гамму чувств – от неприятия того или иного человека до симпатии, даже любви к нему. Область исследований, связанная с выяснением механизмов образования различных эмоциональных отношений к воспринимаемому человеку, получила название исследования **аттракции**. Она связана преимущественно с межличностными отношениями. Исследуется она не сама по себе, а в контексте перцептивной стороны общения. Аттракция – это *процесс*

формирования привлекательности какого-то человека для воспринимающего, и продукт этого процесса, т.е. некоторое *качество* отношения.

Аттракцию можно рассматривать как особый вид социальной установки (аттитюда) на другого человека, в которой преобладает эмоциональный компонент, когда этот «другой» оценивается преимущественно в категориях, свойственным аффективным оценкам. Исследования аттракции главным образом посвящены выяснению тех факторов, которые приводят к появлению положительных эмоциональных отношений между людьми. Изучается вопрос о роли сходства характеристик субъекта и объекта восприятия в процессе формирования аттракции, о роли «экологических» характеристик, процесса общения (близость партнеров по общению, частота встреч и др.). Теоретические интерпретации, которые даются полученным данным, не позволяют говорить о том, что уже создана удовлетворительная теория аттракции. Исследование аттракции в социальной психологии – сравнительно новая область, которая наталкивается на препятствия не только из-за сложности изучаемых явлений, но и из-за различных этических затруднений.

3.2 Межличностная коммуникация и факторы ее эффективности

Понятие «коммуникация» (от лат. communicatio – сообщение, передача) начало широко употребляться в научной литературе с начала XX века и в наши дни используется в различных значениях. Понятие «коммуникация» как «передача информации от одной системы к другой посредством специальных носителей, сигналов» является объектом изучения многих наук – не только гуманитарных, но и точных. Как отмечает Г.Г. Петрова, каждая наука вычленяет из коммуникации как объекта исследования свой предмет изучения.

Технические дисциплины изучают возможности и способы передачи, обработки и хранения информации, создание специальных кодов – систем определенных символов и правил, при помощи которых можно представить необходимую информацию. В прикладных исследованиях особое значение приобретают задачи, связанные с коммуникацией – разработка диалоговых систем типа «человек-компьютер», совершенствование статистических методов обработки и анализа информационных данных, создание искусственного интеллекта, реализация машинного перевода. Психология и психолингвистика рассматривают факторы, способствующие передаче и восприятию информации, причины, затрудняющие процесс межличностной и массовой коммуникации, а также мотивированность речевого поведения коммуникантов.

Общепринятой признана классификация *видов коммуникации* на основании уровня или кон текста, в котором она осуществляется. Согласно этому критерию, наиболее часто выделяют следующие виды коммуникации: *массовую, групповую и межличностную*.

Понятие «межличностная коммуникация» означает процесс обмена сообщениями и их интерпретацию двумя или несколькими индивидами, вступившими в контакт друг с другом. Она также предполагает воздействие коммуникантов друг на друга.

Неотвратимость и неизбежность межличностной коммуникации объясняются самими условиями человеческого бытия – человек как социальный феномен не смог бы существовать без общения, которое является его важнейшей потребностью. Необратимость межличностной коммуникации понимается как невозможность уничтожить сказанное. Непосредственная обратная связь является неременным условием осуществления межличностной коммуникации.

Межличностная коммуникация выполняет специфическую функцию, называемую «конверсионной», которая изменяет поведение и мнение индивида, его социальные установки, ценностные ориентации.

Степень эффективности межличностной коммуникации определяется по результатам актуализации двух основных социально-значимых функций – взаимодействия

и воздействия. Эти результаты зависят от трех основных условий, определяющих характер речевого общения:

- а) типа коммуникативных личностей,
- б) восприятия смысловой и оценочной информации,
- в) целенаправленного воздействия друг на друга.

Для эффективности межличностной коммуникации наиболее оптимальными вариантами этих условий являются:

- а) совместимость партнеров как коммуникативных личностей,
- б) адекватное восприятие смысловой и оценочной информации,
- в) воздействие через убеждение.

Совместимость партнеров как коммуникативных личностей предполагает совместимость по всем трем параметрам.

3.3 Межличностное взаимодействие

Существует связь между общением и взаимодействием людей, однако трудно развести эти понятия. *Часть авторов просто отождествляют общение и взаимодействие, интерпретируя и то и другое как коммуникацию в узком смысле слова (т.е. как обмен информацией), другие рассматривают отношения между взаимодействием и общением как отношение формы некоторого процесса и его содержания (2000). Иногда говорят о связанном, но все же самостоятельном существовании общения как коммуникации и взаимодействия как интеракции.* Понятием «взаимодействие» характеризуется еще одна сторона общения: та сторона, которая фиксирует не только обмен информацией, но и организацию *совместных действий*, позволяющих партнерам реализовать некоторую общую для них деятельность.

В истории социальной психологии существовало несколько попыток описать структуру взаимодействий. Так, например, большое распространение получила так называемая теория действия, или теория социального действия. Примером может служить *теория Т. Парсонса*.

В основе социальной деятельности лежат межличностные взаимодействия, на них строится человеческая деятельность в ее широком проявлении, она – результат единичных действий. есть некоторый элементарный акт; из них впоследствии складываются системы действий. Каждое единичное действие включает элементы: а) деятель, б) «другой» (объект, на который направлено действие); в) нормы (по которым организуется взаимодействие), г) ценности (которые принимает каждый участник), д) ситуация (в которой совершается действие). Деятели мотивированы тем, что его действие направлено на реализацию его установок (потребностей). В отношении «другого» деятель развивает систему ориентации и ожиданий, которые определены как стремлением к достижению цели, так и учетом вероятных реакций другого. Может быть выделено *пять пар таких ориентации*, которые дают классификацию возможных видов взаимодействий. Предполагается, что при помощи этих пяти пар можно описать все виды человеческой деятельности. Эта попытка оказалась неудачной.

Другая попытка построить структуру взаимодействия связана с описанием ступеней его развития. При этом взаимодействие расчленяется не на элементарные акты, а на стадии, которое она проходит. Такой подход предложен, в частности, польским социологом Я. Щепаньским. Для Щепаньского центральным понятием при описании социального поведения является понятие социальной связи. Она может быть представлена как последовательное осуществление: а) пространственного контакта; б) психического контакта (взаимная заинтересованность); в) социального контакта (совместная деятельность); г) взаимодействия (как «систематическое, постоянное

осуществление действий, имеющих целью вызвать соответствующую реакцию со стороны партнера ...»); д) социального отношения (взаимно сопряженных систем действий) (Щепаньский, 1969, с. 84). Хотя все сказанное относится к характеристике «социальной связи», такой ее вид, как «взаимодействие», представлен наиболее полно. Выстраивание в ряд ступеней, предшествующих взаимодействию, не является слишком строгим: пространственный и психический контакты в этой схеме выступают в качестве предпосылок индивидуального акта взаимодействия, и потому схема не снимает погрешностей предшествующей попытки. Но включение в число предпосылок взаимодействия «социального контакта», понятого как совместная деятельность, во многом меняет картину: если взаимодействие возникает как реализация совместной деятельности, то дорога к изучению его содержательной стороны остается открытой. Довольно близкой к описанной схеме является схема, предложенная в отечественной социальной психологии В.Н. Панферовым (Панферов, 1989).

Наконец, еще один подход к структурному описанию взаимодействия представлен в *транзактном анализе* – направлении, предлагающем регулирование действий участников взаимодействия через регулирование их позиций, а также учет характера ситуаций и стиля взаимодействия (Берн, 1988). С точки зрения транзактного анализа каждый участник взаимодействия в принципе может занимать одну из трех *позиции*, которые условно можно обозначить как Родитель, Взрослый, Ребенок. Эти позиции ни в коей мере не связаны обязательно с соответствующей социальной ролью: это лишь чисто психологическое описание определенной стратегии во взаимодействии.

3.4 Социально-психологическое воздействие

Люди не просто взаимодействуют, общаются, выстраивают свои отношения, но и оказывают воздействие друг на друга. Однако в далеком своем историческом прошлом люди умели влиять друг на друга только посредством слов, интонации, жестов, мимики. Сегодня способы воздействия на человеческое сознание стали намного более разнообразными и эффективными благодаря накопленному за тысячелетия практическому опыту, а также за счет создания специальных технологий.

Психологическое воздействие – социально-психологическая активность одних людей, направленная на других людей и их группы с целью изменения психологических характеристик личности, групповых норм, общественного мнения, настроений и переживаний.

По мнению отечественных и зарубежных ученых, психологическое воздействие подразделяется на следующие виды: *информационно-психологическое, психогенное, психоаналитическое, нейролингвистическое, психотронное, психотропное*.

Психологическое воздействие осуществляется людьми с различными целями: совершенствования условия существования, в интересах создания благоприятных предпосылок для взаимодействия и совместной деятельности, в политических и педагогических целях, часто из эгоистических и других соображений, но всегда основными его методами, которые всеми используются, являются **убеждение, внушение и манипулирование**.

Убеждение – это метод воздействия на сознание людей, обращенный к их собственному критическому восприятию.

Внушение – это метод психологического воздействия на сознание личности или группы людей, основанный на некритическом (и часто неосознанном) восприятии информации.

При внушении сначала происходит восприятие информации, содержащей готовые выводы, а затем на ее основе формируются мотивы и установки определенного поведения.

Манипулирование представляет собой способ психологического воздействия, направленный на изменение направления активности других людей и осуществляемый настолько искусно, что остается незамеченным ими. Манипулирование в то же время – это такое применение власти, при которой обладающий ею влияет на поведение других, не объясняя им, чего он от них ожидает. Манипуляция сознанием – это своеобразное господство над духовным состоянием людей, управление путем навязывания людям идей, установок, мотивов, стереотипов поведения, выгодных субъекту воздействия.

3.5 Межличностные конфликты

Конфликтологи, обращаясь к движущим силам и мотивации межличностных конфликтов, различают *ресурсные* и *ценностные конфликты*.

Ресурсные конфликты связаны с распределением средств жизнедеятельности (материальных средств, территории, времени и т.д.). В организациях, например, нередко возникают межличностные конфликты по поводу распределения премиального фонда между сотрудниками.

Ценностные конфликты разворачиваются в области взаимоисключающих культурных стереотипов, верований и убеждений, оценок и отношений.

В психологии конфликт определяется как столкновение противоположно направленных, несовместимых друг с другом тенденций в сознании отдельно взятого индивида, в межличностных взаимодействиях или межличностных отношениях индивидов или групп людей, связанное с отрицательными эмоциональными переживаниями

Межличностный конфликт – столкновения взаимодействующих людей, чьи цели либо взаимно исключают друг друга и несовместимы в данной ситуации, либо противодействуют или мешают друг другу.

Во всех ситуациях межличностных конфликтов выделяются два взаимосвязанных аспекта:

Содержательная сторона конфликта, т.е. предмет спора, вопрос, вызывающий разногласия;

Психологическая сторона конфликта, связанная с личностными особенностями его участников, с их личными взаимоотношениями, с их эмоциональными реакциями на причины конфликта, на его ход и друг на друга

Вторая сторона и является специфической чертой межличностных конфликтов – в отличие от конфликтов социальных, политических и др. И именно она зачастую затмевает содержательную сторону, делая накал страстей очень высоким.

Межличностные конфликты имеют свои отличительные особенности, которые сводятся к следующему:

1. В межличностных конфликтах противостояние людей происходит непосредственно, здесь и сейчас, на основе столкновения их личных мотивов. Соперники сталкиваются лицом к лицу.

2. В межличностных конфликтах проявляется весь спектр известных причин: общих и частных, объективных и субъективных.

3. Межличностные конфликты для субъектов конфликтного взаимодействия являются своеобразным “полигоном” проверки характеров, темпераментов, проявления способностей, интеллекта, воли и других индивидуально-психологических особенностей.

4. Межличностные конфликты отличаются высокой эмоциональностью и охватом практически всех сторон отношений между конфликтующими субъектами.

5. Межличностные конфликты затрагивают интересы не только конфликтующих, но и тех, с кем они непосредственно связаны либо служебными, либо межличностными отношениями.

Выделяют пять основных *стратегий поведения в конфликте*: • Соперничество (конкуренция); • Компромисс; • Сотрудничество (кооперация); • Уход (избегание, уклонение); • Приспособление (адаптация).

Существуют следующие принципиальные возможности (*стратегии*) *управления конфликтами*:

- ✓ Предотвращение или профилактика;
- ✓ Управление конфликтами и конфликтными отношениями на стадии их возникновения;
- ✓ Использование результатов отдельных актов конфликтной борьбы, а также результатов разрешения конфликта (как конструктивных, так и деструктивных);
- ✓ Проектирование и конструирование конфликтов и их последствий.

МОДУЛЬ 4 ПСИХОЛОГИЯ ГРУППЫ И МЕЖГРУППОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

4.1 Психология малой группы

В отечественной и зарубежной социальной психологии даются различные определения малой группы. Одно из определений малой группы звучит так: «Малая группа – это немногочисленная по составу группа, члены которой объединены общей социальной деятельностью и находятся в непосредственном личном взаимодействии и общении, что является основой для возникновения эмоциональных отношений, групповых норм и групповых процессов».

Даже такое достаточно универсальное определение носит описательный характер и допускает различные толкования, в зависимости оттого, какое содержание придается включенным в него понятиям. Это различие в толкованиях характерно для исследователей интеракционистской и когнитивистской ориентации.

Для первых важным моментом в определении понятия малой группы выступает именно общая совместная деятельность, и тогда малая группа рассматривается прежде всего как определенная система взаимодействия. Для вторых в этом же определении важными оказываются элементы групповой когнитивной структуры – нормы и ценности, независимо оттого, на основе ли общей деятельности или простого взаимодействия функционирует группа. Под группой понимают психологически единую социальную ячейку, члены которой целенаправленно связаны друг с другом и зависят друг от друга. Важно отметить, что каждый член группы признает эту свою зависимость от других ее членов.

Иногда понятие «малая группа» трактуется как:

- ✓ собрание людей, включенных в координированную деятельность, сознательно или бессознательно подчиненную общей цели, достижение которой приносит участникам удовлетворение;
- ✓ миниатюрная социальная система, исследование которой дает понимание социального устройства в целом;
- ✓ жизненное пространство личности.

Существуют и другие подходы к описанию малой группы. Указываются, в частности, такие ее критерии, как:

1. частота и продолжительность взаимодействия индивидов в группе;
2. число составляющих ее членов;
3. взаимоотношения и взаимовлияния членов группы;
4. определенность ролей, которые исполняют отдельные индивиды;
5. обособленность лидеров, влияющих на остальных членов группы;

6. общность целей, деятельности и организации;
7. наличие у членов группы «мы-чувства», единства группы.
8. сплоченность людей, степень которой зависит, с одной стороны, от силы взаимного притяжения членов группы, а с другой – от интереса, вызываемого деятельностью группы.

Характеризуя малую группу в целом, можно сказать, что ей присущи следующие признаки.

Интегративность – мера единства, слитности, общности членов группы. Противоположное качество – разобщенность, дезинтеграция.

Микроклимат – психологическое самочувствие каждого индивида в группе, его удовлетворенность группой, комфортность пребывания в ней.

Референтность – принятие членами группы общих эталонов. Лидерство – степень влияния тех или иных членов группы на группу в целом ради осуществления общих целей.

Интергрупповая активность – степень активности группы в целом и ее членов с внешними группами.

Направленность группы – социальная ценность принятых ею целей, мотивов деятельности, ценностных ориентации и групповых норм.

Организованность – реальная способность группы к самоуправлению.

Эмоциональность – межличностные эмоциональные взаимосвязи членов группы; преобладающий эмоциональный настрой группы.

Интеллектуальная коммуникативность – характер межличностного восприятия и установления взаимопонимания, нахождения единого языка общения.

Волевая коммуникативность – способность группы противостоять трудностям и препятствиям; ее надежность в деятельности и поведении в экстремальных ситуациях.

4.2 Лидерство и руководство в малой группе

Лидерство и руководство рассматриваются в социальной психологии как групповые процессы, связанные с социальной властью в группе. В общих теориях лидерства *под лидером и руководителем понимается человек, оказывающий ведущее влияние на группу*: лидер – в системе неформальных отношений, руководитель – в системе формальных отношений.

В социально-психологическом смысле *лидерство и руководство – это механизмы групповой интеграции, объединяющие действия группы вокруг индивида, выполняющего функцию лидера или руководителя*.

Феномены лидерства и руководства близки по своей психологической сущности, но они не совпадают полностью, поскольку руководитель чаще всего ориентируется на задачу совместной деятельности, а лидер – на групповые интересы.

Выделяют два аспекта власти – *формальный* и *психологический* – в зависимости от ориентации лидеров и руководителей. Формальный, или инструментальный, аспект власти связан с правовыми полномочиями руководителя, а психологический определяется личностными возможностями руководителя воздействовать на членов группы.

Различия между лидером и руководителем:

1) лидер регулирует межличностные отношения, а руководитель – формальные. Лидер связан только с внутригрупповыми отношениями, руководитель же обязан обеспечить определенный уровень отношений своей группы в микроструктуре организации;

2) лидер является представителем своей группы, ее членом. Он выступает как элемент микросреды, в то время как руководитель входит в макросреду, представляя группу на более высоком уровне социальных отношений;

3) лидерство является стихийным процессом в отличие от руководства. Руководство выступает как явление более стабильное, нежели лидерство;

4) руководитель в процессе влияния на подчиненных имеет значительно больше санкций, чем лидер. Он может использовать формальные и неформальные санкции. Лидер имеет возможности использовать только неформальные санкции;

5) различие между лидером и руководителем связано с процессом принятия решений. Для их реализации руководитель использует большой объем информации, как внешней, так и внутренней. Лидер владеет только той информацией, которая существует в рамках данной группы. Принятие решений лидером осуществляется непосредственно, а руководителем – опосредованно.

Сфера деятельности руководителя шире, поскольку у лидера она ограничивается рамками данной группы. Лидер всегда авторитетен, в противном случае он не будет лидером. Руководитель же может обладать авторитетом, а может и не иметь его совсем.

Некоторые социально-психологические закономерности влияния справедливы как для лидерства, так и для руководства. В некоторых источниках феномены лидерства и руководства рассматриваются как идентичные. Так, *Д. Майерс* считает, что лидерство – это *процесс, посредством которого определенные члены группы мотивируют и ведут за собой группу*.

При этом лидер может быть официально назначен или избран, но может быть и выдвинут в процессе групповых взаимодействий.

4.3 Команды и командообразование

Понятие «команды» имеет несколько значений. Если говорить в общепринятом смысле, то чаще этот термин используют как синоним «группа», но в определенных сочетаниях: спортивная команда, команда единомышленников и т.д. Можно предположить, что в языке «команда» заменяет «группу» в том случае, если нужно подчеркнуть большую взаимосвязанность, взаимозависимость людей.

В социальной психологии вопрос об определении понятия «команда» весьма противоречив. Многие специалисты считают, что «команда» означает больше, чем просто «группа». Каждая команда есть группа, но не каждая группа – команда. Если суммировать существующие уточнения термина «команда», то можно выделить как минимум пять его значений:

1) объединение людей в спорте, где под командой понимается группа, созданная для обеспечения совместной победы;

2) объединение людей, предполагающее взаимную кооперацию и взаимопомощь;

3) любая группа совместно работающих людей;

4) группа управленцев в организации;

5) особый уровень диадического взаимодействия в дружбе или супружестве.

Классификацию **типов взаимоотношений в команде**, предложенную американскими исследователями Блейком и Мутоном. Она основана на комбинации двух главных параметров – внимании к человеку, степени учета интересов людей и внимании к производству, степени учета интересов дела. Это пять типов взаимоотношений внутри коллективов, существенно различающихся с точки зрения морально-психологического климата.

Невмешательство: низкий уровень заботы руководителя и о производстве и о людях. Руководитель много делает сам, не делегирует своих функций, не стремится к серьезным достижениям. Главное для него – сохранить свою должность.

Теплая компания: высокий уровень заботы о людях, стремление к установлению дружеских отношений, приятной атмосферы, удобного для сотрудников темпа работы.

При этом руководителя не особенно интересует, будут ли при этом достигнуты конкретные и устойчивые результаты.

Задача: внимание руководителя полностью сосредоточено на решении производственных задач. Человеческий фактор либо недооценивается, либо просто игнорируется.

Золотая середина: руководитель в своей деятельности стремится оптимально сочетать интересы дела и интересы персонала, он не требует слишком многого от сотрудников, но и не занимается попустительством.

Команда: наиболее предпочтительный тип взаимоотношений в рабочей группе. Руководитель стремится максимально учитывать интересы производства и интересы коллектива, объединению деловитости и человечности на всех уровнях отношений.

В процессе командообразования каждый участник определяет свое место в системе персональных и деловых отношений в контексте организации. Этот процесс называется *позиционированием*. Позиционирование осуществляется согласно целям, на достижение которых направлена команда. Для каждого члена команды определяется перечень функций, которые будут им выполняться согласно его позиции (напомним, поведение, ожидаемое от лица, занимающего определенную позицию в команде, называется ролью). Важно, чтобы эти функции были правильно адресованы их потенциальным носителям и соответствовали их индивидуальным особенностям. Здесь встает вопрос о командном распределении ролей.

При формировании команд учитываются как *функциональные роли*, т.е. поведение участника, ожидаемое группой, которое определяется предметным содержанием выполняемой им деятельности (финансовой, маркетинговой, производственной и пр.), так и *командные (групповые) роли*, т.е. модели поведения, которые обеспечивают продуктивное взаимодействие членов команды друг с другом. Обе эти реальности – предметное содержание деятельности и человеческий фактор – представлены в общем понятии «роль».

В определении ролевых позиций в команде используются как типологические подходы (концепция Д.У. Кейрси о психотипах (интеллектуальных ролях), в которой выделяются четыре позиции: стратег – дипломат – тактик – логистик)), так и ролевые подходы (так, в концепции Т.Ю. Базарова тоже содержится четыре ролевые позиции (организатор – администратор – управленец – руководитель)), а в модели Р.М. Белбина фигурирует восемь командных ролей (координатор – реализатор – контролер – мотиватор – генератор идей – аналитик – вдохновитель – снабженец, позднее была добавлена роль «специалиста»). Команда считается сбалансированной, если в ней представлены основные предметные и интеллектуальные позиции.

4.4 Психология больших групп

Большая социальная группа – совокупность людей, объединённая на основе социального признака, формирующая социальную общность большого размера, в котором люди не имеют непосредственных эмоционально-личностных контактов со всеми членами группы.

Каждый человек в социуме обязательно включен в различные социальные группы, которые принято делить на большие и малые. Причем количественный критерий, то есть количество людей, входящих в группу, не является ключевым при определении категории группы; наиболее важными являются качественные характеристики групп.

Для больших социальных групп характерны следующие общие признаки (качественные характеристики):

1. Специфические регуляторы социального поведения (нравы, обычаи, традиции). В больших группах существуют *специфические регуляторы социального поведения*,

которых нет в малых группах. Это – *нравы, обычаи и традиции*. Их существование обусловлено наличием специфической общественной практики, с которой связана данная группа, относительной устойчивостью, с которой воспроизводятся исторические формы этой практики.

2. Образ жизни. *Образ жизни* группы является другой важной характеристикой больших групп. Его исследование предполагает изучение особых форм общения, особого типа контактов, складывающихся между людьми. В рамках определенного образа жизни приобретают особое значение интересы, ценности, потребности.

3. Наличие специфического языка. Третья важная характеристика больших групп. Для этнических групп – это само собой разумеющаяся характеристика, для других больших групп «язык» может выступать как определенный жаргон, например, свойственный многим профессиональным группам, или такой возрастной группе, как молодежь.

Все большие группы разделяются на два вида: неорганизованные и организованные группы.

Неорганизованные группы называют так же стихийными, поскольку они возникают случайно и существуют достаточно кратко.

Выделяют следующие виды неорганизованных (стихийных) групп:

Толпа – кратковременная и самая разнородная по составу неорганизованная группа; чаще всего образуется на улице по поводу различных событий, например, в связи с ДТП.

Масса – более стабильное и более организованное образование, чем толпа. Масса характеризуется нечеткими границами; она собирается достаточно сознательно (например, манифестация и митинг), и, как следствие, она менее разнородна, чем толпа.

Публика – кратковременное собрание людей для совместного времяпрепровождения в связи с каким-то зрелищем. В замкнутых помещениях публику именуют аудиторией. Например, публикой является общность людей, собравшихся на народные гуляния по поводу масленицы или салюта; аудиторией – общность людей, пришедших на футбольный матч, проходящий на стадионе, или пришедших в театр на спектакль, концерт.

При изучении неорганизованных больших групп исследователями было уделено особое внимание поведению человека в толпе. Г. Лебон в работе «Психология народов и масс» отмечал, что в толпе всегда преобладает бессознательное. Исчезновение сознательной личности и ориентирование чувств и мыслей в известном направлении – главные черты, характеризующие явление, именуемое «трансформация личности в толпе» «Для людей, подвергшихся трансформации личности в толпе, характерно:

необыкновенная податливость внушению;

уверенность в безнаказанности, тем более сильная, чем многочисленнее толпа;

еще большее увеличение силы чувств толпы как результат отсутствия ответственности;

осознание значительного, хотя и временного могущества, доставляемого численностью толпы.

Все перечисленные характеристики приводят к тому, что люди, включенные в толпу, проявляют такие чувства и совершают такие действия, которые были бы невозможны для каждого отдельного человека.

Организованные группы являются действительно социальными, поскольку складываются в ходе социально-исторического, экономического, культурного процесса, они – результат развития общества. Основные характеристики таких групп – долговременность и устойчивость существования, они занимают определенное место в системе общественных отношений каждого конкретного типа общества. К этому виду групп относятся социальные классы, различные этнические группы, профессиональные группы, половозрастные группы (с этой точки зрения в качестве группы могут быть рассмотрены, например, молодежь, женщины, пожилые люди и т.д.).

Социальная психология изучает следующие структурные явления психологии большой социальной группы: менталитет, профессиональную мораль, национальный характер, нравы, обычаи и традиции.

Менталитет – это интегральная характеристика некоторой культуры, в которой отражено своеобразие видения и понимания мира ее представителями, их типичных «ответов» на картину мира.

Профессиональная мораль – это система моральных требований, норм, ценностей, свойственных людям, профессионально занятым определенным видом деятельности.

Национальный характер – совокупность наиболее устойчивых психологических качеств, сформированных у представителей нации в определенных природных, исторических, экономических и социально-культурных условиях ее развития.

Нравы – относительно устойчивые способы поведения, преобладающие в конкретном обществе или в социальной группе и воспринимаемые как правильные и обязательные.

Традиции (от лат. traditio – передача, повествование) – исторически сложившиеся и передаваемые из поколения в поколение формы деятельности и поведения, а также сопутствующие им обычаи, правила, ценности, представления.

Обычаи – унаследованная стереотипизированная форма социальной регуляции деятельности, которая воспроизводится в определенном обществе или социальной группе и является привычной для их членов; один из способов реализации традиции.

4.5 Межгрупповые отношения

Межгрупповые отношения (в социальной психологии) – совокупность социально-психологических явлений, характеризующих субъективное отражение (восприятие) многообразных связей, возникающих между социальными группами, а также обусловленный ими способ взаимодействия групп.

Специфика межгруппового восприятия, объектом и субъектом которого являются социальные группы, заключается:

- 1) в объединении индивидуальных представлений в некоторое целое, качественно отличное от составляющих его элементов;
- 2) в длительном и недостаточно гибком формировании межгрупповых представлений, обладающих устойчивостью к внешним влияниям;
- 3) в схематизации и упрощении возможного диапазона сторон восприятия другой группы.

В целом межгрупповые представления отличаются ярко эмоциональной окрашенностью, резко выраженной оценочной направленностью, а поэтому весьма уязвимы в том, что касается их истинности, точности и адекватности. Так, свойственная им стереотипность часто приводит к приписыванию сходных характеристик всем членам какой-либо социальной группы или общности без достаточного осознания возможных различий между ними. Названные особенности межгруппового восприятия отчетливо проявляются в процессе установления различий между собственной и другой группами, играющем важнейшую роль в детерминации межгрупповых отношений.

Типичным эффектом межгруппового сравнения является тенденция к завышенной оценке достоинств своей группы (эффект межгрупповой дискриминации) и недооценке чужой группы (внутригрупповой фаворитизм). Менее распространена обратная тенденция – установление позитивно оцениваемых различий в пользу какой-либо др. группы.

В крайних выражениях первая тенденция может приводить к возникновению напряженности и враждебности в межгрупповых отношениях; вторая – к ослаблению

внутригрупповых связей, девальвации внутригрупповых ценностей, дестабилизации и дезинтеграции группы.

Отечественными исследователями обоснован вторичный характер этих тенденций по отношению к объективным условиям взаимодействия групп. Показано, что данные эффекты определяются типом совместной межгрупповой деятельности, зависят от уровня группового развития и нетипичны для подлинного коллектива. Как социальное явление межгрупповые отношения обусловлены не только психологическими механизмами установления тождества и различия, симпатии и отвержения, но в большей степени идеологическими, экономическими, политическими и др. социальными факторами. Конфликт является наиболее деструктивной формой межгрупповых отношений.

Основные подходы к исследованию психологии межгрупповых отношений.

1. Ситуативный: (исследования Шерифа про мальчиков в лагере). Источники межгрупповой враждебности отыскиваются в ситуациях гр. взаимодействия.

2. Когнитивный подход. (Тэджфелл): внутригрупповая симпатия возникает и в ситуациях, где нет основы для межгруппового конфликта. Причина межгрупповой дискриминации сокрыта в простом факте осознания принадлежности к своей группе. Кооперативная неудача вела к большей групповой пристрастности, чем кооперативный успех, а конкурентный успех больше, чем неудача.

3. Деятельностный (Агеев): проблема отношения между группами – внутренняя психологическая категория. Межгрупповое восприятие зависит от адекватности совместной групповой деятельности. Эксперимент со студентами и зачетом автоматом. 2 группы, одна из которых могла получить автомат за хорошую работу на семинарах. Зачет группе складывался из индивидуальных ответов. Что проявилось: больше число выступлений в поддержку своей группе, большее кол-во попыток регуляции выбора выступающего, давление на экспериментатора. Успех своей группы объясняли внутригрупповыми факторами, а неудачу – обстоятельствами.

4. Мотивационный (Фрейд): враждебность неизбежна и универсальна. Функция враждебности: поддержание сплоченности и стабильности группы.

МОДУЛЬ 5. СОЦИАЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ

5.1 Просоциальное и альтруистическое поведение

Феномен социального поведения и его особенностей, является одной из наиболее сложных проблемных областей социальной психологии. Само понятие в большей степени связано с попыткой понять некоторые специфические формы поведения человека в обществе, связанные с оказанием безвозмездной помощи, посягательством на достоинство других людей, предубежденным отношением к ним. Эти формы поведения не могут быть выведены или объяснены в рамках какой-либо рациональной логики, т.к. в первом случае речь идет о действиях в той или иной степени затратных для себя, во втором – о действиях, приносящих вред себе и другим и подвергающихся социальному осуждению, в третьем – о предвзятом отношении к другим незаметном для себя или находящем неочевидные для других оправдания. Тем не менее, они распространены, их результаты ощущаются на себе многими, наконец, оно не может быть выведено логически из внутренней природы самого человека и социальной природы человечества, в силу своей противоречивости и необоснованности. Поэтому то оно и обозначается как социальное поведение в классическом его бихевиористском

понимании – как то, что наблюдаемо и описываемо. Но современная социальная психология не удовлетворяется констатацией внешне наблюдаемых особенностей, как и не ограничивается описанием и анализом ситуаций, в которых оно проявляется, а пытается понять их социальную, в том числе и личностную подоплеку, знание которой позволит найти и необходимые регуляторы.

Структура социального поведения:

- 1) поведенческий акт – единичное проявление деятельности, ее элемент;
- 2) социальные действия – действия, совершаемые личностями или социальными группами, имеющие общественное значение и предполагающие общественно детерминированную мотивацию, намерения, отношения;
- 3) поступок – это осознаваемое действие личности, понимающей его социальное значение и совершаемое в соответствии с принятым намерением;
- 4) деяние – совокупность поступков личности, за которые она несет ответственность.

О результатах социализации можно судить по социальному поведению человека. Если процесс социализации протекает нормально, то у человека наблюдается выраженное просоциальное поведение и отсутствует антисоциальное поведение, хотя проявления асоциального поведения могут иметь место.

Просоциальное поведение (от лат. pro – приставка, обозначающая действующего в интересах кого-то и socialis – общественный) – это действия, предназначенные для того, чтобы приносить пользу другому человеку, обществу. Так, просоциальное поведение представляет собой широкое понятие, которое включает в себя действия, позитивно оцениваемые обществом.

В целом просоциальное поведение характеризует поступки, совершаемые одним человеком для другого и ради его пользы. Это определение верно и в том случае, когда помогающий тоже получает пользу. Необходимо осознать важную истину о просоциальном поведении: люди редко помогают по какой-то одной причине. Мы помогаем, чтобы: 1) улучшить наше собственное благополучие; 2) повысить социальный статус и заслужить одобрение других; 3) поддержать наш образ «я»; 4) справиться с собственным настроением и эмоциями.

Асоциальное поведение – тип поведения, характеризующийся отрицанием социальных норм и ценностей, принятых в обществе.

Человек с **антисоциальным** поведением вступает в активный конфликт с нормами общества.

Рассматривая более подробно феномен **просоциального поведения**, нельзя не остановиться на трех взаимодополняющих теориях, которые позволяют лучше понять природу просоциального поведения: теория социальных норм; теория социального обмена; теория эволюционной психологии; теория симпатии-альтруизма.

Так, **социальные нормы** предписывают человеку оказание помощи. *Норма взаимности* побуждает на оказание помощи отвечать тем же, а не вредить тому, кто ее оказал. *Норма социальной ответственности* мотивирует человека оказывать помощь нуждающимся, даже если они не в состоянии ответить тем же, причем в течение всего времени, пока это им необходимо.

Согласно **теории социального обмена**, оказание помощи, подобно любому поведению в обществе, мотивируется стремлением минимизировать расходы и увеличить, насколько возможно, доходы.

Согласно данной теории, большинство действий продиктовано желанием увеличить получаемое вознаграждение и при этом уменьшить затраты, т.е. основное предположение состоит в том, что люди помогают только тогда, когда выгода от помощи

превышает ее издержки. Оказание помощи другим людям может вознаграждаться несколькими способами:

- в соответствии с нормой взаимности (повышается вероятность того, что будет оказана помощь взамен);
- ослабление неприятных эмоций очевидца несчастного случая (помогая другим, человек получает такие награды, как социальное одобрение со стороны других людей и повышенное ощущение собственной ценности).

Эволюционная психология признает два типа просоциального поведения: преданность роду и взаимность. Однако большинство эволюционных психологов считают, что гены эгоистичных индивидуумов выживут с большей вероятностью, чем гены жертвующих собой личностей, и поэтому общество следует учить просоциальному поведению.

Сходная точка зрения обнаружена и в некоторых других исследованиях. Так, например, в работе Э. Аронсона и Т. Уилсона была обнаружена следующая классификация теорий объяснения феномена просоциального поведения:

Эволюционная теория. Биологи-эволюционисты Е.О. Уилсон и Р. Докинс использовали принципы эволюционной теории для объяснения агрессии и альтруизма. Некоторые психологи взяли за основу данную теорию и развили ее в рамках эволюционной психологии, которая была попыткой объясняющей социальное поведение с позиции генетических факторов. В отличие от биологов-эволюционистов, эволюционные психологи считали родственный отбор одним из способов объяснения просоциального поведения. Так, родственный отбор стал гипотезой, согласно которой поведение, идущее на пользу генетически родственным особям, предпочтительно с точки зрения естественного отбора. Необходимо отметить, что биолог У. Гамильтон признал, что с эволюционной точки зрения действия отдельного человека направлены не столько на собственное выживание, сколько на выживание своего генотипа.

Дж.Ф. Раштон предположил, что существует генетическая основа конфликтов между различными этническими группами, и что такие конфликты происходят отчасти из-за эволюционных требований помогать только тем, кто может передать гены потомству. Недостатком такого объяснения является то, что нет никаких оснований предполагать, что человек, которому оказывается помощь, имеет те же гены, что и помогающий.

Теория эмпатии-альтруизма. Основана на идеях К. Бэтсона, который указывает, что люди помогают другим не только по эгоистическим причинам. Порой мотивы поведения бывают чисто альтруистическими, когда единственная цель – помочь другому человеку, даже если это повлечет за собой затраты для помогающего. Он утверждает, что если человек ощущает эмпатию по отношению к другому человеку, то помощь будет оказываться из чисто альтруистических побуждений, независимо от того, что может быть получено взамен. Также автор выделил два типа эмоциональных реакций человека на чужое страдание:

- эмпатическое сочувствие: сопереживание, сфокусированное на страдании, испытываемом другой личностью, и дополненное желанием уменьшить его (сострадательный, мягкосердечный, нежный);
- личное страдание: ощущение собственного дискомфорта и желание уменьшить его (обеспокоенный, расстроенный, встревоженный).

Дальнейшие исследования К. Бэтсона и М. Тои позволяют сделать вывод о том, что истинный альтруизм появляется тогда, когда человек ощущает эмпатию по отношению к страдающему человеку. Принимая эту классификацию в качестве условной и общей, но все же правомерной модели описания понятия просоциального поведения, необходимо все же отметить, что в современной психологической литературе в отношении данного понятия существует чрезвычайная разбросанность мнений и взглядов.

5.2 Агрессивное поведение

Агрессивное поведение стало характерной особенностью современной жизни и многие убеждены в том, что она постоянно растет. свидетельства чему с избытком поставляются средствами массовой информации. Существуют культуры и субкультуры, рассматривающие насилие как вполне естественное и даже необходимое. С другой стороны, насилие рассматривается как неприемлемое для европейской культурной традиции. По отношению к агрессивному поведению предпринято немало теоретических объяснений и эмпирических исследований, часто противоречащих друг другу. В частности, такое противоречие имеет место и по отношению к самому определению феномена.

Тем не менее, сегодня можно говорить об определенном согласии исследователей в том, что для агрессивного поведения особенно характерны:

- 1) причинение ущерба или нанесение травмы другому лицу или организму;
- 2) *намерение* вызвать негативные последствия для жертвы.

Оба эти аспекта охватываются определением, предложенным Бэрном: «Агрессией называется любая форма поведения, направленная на причинение ущерба или нанесение травмы другому живому существу, стремящемуся избежать подобного обращения» (Baron, 1977, с. 74). Блеквелловская энциклопедия по социальной психологии определяет ее как: «Преднамеренное и внутринеобусловленное причинение вреда другому человеку, мотивированному на избегание такого обращения с собой» (2000, с. 16).

Типологии агрессивного поведения

Ряд авторов проводил классификацию типов агрессивного поведения на основе различных критериев, деля, в частности, агрессию на физическую и вербальную (Buss, 1961), на оборонительную и наступательную, спровоцированную и беспричинную (Zillmann, 1979), аффективную и инструментальную (Geen, 2000) и др.

В качестве базовой можно рассматривать типологию агрессивного поведения, обобщенную известным отечественным исследователем данной проблемы И.А. Фурмановым (2004).

Он типологизирует агрессивность по ряду критериев:

1. **По направленности на объект** – на
внешнюю (гетеро), характеризующуюся открытым проявлением агрессии в адрес конкретных лиц (прямая агрессия) либо на безличные обстоятельства, предметы или социальное окружение (смещенная агрессия)
внутреннюю (ауто), характеризующуюся выражением обвинений или требований, адресованных самому себе.
2. **По способу выражения** – на
произвольную, возникающую из желания, намерения, воспрепятствовать, повредить кому-либо, обойтись с кем-то несправедливо, кого-нибудь оскорбить
непроизвольную, представляющую собой нецеленаправленный и быстро прекращающийся взрыв гнева или ярости, когда действие неподконтрольно субъекту и протекает по типу аффекта.
3. **По конечной цели** – на
инструментальную (конструктивную), когда действия имеют позитивную ориентацию и направлены на достижение цели нейтрального характера, а агрессия используется при этом лишь в качестве средства (здесь рассматривают индивидуальную инструментальную-своекорыстную и бескорыстную, а также социально-мотивированную инструментальную – асоциальную и просоциальную агрессию)
враждебную (деструктивную), когда в действиях прослеживается стремление к насилию, а их целью является нанесение вреда другому человеку.

4. **По форме выражения** – на
физическую агрессию, предполагающую предпочтительное использование физической силы против другого лица;
вербальную агрессию – выражение негативных чувств как через форму (крик, визг) или через содержание (оскорбления, ругань и т.п.) словесных ответов;
косвенную агрессию – действия, направленные окольным путем на другое лицо, хоть как-то связанное с обидчиком или ни на кого не направленное прямо (удар кулаком по столу);
негативизм – оппозиционная форма поведения, направленная обычно против авторитета или руководства, могущее нарастать от пассивного сопротивления до активной борьбы против установившихся порядков.

5.3 Социальная психология культурного многообразия

По подсчетам социологов в различных областях научной деятельности сформулировано более 250 определений культуры. Самое короткое и одновременно самое широкое определение предложил американский культурантрополог М. Херсковиц, утверждавший, что «культура – это часть человеческого окружения, созданная самими людьми». «Культура» – это то, что не есть «природа».

Однако, далеко не все исследователи согласны с таким пониманием культуры.

Американский психолог Г. Триандис, в целом соглашаясь с определением культуры Херсковица, в качестве предмета исследования даже выделяет **субъективную культуру**. Субъективной культурой он называет характерные для каждой культуры способы, с помощью которых ее члены познают созданную людьми часть человеческого окружения: то, как они категоризируют социальные объекты, какие связи между категориями выделяют, а также нормы, роли и ценности, которые они признают своими. Понимаемая таким образом субъективная культура охватывает все представления, идеи и верования, которые являются объединяющими для того или иного народа и оказывают непосредственное воздействие на поведение и деятельность его членов.

Специфичность элементов культуры обусловлена многими факторами. Психологов прежде всего интересует социально-психологическая причина разнообразия культур. В психологических терминах – это, прежде всего, потребность в идентификации с группой себе подобных и одновременно в дифференциации от членов других групп.

Emic и etic подходы в психологии

Различия в их исследовательских подходах можно постичь, используя старую философскую оппозицию понимания и объяснения или современные понятия *emic* и *etic*. Эти не переводимые на русский язык термины образованы американским лингвистом К. Пайком по аналогии с фонетикой, изучающей звуки, имеющиеся во всех языках, и фонемикой, изучающей звуки, специфичные для одного языка. В дальнейшем во всех гуманитарных науках *emic* стали называть культурно-специфичный подход, стремящийся понять явления, а *etic* – универсалистский, объясняющий изучаемые явления подход. Эти термины употребляются и для обозначения двух подходов в этнопсихологии, по-разному изучающих психологические переменные, обусловленные культурой.

Все основные особенности *emic* подхода становятся понятными после знакомства со всемирно известными исследованиями американских культурантропологов, например с автобиографической книгой М. Мид «Иней на цветущей ежевике». Отправляясь в далекую экспедицию, культурантрополог, как пишет Мид, «должен освободить свой ум от всех предвзятых идей» и изучать культуру, стремясь ее понять без попыток

сравнения с другими культурами. Подобный подход М. Мид иллюстрирует с помощью следующего примера:

«Рассматривая некое увиденное жилище как большее или меньшее, роскошное или скромное по сравнению с жилищами уже известными, мы рискуем потерять из виду то, чем является именно это жилище в сознании его обитателей».

Пример с жилищем понадобился американской исследовательнице из-за его простоты и наглядности, «жилище» можно заменить «поведением», «личностью» и т.п. Кстати говоря, и сама Мид изучала не жилища, а образ жизни народов бассейна Тихого океана.

Можно перечислить основные особенности *emic* подхода в любой науке, изучающей какие-либо компоненты культуры:

- изучается только одна культура со стремлением ее понять;
- используются специфичные для культуры единицы анализа и – термины носителей культуры; книги, написанные с этих позиций, как правило, даже содержат словарь основных понятий на языке изучаемой культуры;
- любые элементы культуры, будь то жилище или способы – социализации детей, изучаются с точки зрения участника (изнутри системы). Как отмечает Мид, «исследования такого рода связаны с весьма радикальной перестройкой образа мысли и повседневных привычек»;
- структура исследования постепенно раскрывается ученому, который заранее не может знать, какие единицы анализа он будет использовать.

Предметом психологической антропологии, опирающейся на *emic* подход, являются систематические связи между психологическими переменными, т.е. внутренним миром человека, и этнокультурными переменными на уровне этнической общности. Это вовсе не означает, что культура не сравнивается с другими, но сравнения делаются лишь после ее досконального изучения, проведенного, как правило, в полевых условиях.

Особенности *etic* подхода:

- изучаются две или несколько культур со стремлением объяснить межкультурные различия и межкультурное сходство;
- используются единицы анализа и сравнения, которые считаются свободными от культурного влияния;
- исследователь занимает позицию внешнего наблюдателя, стремясь дистанцироваться от культуры;
- структура исследования и категории для ее описания, а также гипотезы конструируются ученым заранее.

Предмет, сравнительно-культурной психологии, опирающейся на *etic* подход, – изучение сходства и различий психологических переменных в различных культурах и этнических общностях.

А.Г. Триандис вообще считает, что в большинстве сравнительно-культурных исследований мы имеем дело с *псевдо-etic* подходом. Их авторы не могут освободиться от схем мышления своей культуры, а сконструированные ими категории вовсе не свободны от ее влияния. Как правило, специфика европейско-американской культуры «налагается» на феномены других культурных систем. Триандис приводит яркий пример *псевдо-etic* сравнения из обыденной жизни: ассоциация, возникающая у большинства европейцев на японское слово «гейша», – женщина легкого поведения. Но такое сравнение неправомерно, а найти подлинное *etic* значение понятия «гейша» можно, только проанализировав культурно-специфичную (*emic*) роль гейши в японской культуре.

МОДУЛЬ 6. ПРИКЛАДНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ

6.1 Области прикладной социальной психологии

Социальная психология существует не только как научное знание, но и как культурный феномен. Как культурный феномен она возникала задолго до появления самого понятия «наука».

Человеку как существу, включенному в разнообразнейшие отношения и взаимодействия с другими людьми, издавна был присущ социально-психологический тип мышления, т. е. определенный способ восприятия и объяснения событий, явлений, состояний, которые он может наблюдать в самом себе и окружающем его мире. Многие века социальная психология существовала как мировоззрение, причем и на бытовом, и на научном уровнях. Благодаря этому возникли и продолжают развиваться такие ее формы, как житейская социальная психология (она существует в форме обрядов, традиций, заключена в содержании сказок, мифов, пословиц, поговорок и даже анекдотов) и социальная психология, представленная в образцах искусства и литературы. Люди всегда старались применить установленные социально-психологические закономерности для изменения и улучшения жизни. На основе житейских наблюдений, образцов литературы и искусства и научных данных создавались и создаются различные приемы социально-психологического воздействия, стратегии построения отношений в той или иной ситуации, технологии управления поведением и установками людей. Социально-психологические техники лежат в основе приемов риторики, целенаправленного воздействия на большие массы людей, негласных и гласных правил политического давления, тактики ведения дворцовых интриг, управления людьми на производстве.

На современном этапе развития человеческой цивилизации социальная психология как культурный феномен представлена такими формами, как:

- житейская;
- в образцах искусства и литературы;
- научная;
- мыслительная парадигма;
- психотехническая.

Основные направления практической социальной психологии следующие:

1. Промышленное производство. Промышленное производство явилось одним из главных заказчиков на прикладные социально-психологические исследования. Хотя проблемы управления производством можно отнести к общей проблематике психологии управления, за социальной психологией промышленного предприятия остается собственный круг вопросов, прежде всего – проблемы формирования производственных коллективов.

Построение модели психологической службы промышленного предприятия позволило обратиться к таким темам, как

- психологический климат коллектива;
- удовлетворенность трудом;
- текучесть кадров, аттестация кадров;
- адаптация новичков.

Особое внимание уделяется проблеме психологического климата, который рассматривается посредством изучения ряда отношений:

1) отношений между членами коллектива по вертикали (руководство, восприятие руководителя коллективом, и наоборот, степень участия в управлении, удовлетворенность степенью);

2) отношений между членами коллектива по горизонтали (сплоченность коллектива, характер межличностных отношений, типы и способы разрешения конфликтов);

3) отношения к труду (удовлетворенность трудом, эффективность деятельности коллектива).

2. Управление. В разработку проблемы управления вовлечены специалисты и по экономике, и по социологии. Социальная психология имеет здесь свой собственный достаточно четко обозначенный аспект. Одной из важных частей в нем является вопрос о необходимых руководителю психологических качествах. Многочисленные прикладные исследования ориентированы именно на выяснение этого вопроса. Ради этого применяются различные личностные тесты, конструируются другие методики, часто делаются описательные характеристики идеального руководителя.

Также в контексте данной проблемы рассматривается такой вопрос, как оптимизация делового общения руководителя с подчиненными разного ранга. Эта область включает в себя разработку практических занятий для руководителей, в которых отрабатываются стратегии и техника делового общения, его правила и нормы.

3. Развитие организации. Исследования в области организационного развития начались с повышения квалификации управленческого персонала. Организационное развитие означает создание особой культуры по использованию различных технологий для совершенствования поведения индивидов и групп в организации, особенно в том, что касается принятия решений, разрешения конфликтов, развития сети коммуникаций. Психолог выполняет роль как внешнего, так и внутреннего агента изменения. Перед ним встает задача обеспечения трех видов изменений:

1) «изменения» людей, что подразумевает изменение стиля их поведения в соответствии с новыми условиями в организации, их квалификации, ценностных ориентаций;

2) изменения управленческих технологий, что включает в себя совершенствование методов принятия решений, формирования команд;

3) изменения самой структуры организации, что предполагает изменение целей для лучшей адаптации к изменениям во внешней среде, совершенствование системы коммуникации.

4. Массовая коммуникация и реклама. В данной области проводятся социально-психологические исследования, изучающие каждый элемент коммуникации: коммуникатор, сообщение, аудитория, канал, эффект. Разрабатываются рекомендации, применимые на практике.

5. Школа. Психологическая служба школы решает следующие задачи: помощь в обеспечении развития здоровой личности, коррекция разного рода затруднений, проблемы профессиональной ориентации, обеспечение благоприятного климата школьных коллективов учащихся, коллектива педагогов.

6. Служба семьи. В социальной психологии семья рассматривается как пример естественной малой социальной группы. Проблемы, с которыми работает социальный психолог: подготовка молодых людей к созданию семьи, регулирование семейных взаимоотношений.

6.2 Социально-психологические закономерности в решении прикладных задач

Бурное развитие социально-психологических исследований в значительной мере было стимулировано именно потребностями практики. Это наложило свой отпечаток на становление самой научной дисциплины. Если нормальный ход развития науки заключается в том, что развитие фундаментальных исследований обгоняет развитие

прикладных исследований, когда первые задают проблематику, а вторые – проверяют на практике истины, полученные в фундаментальных исследованиях, то в социальной психологии имеет место определенный «обгон» фундаментальных исследований со стороны прикладных работ. Нерешенность, спорность, дискуссионность многих проблем социально-психологического знания не позволяют практике ждать того момента, когда все эти вопросы получат окончательные решения. Практические запросы становятся не только настоятельными, но и требующими достаточно быстрых решений. Такая ситуация порождает как положительные, так и отрицательные моменты для развития социальной психологии.

Положительные моменты заключаются в том, что различные области народного хозяйства и культуры финансируют социально-психологические исследования и тем самым создают благоприятные возможности для развития науки (особенно в условиях, когда государство не в состоянии финансировать науку на сколько-нибудь удовлетворительном уровне).

Отрицательные моменты порождены тем, что социальная психология зачастую еще не готова ответить на некоторые вопросы, поставленные практикой, но в условиях острой общественной потребности она дает эти ответы, что иногда означает относительно низкое качество прикладных исследований. Происходит это не потому, что социальные психологи не хотят добросовестно работать, а потому, что уровень развития науки не всегда позволяет дать всесторонний и глубокий ответ на практический вопрос.

Особое значение приобретает соблюдение ряда *этических норм*. Социальный психолог, проводящий прикладное исследование, выполняет заказ администрации, руководства и т.д. Выявление ряда характеристик групп, их климата сплошь и рядом влечет за собой – эксплицитно или имплицитно – определенные критические замечания, часто в адрес тех людей, от деятельности которых зависят недостатки и которые в то же время являются заказчиками исследования. Социальный психолог должен быть осмотрителен, чтобы своим вмешательством не осложнить отношений в реальном коллективе. Очень важно абсолютно точно обозначить свою роль. Иногда в реальных группах, где впервые проводится социально-психологическое исследование, исследователя принимают за члена какой-нибудь комиссии, за контролера и т.д. Вместо ответов на задаваемые вопросы следуют различные просьбы, а порой и жалобы. Это присвоение чужой роли иногда необходимо по методике, но чаще такой необходимости нет. В таком случае прямой долг исследователя – максимально точно объяснить цель своего прихода, цель исследования, свои собственные функции и задачи. Понятно, что при изложении этих вопросов он должен соблюдать все те правила, которые требуются задачей исследования.

Свойственная всякому прикладному исследованию трудность в отношении *языка* резко возрастает в социальной психологии. Как для психологии вообще, так и для социальной психологии особенно сложно пользоваться теми понятиями, которые имеют большое распространение в обыденной речи и обрастают часто случайными коннотациями. Такие психологические термины, как «личность», «деятельность», «ценность», широко используются в обыденной жизни. Любая методика, включающая эти термины, без операционального их определения может дать нежелательный эффект, если испытуемые будут понимать предложенные термины в том смысле, к которому они привыкли в повседневных ситуациях. Значит, первая проблема, которая встает перед социальным психологом, с точки зрения требований к языку исследования, заключается в своеобразной адаптации этого языка по отношению к испытуемому. Это правило необходимо соблюдать еще и по другой причине: отдельные термины могут быть непонятны или восприниматься слишком ситуативно (например, в вопросе интервью:

«Часто ли Вы ходите в кино?», предлагаемые интервалы будут весьма различны для молодого холостого мужчины и для пожилой, не очень здоровой женщины). Важны не только термины, но и контекст, в котором они применяются людьми на основе их собственной жизненной позиции.

Другая сторона проблемы языка прикладного исследования связана с применением некоторых специальных социально-психологических терминов, которые в силу ряда обстоятельств оказываются как бы скомпрометированными их употреблением за пределами науки. В соответствующих разделах такие понятия уже упоминались: «конформист», «авторитарный лидер», «формальная группа» и т.д. Есть достаточно большой и огорчительный материал относительно того, какие проблемы возникают порой у исследователей при использовании этих терминов. Слово «конформист», имеющее негативный оттенок в повседневной жизни и в политической сфере, рассматривается как обидное, если адресуется испытуемому в его диалоге с исследователем. В одном большом заводском коллективе после оглашения результатов исследования по стилю руководства возникло настоящее негодование тех руководителей, чей стиль был определен как «авторитарный». Социальный психолог не может не считаться с нормами повседневного употребления терминов, при которых такие ситуации становятся возможными.

Конечно, трудности языка прикладного социально-психологического исследования не являются главными. Более значимы проблемы, связанные с возможным искажением социально-психологической информации, возникшим в условиях реальной жизни, и с вопросами этики. Поэтому проведение прикладного исследования требует от социального психолога высоких нравственных качеств и чувства социальной ответственности. Элементарная вежливость, общительность – все эти само собой разумеющиеся качества также необходимы при любой работе с людьми, но в данном случае речь идет о том, что все должно быть подчинено главному – умению понять свое исследование в контексте реальной жизни, реальных требований общества, реального права каждого человека на то, что вмешательство науки не принесет ему дополнительных осложнений, а тем более вреда.

II. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

ТЕМАТИКА СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Модуль 1

Тема 1. Предмет и история развития социальной психологии

Понятие социальной психологии. Предмет социальной психологии. Задачи и функции социальной психологии. Основные этапы развития и становления социальной психологии как самостоятельной науки. Общественные, научные и идеологические предпосылки выделения социальной психологии в самостоятельную науку. Развитие социальной психологии за рубежом. Становление социальной психологии в советском союзе. Развитие белорусской социальной психологии.

Задание. Обсуждение содержания предмета социальной психологии

Задачи этапа:

- 1) расширение и закрепление знаний по проблеме определения предмета социальной психологии;
- 2) развитие умения использования профессиональной терминологии при формулировании определений.

Форма работы: мини-группы по 3-4 человека, групповое обсуждение и презентация результатов работы.

Содержание задания. Каждой группе выдается раздаточный материал (приложение 1.2.1), который содержит разные варианты определения предмета социальной психологии. Необходимо внимательно прочитать текст и ответить на следующие вопросы.

1. Какие общие проблемы, изучаемые социальной психологией, отражены в представленных определениях?
2. С какими вопросами вы могли бы обратиться к социальному психологу (формулировки вопросов должны быть конкретизированными)?
3. Самостоятельно сформулируйте определение предмета социальной психологии, отражающее общие проблемы, изучаемые социальной психологией.
4. В каких известных вам науках мы обнаруживаем социально-психологические знания?

Время выполнения задания 10 минут.

После выполнения задания каждая группа представляет результаты своей работы. Преподаватель, подводя итоги, подчеркивает, что предмет социальной психологии понимается достаточно широко и касается не только проблемы групп и массовых психических явлений, но и проблемы личности.

Тема 2. Методология и методы социальной психологии

Природа социально-психологических переменных. Особенности социально-психологического исследования. Основные методы исследования: наблюдение, эксперимент, вербально-коммуникативные методы, тестирование. Специализированные техники исследования: социометрия, ГОЛ, референтометрия, изучение случая, контент-анализ, нарративный анализ, герменевтический анализ; репертуарные решетки, сравнительные исследования; кросс-культурные исследования. Качественные методы: глубинное интервью, расширенные креативные группы; фокус-группы; феноменологическое интервью; проективные методы. Активные социально-психологические методы и их характеристика. Проблема соотношения количественных и качественных методов.

Задание. Какие виды наблюдения использовались в представленных ниже ситуациях?

1. В.Б. Ольшанский, будучи сотрудником института философии Академии наук, в 60-е годы прошлого века методом наблюдения изучая ценностные ориентации молодых рабочих (а точнее, их проявление в поведении). Исследователь в течение нескольких месяцев работал слесарем-сборщиком на одном из московских заводов. Личный опыт и производственная квалификация позволили В.Б. Ольшанскому войти в коллектив цеха в качестве рядового рабочего. Ему удалось быстро установить дружеские отношения с другими рабочими, бывать у них дома и т. д.

2. Л. Петерсон с коллегами в 80-е годы прошлого века в США исследовал проявление альтруизма у детей. Изучалась готовность младших школьников к оказанию помощи друг другу. Наблюдения показали, что такое поведение возникает у детей спонтанно не чаще 1-2 раз в час. Исследователи решили создать ситуацию, увеличивающую вероятность помогающего поведения, и сказали детям, что каждый из них по очереди будет носить суперплащ – ярко-синюю накидку с красной атласной звездой на груди. Накидка застегивалась сзади на шее большой пуговицей, и для ее застегивания была необходима помощь другого человека. Происходившее записывалось на видеокамеру.

3. Д. Розенхан и его сотрудники из Стэнфордского университета в 70-е годы XX века симулировали симптомы психотических расстройств и были помещены в психиатрические клиники. Д. Розенхана и его сотрудников поместили в разные психиатрические клиники, но они пришли к схожим выводам, наблюдая изнутри жизнь клиник и способы взаимодействия между персоналом и пациентами. Сотрудники клиник, не отдавая себе в этом отчета, бесчеловечно обращались с пациентами, игнорировали их законные просьбы и обходились с ними скорее как с животными в зоопарке, чем как с людьми.

4. Л. Фестингер с коллегами в 1950 году «внедрились» в религиозную общину, которая предсказывала, что наводнение в определенный день уничтожит большую часть Северной Америки. Цель исследования заключалась в том, чтобы наблюдать за поведением членов общины после того, как предсказание не сбудется. Когда предсказание не сбылось, большинство членов общины продолжили активную деятельность по обращению людей в свою веру, убедив себя в том, что именно их деятельность предотвратила катастрофу. Оказалось, что несбывшееся предсказание может не изменить, а укрепить взгляды человека. На основе результатов этого исследования Л. Фестингер разработал теорию когнитивного диссонанса.

5. Социальный психолог А.А. Ершов в 70-е годы прошлого века изучал особенности коммуникативного поведения бригадиров, работавших на молокозаводе в Ленинграде. Регистрировались частота и длительность актов вербального и невербального общения бригадира с рабочими, манипуляций с машиной и визуального контроля за ее работой. Обработка результатов наблюдения упрощалась тем, что проводился десятиминутный замер коммуникативного поведения каждого бригадира по 10 раз. В итоге был сделан вывод о зависимости эффективности работы бригады от коммуникативной активности бригадира.

Модуль 2

Тема 3. Мотивация социальной активности личности

Понятие потребности, мотива и мотивации. Теоретические аспекты мотивации в формировании социальной активности личности. Содержательные и процессуальные теории мотивации. Управление мотивацией. Мотивация как необходимое и достаточное условие проявления социальной активности. Виды мотивов. Социальные факторы мотивации. Социальные мотивы.

Тема 4. Социальные установки и поведение личности

Понятие социального поведения и его регуляторов. Ценности и ценностные ориентации. Социальная установка как латентная переменная. Измерение установок (самоотчеты, шкала оценок Лайкерта, семантический дифференциал). Социальная установка как функциональная система. Мотивационные функции установок: познавательная, инструментальная, экспрессивная, эго-защитная. Классическое и инструментальное обусловливание установок. Про- и контрустановочное поведение и его влияние на установки. Влияние установок на поведение и опосредующие факторы. Теория запланированного поведения (М. Фишбейн и А. Айзен) и ее экспериментальная проверка. Способы усиления обусловленности поведения установками. Влияние поведения на установки и его теоретические объяснения. Теория равновесия (Ф. Хайдер). Когнитивный диссонанс (Л. Фестингер): понятие, причины и условия возникновения, способы разрешения. Эффекты недостаточного и сверхдостаточного оправдания. Теория самовосприятия (Д. Бем) как теория атрибуции. Атрибутивный подход к изменению поведения и установок. Теория управления впечатлением (Дж. Тедеш). Парадокс Лапьера. Социальные установки и прогнозирование поведения. Изменение социальных установок, способы изменения установок через изменение поведения: от маленькой просьбы к большой; от большой просьбы к маленькой (методы «нога в дверях», «лицом в дверь»).

Тема 5. Социализация личности

Основы и содержание социализации. Структура процесса социализации. Факторы социализации. Стадии процесса социализации: адаптации, индивидуализации и интеграции. Теоретические подходы к проблеме социализации: бихевиористский (обуславливание – Б. Скиннер, Дж. Уотсон); социально-когнитивно-наученческий (научение через непосредственные реакции и моделирование – А. Бандура, Дж. Роттер); психодинамический (психосоциальное развитие Э. Эриксона); когнитивный (моральное развитие Л. Колберга); гуманистический (А. Маслоу); деятельностный; системный. Формы и механизмы социализации. Сетевые сообщества и виртуальная среда как новые ресурсы социализации личности. Социализация в сфере профессиональной активности личности, этапы построения карьеры.

Задание. Обсуждение информации о направлениях анализа процесса социализации

Цели занятия:

Дополнить и углубить полученные знания о социализации, способствовать осмыслению знаний по проблемам процесса социализации через осознание жизненного опыта.

Порядок работы:

Этап 1. Обсуждение информации о направлениях анализа процесса социализации.

Этап 2. Подведение итогов занятия, обсуждение домашнего задания

Этап 1. Обсуждение информации о направлениях анализа процесса социализации

В начале занятия преподаватель проводит краткую беседу со студентами, направленную на актуализацию знаний, полученных на лекции по теме «Социализация». Особое внимание уделяется рассмотрению проблемы *активности/пассивности* человека в социализационном процессе.

Далее студенты делятся на четыре группы. Членам каждой группы выдаются тексты с описанием одного из четырех направлений анализа процесса социализации: социализация как инкультурация, социализация как интернализация, социализация как адаптация, социализация как конструирование. Студенты знакомятся с текстом и сообща готовят выступление, ориентируясь на следующие вопросы: «В чем суть данного направления анализа содержания процесса социализации?», «Какие характеристики

социализации рассматриваются в этом направлении?», «Какие понятия используются для объяснения специфики данного направления анализа?»).

После завершения работы в группах представитель от каждой группы выступает с сообщением. В процессе прослушивания сообщений все студенты индивидуально выполняют письменное задание, связанное с проверкой усвоенного материала (об этом этапе занятия студентов следует предупредить заранее). Суть задания сводится к заполнению таблицы 2, где в систематизированном виде должна быть отражена специфика каждого из направлений анализа процесса социализации. Бланки таблицы выдаются каждому студенту.

Таблица 2 – Содержательные характеристики направлений анализа процесса социализации

Направление анализа	Основная задача процесса социализации	Основные понятия направления анализа социализации	Отличительные особенности направления анализа социализации
Социализация как инкультурация			
Социализация как инернализация			
Социализация как адаптация			
Социализация как конструирование			

Социализация как инкультурация

Социальные ситуации, с которыми сталкивается ребенок в процессе взросления и которые определяют содержание социализации, могут быть проанализированы как ситуации собственно межличностного взаимодействия (как влияние «других людей») и как ситуации влияния общества в целом. Последнее же всегда «больше», чем непосредственное социальное окружение, так как включает в себя, помимо общественных отношений, социальных институтов и коллективных представлений, еще и культуру (или культуры). Внимание исследователей к роли культуры в индивидуальном развитии связано в основном с очевидным контрастом между разнообразием обычаев, верований, нравов разных народов. Если для общей психологии интересна роль культуры в формировании психических процессов, то социальная психология ориентирована на анализ факторов культуры в социальном развитии личности – формировании социального поведения, становлении системы персональных ценностей и Я-концепции.

В определяющем значении культуры для человека в его социальном качестве легко убедиться: достаточно оказаться в ином культурном окружении или просто столкнуться с другой культурой, как казавшиеся очевидными нормы социального поведения (от нормативов величины межличностной дистанции в общении до норм взаимопомощи, отношений доминирования/подчинения, способов разрешения конфликтных ситуаций) перестанут быть таковыми.

Любая культура имплицитно несет в себе нормативный образ человека, существующий на уровне индивидуального и общественного сознания. Именно этот нормативный канон человека в культуре определяет особенности социализации: будет ли поддерживаться различными ее институтами активность или пассивность подрастающего человека, его стремление к индивидуальному успеху или ориентация на коллективные

достижения, интернальный или экстерпальный локус контроля, множественность или структурная собранность Я-копценции.

Таким образом, если в качестве ведущей задачи социализации выделить задачу *межпоколенной трансмиссии культуры*, т.е. задачу «передачи по наследству», от поколения к поколению всех свойственных конкретной культуре особенностей, то социализация может быть поята как процесс вхождения человека в культуру своего парода, а сам термин заменен термином *инкультурация*.

Понятие инкультурации было введено в научный обиход американским культурантропологом М. Херсковицем. Процесс инкультурацин начинается с момента рождения – с приобретения ребенком первых навыков и освоения речи, а заканчивается, можно сказать, со смертью. Он осуществляется по большей части не в специализированных институтах социализации, а под руководством старших па собственном опыте, т.е. происходит наущение без специального обучения. Конечный результат процесса инкультурации – человек, компетентный в культуре: в языке, ритуалах, ценностях и т.п.

В качестве основного механизма трансляции культуры на групповом уровне выделяют *культурную трансмиссию*. Обычно выделяют три ее этапа:

- вертикальную трансмиссию, в процессе которой культурные ценности, умения, верования и т.п. передаются от родителей к детям;
- горизонтальную трансмиссию, когда от рождения до взрослости ребенок осваивает социальный опыт и традиции культуры в общении со сверстниками;
- «непрямую» трансмиссию, при которой индивид обучается в специализированных институтах социализации (школах, вузах), а также на практике – у окружающих его людей.

Социализация как интернализация

Процесс социализации может быть рассмотрен с точки зрения того содержания, которое заложено в социальном влиянии па личность, и, следовательно, механизмов трансляции социального опыта: в этом случае социализация выступает как интернализация. В социально-психологической литературе, посвященной проблеме социализации, можно встретить две трактовки понятия интернализации: в широком смысле она понимается как синоним социализации, в узком – как ее частная вариативность, как совокупность мотивационных и когнитивных процессов, с помощью которых внешние социальные требования становятся внутренними требованиями личности.

Данный подход наиболее насыщен эмпирическими исследованиями. Практически любое исследование в рамках проблематики социализации так или иначе обращается к *содержанию* усваиваемого индивидом социального опыта. При этом, как правило, речь идет о двух основных характеристиках данного процесса:

- усвоение моделей поведения;
- усвоение социальных значений: символов, ценностей и установок.

В исследованиях, посвященных процессам интернализации поведенческих (в частности, ролевых) моделей, отмечается:

1. Интернализация ролей зависит от степени объективной и субъективной значимости самой модели (например, статуса значимого другого, чье поведение служит моделью).
2. Успешность интернализации индивидом моделей поведения зависит от степени согласованности ожиданий его социального окружения.

В исследованиях, обращающихся к изучению личностных диспозиций (ценностей, установок, структур самосознания), выступающих как результат интернализации социальных требований, тоже можно выделить определенные общие положения:

1. Индикатором, позволяющим говорить об усвоении социальных требований на уровне личностных диспозиций, является реальное поведение личности.

2. Основным фактором успешности процесса интернализации выступает степень осознанности интернализуемых влияний.

В различных теоретических ориентациях акцентируются разные механизмы интернализации. В необиористских теориях социального научения подчеркивается роль наблюдаемого поведения; в психоаналитических социально-психологических теориях акцентируется внимание на механизме рационализации.

Для понимания социализации как **адаптации** характерно не акцентирование процессуальных ее характеристик (например, стадий, этапов), и анализ социализационного процесса с точки зрения его возможных результатов. При этом в качестве основного результата социализации выделяется формирование таких характеристик индивида, которые обеспечивают его *нормативное* функционирование. Понятие социализации нередко заменяется понятием социализированность, а основным критерием в оценке социального развития индивида становится его социальная *успешность*.

Ведущей задачей социализации является такое приспособление человека к обществу, которое обеспечивает ему успешное функционирование. Процесс достижения известного соответствия человека требованиям социальной среды определяется как процесс *социальной адаптации*, а его нарушение – как *дезадаптация*.

В разных теоретических ориентациях социально-психологическая адаптации понимается по-разному. В *необиористской* ориентации социально-психологическая адаптация понимается как процесс, посредством которого достигается состояние социального равновесия между индивидом и группой, как отсутствие конфликтных отношений человека с ближайшим социальным окружением. Основное внимание *психоаналитических концепций* при анализе адаптации направлено на формирование и развитие защитных механизмов личности; при этом подчеркивается, что психологические защиты могут играть для личности как стабилизирующую, так и дестабилизирующую роль. Для *интеракционистского подхода* к анализу социально-психологической адаптации характерно ее рассмотрение в качестве успешного выполнения личностью ролевого репертуара и умения разрешать возникающие ролевые конфликты.

В эмпирических исследованиях процесса социально-психологической адаптации выделяются *три ряда факторов*, определяющих *успешность социально-психологической адаптации* к социальным изменениям.

во-первых, способность человека к изменению своих ценностных ориентаций и Я-концепции;

во-вторых, умение находить определенный баланс между своими ценностными ориентациями и социальной ролью;

в-третьих, ориентация не на конкретные социальные требования, а на принятие универсальной системы ценностей.

В исследованиях социализации с точки зрения разворачивания адаптационных процессов явно или неявно выделяется мысль о том, что социализация выступает как процесс, обращенный назад, как реакция, следующая за изменениями социальной ситуации, между тем, всегда, даже при условии критерия успешности как единственного параметра оценки, остается проблема, «заглядывания» вперед т.е. необходимость поиска тех характеристик личности, которые обеспечивают будущий успех, готовят человека к следующему этапу социализации.

Социализация как конструирование реальности

Практически во всех определениях и подходах к социализации так или иначе содержатся указания на активную роль самого индивида в данном процессе. Активность субъекта проявляется во многих сферах: в избирательном отношении к возможному ролевому репертуару и в способах разрешения ролевых конфликтов: в выборе той или иной

стратегии «совладающего поведения» в трудных жизненных ситуациях и в способах самопрезентации; в приверженности определенной системе ценностей и в особенностях самокатегоризации. Однако довольно долгое время указания на вторую, «активную» сторону процесса социализации оставались лишь пожеланиями и практически не воплощались в практике исследований.

Интерес к субъективной реальности личности – к смысловым образованиям, компонентам рефлексивного Я, процессам построения образа социального мира и себя в нем – объяснялся стремительным развитием в последние десятилетия когнитивистской ориентации в социальной психологии, открывшей в исследованиях личности новые перспективы через анализ процессов категоризации и самокатегоризации.

Одновременно в социологическом анализе проблемы взаимоотношения личности и общества начинает доминировать интерпретативная парадигма, основным пафосом которой также является представление об активной роли индивида в ходе социализации. Опираясь на теоретические положения символического интеракционизма Дж. Мила и Г. Блумера, современные приверженцы данной точки зрения утверждают роль человека как творца своего социального мира и, соответственно, не рассматривают несоответствие индивида требованиям общества как недостаток, требующий принудительного приспособления, а считают подобное рассогласование основным источником социальной динамики.

На сегодняшний день проблема конструирования субъектом социального мира является самостоятельным предметом анализа, составляя содержание психологии социального познания. Под конструированием при этом понимается, как отмечает Г.М. Андреева, «приведение в систему информации о мире, организация этой информации и связанные структуры с целью постижения ее смысла». Результатом данного процесса становится создание человеком образа социального мира, частью которого является представление о самом себе как части этого мира -- социальная идентичность. Этот образ становится для человека сотворенной социальной реальностью.

Таким образом, для конструктивистского подхода к социализации важно следующее: реальность социального мира и реальность внутреннего мира личности суть реальности постоянно познаваемые, осмысляемые и интерпретируемые и в этом смысле – сотворенные.

Подобный подход позволил окончательно преодолеть традиции «жесткого» детерминизма в решении проблемы человека и общества.

Тема 6. Личность как субъект социального познания

Модели познающей личности: рациональная или последовательная личность, наивный ученый, обрабатывающий данные лаборант, когнитивный скупек, мотивированный тактик или социальный агент. Социальные категории, прототипы, схемы, эвристики, стереотипы, социальные репрезентации как единицы социально-познавательной активности личности: понятия, виды и типы, психологические функции, условия и сферы использования. Исторические особенности становления представлений о природе социально-познавательной активности. Теоретические подходы к социальному познанию: когнитивистский, социально-конструктивистский, интеракционистский. Социальное познание как конструирование человеком представлений о внешнем и внутреннем мире.

Тема 7. Социальное объяснение

Атрибутирование как процесс объяснения причинности наблюдаемого. Понятие, закономерности и функции каузальной атрибуции. Индивидуальные различия в атрибутировании, атрибутивный стиль. Атрибутивные искажения и ошибки. Практическое значение исследований каузальной атрибуции.

Модуль 3

Тема 8. Межличностное восприятие и понимание

Эмоциональный интеллект как предиктор эмоциональной саморегуляции и межличностного восприятия и понимания. Формирование впечатления о личности. Механизмы и эффекты межличностной перцепции. Возможности повышения точности межличностной перцепции. Управление впечатлением. Самопрезентация. Стратегии самопрезентации. Межличностное понимание и взаимопонимание. Психологические барьеры взаимопонимания. Пути снижения влияния психологических барьеров и предубеждений.

Тема 9. Межличностная коммуникация и факторы ее эффективности

Понятие, виды, структура межличностной коммуникации. Вербальные и невербальные средства коммуникации. Деловая коммуникация. Условия эффективности деловой коммуникации. Электронная коммуникация. Коммуникация в электронных социальных сетях. Категория «общение» в отечественной социальной психологии. Виды общения. Структура общения: макроуровень, мезауровень и микроуровень (Б.Ф. Ломов). Функции общения: подходы Г.М. Андреевой, Б.Ф. Ломова. Потребности и мотивы личности в общении. Методы изучения общения. Общение и речь. Перцептивная, коммуникативная и интерактивная стороны общения. Соотношение категорий социальное взаимодействие и общение. Общение как обмен действиями (Б.Ф. Ломов). Типы взаимодействия в общении.

Тема 10. Межличностное взаимодействие

Понятие, структура, типы, стили. Теоретические подходы к социальному взаимодействию и их специфика. Транзактный подход Э. Берна. Теория взаимозависимости Д. Тибо и Х. Келли. Теория социального обмена Дж. Хоманса. Формальное и неформальное взаимодействие. Взаимозависимость, кооперация и соревнование. Доминирование и влияние во взаимодействии. Психологические условия эффективности взаимодействия. Социальная психология и практика развития компетентного общения. Межличностная аттракция: сущность, механизмы проявления, детерминирующие факторы. Приемы формирования межличностной аттракции.

Тема 11. Социально-психологическое воздействие

Понятие психологического воздействия. Разновидности воздействия. Эволюция психологических парадигм воздействия. Способы воздействия. Убеждающее воздействие и его специфика. Теоретическая модель убеждающего воздействия Г. Лассуелла. Внушение как метод воздействия. Понятие внушаемости. Манипулятивное воздействие. Сопротивление психологическому воздействию.

Тема 12. Межличностные конфликты и способы их разрешения

Понятие, виды, структура, динамика межличностных конфликтов. Конфликтное взаимодействие: стратегии, тактики, стили. Модели эскалации конфликта. Деэскалация. Управление конфликтами. Переговорные методы разрешения конфликта. Формы участия третьей стороны в урегулировании конфликта. Психологические способы снижения уровня конфликтности личности.

Модуль 4

Тема 13. Психология малой группы

Малая группа: понятие, виды. Этапы и механизмы развития малой группы. Динамические характеристики малой группы. Групповая динамика. Механизмы групповой динамики: разрешение внутригрупповых противоречий; идиосинкразический кредит

Холландера; психологический обмен. Групповые процессы. Групповое давление. Конформность и влияние меньшинства в малой группе. Групповая сплоченность: понятие, факторы. Нормативность группового взаимодействия. Социальные функции норм и их связь с системой регуляции поведения. Психологические механизмы действия социальных норм. Подход С. Аша. Социально-психологический климат и условия его оптимизации.

Задание. Проявления конформности

Формы работы: работа в микрогруппах, групповое обсуждение, информирование преподавателя.

Процедура проведения: студентам для обсуждения в микрогруппах предлагаются ситуации, описывающие различные проявления конформного поведения. Они знакомятся с ситуацией и отвечают на вопросы, данные в задании. Затем каждая микрогруппа представляет свое видение (оценку) ситуации остальным студентам. Преподаватель предлагает найти все признаки, объединяющие предложенные ситуации. В результате формулируется определение конформности, осознаются и формулируются причины конформного поведения.

Задание 1 (первая ситуация). В американском колледже наступил день вручения дипломов. Церемония проводилась очень торжественно, собралось много родственников и друзей. По условленному знаку 400 выпускников колледжа встали, чтобы выслушать слова президента колледжа: «...тем самым я присуждаю каждому из вас степень бакалавра со всеми сопутствующими ей правами и привилегиями». Речь окончилась, 25 новоиспеченных выпускников из первого ряда выстроились в очередь за дипломами. А остальные 375 нервничали, думая про себя: «Было ли сказано, что теперь нужно сесть и ждать своей очереди?» И ни один не сел. Время шло. Половина первого ряда уже получила свои дипломы. А толпа, стоящая позади, застыла, как замороженная. Но в голове каждого из стоящих метались мысли: «До нашего ряда очередь может дойти только через полчаса... Мы загораживаем обзор зрителям, сидящим сзади... Почему никто не садится?» И по-прежнему ни один не сел. Прошло еще две минуты. Человек, управляющий церемонией, чьи команды студенты игнорировали на репетиции, подбежал к первому ряду и сделал легкую отмашку садиться. Ни один человек не сел. Тогда он подошел к следующему ряду и громко скомандовал: «Сесть!» Через две секунды 375 спасенных блаженствовали на стульях [2, с. 268].

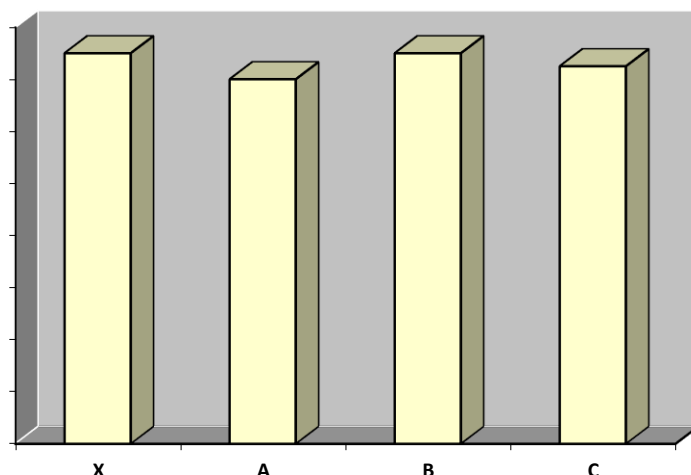
Вопросы:

- Объясните, чем вызвано поведение выпускников колледжа.
- Почему при значительном разнообразии индивидуальностей внутри этой большой группы поведение было настолько единообразным?
- Было ли принято этими студентами сознательное решение вести себя подобным образом?
- Расскажите, как эти люди выглядят в ваших глазах. Могут быть сделаны следующие выводы:
 - влияние толпы стирает индивидуальные различия;
 - в толпе происходит «размывание» ответственности;
 - в данном случае описывается проявление «бездумной конформности» (бессознательное конформное поведение).

Задание 2 (вторая ситуация). Василий добровольно вызвался участвовать в эксперименте по перцептивным суждениям. Он заходит в комнату вместе с четырьмя другими участниками, и экспериментатор показывает всем карточку с отрезком прямой (отрезок X). Одновременно для сравнения он показывает другую карточку с тремя отрезками (отрезки A, B, C). Задача Василия – определить, какой из трех отрезков ближе всего по длине к отрезку X.

Решение представляется Василию на удивление легким. Совершенно очевидно, что правильное решение – это отрезок B, и когда наступит черед Василия отвечать, он, конечно, именно его и назовет. Но сейчас не его очередь – молодой человек перед ним внимательно

смотрит на рисунки и выбирает отрезок С. Раскрыв рот, Василий смотрит на него с недоумением. «Как ему могло прийти в голову назвать С, когда любому дураку ясно, что должно быть В? – спрашивает себя Василий. – Он или слеп, или спятил». Тем временем наступает очередь второго участника, и он тоже выбирает отрезок С. Василий начинает ощущать себя Алисой в Стране чудес. «Что происходит? – продолжает он пытаться себя, – неужели они оба слепы или сошли с ума?» А тут и третий участник выбирает отрезок С. И Василию ничего другого не остается, как еще раз внимательно приглядеться к отрезкам. «Может быть, единственный сумасшедший здесь – это я?» – бормочет про себя Василий. Четвертый участник тоже считает, что правильный ответ – это С. Наконец наступает очередь Василия. «Конечно С! – заявляет Василий. – Я с самого начала знал, что это С» [2].



Вопросы:

- Что заставило описанного человека изменить свое мнение?
- Получил ли этот человек какую-то выгоду от своего поведения или оно помогло ему избежать каких-то неприятных последствий?
- Было ли это решение сознательным?
- Было ли давление группы прямым?
- Поощрялось ли каким-то образом конформное поведение?

Резюме преподавателя – рассказ об эксперименте С. Аша и его результатах.

Вывод: в данной ситуации мы имеем дело с таким проявлением конформности, как одобрение (изменение убеждения и действия в соответствии с социальным давлением) [3, с. 270].

Задание 3 (третья ситуация). Студент по имени Иван и четверо его приятелей смотрят по телевизору предвыборные дебаты кандидатов в президенты. Речь одного из кандидатов производит на Ивана благоприятное впечатление: своей искренностью и открытостью» чувством юмора этот кандидат нравится ему больше, чем его оппонент. Когда выступление закончено, один из приятелей Ивана говорит: «Ишь как соловьем заливается этот жулик! Народ ограбил, теперь можно и шуточки шутить». Остальные единогласно и быстро соглашаются с ним. Ивана эта ситуация озадачивает и даже слегка огорчает. В конце концов, он говорит приятелям: «Да, действительно, он не производит впечатления честного человека. А я-то надеялся...». Впоследствии Иван голосует за того кандидата, который ему понравился с самого начала.

Вопросы:

- Что заставило Ивана изменить свое мнение, что на него повлияло?
- Почему изменение мнения не привело к изменению поведения?

Вывод: в данной ситуации описано такое проявление конформности, как уступчивость (внешние действия хотя и соответствуют давлению группы, однако присутствует личное несогласие) [3, с. 270].

Затем в группе проводится обсуждение причин конформного поведения (по всем трем ситуациям). Группе предлагается дать определение конформности.

Резюме преподавателя. Конформность – изменение поведения или убеждений в результате реального или воображаемого давления группы [2, с. 269]. Конформность состоит не в том, что вы действуете так же, как все, но в том, что вы поддаетесь влиянию всеобщего действия. Вы ведете себя не так, как делали бы это в одиночку.

Вопросы:

- Останутся ли ваше поведение и убеждения такими же вне группы?
- Вскочили бы вы в момент гола, будь вы единственным болельщиком?
- Когда вы пьете чай или кофе, как миллионы других людей, – это конформность?

Тема 14. Лидерство и руководство в малой группе

Понятие, функции, типы лидерства и руководства. Стили управления. Теории лидерства: харизматическая; ситуативная; синтетическая. Структурно-личностные аспекты лидерства. Экспериментальное исследование стиля лидерства в школе «групповой динамики» К. Левина. Психологические модели эффективного управления.

Задание

Этап 1. Подготовительный

Группа студентов разбивается поровну. Одна подгруппа – участники эксперимента, другая подгруппа – наблюдатели. Оптимальное число участников в каждой группе от 3 до 5. Если группа достаточно большая, то можно сформировать по две группы участников и наблюдателей. Условия соревнования помогут создать дополнительную мотивацию решения задачи. Участников эксперимента просят на 5 минут покинуть аудиторию. В это время дается инструктаж наблюдателям. За каждым наблюдателем закрепляется подшефный участник эксперимента, поведение которого должно фиксироваться на специальном бланке (таблица 1)

Этап 2. Экспериментальный

Экспериментальная группа получает задание. Цель рабочей группы – выполнить задание как можно быстрее.

Наблюдатели в специальных листах фиксируют реакции участников, появление каждой из которых оценивается в 1 балл. Эксперимент заканчивается тогда, когда, по мнению участников, задание выполнено.

Этап 3. Подведение итогов наблюдения и обсуждение результатов

Наблюдатели осуществляют подсчет полученных баллов, выявляют инструментальных и экспрессивных лидеров. Вычисляются баллы отдельно по инструментальному и экспрессивному блоку в целом, в рамках экспрессивного блока отдельно вычисляются суммы негативных и позитивных реакций. В заключение подсчитывается общее число реакций, характеризующее уровень активности каждого члена группы.

Участники эксперимента высказывают свои впечатления о роли каждого в процессе совместной деятельности, а затем наблюдатели знакомят участников с результатами наблюдения.

Контрольные вопросы:

1. Сколько лидеров было выявлено в данной экспериментальной группе?
2. Какие типы реакций были наиболее характерны для каждого участника?
3. Каким образом могут влиять на результаты совместной деятельности различные сочетания лидерских позиций участников?

Текст задачи

Встречаются двое знакомых. Интересуются, как дела и т.д. Один говорит, что у него трое детей. Второй интересуется возрастом детей.

Первый говорит, что произведение их возрастов равно 36.

Второй: «Мало информации, чтобы понять, сколько лет детям».

Первый: «Сумма их возрастов равна номеру вон того троллейбуса».

Второй: «Мало информации».

Первый: «Старший – рыжий».

Второй: «Ну, тогда все понятно».

Сколько лет каждому из детей?

Таблица 1 – Фиксации реакций испытуемых (в основу положена адаптированная к целям задания схема наблюдений Р. Бейлза)

Вид реакции	Количество реакций	Сумма баллов
1. Инструментальные реакции		
Предложения версии или действий		
Задаёт вопросы		
Вид реакции	Количество реакций	Сумма баллов
Отвечает на вопросы		
Соглашается		
Спорит, критикует		
Подбадривает, стимулирует работу других: «Думайте», «Давайте быстрее» и т. п.		
Выполняет необходимые действия		
Общая сумма баллов по инструментальным реакциям		
2. Эмоциональные реакции		
<i>Положительные эмоциональные реакции</i>		
Смех, улыбка		
Позитивная оценка другого участника		
Общая позитивная оценка результатов (хорошо, молодцы)		
<i>Отрицательные эмоциональные реакции</i>		
Негативная оценка другого участника		
Насмешка		
Общая негативная оценка результатов (ничего не получается)		
Общая сумма баллов по эмоциональным реакциям		
ИТОГОВЫЙ БАЛЛ		

Тема 15. Факторы эффективности деятельности малой группы

Групповая продуктивность. Мотивационные потери групповой продуктивности. Внутригрупповые коммуникации. Групповые задачи. Принятие решений в группе. Социальная фасилитация, сдвиг риска, групповая поляризация, огруппление мышления. Методы поиска и принятия групповых решений. Психологические основы организации и управления групповой дискуссией. Процесс принятия группового решения. Эффективность деятельности малой группы.

Задание. Решите кейс, ответив на предложенные ниже вопросы

«Нас всё устраивает»

Ресторан «Планета X» уже давно терпит убытки и теряет постоянных клиентов в связи с тем, что его конкуренты перешли на экспериментальную молекулярную кухню. Несмотря на то, что в заведении есть повара, умеющие готовить блюда данного вида (сотрудники Иванов, Петров и Сидоров), никто не желает этого делать.

Психолог Анна работает в компании чуть меньше одного года. Два месяца назад, проводя индивидуальные интервью по целям сотрудников, от каждого из поваров она слышала о желании когда-либо поэкспериментировать на кухне. В то же время на общем голосовании персонал ресторана, проработавший вместе (практически в неизменном составе) с момента открытия 15 лет, в который раз принял единогласное решение «оставить всё, как есть».

Пришедшая 3 месяца назад повар Синичкина несколько раз пыталась предложить ввести новое меню, однако встретила с серьезным сопротивлением как со стороны руководителя, так и со стороны поваров, официантов и администратора. Несмотря на то, что при личной беседе с Синичкиной многие сотрудники высказывались «за» инновации, на общем обсуждении все голосовали «против», аргументировав своё решение следующим образом: «скоро черная полоса закончится», «мы всё делаем правильно», «если будем заодно в своих мыслях и действиях, то скоро выберемся из ямы». Следует отметить, что данные конкурентной разведки, проведенной маркетологом, и объективно показывающие, что переход на молекулярную кухню заметно повысит приток клиентов, также не повлияли на решение сотрудников.

Вместе с тем психолог Анна продолжает периодически слышать о том, что сотрудники жаждут изменений, однако происходит это лишь тогда, когда животрепещущая тема затрагивается в кулуарных обсуждениях, в которых участвует 2-3 сотрудника из работающих в ресторане 25 человек.

Набравшись смелости, Анна отправилась к руководителю ресторана с заявлением, что догадывается, в чём причина нежелания сотрудников что-либо менять. Руководитель оценил смелость Анны и предоставил ей «карт-бланш»: если она окажется права, он прислушается к ее рекомендациям.

Вопросы:

- С каким социально-психологическим феноменом столкнулся коллектив ресторана? Какие признаки свидетельствуют об этом?
- Какие факторы могут приводить к такому поведению сотрудников ресторана?
- Какие действия необходимо предпринять психологу Анне, чтобы минимизировать наблюдаемое явление? С какими препятствиями она может столкнуться при реализации своих действий?
- В каких культурах вероятность демонстрации сотрудниками данного поведения является выше? Почему?

Тема 16. Команды и командообразование

Понятие «команда». Виды команд: рабочие команды, команды повышения эффективности, межфункциональные, проектные и творческие команды, виртуальные

команды, кросскультурные команды, управленческие команды. Основные сферы деятельности команд. Взаимодействие в команде, специфика командных отношений. Рольевая структура команды. Стадии развития различных видов команд. Критерии и факторы эффективности команды. Преимущества и недостатки командной формы работы. Психологические основы создания и управления командами.

Тема 17. Психология больших групп и массовые психические явления

Понятие «большая группа». Виды больших групп: этнические, профессиональные, гендерные и др. большие группы. Психические явления в больших группах: общественное сознание, общественное мнение, общественное настроение, общественная деятельность и др. Специфика межличностного взаимодействия в условиях большой группы. Массовидные психические явления: толпа, паника, мода. Толпа как социально-психологический феномен. Психологические особенности поведения и эмоционального состояния в толпе. Факторы, обуславливающие возникновение и развитие паники. Условия прекращения паники. Социально-психологическая сущность моды. Психологические механизмы моды. Реклама как социально-психологический феномен.

Тема 18. Массовые информационные процессы

Социальная психология массовой коммуникации: понятие, структура, функции, эффекты. Стихийные информационные процессы: психологические функции, закономерности развития и возможности управления. Слухи как форма передачи информации. Психологическая природа возникновения слухов.

Тема 19. Межгрупповые отношения

Межгрупповое взаимодействие в условиях опосредованного социального окружения: массовая коммуникация, субкультура и кросс-культурные различия. Межгрупповые отношения: межличностное и межгрупповое поведение, групповая идентичность и предубежденность. Прикладные проблемы психологии межгрупповых отношений. Дифференциация и интеграция в межгрупповых отношениях. Природа социальных предубеждений. Предубеждения и дискриминация. Типы предубеждений и их своеобразие: сексизм; расизм. Формы предубеждений. Феномен стигматизации: понятие, проявления, условия формирования и предупреждения. Эффекты предубеждений. Теоретические объяснения предубеждений и дискриминации. Явления ингруппового фаворитизма и межгрупповой дискриминации.

Практическое задание

Порядок работы

Этап 1. Информационный. Краткое сообщение на тему «Предрассудок как особый вид социальной установки».

Этап 2. Практический. Упражнение «Российский экспресс»

Этап 3. Заключительный. Задания для самостоятельной работы, Подведение итогов.

Этап 1. Информационный

Цель данного этапа: актуализация теоретических знаний. Данное практическое занятие следует проводить после лекции на тему «Социальная установка». Преподаватель может сделать краткое сообщение о понятии «социальная установка», структуре, методах измерения социальных установок или задать студентам вопросы для проверки знаний, полученных на лекции. Далее рассматриваются следующие вопросы: понятие «предрассудок», основные виды предрассудков, структура предрассудка и причины его возникновения, способы борьбы с предрассудками. Информационное сообщение по длительности занимает не более 20 минут.

Этап 2. Практический

Цель данного этапа: осознание собственных предрассудков. Перед выполнением упражнения «Российский экспресс» преподаватель дает краткую инструкцию: «Каждый из нас время от времени ездит на поездах. Отправляясь в путешествие и покупая билет на поезд, вы не знаете своих соседей (за исключением тех случаев, когда ваши попутчики – родственники или друзья). Представьте, что сейчас у вас есть возможность выбрать себе попутчиков в поездке до Владивостока (7 дней в пути)».

Ход работы. Каждому студенту представляется список пассажиров.

- цыганка;
- явный гомосексуал;
- скинхед;
- ВИЧ-инфицированный молодой человек;
- неаккуратно одетая женщина с маленьким ребенком;
- кавказец-мусульманин;
- человек из деревни с большим мешком;
- африканский студент;
- подросток, похожий на наркомана;
- бывший заключенный;
- таджик в национальной одежде;
- милиционер;
- инвалид со складной коляской;
- кришнаит;
- китаец, который ест странно пахнущую еду;
- панк;
- человек, говорящий на непонятном языке.

Далее преподаватель задает следующие вопросы: «С кем из этих людей вы меньше всего хотели бы оказаться в одном купе поезда?» и «С кем из этих людей вы больше всего хотели бы оказаться в одном купе поезда?». Участники индивидуально определяют три самых непредпочтительных выбора и три самых предпочтительных выбора (время не более 7 минут).

Затем студенты делятся на группы по три человека. Каждая группа представляет собой купе. Если участников четное количество, то некоторые группы можно объединить в четверки (нестандартное купе) или двойки. *Цель задания:* проранжировать список с тем, чтобы, во-первых, выбрать четвертого попутчика (предпочтительный выбор), а во-вторых, определить, с кем вся группа не поедет (непредпочтительный выбор). Обсуждение в микрогруппах длится 10-15 минут. После этого группа собирается вместе и представляет результаты.

Каждая из групп получает следующее задание:

- 1) назвать предпочтительный и непредпочтительный выбор по результатам обсуждения в микрогруппе;
- 2) рассказать об атмосфере, которая была во время обсуждения (были ли разногласия в ходе обсуждения; если да, то по какому поводу; все ли члены группы согласны с окончательным решением?) Ответы каждой группы преподаватель записывает на доске. Подсчитывается результат и определяется лидер среди предпочитаемых и не-предпочитаемых выборов. Далее следует групповая дискуссия (20-30 минут).

Вопросы для групповой дискуссии:

- Почему у групп ответы оказались разными?
- Почему иногда ответы всех групп совпадали?

- Каковы причины нежелания ехать с человеком в одном купе? Какие чувства вы испытываете к этим людям (аффективный компонент установки)? Когда нами руководит страх, когда – брезгливость, когда – неприязнь? Насколько они в каждом случае обоснованы?

- Можем ли мы что-то сделать с нашими чувствами в таких случаях? Может ли кто-нибудь не захотеть ехать в одном купе с вами? А если дело происходит в другой стране?

- Как мы поступаем, когда оказываемся в одном купе с нежелательным человеком?
- Виноваты ли те, с кем мы не хотим ехать?
- Что они почувствуют, если увидят наше недовольство?
- Как лучше всего поступать в таких случаях?

Примечание. Этап групповой дискуссии является очень важным, так как он позволяет сопоставить результаты разных групп. Довольно часто в группах мнения расходятся, и одни и те же пассажиры попадают в число и предпочитаемых, и непредпочитаемых. Так, например, группы преимущественно с мужским составом выбирают гомосексуала в качестве непредпочтительного спутника, в то время как девушки называют явного гомосексуала в роли желательного попутчика. Необходимо заострить внимание студентов на подобных особенностях при восприятии представителей сексуальных меньшинств. Кроме того, расхождения в группах могут быть обусловлены наличием в составе группы человека, у которого есть положительный опыт взаимодействия с представителями той или иной категории пассажиров. Например, у одного из студентов может быть друг – бывший заключенный или сосед-цыгане. Здесь преподавателю нужно обратить внимание на роль контакта в ослаблении предрассудков (гипотеза контакта).

Апробация данного упражнения на группах студентов разных специальностей (психологов, филологов, педагогов) показала, что чаще всего в качестве непредпочтительного выбора выступает цыганка. Немного реже называют ВИЧ-инфицированного молодого человека, подростка-наркомана, бывшего заключенного, человека из деревни с большим мешком. В качестве предпочтительного выбора студенты чаще всего выбирают африканского студента. В этом случае преподавателю нужно обратить внимание студентов на тот факт, что людям свойственно отдавать предпочтение собственной группе (феномен внутригруппового фаворитизма). Немного реже выбирают в качестве попутчика гомосексуала (преимущественно в женских по составу группах), неаккуратно одетую женщину с маленьким ребенком, милиционера.

Этап 3. Заключительный

Цель данного этапа – получение обратной связи. Каждый из студентов на трех отдельных листах, обозначенных символами «-», «+», «?», пишет о том, что ему понравилось («+»), что не понравилось («-») в ходе занятия. На листочке со знаком «?» студент задает вопрос преподавателю по теме занятия. Заполненные листки студенты складывают в три конверта с соответствующими обозначениями на стол преподавателя. Этот метод обратной связи позволяет также проверить посещаемость – при условии, что на одном из листочков (например, со знаком «+») студент пишет свою фамилию. На следующем занятии преподаватель дает обратную связь: представляет результаты опроса, сообщает о положительных и отрицательных оценках, а также отвечает на вопросы студентов.

Модуль 5

Тема 20. Просоциальное поведение

Сущность, формирование и актуализация социального поведения. Социальная регуляция поведения. Понятие «помогающее поведение» и теоретические подходы к его объяснению. Личностные и ситуационные факторы помогающего поведения. Эффект очевидцев. Виды помогающего поведения. Альтруистическое поведение. Условия и механизмы развития просоциального поведения. Социализация альтруистического поведения и ее особенности. Профессиональная помогающая деятельность.

Тема 21. Агрессивное поведение

Типология агрессивного поведения. Природа агрессивного поведения. Личностные и ситуационные факторы агрессии. Теоретические подходы к анализу агрессивного поведения: агрессия как инстинкт (У. Макдауголл); агрессия как реакция на фрустрацию (З. Фрейд); этологический подход (К. Лоренц). Фрустрация и агрессия. Социализация агрессивности: теория сигнала – активации (Л. Берковиц); подход теории социального научения А. Бандуры; инструментальное обусловливание; влияние моделей СМИ на агрессию. Психологические последствия агрессии. Агрессия как социальное взаимодействие. Коллективная агрессия. Буллинг. Виктимизация. Институционализация агрессии. Управление агрессией. Условия снижения агрессивности. Профилактика агрессии и насилия.

Тема 22. Ассертивное поведение

Понятие ассертивности и ассертивного поведения. Структурные компоненты ассертивности как черт личности: целеустремленность, уверенность в себе, самостоятельность, независимость, инициативность, самоконтроль, эмоциональная стабильность, настойчивость, решительность, требовательность к себе и другим, рефлексивность. Принципы ассертивного поведения. Модели и приемы развития ассертивности.

Тема 23. Социальная психология культурного многообразия

Социально-психологический подход к понятию «культура». Показатели культурного многообразия: «коллективизм – индивидуализм», культурная сложность, открытость, дистанция власти и дифференциация статуса, избегание неопределенности, маскулинность. Язык и культура. Культура и личность. Культура и социальное поведение. Унификация и уникализация как механизмы взаимодействия культур и субкультур. Психологические условия эффективности межкультурной коммуникации. Межкультурная коммуникативная компетентность. Ценности и нормы прав человека. Толерантность в межкультурном взаимодействии.

Задание

После теоретического знакомства с методом контент-анализа студентам предлагается самостоятельно провести небольшое контент-аналитическое исследование. Материалом для анализа служат тексты двух сказок (русской и африканской), студентам предлагается применить контент-анализ с целью изучения особенностей русской и африканской культуры. По желанию студентов работать можно как индивидуально, так и в группах по 2-3 человека. На выполнение задания отводится 20-30 минут.

Данный этап занятия предполагает последовательное решение ряда задач.

Студенты читают обе сказки и пытаются сформулировать гипотезу, содержащую положение о культурных особенностях, содержащихся в текстах.

Исходя из гипотезы, студенты выделяют категории и подкатегории контент-анализа и проводят собственно исследование.

Получив количественные данные, студенты пытаются проинтерпретировать их, соотнести с особенностями русской и африканской культуры.

После окончания работы каждая группа студентов рассказывает о проделанной работе: гипотезе, процедуре исследования, результатах и сделанных выводах.

На данном этапе студентам необходима помощь преподавателя. Как показывает наш опыт, далеко не все студенты способны самостоятельно выделить категории контент-анализа. В этом случае преподаватель может подсказать несколько вариантов, например, подсчитать количество употребления слов различных частей речи; выписать из текста все глаголы и распределить их в группы по смысловому содержанию (например, глаголы, обозначающие агрессивные действия; глаголы, обозначающие действия коммуникации и т. д.). Что касается гипотез исследования, то они могут касаться различных особенностей культуры: культурно приемлемых способов выражения эмоций, различий в уровне проявления агрессивности и т. д.

При обсуждении полученных результатов может оказаться важным напомнить студентам о том, что проделанная работа носила учебный характер, что невозможно сделать достоверные выводы о культурных особенностях на столь ограниченном материале.

ОБЕЗЬЯНА, ПИТОН И ЗАЯЦ

Давно-давно, когда животные могли разговаривать так же, как и люди, жила-была обезьяна.

Однажды утром отправилась эта обезьяна поискать себе что-нибудь поесть. Вот пришла она к холму, подняла камень, лежавший на солнцепеке, а там – черви, скорпионы, жуки. Вдоволь полакомилась обезьяна. И пошла дальше. Идет она, идет и вдруг видит: на дороге еще один камень лежит, а под ним огромный питон. Еле живой. Стал питон просить обезьяну:

– О, дитя моего народа, отверни этот камень, чтобы я мог выползти. Помоги мне! Обезьяна приподняла камень и освободила питона.

Не успел он выползти из-под камня, как схватил обезьяну и хотел уж ее проглотить. Закричала обезьяна, стала просить питона помиловать ее, но питон и слушать ничего не желал.

А в это время случилось зайцу проходить мимо. Вот несчастная обезьяна и обратилась за помощью к нему, прося рассудить их с питоном. Рассказали питон и обезьяна, как все случилось, а заяц, подумав, ответил:

– Ничего не понимаю! Питон, ложись под камень, как это было, когда обезьяна увидела тебя, чтобы я своими глазами мог увидеть, как все было на самом деле.

Как сказал заяц, так и сделали. Питон лег, а обезьяна навалила на него огромный плоский камень. И говорит тогда заяц обезьяне:

– А теперь, сестра моя, беги прочь!

И они убежали оба, оставив питона лежать под камнем.

ОВЦА, ЛИСА И ВОЛК

У крестьянина из гурта бежала овца. Навстречу ей попала лиса и спрашивает: «Куда тебя, кумушка, Бог несет?» – «О-их, кума! Была я у мужика в гурте, да житья мне не стало: где баран сдури, а все я, овца, виновата! Вот и вздумала уйти куды глаза глядят». – «И я тоже!» – отвечала лиса. – «Где муж мой курочку словит, а все я, лиса, виновата. Побежим-ка вместе». Через несколько времени повстречался им бирюк. «Здорово, кума!» – «Здравствуй», – говорит лиса. «Далече ли бредешь?» Она в ответ: «Куда глаза глядят», – да как рассказала про свое горе, бирюк молвил: «И я также! Где волчица зарежет ягненка, а все я, бирюк, виноват. Пойдемте-ка вместе». Пошли. Дорогою бирюк и говорит овце: «А что, овца, ведь на тебе тулуп-то мой?»

Лиса услышала и подхватила: «Взаправду, кум, твой?» – «Верно, мой!» – «Побожись?» – «Побожусь!» – «К присяге пойдешь?» – «Пойду». – «Ну, иди, целуй присягу».

Тут лиса смети́ла, что мужики на тропинке поставили капкан, она привела бирюка к самому капкану и говорит: «Ну, вот здесь целуй!» Только что сунулся бирюк сдуру – а капкан щелкнул и ухватил его за морду. Лиса с овцой тотчас убежали от него подобру-поздорову.

Модуль 6

Тема 24. Области прикладной социальной психологии

Возможности социальной психологии в решении прикладных задач народного хозяйства и культуры. Социальная психология труда. Социальная психология в образовании и науке. Социальная психология в сфере управления. Организационная социальная психология. Социальная психология в маркетинге и рекламе. Экономическая социальная психология и социальная психология предпринимательства. Социальная психология и юриспруденция. Политическая социальная психология. Социальная психология и здоровье. Социальная психология и охрана окружающей среды и др.

Задание. Заполните таблицу – Практическое значение социальной психологии в жизнедеятельности людей

Сфера деятельности	Основная социально-психологическая проблематика
Управление	
Промышленное производство	
Образование	
Служба семьи	
Массовая коммуникация и реклама	
Развитие организации	

Тема 25. Социально-психологические закономерности в решении прикладных задач

Практическое приложение социальной психологии в различных сферах профессиональной деятельности. Взаимоотношение социального психолога и «заказчика». Язык прикладного исследования в социальной психологии. Проблема социальной и гражданской ответственности исследователя. Социально-психологическая помощь населению. Общее и специфическое в деятельности социального психолога в различных подразделениях психологической службы в промышленности, торговле, науке, системе средств массовой информации, службе семьи и т.д.

Список использованной литературы

1. Андреева Г. М. Социальная психология: Учебник для высших учебных заведений. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 364 с.
2. Аронсон Э. Общественное животное. Введение в социальную психологию. – М.: Аспект Пресс, 1999. – 517 с.
3. Майерс Д. Социальная психология. – СПб.: Питер, 1998. – 688 с.
4. Социальная психология: Практикум: Учебное пособие для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2006. – 477 с.
5. Методы социальной психологии / Под ред. Е. С. Кузьмина и В. Е. Семенова. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1977. – 176 с.

III. РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

3.1 Вопросы к зачету

1. Предмет социальной психологии.
2. Задачи и функции социальной психологии.
3. Основные этапы развития и становления социальной психологии как самостоятельной науки.
4. История становления социальной психологии.
5. Классификация и общая характеристика методов социальной психологии.
6. Основные методы исследования в социальной психологии.
7. Специализированные социально-психологические методы.
8. Личность как объект социально-психологического познания. Специфика личностной проблематики в социальной психологии.
9. Проблема Я-концепции в социальной психологии. Структура Я-концепции.
10. Соотношение самости и Я-концепции.
11. Развитие представлений о личности в социальной психологии.
12. Личностная и социальная идентичность. Статусы идентичности Дж. Марсиа. Профессиональная идентичность.
13. Понятие потребности, мотива и мотивации. Теоретические аспекты мотивации в формировании социальной активности личности.
14. Содержательные и процессуальные теории мотивации. Управление мотивацией.
15. Виды мотивов. Социальные факторы мотивации. Социальные мотивы.
16. Понятие социального поведения и его регуляторов. Ценности и ценностные ориентации.
17. Мотивационные функции аттитудов: познавательная, инструментальная, экспрессивная, эго-защитная.
18. Про- и контрустановочное поведение и его влияние на установки.
19. Парадокс Лапьера. Социальные установки и прогнозирование поведения.
20. Изменение социальных установок.
21. Основы и содержание социализации.
22. Стадии процесса социализации: адаптация, индивидуализация, интеграция.
23. Структура процесса социализации и его возрастные стадии.
24. Формы и механизмы социализации. Институты социализации.
25. Теоретические подходы к проблеме социализации
26. Сетевые сообщества и виртуальная среда как новые ресурсы социализации личности.
27. Социализация в сфере профессиональной активности личности, этапы построения карьеры.
28. Модели познающей личности: рациональная или последовательная личность, наивный ученый, обрабатывающий данные лаборант, когнитивный скупец, мотивированный тактик или социальный агент.
29. Атрибутирование как процесс объяснения причинности наблюдаемого. Понятие, закономерности и функции каузальной атрибуции.
30. Индивидуальные различия в атрибутировании, атрибутивный стиль. Атрибутивные искажения и ошибки.

3.2 Вопросы к экзамену

1. Предмет социальной психологии. Задачи и функции социальной психологии.
2. История становления социальной психологии.
3. Методы социально-психологических исследований.
4. Основы и содержание социализации. Стадии процесса социализации: адаптация, индивидуализация, интеграция.
5. Социальная установка и аттитюд. Социальные установки и прогнозирование поведения. Изменение социальных установок.
6. Понятие «социальная перцепция». Основные закономерности и свойства социальной перцепции. Механизмы и эффекты межличностного восприятия.
7. Формирование впечатления о личности другого человека. Управление впечатлением о личности, самопрезентация.
8. Психологические барьеры взаимопонимания. Пути снижения влияния психологических барьеров и предубеждений.
9. Понятие, виды, структура межличностной коммуникации. Вербальные и невербальные средства коммуникации.
10. Деловая коммуникация. Условия эффективности деловой коммуникации.
11. Электронная коммуникация. Коммуникация в электронных социальных сетях.
12. Категория «общение» в отечественной социальной психологии. Виды общения. Структура общения: макроуровень, мезауровень и микроуровень (Б.Ф. Ломов). Функции общения: подходы Г.М. Андреевой, Б.Ф. Ломова.
13. Понятие межличностного взаимодействия, структура, типы, стили.
14. Теоретические подходы к социальному взаимодействию и их специфика.
15. Психологические условия эффективности взаимодействия. Социальная психология и практика развития компетентного общения.
16. Межличностная аттракция: сущность, механизмы проявления, детерминирующие факторы. Приемы формирования межличностной аттракции.
17. Значение способов и методов воздействия в процессе общения и практической деятельности людей. Разновидности воздействия.
18. Способы воздействия и их специфика.
19. Сопротивление психологическому воздействию.
20. Группа как объект социально-психологического познания. Классификация малых групп.
21. История исследования малой группы в социальной психологии. Этапы и механизмы развития малой группы.
22. Групповая динамика. Механизмы групповой динамики: разрешение внутригрупповых противоречий; идиосинкразический кредит Холландера; психологический обмен.
23. Групповые процессы. Групповое давление. Конформность и влияние меньшинства в малой группе. Групповая сплоченность: понятие, факторы.
24. Нормативность группового взаимодействия. Социальные функции норм и их связь с системой регуляции поведения. Психологические механизмы действия социальных норм.
25. Основные психологические характеристики феномена социально-психологического климата группы.
26. Лидерство в малой группе. Теории лидерства.
27. Лидерство и руководство. Психологические модели эффективного управления.
28. Личностная модель руководства. Стили управления.
29. Групповая продуктивность. Мотивационные потери групповой продуктивности.
30. Принятие решений в группе. Социальная фасилитация, сдвиг риска, групповая поляризация, огруппление мышления. Методы поиска и принятия групповых решений.

31. Понятие «команда». Виды команд: рабочие команды, команды повышения эффективности, межфункциональные, проектные и творческие команды, виртуальные команды, кросскультурные команды, управленческие команды.
32. Критерии и факторы эффективности команды. Преимущества и недостатки командной формы работы. Психологические основы создания и управления командами.
33. Психологические характеристики больших социальных групп.
34. Массовая коммуникация как социальный феномен.
35. Слухи как форма передачи информации. Психологическая природа возникновения слухов.
36. Толпа как социально-психологический феномен. Психологические особенности поведения и эмоционального состояния в толпе.
37. Факторы, обуславливающие возникновение и развитие паники. Условия прекращения паники.
38. Социально-психологическая сущность моды. Психологические механизмы моды.
39. Реклама как социально-психологический феномен. Психологические механизмы рекламного воздействия. Способы манипулятивного предъявления информации в рекламном воздействии.
40. Межгрупповые отношения: межличностное и межгрупповое поведение, групповая идентичность и предубежденность.
41. Понятие «этнического стереотипа», «предубеждений», «предрассудков», «этнической идентификации».
42. Природа социальных предубеждений. Формы проявления социальных предубеждений. Преодоление социальных предубеждений.
43. Сущность, формирование и актуализация социального поведения. Социальная регуляция поведения.
44. Понятие «помогающее поведение» и теоретические подходы к его объяснению. Личностные и ситуационные факторы помогающего поведения. Эффект очевидцев.
45. . Виды помогающего поведения. Альтруистическое поведение. Условия и механизмы развития просоциального поведения.
46. Типология агрессивного поведения. Природа агрессивного поведения. Личностные и ситуационные факторы агрессии.
47. Теоретические подходы к анализу агрессивного поведения.
48. Психологические последствия агрессии. Агрессия как социальное взаимодействие.
49. Коллективная агрессия. Буллинг. Виктимизация. Институционализация агрессии.
50. Управление агрессией. Условия снижения агрессивности. Профилактика агрессии и насилия.
51. Понятие асертивности и асертивного поведения. Структурные компоненты асертивности как черт личности.
52. Принципы асертивного поведения. Модели и приемы развития асертивности.
53. Социально-психологический подход к понятию «культура». Показатели культурного многообразия.
54. Культура и личность. Культура и социальное поведение. Имика и итика культуры.
55. Психологические условия эффективности межкультурной коммуникации. Толерантность в межкультурном взаимодействии.
56. Возможности социальной психологии в решении прикладных задач народного хозяйства и культуры.
57. Практическое приложение социальной психологии в различных сферах профессиональной деятельности. Язык прикладного исследования в социальной психологии. Проблема социальной и гражданской ответственности исследователя.
58. Социально-психологическая помощь населению.

IV. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ

4.1 Список литературы

Основная литература

1. Андреева, Г.М. Социальная психология: учеб. для студ. высш. учеб. заведений, обучающихся по напр. и спец. «Психология» / Г.М. Андреева. – Изд. 5-е, испр. и доп. – Москва: Аспект Пресс, 2006. – 363 с.
2. Алтунина И.Р. Социальная психология: учебник для бакалавров: учебник для студентов высш. учеб. заведений, обучающихся по напр. «Психология» / под ред. Р.С. Немова. – 2-е изд. – Москва: Юрайт, 2014. – 427 с.
3. Общая психология: пособие для студентов учреждений высшего образования, обучающихся по специальностям профиля А – Педагогика / [под науч. ред.: М.Ф. Бакунович, С.А. Месникович]; М-во образования Республики Беларусь, Белорусский государственный педагогический университет имени М. Танка. – Минск: БГПУ, 2020. – 199 с.
4. Свенцицкий А. Л. Социальная психология: учебник для бакалавров: учебник для студентов высш. учеб. заведений, обучающихся по специальности «Психология» / [Санкт-Петербургский гос. ун-т]. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юрайт, 2014. – 408 с.
5. Янчук В.А. Введение в современную социальную психологию. – Мн.: Асар, 2005. – 767 с.

Дополнительная литература

6. Ахвердова, О.А. Практикум по социальной психологии: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений, обучающихся по спец. «Педагогика и психология», «Психология», «Социальная психология» (031000, 031300, 020400) / О.А. Ахвердова, К.С. Гюлушанян, В.В. Коленкина. – Москва: Сфера, 2006. – 336 с.
7. Бандура, А. Теория социального научения. / А. Бандура – СПб.: Издательство «Питер», 2000.-320 с.
8. Журавлев, А.Л. Социальная психология: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений, обучающихся по напр. и спец. психологии / А.Л. Журавлев, В.А. Соснин, М.А. Красников. – Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2006. – 414 с.
9. Каменская, Е.Н. Социальная психология: конспект лекций: [учеб. пособие] / Е.Н. Каменская. – Изд. 2-е. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2006. – 187 с.
10. Коломинский, Я.Л. Психология взаимоотношений в малых группах. / Я.Л. Коломинский. – Мн.: НТОО «ТетраСистемс», 2001. – 431 с.
11. Методы социальной психологии: [учебное пособие для вузов] / Д.В. Пивоваров [и др.]; под общ. ред. Н.С. Минаевой. – Москва: Академический Проект, 2007; Екатеринбург: Деловая книга, 2007. – 350 с.
12. Парыгин, Б.Д. Социальная психология. Проблемы методологии, истории и теории. / Б.Д. Парыгин, СПб: ИГУП, 1999. – с.
13. Социальная психология: практикум / [авт.-сост.: М. А. Дыгун [и др.]]; М-во образования РБ, УО «Мозырский гос. пед. ун-т им. И.П. Шамякина», Каф. психологии. – Мозырь: УО «МГПУ им. И.П. Шамякина», 2008. – 67 с.
14. Фурманов И.А. Социальная психология агрессии и насилия. Профилактика и коррекция: учеб. пособие для студентов учреждений высш. образования по спец. «Психология». – Минск: Издательский центр БГУ, 2016. – 401, [1] с.
15. Social psychology readings: A century of research / Edit. Halberstadt A. G., Ellyson S. L. – New York [etc.]: McGraw-Hill, Inc., 1990. – XX, 489 p.

4.2 Тематика рефератов

1. Становление и развитие социальной психологии.
2. Проблемы и методы социальной психологии.
3. Общение как вид социальных контактов.
4. Знаковые системы невербальной коммуникации.
5. Применение вербальных и невербальных средств в коммуникативном процессе.
6. Общение как форма социального взаимодействия.
7. Межличностная совместимость в общении.
8. Общение как восприятие людьми друг друга в процессе социального взаимодействия.
9. Эффекты восприятия как перцептивные ошибки.
10. Проблема группы в социальной психологии.
11. Общность и группы.
12. Развитие групп.
13. Руководство и лидерство как формы социальной власти в группе.
14. Развитие теории лидерства как феномена социального взаимодействия.
15. Понятие социальной роли.
16. Виды отношений в социальной психологии.
17. Методы научных исследований в социальной психологии: общая характеристика.
18. Источники информации для научного исследования.
19. Наблюдение и его особенности.
20. Виды психологического наблюдения.
21. Экспериментальные методы в социальной психологии.
22. Беседа как метод социальной психологии.
23. Виды анкетирования, его преимущества и недостатки.
24. Тестирование как метод социальной психологии.
25. Методики измерения социальных установок.
26. Социометрия как метод социальной психологии, особенности и виды социометрии.
27. Виды социограмм и их практическое применение.
28. Метод групповой оценки личности и его особенности.
29. Аппаратурный метод в социальной психологии.
30. Метод анализа документов.
31. Контент-анализ и особенности его применения.
32. Понятие «взаимодействие» в социальной психологии.
33. Понятие «психологическое отношение».
34. Основные виды социальных контактов.
35. Сущность общения как процесса.
36. Модель организации коммуникативного процесса. Понятия «коммуникатор», «реципиент», «обратная связь».
37. Виды общения и их значение.
38. Невербальные средства общения.
39. Модель речевого коммуникативного процесса.
40. Знаковые системы невербальной коммуникации.
41. Физиогномика как область исследования.
42. Значение «эмпатии» и «аттракции» для эффективного общения.

43. Основные параметры эмпатии.
44. Барьеры общения и их значение в коммуникативном процессе.
45. Сущность рефлексивного и нерефлексивного слушания.
46. Виды рефлексивного слушания.
47. Функции обратной связи.
48. Приемы повышения эффективности общения.
49. Типы жестов в общении.
50. Визуальный контакт и его особенности.
51. Стили общения и их особенности.
52. Механизмы социально-психологического воздействия: общая характеристика.
53. Особенности и виды внушения.
54. Основные факторы внушаемости.
55. Особенности убеждения.
56. Условия убеждающего воздействия.
57. Виды стихийных образований людей.
58. Типичные черты поведения человека в массе.
59. Проявление заражения в ситуации паники.
60. Проблема группы в социальной психологии.
61. Виды лидерства.
62. Различия между лидером и руководителем.
63. Понятие «авторитет» и его психологическая сущность.
64. Характеристика основных стилей управления, используемых руководителем.
65. Групповые нормы и санкции.
66. Конформизм и его проявление в группе.
67. Межличностные отношения в группе.
68. Межличностная совместимость и её виды.
69. Понятие сплоченности группы.
70. Психологические особенности принятия групповых решений.
71. Феномен деиндивидуализации в процессе принятия группового решения.
72. Критерии оценки группы, как коллектива.
73. Социально-психологический климат коллектива.
74. Соотношение понятий «коллектив» и «группа».
75. Роль и значение общественного мнения.
76. Традиции в коллективе и обществе.
77. Источники формирования общественного мнения.
78. Социальная роль прессы в формировании общественного мнения.
79. Понятие конфликта в психологии.
80. Основные правила бесконфликтного общения.

Учебное издание

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ
ДЛЯ СПЕЦИАЛЬНОСТИ 6-05 0313-01 ПСИХОЛОГИЯ

Учебно-методический комплекс по учебной дисциплине

Составители:

КАРАТЕРЗИ Вероника Александровна
ЛУКЬЯНОВА Елена Петровна

Технический редактор

Г.В. Разбоева

Компьютерный дизайн

Л.В. Рудницкая

Подписано в печать 16.02.2024. Формат 60х84 ¹/₁₆. Бумага офсетная.

Усл. печ. л. 4,19. Уч.-изд. л. 5,36. Тираж 40 экз. Заказ 23.

Издатель и полиграфическое исполнение – учреждение образования
«Витебский государственный университет имени П.М. Машерова».

Свидетельство о государственной регистрации в качестве издателя,
изготовителя, распространителя печатных изданий

№ 1/255 от 31.03.2014.

Отпечатано на ризографе учреждения образования
«Витебский государственный университет имени П.М. Машерова».

210038, г. Витебск, Московский проспект, 33.