

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

Факультет повышения квалификации
и переподготовки кадров

СОГЛАСОВАНО
Декан факультета

_____ 2014 г.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ

для специальности переподготовки 1-23 01 71 «Психология»

Составитель: Е.П. Милашевич

Рассмотрено и утверждено
на заседании научно-методического совета

г., протокол №

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 № 2 от 28.12.2016 г.

Составитель: старший преподаватель кафедры прикладной психологии ВГУ имени П.М. Машерова **Е.П. Милашевич**

Р е ц е н з е н т ы :

доцент кафедры правоведения и социально-гуманитарных дисциплин
ВФ УО ФПБ Международного университета «МИТСО»»,
кандидат психологических наук *С.М. Стародынова*;
заведующий кафедрой психологии и педагогики УО «ВГМУ»,
кандидат медицинских наук, доцент *А.Л. Церковский*

**Социальная психология для специальности переподготовки
1-23 01 71 «Психология» : учебно-методический комплекс по учебной дисциплине / сост. Е.П. Милашевич. – Витебск : ВГУ имени П.М. Машерова, 2017. – 131 с.
ISBN 978-985-517**

Учебно-методический комплекс содержит рекомендации по организации и методическому обеспечению учебной дисциплины «Социальная психология» и самостоятельной работы слушателей, обучающихся по специальности «Психология». Материал УМК ориентирует слушателей на более глубокое усвоение знаний по курсу и показывает их практическую значимость для будущей профессиональной деятельности. Может использоваться и для студентов дневного и заочного отделений изучающих «Социальную психологию».

УДК 316.6(075.8)
ББК 88.5я73

ISBN

© ВГУ имени П.М. Машерова, 2017

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
1. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ	6
2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ	8
2.1. Методические рекомендации для слушателей	8
2.2. Краткий курс лекций	9
3. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ	78
3.1. Планы семинарских и практических занятий	80
3.2. Планы лабораторных занятий	87
4. РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ	90
4.1. Входной контроль. Контрольные вопросы	91
4.2. Промежуточный контроль. Тестовые задания	92
4.3. Задания для самоконтроля	107
4.4. Итоговый контроль. Вопросы к экзамену	112
5. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЕ И СПРАВОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ	115
5.1. Глоссарий	116
5.2. Основная литература по учебной дисциплине	124
5.3. Обзор литературы для дополнительного изучения	126
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	130

ВВЕДЕНИЕ

Учебно-методический комплекс (УМК) подготовлен в соответствии с образовательным стандартом переподготовки руководящих работников и специалистов, имеющих высшее образование, введенным 10.08.2016г. для специальности 1-23 01 71 «Психология» и квалификации «Психолог. Преподаватель психологии». В типовом учебном плане по данной специальности переподготовки в рамках общепрофессиональных дисциплин предусматривается изучение слушателями социальной психологии. Социальная психология является одной из ведущих отраслей современной психологии и характеризуется тесной связью фундаментальных теоретических основ с активным практическим использованием в решении широкого круга задач.

Целью УМК является методическое обеспечение учебной дисциплины «Социальная психология» и самостоятельной работы слушателей, обучающихся по специальности «Психология». Задачи учебно-методического комплекса:

а) помочь будущим специалистам усвоить теоретико-методологические основания социальной психологии и сформировать собственное понимание этой важной в жизни дисциплины;

б) способствовать формированию социально-психологической компетентности, коммуникативных и презентационных навыков в области социального взаимодействия, способностей проектирования профессионального и личностного роста;

г) продемонстрировать слушателям возможности применения социально-психологических знаний для практической жизни и профессиональной деятельности.

УМК по учебной дисциплине «Социальная психология» включает в себя дидактические материалы, обеспечивающие полный цикл обучения:

- теоретический раздел (краткий курс лекций);
- практический раздел (план семинарских, практических и лабораторных занятий, задания для самостоятельной работы);
- раздел контроля знаний (вопросы к экзамену, контрольные вопросы и задания);
- раздел вспомогательных и справочных материалов (список основной и дополнительной литературы, глоссарий).

Каждый раздел учебно-методического комплекса содержит методические рекомендации для слушателей по работе с УМК. В лекционном курсе по данной дисциплине раскрывается структура современной социальной психологии, ее основные разделы, категории и понятия, особое внимание уделяется практическому применению знаний, полученных слушателями в рамках теоретического курса. Практический раздел содержит планы семинарских, практических и

лабораторных занятий по темам курса и включает задания и упражнения, разноуровневые вопросы и ситуационные задачи, психологические тесты и интерактивные игры. Приводятся примеры использования психологических знаний в повседневной жизни, подчеркивается практическая польза науки социальной психологии. Материал УМК ориентирует слушателей на более глубокое усвоение знаний по курсу «Социальная психология» и показывает их практическую значимость для будущей профессиональной деятельности.

Основной целью изучения курса «Социальной психологии» является усвоение слушателями основных направлений исследований в области социальной психологии, формирование социально-психологической культуры слушателей. На этой основе закладывается теоретическая база, с помощью которой слушатель может свободно и грамотно ориентироваться в нарастающем потоке информации, глубоко понимать и правильно оценивать конкретные факты и явления социальной жизни, принимать ответственные решения. Слушатель, освоивший учебную дисциплину «Социальная психология» должен обладать следующими академическими компетенциями:

- знать теоретико-методологические основы социальной психологии и теоретические подходы к объяснению социально-психологических процессов и явлений;
- знать основные направления и области социально-психологических исследований;
- уметь применять теоретические знания для анализа содержания основных социально-психологических явлений и использовать понятийный аппарат для социально-психологической диагностики и описания социально-психологических проблем личности, групп, общества, межличностных и межгрупповых отношений;
- владеть навыками использования социально-психологических знаний для решения практических задач.

К данному учебно-методическому комплексу прилагается рабочая тетрадь «Социальная психология», предоставляющая слушателям новые и наиболее значимые идеи для овладения прикладными аспектами социальной психологии.

Выполнение всех заданий и рекомендаций УМК позволит успешно освоить дисциплину «Социальная психология», а впоследствии – применять полученные в ходе обучения знания и навыки психологического анализа в реальной профессиональной деятельности.

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

ДЛЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ

Учебный процесс предполагает проведение преподавателем и, соответственно, посещение слушателями лекционных занятий. В теоретическом разделе учебно-методического комплекса для слушателей представлены информационные материалы (тексты лекций) по стержневым проблемам учебной дисциплины «Социальная психология» с целью формирования у слушателей ориентировочной основы в области социальной психологии и для последующего усвоения материала методом самостоятельной работы. Используя эти материалы, каждый преподаватель может создать авторский лекционный курс по данной дисциплине, направленный на совершенствование её содержательных аспектов. Наличие текста у слушателя во время лекционного занятия, дает возможность преподавателю не диктовать материал, так как это замедляет процесс его передачи и, соответственно, значительно сокращает объем предлагаемой слушателям информации. Таким образом, не сосредотачиваясь на записи лекционного материала, обучаемый имеет возможность услышать о множестве интереснейших примеров, о неоднозначности трактовки изучаемых процессов и явлений, об авторских мнениях, касающихся исследуемых тем, о мнении ведущего лекцию преподавателя. Наиболее эффективной работа на лекциях становится в том случае, когда слушатель владеет навыками грамотного конспектирования информации. Поэтому предложенные тексты лекций могут дополняться новой информацией, полученной в ходе лекции или в результате самостоятельной работы. Вариант проведения лекции в традиционной и нетрадиционной форме выбирает преподаватель.

Поскольку чтение курса социальной психологии, как правило, сопровождается проведением семинарских и практических занятий, есть основания надеяться на успешную реализацию поставленных в УМК задач. Практические занятия курса проводятся по наиболее важным темам, разделам учебной программы «Социальная психология». Они построены как на материале одной лекции, так и на содержании нескольких лекций. На практических занятиях слушатели овладевают научным методом анализа психологических фактов, знакомятся с различными социально-психологическими подходами и феноменами в социальной психологии. У слушателей формируется научное мировоззрение, профессиональный интерес к тем или иным проблемам социальной психологии.

Практические занятия проводятся как семинары-практикумы. Это во многом определяет их содержание и методику проведения. На них обсуждаются теоретические проблемы, анализируются законспектированные слушателями статьи, реферативные выступления, об-

суждаются данные выполненных слушателями учебно-исследовательских заданий для самостоятельной работы, проводятся психологические игры и упражнения, дискуссии; осуществляется анализ практических жизненных ситуаций и решение учебных задач. Эти формы работы дают возможность творчески использовать необходимые знания, проявлять свои организаторские способности, реализовывать интеллектуальный потенциал слушателей, а также овладевать аналитическими и практическими умениями и навыками. Особое внимание уделяется учебно-исследовательским и творческим заданиям, вопросам для размышления, сопровождающим семинарские занятия, которые направлены на активное включение слушателей в самостоятельную работу.

Преподаватель в оценке работы слушателя на учебном занятии может использовать следующие критерии: полнота и конкретность ответа; последовательность и логика изложения; связь теоретических положений с практикой; обоснованность и доказательность излагаемых положений; наличие качественных и количественных показателей; владение профессиональной терминологией; уровень культуры речи слушателя.

Одним из путей повышения качества обучения является контроль знаний, представленный в виде дидактической системы. Дидактическая система контроля знаний может быть полезной преподавателю, использующему возможности учебно-методического комплекса. Чтобы контроль знаний действительно стал системой, необходимо обеспечить осуществление на практике всех его составных компонентов. Поэтому в разделе контроля представлены задания для осуществления всех видов контроля по данной учебной дисциплине. Входной контроль – для установления уровня подготовленности слушателей по данному предмету; текущий контроль – для проверки знаний на каждом практическом или лекционном занятии; тематический контроль – проводится по окончании изучения той или иной темы (раздела); итоговый контроль – это экзамен.

В конце учебно-методического комплекса приведен полный перечень использованной для его создания литературы, что позволит и слушателю и преподавателю обратиться к первоисточнику для углубления своих знаний. Мы надеемся, что данный учебно-методический комплекс поможет и слушателям, и преподавателям организовать учебную работу с максимальным удобством и отдачей, экономией времени и обеспечением высокого качества усвоения учебной информации слушателями.

2. Теоретический раздел

***«Нет ничего более
практичного, чем хо-
рошая теория»***

Курт Левин





2.1. Методические рекомендации для слушателей

Уважаемые слушатели! Освоение учебной дисциплины «Социальная психология» опирается на ваши знания, прежде всего, по общей психологии. В данном разделе представлен четко структурированный теоретический материал, раскрывающий содержание тем и компетенцию «знать» в области социальной психологии. Для слушателя лекция – основной источник важнейшей информации по соответствующей дисциплине. Лекционные занятия проводятся с использованием современных компьютерных технологий. Конспект лекции следует рассматривать как «путеводитель» по конкретной теме. Необходимо понять, что даже самого лучшего конспекта недостаточно, чтобы безупречно подготовиться к тесту, семинару, зачету, экзамену. Конспект лекций – один (но далеко не единственный) из основных источников информации по конкретному курсу, помимо рекомендованных учебников, учебных и учебно-методических пособий, научных работ, аналитических и статистических сборников и прочего. При этом преподаватель, чаще всего, в процессе оценки знаний слушателя обычно ориентируется именно на прочитанные им лекции, поэтому конспекты следует использовать при подготовке к ответу в обязательном порядке. Внимательно прочитайте текст лекции. Уточните в справочной литературе и глоссарии непонятные слова. Выделите главное. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора. Рекомендуется дорабатывать предложенный конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной в УМК. Слушатель может дополнить список использованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы, и в дальнейшем использовать собственные подготовленные учебные материалы при написании курсовой и дипломной работ. Следует подчеркнуть, что лучший путь усвоения знаний – работать в активной, а не пассивной манере. Активная работа с материалом делает его запоминающимся, она делает его вашим собственным. Ведение записей способствует превращению чтения в активный процесс, мобилизует, наряду со зри-

тельной, и моторную память. Следует помнить: у слушателя, систематически ведущего записи, создается свой индивидуальный фонд дополнительных материалов для быстрого повторения, прочитанного, для мобилизации накопленных знаний. Особенно важны и полезны записи тогда, когда в них находят отражение мысли, возникшие при самостоятельной работе. Конспекты лекций следует использовать при подготовке к семинарам, при подготовке к экзамену, контрольным вопросам, при выполнении самостоятельных заданий.

Если вы откроете для себя магию социальной психологии, это обогатит ваш взгляд на окружающий мир и самого себя!!!

2.2. Краткий курс лекций

Лекция 1. Теоретическо-методологические основы социальной психологии.

Вводная лекция

План лекции

1. Предмет социальной психологии как науки.
2. Структура социальной психологии.
3. Основные задачи социальной психологии.
4. Методы социальной психологии.

Понятийное поле:

социальная природа человека, социальная психология, социальный аспект, психологический аспект, человек – объект, человек – группа, общение, межличностное взаимодействие, массовые психологические явления, личность в социуме, малые и большие социальные группы, внушение, убеждение, подражание.

1. Предмет социальной психологии как науки. Аристотель назвал человека «социальным животным», обладающим общественной потребностью, которая побуждает его вступать во взаимодействие с другими людьми и образовывать группы. Пожалуй, это одно из самых точных определений природы и сущности человека. Ведь без общества себе подобных мы не можем стать теми, кем являемся; называть себя культурным, образованным или умным и успешным человеком. Развитие человека во всех его смыслах невозможно без общества других людей. Социальная психология обращается к изучению

социальной природы человека, социальному контексту, в который включен каждый человек.

По определению Г.М. Андреевой, социальная психология - это наука, изучающая закономерности поведения и деятельности, обусловленные их включением в социальные группы, а также психологические характеристики групп. Из определения видно, что предмет социальной психологии сложный. Даже если мы посмотрим этимологически – на состав словосочетания, то в нем уже можно увидеть двойственность:

- социальный аспект – социальность, обращенность в общество;
- психологический аспект – обращенность к внутреннему, скрытому от общества, индивидуальному.

Отсюда и проблема: что должно исследоваться - внутреннее или внешнее? Внутреннее: психику как особый механизм изучает общая психология. А социальное (внешнее) - изучает социология. Почему же необходима еще и отдельная наука - социальная психология? В чем отличие предмета социальной психологии от предмета общей психологии и социологии. Если такое отличие есть, то есть и основания для существования науки «социальная психология».

Отличие социальной психологии от общей заключается в том, что ее основу составляют психологические явления, которые возникают в процессе взаимодействия людей друг с другом, в их непосредственном контакте. А в общей психологии основное внимание сосредоточено на изучении внутренней психической деятельности субъекта. Общая психология имеет дело с отношениями типа «человек — объект» в самом общем виде, а в социальной психологии изучаются отношения типа «человек - человек», «человек - группа», «группа - группа». Природа социально-психологических явлений может быть раскрыта только через обращение к социальному контексту, в котором совершаются общение и взаимодействие людей.

Отличие от социологии, которая изучает различные по численности группы в деятельностном, операционально-статистическом аспекте, социальная психология изучает личностей, индивидуумов, их поведение и то, как они влияют, взаимодействуют, относятся друг к другу. При этом изучается влияние как группы на индивидуума, так и индивидуума на группу.

Таким образом, конкретизируя специфику социально-психологического подхода, важно подчеркнуть, что в социальной психологии реализуется целостный интегрированный подход к изучению трех основных элементов социально-психологической реальности: 1) внутреннего мира индивида, 2) межличностного взаимодействия в конкретной ситуации, 3) социального контекста жизни и деятельности людей.

Представления о предмете социальной психологии весьма неоднородны, что характерно для большинства пограничных отраслей науки, к которым относится и социальная психология. Она изучает следующие явления:

1. Психологические процессы, состояния и свойства индивида, которые проявляются в результате его включения в отношения с другими людьми, в различные социальные группы (семью, различные коллективы и т. д.) и в целом в систему социальных отношений (экономических, политических, управленческих, и др.)

2. Феномен взаимодействия между людьми (общения), взаимодействие может быть не только межличностным, но и между личностью и группой, а также межгрупповым.

3. Психические процессы, состояния и свойства различных социальных групп как целостных образований, отличающихся друг от друга, и не сводимых к какому бы то ни было индивиду.

4. Массовые психические явления, такие как поведение толпы, паника, слухи, мода, массовые энтузиазм, апатия, страхи и так далее.

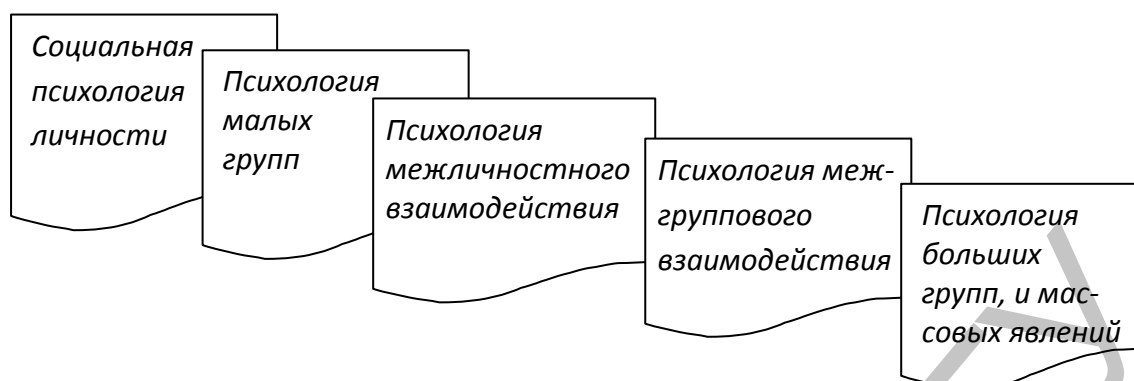
Среди современных представлений о предмете социальной психологии наибольшее распространение и признание среди отечественных специалистов получили определения предмета, сформулированные социальными психологами Г. М. Андреевой и А. Л. Журавлёвым. Андреева Г.М. предмет социальной психологии понимает как «...закономерности поведения и деятельности людей, обусловленные включением их в социальные группы, а также психологические характеристики самих этих групп». В учебнике Журавлёва А.Л. предмет социальной психологии определяется следующим образом: «Социальная психология изучает психологические явления (процессы, состояния, свойства), характеризующие индивида и группу как субъектов социального взаимодействия». Традиционно в число объектов изучения в социальной психологии входили: личность в социуме, малые группы, большие социальные группы.

2. Структура социальной психологии. Структура социальной психологии в каждый исторический период ее развития есть результат взаимодействия двух противоположных, тесно связанных между собой процессов:

а) дифференциации, т.е. разделения, дробления социальной психологии на составные ее части, разделы;

б) интеграции ее с другими (не только психологическими) отраслями науки, причем интеграции как социальной психологии в целом, так и отдельных составляющих ее частей.

В соответствии с основными объектами исследования современная социальная психология дифференцировалась на следующие разделы:



В настоящее время процесс структурирования социальной психологии не завершен, и мы являемся свидетелями закономерного рождения новых составных ее частей. Среди наиболее активно развивающихся отраслей социальной психологии А.Л. Журавлев называет политическую психологию, экономическую психологию и этническую психологию.

3. Основные задачи социальной психологии:

1. Изучение специфики и своеобразия феноменов, составляющих общественное сознание людей; соотношения между его компонентами; влияния последних на развитие и жизнь общества.

2. Всестороннее осмысление и обобщение данных об источниках и условиях возникновения, формирования и развития, функционирования социально-психологических явлений и процессов.

3. Выявление закономерностей функционирования социально-психологических явлений и процессов в различных социальных условиях.

4. Социально-психологический анализ взаимодействия, общения и взаимоотношений людей, а также факторов, обуславливающих специфику и эффективность их влияния на совместную деятельность.

5. Всеобъемлющее изучение социально-психологических характеристик личности и своеобразия её социализации в различных общественных условиях.

6. Осмысление специфики функционирования социально-психологических явлений и процессов, возникающих в малой группе и их влияния на поведение, общение и взаимодействие людей в ней.

7. Исследование своеобразия психологии больших социальных групп и специфики проявления мотивационных, интеллектуально-познавательных, эмоционально-волевых и коммуникативно-поведенческих особенностей людей, являющихся их членами.

8. Выявление роли и значения религиозной психологии в жизни и деятельности людей, её социально-психологического содержания и форм проявления, а также специфики её влияния на общение и взаимодействие индивидов.

9. Исследование массовидных социально-психологических процессов и явлений, их роли и значения в общественной жизни, влияния на поступки и поведение людей в экстремальных ситуациях.

10. Прогнозирование политических, национальных и других процессов в развитии государства (общества) на основе учёта социально-психологических законов и механизмов.

3. Методы исследования в социальной психологии. Весь набор методов социальной психологии Г. М. Андреева подразделяет на две большие группы: методы исследования и методы воздействия. При этом она также подчеркивает, что существует и много других классификаций методов социально-психологического исследования.

Например, различают три группы методов: 1) методы эмпирического исследования, 2) методы моделирования, 3) управленческо-воспитательные методы.

Методы обработки данных часто просто не выделяются в специальный блок, поскольку большинство из них также не являются специфичными для социально-психологического исследования, а используют некоторые общенаучные приемы.

Основные тенденции развития социально-психологических методов исследования по Журавлеву следующие:

- повышение надежности методов, применяемых для сбора эмпирической информации, за счет формализации процедуры измерения (повышение качества операционализации понятий, характеризующих эмпирические свойства изучаемого объекта, использование процедур шкалирования признаков объекта, стандартизация правил сбора первичной информации и ее обработки), а также путем алгоритмизации самого исследования;
- «компьютеризация» методов – разработка компьютерных вариантов (аналогов) существующих методик исследования., создание компьютерных технологий сбора эмпирической информации, в том числе компьютерных сетевых вариантов;
- комплексное использование методов сбора эмпирической информации, сочетание разнообразных приемов измерения, а также источников информации (тесты, опросники, экспертные оценки и т.п.)
- разработка «провоцирующих методов» сбора информации, «активной стратегии» исследования, т.е. целенаправленное создание в естественных условиях ситуаций социального взаимодействия с целью вызвать определенное социально-психологическое явление (например, ситуации конфликта, социальной взаимопомощи и т.п.).

Рассмотрим ведущие методы социально-психологического исследования.

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.

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.

Метод опроса, подчеркивает А.Л. Журавлев, весьма распространенный метод в социально-психологических исследованиях. Суть метода заключается в получении информации об объективных или субъективных (мнениях, настроениях, мотивах, отношениях и т.д.) фактах со слов опрашиваемых. К разновидности опроса А.Л. Журавлев относит *интервью*, подчеркивая, что в социально-психологическом исследовании используются стандартизированное и нестандартизированное интервью. В первом случае интервью предполагает наличие стандартных формулировок вопросов и их последовательности, определенных заранее. Методика нестандартизированного интервью характеризуется гибкостью и варьированием в широких пределах.

Метод социометрии А.Л. Журавлев относит к инструментарию социально-психологического исследования структуры малых групп, а также личности как члена группы. Область измерения социометрической техникой – диагностика межличностных и внутригрупповых отношений.

Метод групповой оценки (ГОЛ) – способ получения характеристики человека в конкретной группе на основе взаимного опроса ее членов друг о друге. Разработка метода, подчеркивает А.Л. Журавлев, связана с прикладными исследованиями в промышленной и организационной психологии, где на его основе пытаются решать вопросы отбора и расстановки кадров.

Тест – краткое, стандартизированное, обычно ограниченное во времени испытание. А.Л. Журавлев указывает, что с помощью тестов в социальной психологии определяются межиндивидуальные, межгрупповые различия. Кроме того, среди тестовых методик в социальной психологии, особое место, по мнению А.Л. Журавлева, занимают *методики (шкалы) измерения социальных установок*, являющиеся важным инструментом изучения и прогнозирования социального поведения личности.

Метод аппаратный. Данная группа методов является развитием экспериментальных процедур исследования социально-психологических особенностей индивида, малой группы и различных социальных общностей (аудиторий). Наиболее известны и широко применяются в социальной психологии аппаратные методы изучения различных социально-психологических феноменов, которые проявляются в условиях групповой работы.

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. Все названные методы являются необходимыми для выявления широкого круга социально-психологических явлений.

Отдельную группу составляют *методы психологического воздействия* – основные инструменты, с помощью которых оказывается

влияние на сознание и подсознание людей. *Убеждение как метод психологического воздействия* – логически аргументированное воздействие на рациональную сферу сознания людей. Убеждение всегда ориентировано на интеллектуально-познавательную сферу психики людей и групп. *Внушение как метод психологического воздействия* – это оказание влияния на сознание личности или группы людей, основанное на некритическом (и часто неосознанном) восприятии информации. Важнейшей особенностью внушения в отличие от убеждения является его направленность не на способность человека мыслить и рассуждать, а на его готовность получать распоряжения, инструкции к действию. *Подражание* – это следование каким-либо образцам и примерам. Оно направлено на внешнюю идентификацию индивидом себя с некоторой значимой для себя личностью.

Вопросы для самопроверки

1. В чем заключаются методологические и теоретические основы социальной психологии?
2. Что входит в систему социальной психологии как науки?
3. Каковы основания для классификации методов социальной психологии?
4. Каковы разновидности статуса социальной психологии как науки в системе гуманитарного знания?

Лекция 2. Социально-психологические проблемы личности в отечественной и зарубежной психологии

Лекция-презентация

План лекции

1. Социально-психологический подход к пониманию личности.
2. Проблемы личности с позиций психологии отношения в отечественной психологии.
3. Проблемы личности с позиций психологии отношения в зарубежной психологии.

Понятийное поле:

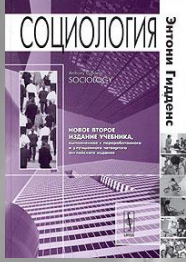
Личность, социология, социально-психологический подход, структура личности, междисциплинарный и интрадисциплинарный подходы, акмеологический подход, ролевые теории личности, бихевиоризм, психоанализ.

1. Социально-психологический подход к пониманию личности. Этимология слова «личность» помогает разобраться в социально-психологической природе понятия. В русском языке слово «личность» означает личину, т.е. маску. Это обстоятельство подчеркивает типиче-

ское в личности, что позволяет говорить о ней как о социотипе, архетипе. Проблема личности является проблемой всей совокупности психологических наук. Личность как предмет познания интересует не только психологию, но и другие общественные науки, изучающие человека, в том числе и социология. Поэтому имеет смысл уточнить представление о личности сложившееся в этих научных дисциплинах.

Личность в общей психологии традиционно понимается как ядро психики, некое интегрирующее начало, связывающее воедино различные психические процессы индивида и придающие его поведению необходимую последовательность и устойчивость.





Для социологии личность выступает в «деиндивидуализированном, деперсонифицированном виде» как представитель определенной социальной группы, как элемент общественной системы, как носитель той или иной социальной роли.

Кроме того, в психологии личность изучается различными отраслями психологической науки. *Дифференциальная психология* делает акцент на изучении индивидуально-психологических особенностей личности и различий между людьми. В *социальной психологии* личность рассматривается в качестве социальной характеристики человека как феномена общественного развития и представителя определённой социальной общности.



социальная психология рассматривает личность, прежде всего, в контексте всех разнообразных социальных связей и включенности в различные социальные группы как на макроуровне, так и на уровне малых групп.



Андреева Г.М. выделяет два подхода в теоретическом обосновании предметного содержания социальной психологии:

интрадисциплинарный подход: социальная психология – часть психологии; социальная психология – часть социологии.

интердисциплинарный подход: социальная психология существует на границе между социологией и психологией. В рамках этих подходов рассматривается и проблема личности.

Для социальной психологии большое значение имеют взгляды социальных психологов – А.Г. Ковалева, К.К. Платонова, Б.Д. Парыгина – на структуру личности. Социально-психологическая структура личности включает: ментальность, ценностно-смысловую сферу, мотивационную сферу (направленность, жизненные цели, планы, жизненный путь). Также в неё входят: когнитивные характеристики (картины мира); «Я-характеристики» («Я-концепция», «Я-образ», самоотношение, самооценка); локус контроля; социально-психологическая компетентность личности; статусно-ролевые характеристики личности; эмоциональные психические состояния, социальные чувства личности. Данные взгляды нашли отражение и в обосновании специфики социально-психологического подхода к личности.

Особенности социально-психологического подхода к пониманию личности:

- 1) рассматривает личность одновременно с двух точек зрения: психологической и социальной;
- 2) объясняет механизмы социализации личности;
- 3) раскрывает социально-психологическую структуру личности;
- 4) позволяет диагностировать и влиять на социально-психологическую структуру личности.



В последнее время активно разрабатывается акмеологический подход к изучению личности (акме - вершина в развитии взрослого человека). Наибольший вклад в разработку данного понимания личности внесли такие психологи, как А.А. Бодалев, А.А. Деркач, Н.В. Кузьмина и другие.

2. Социально-психологические проблемы личности с позиций психологии отношения в отечественной психологии.

Существуют различные социально-психологические теории личности: отечественные, американские, европейские, восточные. Из

числа можно выделить отечественные теории. Основоположителем психологии отношений в России был *А.Ф. Лазурский*. Однако свою известность психология отношений получила во многом благодаря трудам *В.Н. Мясищева*. Исходным для психологии личности, по Мясищеву, является характеристика сущности человека как ансамбля общественных отношений. Общественные отношения существуют в двух формах: как объективные отношения и как субъективные отношения. В системе отношений центральное место занимают отношения человека к обществу, общности, коллективу, группе, к самому себе. Самые важные и содержательные отношения складываются в межличностном взаимодействии. Для понимания личности важен характер преобладающих отношений, меняющихся по степени или уровню развития.

Значительным шагом в развитии психологии отношений и ее применении к разработке социально-психологических проблем личности является концепция *Б.Ф. Ломова*. По мнению Ломова, для раскрытия объективного основания психических свойств личности необходим анализ отношения «индивид–общество». В этой системе в качестве такого основания выступают общественные отношения. Личность как член общества «необходимым образом включена (сознает ли она это или не сознает) в систему общественных отношений. Ее мотивы, стремления, установки, привычки, симпатии и антипатии зависят от того, каково ее объективное отношение к производству, обмену и потреблению, какими гражданскими правами она обладает, как включена в политическую и идеологическую жизнь общества». Особое значение для социальной психологии личности имеют идеи Ломова о субъективных отношениях. Эти отношения отражают то, как личность относится к тем или иным событиям и явлениям мира, в котором она живет. В данном случае речь идет о ценностных ориентациях, привязанностях, симпатиях, антипатиях, интересах и др., всем том, в чем выражается субъективная позиция личности, ее пристрастность, оценка событий, лиц, участвующих в них.

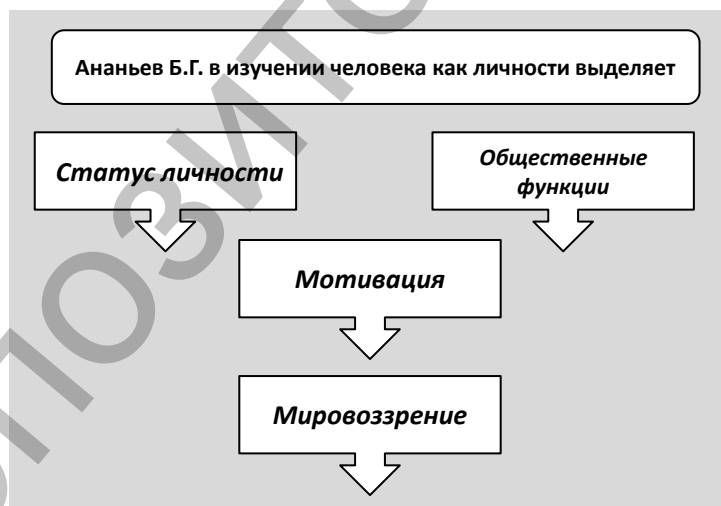
Для разработки социальной психологии личности большое значение имеют центральные идеи теории установки *Д.Н. Узнадзе*. В активное взаимодействие с действительностью вступает непосредственно сам субъект, а не отдельные акты его психической деятельности. Поведение и жизнедеятельность субъекта вытекают из наличия у него потребностей. Для их удовлетворения необходима определенная ситуация. Наличие потребностей и ситуации вызывает особое состояние, которое характеризует его склонность, направленность, готовность совершать определенные действия. Это состояние и есть установка.

Социально-психологические представления о личности с позиции субъектно-деятельностного подхода содержатся в трудах

С.Л. Рубинштейна. Деятельность выступает как один из типов активности субъекта, как способ его отношения к действительности, Активность субъекта выражается, по мнению Рубинштейна, в формах самодетерминации, самоподчинения, самодеятельности. В этих формах отражается сущностная характеристика субъекта. В субъекте связываются познавательные и деятельностные характеристики психологии человека. Субъект выступает как основание связи сознания и деятельности. И в этом смысле субъектно-деятельностный подход превращается в новую парадигму построения психологической науки. Сложные системы связей и отношений человека к миру, другим людям, к себе выражаются в краткой и емкой форме: личность является субъектом жизни. Развитие и конкретизация субъектно-деятельностного подхода содержится в трудах *К.А. Абульхановой.*

Деятельностный подход к психологии личности разработан *А.Н. Леонтьевым* и явился одним из методологических принципов отечественной социальной психологии личности. Ключом к подлинно научному пониманию личности *А.Н. Леонтьев* считал «исследование процесса порождения и трансформации личности человека в его деятельности, протекающей в конкретных социальных условиях...».

Комплексный подход является одним из методологических оснований социальной психологии личности. Он сформулирован и реализован *Б.Г. Ананьевым.*



По мнению Ананьева, в изучении человека как личности особо выделяется «*статус личности*», т.е. ее положение в обществе (экономическое, политическое, правовое и т.д.); *общественные функции*, осуществляемые личностью в зависимости от этого положения и исторической эпохи; *мотивация* ее поведения и деятельности в зависимости от целей и ценностей, образующих внутренний мир; *мировоззрение* и вся совокупность отношений личности к окружающему миру (природе, обществу, труду, другим

людям, самому себе); характер и склонности». Вся эта сложная система субъективных свойств и качеств человека, его социально-психологических феноменов определяет его деятельность и поведение.

Эти теории позволяют говорить о личности не только как об индивидуальном, но и как о типичном социально-психологическом явлении. Общим сходством этих теорий является подчеркивание социального происхождения личности и её социальной обусловленности.

3. Проблемы личности с позиций психологии отношений в зарубежной психологии.

Феномен личности в социальной психологии проявляется настолько многообразно и разностороннее, а учёные обращаются к нему в контекстах таких различных, что, наверно, всегда будет существовать целый ряд теорий личности, если не альтернативных, то дополняющих друг друга. Наиболее популярными, длительное время в психологии, были три направления: психоаналитическое, бихевиориальное, гуманистическое.

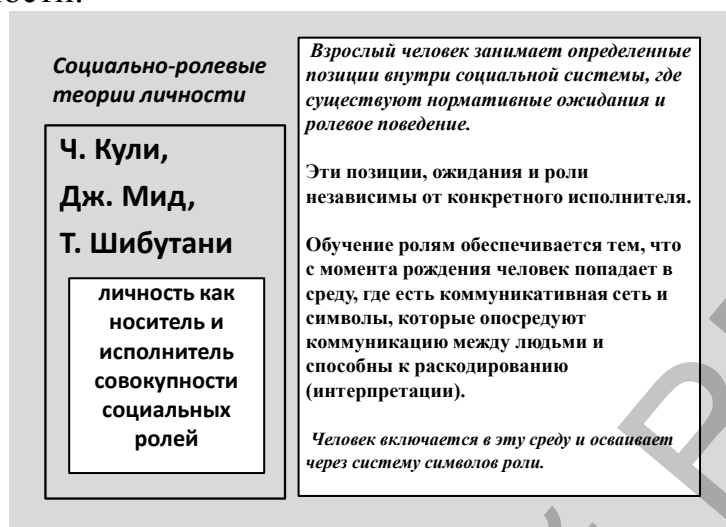
Согласно психоаналитической теории (З. Фрейд), личность человека относительно неизменна. Она определяется в основном врождёнными потребностями и событиями, происшедшими в его окружении в течение первых пяти лет жизни. Огромное значение З. Фрейд придавал детским сексуальным переживаниям. В своем психосексуальном развитии человек проходит различные фазы, которые автор теории подробно рассматривал в контексте формирования характера и будущих психологических проблем индивида. Сама психоаналитическая теория впоследствии была модифицирована другими психологами (К. Юнг, А. Адлер, Э. Фромм, К. Хорни, Г. Салливан).

Рассматривая вопрос о развитии личности, автор аналитической теории К. Юнг, особо выделяет движение в направлении самореализации, осуществляемое посредством уравнивания и интегрирования различных элементов личности. Для описания, происходящего на протяжении всей жизни, процесса объединения всех аспектов личности вокруг самости он использовал термин «индивидуация». Процесс индивидуации позволяет самости стать центром личности, а это, в свою очередь, помогает индивидууму достичь самореализации.

По мнению автора индивидуальной психологии, А. Адлера движущей силой развития личности выступает и социальный интерес (социальное чувство) – стремление сотрудничать с другими людьми. Социальный интерес имеет врождённые задатки, но окончательно формируется лишь в ходе воспитания.

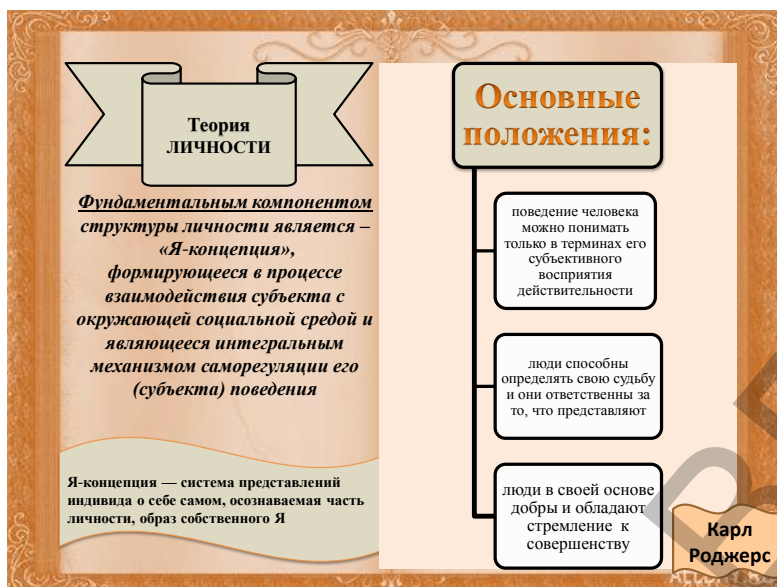
Американский психолог, лидер бихевиоризма Б. Скиннер рассматривает личность как совокупность поведенческих реакций. Личность есть продукт научения, психологические же свойства – это обобщённые поведенческие рефлексy и социальные навыки.

Широко распространены в психологии и социально-ролевые теории личности.



А. Маслоу – один из основателей гуманистической психологии всю свою работу связывал с проблемами личностного роста и развития. Он внес значительный теоретический и практический вклад в создание альтернативы бихевиоризму и психоанализу, фактически отрицавших творчество, любовь, альтруизм и другие великие ценности человечества. Центральным понятием для гуманистической психологии является самоактуализация. *К. Роджерс*, представитель феноменологического направления в гуманистической психологии, считал, что важнейший мотив жизни человека – актуализация, то есть стремление к максимальному выявлению лучших качеств своей личности, заложенных от природы, и к реализации способностей с целью сохранить жизнь и сделать человека более сильным. Стремление к актуализации врожденно. Ядром, центром личности является Я-концепция. Поведение человека согласуется с его Я-концепцией. *К. Роджерс* убежден, что тенденция к здоровью усиливается благодаря межличностным отношениям, в которых один из участников свободен от неконгруэнтности, способен к самокорректировке. Принятие самости – предпосылка к более подлинному и более легкому принятию других. В то же время быть принятым другими – возможность с большей готовностью принять себя. Такой цикл самокорректировки и усиления себя – основной способ личностного роста.

Основные положения теории личности *К. Роджерса*.



Понимание личности в рамках экзистенциальной психологии В. Франкла. Основным сугубо человеческим стремлением, по В. Франклу, является стремление обрести смысл своего существования, и человек ощущает фрустрацию или экзистенциальный вакуум, если это стремление остается нереализованным. Смысл жизни в принципе доступен любому человеку независимо от пола, возраста, интеллекта, характера, среды и религиозных убеждений. Он всегда уникален, ему нельзя научить, но человек может его создать и несет ответственность за осуществление своего уникального смысла жизни.

Вопросы для самопроверки

1. Есть такое выражение: «Личность в зеркалах теории». Что отражают в личности зеркала психоанализа, бихевиоризма и гуманистической теории?
2. В чем различия между теоретическими позициями авторов бихевиоризма и экзистенциальной психологии?
3. В чем основная идея развития личности в гуманистической психологии?

Лекция 3. Социализация личности

Информационная лекция

План лекции

1. Общее представление о социализации.
2. Стадии социализации личности.
3. Механизмы социализации.
4. Институты социализации.

Понятийное поле

социализация, деятельность, стадии социализации, общение, институт социализации, самосознание, конформизм, Я-концепция, средства массовой коммуникации, механизмы социализации.

1. Общее представление о социализации. Социализация один из самых распространенных психологических терминов. В общем смысле он обозначает процесс формирования личности человека на протяжении жизни. Поскольку этот процесс происходит в рамках различных групп, социализация неизбежно привлекает внимание социальных психологов. Подобно многим другим психологическим терминам, социализация имеет несколько определений. В отечественной социальной психологии существует узкое и широкое толкование социализации. Такой подход к ее пониманию предложен Б.Д. Парыгиным. *Социализация* в узком смысле – это процесс вхождения в социальную среду, приспособления к ней, в широком – исторический процесс, филогенез.

Социализация – это двусторонний процесс, включающий в себя, с одной стороны: усвоение индивидом социального опыта путем вхождения в социальную среду, систему социальных связей; с другой стороны: процесс активного воспроизводства индивидом системы социальных связей за счет его активной деятельности, активного включения в социальную среду. Именно на эти две стороны процесса социализации обращают внимание многие авторы, принимающие идею социализации в русло социальной психологии, разрабатывающие эту проблему как полноправную проблему социально-психологического знания (Г.М. Андреева, Б.Д. Парыгин, А.Л. Свентицкий).

Если исходить из тезиса, принимаемого в общей психологии, что личностью не рождаются, личностью становятся, то ясно, что социализация по своему содержанию есть процесс становления личности, который начинается с первых минут жизни человека. При рассмотрении содержания социализации важное значение имеет определение того, что предлагается личности в качестве социального и культурного «меню», какие картины мира, установки, стереотипы, ценности формируются у индивида в процессе социализации. Выделяются три сферы, в которых осуществляется, прежде всего, это становление личности: деятельность, общение, самосознание.

Что касается деятельности, то на протяжении всего процесса социализации индивид имеет дело с освоением все новых и новых видов деятельности. При этом происходят еще три чрезвычайно важных процесса. Во-первых, это ориентировка в системе связей, присутствующих в каждом виде деятельности и между ее различными видами. Второй процесс – центрирование вокруг главного, выбранного, сосредоточение внимания на нем и соподчинения ему всех остальных

деятельностей. Наконец, третий процесс – это освоение личностью в ходе реализации деятельности новых ролей и осмысление их значимости.

Вторая сфера – общение – рассматривается в контексте социализации также со стороны его расширения и углубления, что само собой разумеется, коль скоро общение неразрывно связано с деятельностью. Расширение общения можно понимать как умножение контактов человека с другими людьми, специфику этих контактов на каждом возрастном рубеже.

Наконец, третья сфера социализации – развитие самосознания личности. В самом общем виде можно сказать, что процесс социализации означает становление в человеке образа его Я. С точки зрения социальной психологии здесь особенно интересно выяснить, каким образом включение человека в различные социальные группы задает этот процесс. Есть несколько различных подходов к структуре «Я». Наиболее распространенная схема Я-концепции включает в «Я» три компонента: познавательный (знание себя), эмоциональный (оценка себя), поведенческий (выражение себя в поведении). Самый главный факт, который подчеркивается при изучении самосознания, состоит в том, что оно не может быть представлено как простой перечень характеристик, но как понимание личностью себя в качестве некоторой целостности, в определении собственной идентичности.

Содержание социализации личности проявляется, по мнению Т. Шибутани, в шаблонах поведения, привычках, формировании общих значений, т. е. взглядов.

2. Стадии процесса социализации. Существуют различные подходы к выделению стадий социализации. Социологический акцентирует внимание на процессах усвоения человеком репертуаров социальных ролей, ценностей и норм, культуры, завоевания положения в той или иной общности. Примером социологического подхода является точка зрения Я.Л. Гилинский, который, делит социализацию на три стадии: дотрудовую, трудовую и послетрудовую. Такие стадии, конечно, выделять можно, но данный подход односторонен или, точнее, однолинеен.

Дотрудовая стадия социализации охватывает весь период жизни человека до начала трудовой деятельности. В свою очередь эта стадия разделяется на два более или менее самостоятельных периода:

а) ранняя социализация, охватывающая время от рождения ребенка до поступления его в школу, т.е. тот период, который в возрастной психологии именуется периодом раннего детства; б) стадия обучения, включающая весь период юности в широком понимании этого термина.

Трудовая стадия социализации охватывает период зрелости человека, хотя демографические границы «зрелого» возраста условны;

фиксация такой стадии не представляет затруднений – это весь период трудовой деятельности человека.

Послетрудовая стадия социализации представляет собой еще более сложный вопрос. Определенным оправданием, конечно, может служить то обстоятельство, что проблема эта еще более нова, чем проблема социализации на трудовой стадии. Постановка ее вызвана объективными требованиями общества к социальной психологии, которые порождены самим ходом общественного развития. Проблемы пожилого возраста становятся актуальными для ряда наук в современных обществах. Увеличение продолжительности жизни – с одной стороны, определенная социальная политика государств – с другой (имеется в виду система пенсионного обеспечения) приводят к тому, что в структуре на-родонаселения пожилой возраст начинает занимать значительное место.

Социологическому подходу противоположен психоаналитический, с позиции которого стадии социализации увязываются с проявлением биологических влечений, инстинктов и подсознательных мотивов человека.

На всех стадиях социализации воздействие общества на личность осуществляется или непосредственно, или через группу.

В самом общем виде социально-психологические факторы социализации личности могут быть объединены в две большие группы: 1) социальные, отражающие социально-культурный аспект социализации и затрагивающие проблемы ее исторической, культурной и этнической специфики; 2) индивидуально-личностные, в значительной мере определяемые этапом жизненного пути личности.

3. Механизмы социализации. При усвоении социального опыта включаются несколько психологических механизмов. По мнению французского социолога Г. Тарда, механизм социализации включает в себя: 1) имитацию, подражание; 2) идентификацию; 3) руководство. Однако этот механизм гораздо богаче и разнообразнее. Социализация личности осуществляется в процессе различных видов общения (массового, группового, межличностного, делового, неформального), под влиянием средств массовой информации, культуры. Особую роль в структуре механизма социализации выполняет конформизм, характерные свойства которого подробно изучались С. Ашем, К. Осгудом и Ф. Крачфильфом, а из отечественных социальных психологов – И.С. Коном, А. П. Сопиковым, учениками А. В. Петровского.

Необходимо иметь в виду, что социализация не пассивный процесс, а активный, где важную роль играют установки, обуславливающие избирательность личности как объекта социализации. Поэтому традиционную структуру механизма социализации следует дополнить с помощью теории социального обмена. В процессе обменных сделок,

определения выгоды складываются вектор, направленность социализации личности и, в конечном счете, ее самоопределение.

Одни механизмы – социальная категоризация, социальное сравнение – действуют в когнитивной сфере, позволяют усвоить новые оценки и представления. Другие механизмы – оперантное обусловливание и научение через наблюдение – дают возможность человеку перенять определенные формы поведения.

4. Институты социализации. Содержание социализации зависит и от такого важного параметра, как социальные институты, экономические, общественные, в том числе семья, образовательные учреждения, неформальные группы, официальные организации, средства массовой коммуникации. Эффективность социализации обусловливается их нравственным, культурным и экономическим состоянием. В широком смысле под институтами социализации понимаются группы, в которых человек усваивает категории, ценности, аттитюды, социальные нормы и формы поведения, принятые в обществе.

В споре о значимости названных институтов для социализации личности (сила влияния социальных институтов на личность зависит от их авторитетности – референтности) предпочтение обычно отдается семье. Действительно, она занимает особое место в социализации личности, ее нельзя ничем заменить. Как правило, дети, воспитываемые вне семьи, страдают из-за дезадаптированности, нарушенных эмоциональных контактов, групповой идентичности. Именно в семье дети приобретают первые навыки взаимодействия, осваивают первые социальные роли, осмысливают первые нормы и ценности. Во втором периоде ранней стадии социализации основным институтом является школа. По сравнению с семьей школа в большей мере зависит от общества и государства, хотя эта зависимость и различна в тоталитарных и демократических обществах. Но, так или иначе, школа задает первичные представления человеку как гражданину и, следовательно, способствует его вхождению в гражданскую жизнь.

Средства массовой коммуникации сопровождают человека всю жизнь. Периодическая печать, радио, телевидение, электронные сети являются для большинства важным источником информации и моделей поведения. Средства массовой коммуникации оказывают комплексное влияние на представления, оценки, эмоции и поведение человека. Как правило, их влияние комбинируется с воздействием семьи и образовательных учреждений.

Другие институты – религиозные учреждения, политические организации, место работы – более специализированы. Человек попадает в эти институты уже взрослым, со сформированными ценностями, аттитюдами и моделями поведения. Тем не менее, их влияние может оказаться достаточно важным.

Иными словами, те конкретные группы, в которых личность приобщается к системам норм и ценностей и которые выступают своеобразными трансляторами социального опыта, получили название институтов социализации. Выявление их роли в процессе социализации опирается на общий социологический анализ роли социальных институтов в обществе. Каждый из названных институтов социализации обладает целым рядом других функций, его деятельность не может быть сведена только к функции передачи социального опыта. Рассмотрение названных учреждений в контексте социализации означает лишь своеобразное «извлечение» из всей совокупности выполняемых ими общественных задач.

Вопросы для самопроверки

1. Какая стадия социализации кажется вам наиболее значимой?
2. Г. М. Андреева выделяет две стороны социализации. Назовите эти стороны. Как происходит развитие общества, если принять определение Г. М. Андреевой как статичное?
3. Чем отличается понимание социализации как последовательности стадий и индивидуального пути развития?
4. Какова роль семьи в успешной социализации личности?
5. В чем заключается влияние СМИ на социализацию человека?

Лекция 4. Я-концепция как результат социального развития личности *Лекция-презентация*

План лекции

1. Определение, структура и функции Я-концепции.
2. Дифференцированность Я-концепции.
3. Формирование я-концепции.

Понятийное поле

Я-концепция, самосознание, когнитивный компонент, эмоциональный и поведенческий компоненты, модальность, реальное, Я-идеальное, Я-возможное, Я-должное, символический интеракционизм.

1. Определение, структура и функции Я-концепции. Для обозначения того, как человек воспринимает себя, в психологии традиционно используется термин «Я-концепция» (self-concept). Он объединяет представления человека о себе и оценку им своей личности. Представление о себе включает особенности, которые мы приписываем себе. Понятие Я-концепции родилось в 1950-е гг. в русле феноменологической, гуманистической психологии, представители которой (А. Маслоу, К. Роджерс), в отличие от бихевиористов и фрейдистов, стремились к рассмотрению целостного человеческого Я как фунда-

ментального фактора поведения и развития личности. Значительное влияние на становление этого понятия оказали также символический интеракционизм (Ч. Кули, Дж. Мид) и концепция идентичности (Э. Эриксон). Однако первые теоретические разработки в области Я-концепции бесспорно принадлежат У. Джемсу, разделившему глобальное, личностное Я (*Self*) на взаимодействующие Я-сознающее (*I*) и Я-как-объект (*Me*).

«Я-концепция» – это динамическая система представлений человека о самом себе, в которую входит осознание человеком своих качеств (физических, эмоциональных и интеллектуальных), самооценка, а также субъективное восприятие влияющих на данную личность внешних факторов.

Самосознание и Я - концепция. Соотношение данных понятий точно не определено. Часто они выступают как синонимы. Вместе с тем существует тенденция рассматривать Я-концепцию как результат, итоговый продукт процессов самосознания. (А.М. Прихожан.)

Я-концепция» включает в себя три компонента:

- 1) когнитивный компонент – образ своих качеств, способностей, внешности, социальной значимости, своего характера и т.д.;
- 2) эмоционально-оценочный компонент – переживание человеком своих представлений о себе, самооценка, самоуважение или самоуничтожение, себялюбие или любовь к другим и т.д.;
- 3) поведенческий компонент – действия, которые предпринимает человек, исходя из системы представлений о себе, социальные установки в отношении себя и окружающих.

Возможность развивать систему представлений о себе («Я-концепцию») у человека возникает на основе способности к рефлексии, то есть благодаря самонаблюдению, самоанализу. Я-концепция выполняет определенные функции.



Я-концепция формируется под воздействием жизненного опыта человека, прежде всего детско-родительских отношений, но достаточно рано она приобретает активную роль, влияя на интерпретацию этого опыта, на те цели, которые индивид ставит перед собой – и тем самым на собственное становление, развитие личности, деятельность и поведение.

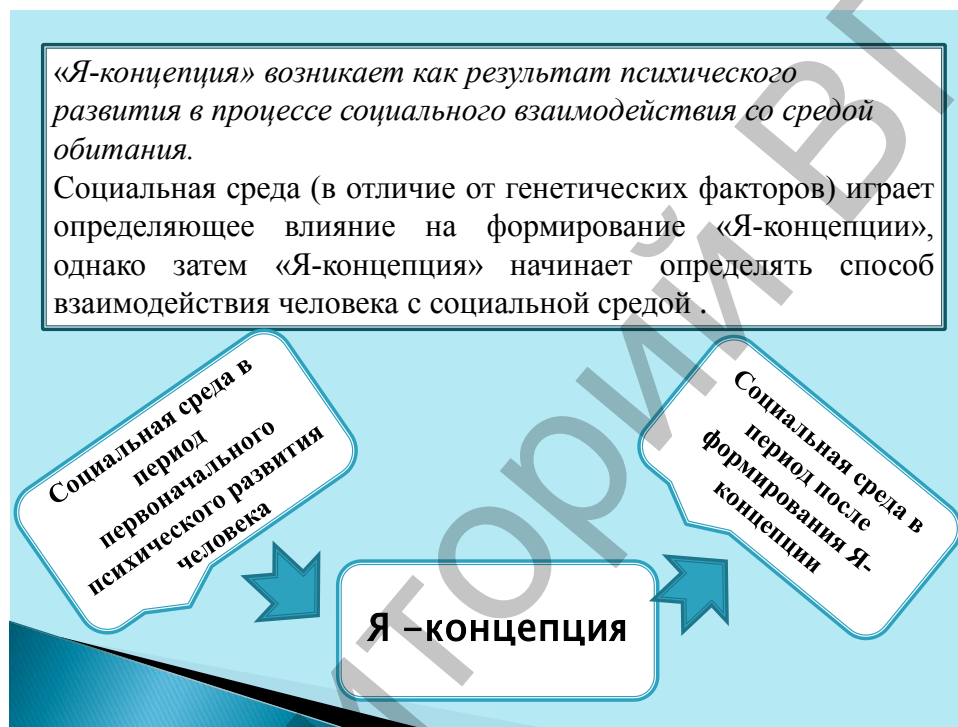
2. Дифференцированность Я – концепции. Я-концепция сложное образование, которое включает наши представления о себе как в настоящем, так и в будущем; представления, в основе которых лежат как наши желания, так и наши ожидания окружающих. В соответствии с этим выделяется четыре модальности Я-концепции:

- 1) *Я реальное* – то, каким человек, как ему кажется, является на самом деле;
- 2) *Я идеальное* – то, каким человек хотел бы и/или должен стать;
- 3) *Я должное* то, каким человек должен быть с точки зрения «значимых других»;
- 4) *Я возможное* – то, каким человек может стать.

Расхождение между «идеальным Я» и «реальным Я» является основой для самооценочных чувств, служит важным источником развития личности, однако существенные противоречия между ними могут стать источником внутриличностных конфликтов и негативных переживаний.

3. Формирование я-концепции. Из многочисленных источников формирования Я-концепции человека, по-видимому, наиболее жизненно важными являются следующие, хотя их значимость, как показывают исследования, меняется в различные периоды жизни чело-

века: представление о своем теле (телесное Я); язык – как развивающаяся способность выражать словом и формировать представления о себе и других людях; субъективная интерпретация обратной связи от значимых других о себе; идентификация с приемлемой моделью половой роли и усвоение связанных с этой ролью стереотипов (мужчина–женщина); практика воспитания детей в семье. Социальная психология признает межличностно детерминированную и, следовательно, поддающуюся воздействиям природу Я-концепции



Я-концепция – важнейший феномен социальной жизни индивида, поскольку с ее помощью каждый человек оценивает свои действия в отношении окружающих, занимает определенную позицию, планирует свое будущее, участвует в жизни сообщества.

Реальность «Я-концепции» личности определяется следующими факторами:

- ясностью индивидуального самосознания и наличием адекватных символов для его выражения;
- чувством личной адекватности индивида;
- отсутствием у индивида ощущения угрозы в ситуации самоописания.

Степень адекватности Я-концепции связана с адекватностью самооценки личности. Определяющим компонентом Я-концепции является самоуважение. Позитивную Я-концепцию можно приравнять к позитивному отношению к себе, к самоуважению, принятию себя, ощущению собственной ценности. Самоуважение – обобщенное от-

ношение личности к самой себе, характеризующееся отношением действительных её достижений к уровню её притязаний. Высокий уровень самоуважения создает у личности чувство комфорта, стимулирует развитие её уровня притязаний. Низкий уровень самоуважения, напротив, приводит к острой неудовлетворенности собой, провоцирует неврозы и депрессию, но неудовлетворенность собой и высокая самокритичность не всегда свидетельствуют о пониженном самоуважении. Синонимами негативной Я-концепции становятся негативное отношение к себе, отрицание себя, ощущение своей неполноценности. Так, в самооценках у интеллектуально развитых, творческих людей остро осознается расхождение между теми свойствами, которыми они обладают, и теми, которыми бы они хотели обладать. Отсюда проистекает недовольство собой, побуждающее человека повышать свой уровень притязаний, ставить перед собой более сложные задачи, стремиться к самоусовершенствованию или, выражаясь термином А. Маслоу, к самоактуализации.

Социализация, формирующая ранний опыт личности, закладывает определенную основу наших знаний о себе, Я-концепцию.

Вопросы для самопроверки

1. Из каких источников личность может получать информацию о собственном Я?
2. Что входит в состав Я-концепции?
3. В чем субъективизм Я-концепции личности?
4. С какого возраста начинает формироваться чувство Я?
5. Каковы, на ваш взгляд, последствия негативной Я-концепции человека?
6. Как проявляется самоуважение личности?

Лекция 5. Группа как объект социально-психологического исследования

Информационная лекция

План лекции

1. Понятие группы и её характеристики.
2. Малая группа как объект исследования в социальной психологии.
3. Динамические процессы в группе.

Понятийное поле

группа, психологические характеристики группы, групповые нормы, групповые ценности, композиция и структура группы, малая группа, динамические процессы в группе.

1. Понятие группы и ее характеристики. Проблема группы как важнейшей формы объединения людей в процессе совместной деятельности – одна из центральных в социальной психологии. Группа сама по себе не является простой суммой вошедших в нее людей, а представляет с момента ее возникновения самостоятельное целостное явление, со своими характеристиками, не сводимыми к индивидуальным характеристикам ее членов, собственной историей развития и закономерностями жизнедеятельности.

Группа – реально существующее образование, в котором люди собраны вместе, объединены каким-то общим признаком, разнообразием совместной деятельности или помещены в какие-то идентичные условия, обстоятельства, определенным образом осознают свою принадлежность к этому образованию.

Фокус анализа в социальной психологии – содержательная характеристика групп, выявление специфики воздействия на личность конкретной социальной группы. Значимость группы для личности, прежде всего в том, что группа – это определенная система деятельности, заданная ее местом в системе общественного разделения труда и потому сама выступает субъектом определенного вида деятельности и через нее включена во всю систему общественных отношений.

К психологическим характеристикам группы должны быть отнесены такие групповые образования, как групповые интересы, групповые потребности, групповые нормы, групповые ценности, групповое мнение, групповые цели. Для индивида, входящего в группу, осознание принадлежности к ней осуществляется, прежде всего, через принятие этих характеристик, т.е. через осознание факта некоторой психической общности с другими членами данной социальной группы, что позволяет ему идентифицироваться с группой.

Рассмотрим основные параметры, по которым может осуществляться социально-психологический анализ группы. Вся совокупность этих параметров может быть разделена на собственные характеристики группы и характеристики, определяющие положение человека в группе.

К первым относятся: композиция группы, структура и групповые процессы, групповые нормы, ценности, система санкций. Композиция группы, или ее состав – это совокупность характеристик членов группы, важных с точки зрения анализа группы как целого. Например, численность группы, ее возрастной или половой состав и т.д. Таких характеристик много, выбор наиболее значимых производится с учетом конкретных задач, которые ставятся исследователем. Структура

группы рассматривается с точки зрения анализа тех функций, которые выполняют отдельные члены группы, а так же с точки зрения межличностных отношений в ней. К групповым процессам такие показатели динамики группы как процесс развития и сплочения группы, процесс группового давления, выработка решений

Ко второй совокупности показателей относятся система групповых ожиданий, система статусов и ролей членов группы. Положение личности в системе групповых отношений характеризуется, прежде всего, ее статусом и выполняемыми ролями. Статус (или позиция) — это сумма, или совокупность задаваемых человеку психологических характеристик, определяющих его место в группе и то, как его будут воспринимать другие члены группы. Статус реализуется через систему ролей. То есть различных функций, которые человек должен выполнять в соответствии со своим положением в группе. Нельзя представлять роль как что-то неизменное: динамизм ее в том, что при сохранении статуса набор ролей будет меняться.

По отношению к каждому члену группы у группы есть система ожиданий в отношении его поведения. Поведение, соответствующее образцу, поощряется, а несоответствующее поведение наказывается группой. То есть система ожиданий строится на основе групповых норм и правил и контролируется через групповые санкции. Все групповые нормы являются социальными нормами, то есть представляют собой «установления, модели, эталоны должного, с точки зрения общества в целом и социальных групп и их членов». Нормы выполняют регулятивную функцию. Нормы группы связаны с ценностями, т.к. любые правила могут быть сформулированы только на основании принятия или отвержения каких-то социально-значимых явлений. Обратимся к классификации групп. Все имеющиеся в литературе классификации групп имеют общую черту: формы жизнедеятельности групп.

2. Малая группа как объект исследования в социальной психологии.

В обширном перечне разделов современной социально-психологической науки малые группы занимают особое место. Это не только старейшая, но и наиболее интенсивно разрабатываемая область социальной психологии.

Малая группа - немногочисленная группа людей, которые объединены общей социальной деятельностью, находятся в непосредственном общении, способствующем возникновению эмоциональных отношений, выработке групповых норм и развитию групповых процессов.

Отличительными признаками малой группы являются:

1) Пространственное и временное соприкосновение людей, которое дает возможность личных контактов, включая интерактивные, информационные, перцептивные аспекты общения и взаимодействия. Некоторые исследователи считают, что именно перцептивные аспекты являются самыми важными в характеристике малых групп, так как именно они позволяют человеку воспринимать индивидуальность всех других людей в группе.

2) Наличие постоянной цели совместной деятельности. Реализация общей цели как некоего предвосхищаемого результата какой-либо деятельности способствует в некотором смысле реализации потребностей каждого и в то же время соответствует общим потребностям. Цель как прообраз результата и начальный момент совместной деятельности определяет динамику функционирования малой группы. Важна не столько объективная цель группы, сколько ее образ, то есть, как она воспринимается членами группы.

3) Наличие в группе организующего начала, которое может быть персонифицировано в ком-либо из членов группы (лидере, руководителе). Однако если такого лидера или руководителя нет, это не означает, что организующего начала нет. Просто в этом случае функция руководства распределена между членами группы и лидерство носит ситуативно-специфический характер, когда в определенной ситуации человек, более компетентный и подготовленный в данной сфере принимает на себя функции лидера.

4) Разделение персональных ролей.

5) Наличие эмоциональных отношений между членами группы, которые влияют на групповую активность, могут приводить к разделению группы на подгруппы, формируют внутреннюю структуру межличностных отношений.

6) Выработка специфической групповой культуры, то есть норм, правил, стандартов жизни, поведения, определяющих ожидания членов группы по отношению друг к другу и обуславливающих групповую динамику. Эти нормы – важнейший признак групповой целостности. О сформировавшейся норме можно говорить, если она детерминирует поведение большинства членов группы, несмотря на все различия членов группы.

3. Динамические процессы в группе. Образование группы является лишь отправной точкой ее существования. Каким окажется дальнейшее ее течение, как и посредством чего, будет осуществляться процесс групповой жизнедеятельности - вопросы нашего дальнейшего рассмотрения. Анализ развития группы как психологической

общности базируется на выделении двух главных сфер ее жизнедеятельности: деловой (инструментальной) и эмоциональной (экспрессивной). Основной движущей силой развития выступает противоречие между этими двумя сферами, обусловленное неравномерностью их развития. Динамика группового процесса предполагает этапность прохождения группой ряда стадий, качественно отличных друг от друга, одновременно связанных и с интегративными тенденциями, и с дифференциацией.

Одним из результатов такого психологического развития является формирование определенной структуры малой группы. Подходов к выяснению сути структуры группы довольно много, но все они связаны с тем, какой именно критерий положен в основу оценки позиций членов группы относительно друг друга. Формально-статусное измерение дает представление о соотношении позиций индивидов в формальной структуре. Социометрическое измерение характеризует иерархию позиций индивидов в системе внутригрупповых межличностных предпочтений. По существу, социометрическая структура является аналогом неформальной статусной структуры группы. Коммуникация имеет огромное значение в функционировании группы. Она влияет на эффективность решения группой тех или иных задач в условиях централизованных и децентрализованных коммуникативных сетей, возникновение лидерства, организационное развитие группы, удовлетворенность ее членов. Формирование структуры группы – процесс достаточно растянутый и тесно связанный с другими динамическими процессами, в частности с развитием группы как психологической общности.

Другая существенная характеристика жизни сложившейся малой группы – поведение, связанное с реализацией групповых норм. Дело в том, что групповая норма, которая является неким

стандартом поведения в малой группе, регулятором развертывающихся в ней отношений, причисляется к элементам групповой структуры, так как тесно связана с ними (например, со статусом, ролью).

Факт существования феномена конформности личности в группе, установленный американским психологом С. Ашем, неоднократно описывался в отечественной литературе. Суть этого явления состоит в изменении позиций (поведения) индивида под влиянием группы. Внешняя конформность связана с подчинением индивида нормам группы под влиянием желания остаться ее членом. В таком случае угроза наказания вызывает лишь внешнее согласие с группой, реальная позиция человека не затрагивается. Внутренняя конформность может проявляться: а) как бездумное принятие мнения группы (отличного от позиции индивида) только на том основании, что «большинство всегда право»; б) как принятие мнения группы путем осознания правильности данной позиции.

В связи с анализом нормативного поведения в группе, – последствия отклонения от групповых норм. В зависимости от различных параметров этого отклонения (степени устойчивости отклонения, уровня отличия от групповой нормы и т.д.) сила давления группы может быть разной вплоть до полного исключения человека из группы. По результатам разных исследователей можно выделить следующие функции такого давления: 1) стремление обеспечить достижение групповых целей; 2) сохранение группы как целого; 3) помощь членам группы в выборке «реальности» для соотнесения с ней своих мнений; 4) определение членами группы отношения к социальному окружению.

Реализация названных функций во многом обусловлена развитием единообразия оценок, решений, поведенческих моделей членов группы, вызываемого, в свою очередь, процессами внутригруппового давления.

Вопросы для самопроверки

1. Что такое виртуальная социальная группа?
2. Какие параметры используются для характеристики групповой структуры?
3. Какая зависимость между размером группы и поведением её членов?
4. Каковы функции группового давления на личность?
5. Какую информацию может дать социометрическое измерение группы для практического психолога?

Лекция 6. Социальная организация

Лекция-объяснение

План лекции

1. Понятие социальной организации.
2. Эффективность коммуникаций в организации.
3. Организационный и психологический климат

Понятийное поле

социальная организация, типы структур организации, эффективная коммуникация, климат организационный, социально-психологический климат, микросреда и макросреда.

1. Понятие социальной организации. Специфическим видом социальной группы можно считать любую человеческую организацию. Самым общим образом организацию можно определить как группу с дифференциацией социальных ролей (А.Л. Свентицкий). Это значит, что даже несколько человек, имеющих общую цель и распределивших свои функции для достижения данной цели, представляют собой организацию. Система социальных ролей, выполняемых членами организации, определяет характер их взаимодействия друг с другом.

Понимание организации как средней социальной группы позволяет выявить социально-психологическую специфику данного типа групп. Организации, объединяющие работников в одну структуру, играют важную роль в экономической, политической, идеологической жизни общества. Их роль проявляется в основном в следующем:

1. В организациях происходит включение большинства членов общества в совместную социально значимую деятельность.

2. В организациях человек получает возможность работать на современных средствах производства.

3. В процессе овладения специальностью, приобретения профессиональных знаний, умений и навыков формируется субъект общественно значимой деятельности.

4. В процессе общения в организации происходит формирование целей и ценностей личности, направленных на удовлетворение потребностей общества.

5. В процессе совместной трудовой деятельности создаются условия для развития творческой активности личности.

6. Социально организованная деятельность предполагает возможность коллективного обсуждения и совместного решения вопросов деятельности предприятия, оценки работы должностных лиц, использования гласности, информированности, контроля за их деятельностью.

Сотрудники организации образуют ее внутреннюю социальную систему, включающую в себя индивидов и группы, основной характеристикой которых является динамичность, включающая формирование, развитие и распад этих групп.

В социальной психологии при изучении организаций применяется структурно-функциональный анализ. Под структурой организации понимается относительно постоянная система взаимосвязей работников и их связей в целом. Под функциями организации понимаются различные стандартизированные действия, регулируемые социально-правовыми нормами и контролируемые социальными институтами.

Типы структур организации. Социально-демографическая структура определяется половым, возрастным, этническим составом работников предприятия, уровнем их образования, квалификацией и стажем работы. Выделяются гомогенные и гетерогенные типы социально-демографической структуры. Установлено, что особенности этих типов оказывают существенное влияние не только на производственно-экономическую деятельность организации, и в том числе на эффективность труда, но и на социально-психологический характер взаимоотношений людей. Гомогенность организации, т. е. ее одно-

родность по таким признакам, как пол, возраст, уровень образования и пр., является предпосылкой формирования общности интересов, ценностных ориентаций, норм и стереотипов поведения. Гетерогенные же организации часто распадаются на несколько более или менее гомогенных группировок, и формирование их психологического единства и целостности оказывается сложным, а порой недостижимым. Заметим, что, по данным социально - психологических исследований, чисто женские группы отличаются от мужских большей глубиной и длительностью неформальных отношений, как дружеских, так и враждебных. Профессиональная структура связана с потребностью организации в работниках определенных специальностей. Известно, что люди, выполняющие сходные операции, быстрее устанавливают между собой неформальные дружеские отношения, психологически чувствуя близость, общность интересов, ценностей, проблем, оказывая друг другу помощь, поддержку, взаимозамену.

Функциональная структура основана на разделении труда и необходимости согласования, координации реальных действий всех участников совместной деятельности. Соответственно возникают четыре типа структурных подразделений: 1) административный персонал – руководители, в чьи обязанности входит организация системы производства; 2) производственный персонал – работники, занятые производством продукции; 3) обслуживающий персонал – работники, занятые обеспечением системы производства, – маркетинг, снабжение, сбыт, техника безопасности; 4) инженерно-технический персонал – работники, занятые созданием новой техники и технологии, обеспечением бесперебойной работы имеющейся техники.

Формальная и неформальная структура. Формальная структура обусловлена функциональным разделением труда, официальными, юридически закрепленными правами и обязанностями сотрудников. В рамках этой структуры каждый член организации должен выполнять определенные функции (роли) в зависимости от того положения (статуса), которое он официально занимает. Формальная структура закреплена в официальных инструкциях, приказах и других нормативных актах. Однако в реальной деятельности сотрудники вступают и в неформальные отношения для удовлетворения своих потребностей в общении, единении с другими людьми, привязанности, дружбе, помощи и пр. Так возникает неформальная структура организации, которая развивается спонтанно по мере общения и взаимодействия людей. Она не зафиксирована в нормативных актах. Результаты исследований показывают, что контакты на неформальной основе не только воспринимаются работниками как наиболее значимые, но и вызывают у них большую удовлетворенность, нежели их отношения на фор-

мальной основе. Таким образом, неформальная структура является своеобразным дополнением формальной организации.

В целом исследования социальных психологов на промышленных предприятиях показывают, что комплексная оценка эффективности организаций может быть произведена лишь в том случае, если учтены и объективные, и субъективные факторы. Ю.П. Платонов на основе анализа специальной научной литературы и результатов собственных многолетних исследований в качестве социально-психологических факторов эффективности организации определяет следующие:

1. *Целенаправленность*. Характеризует готовность организации к достижению целей совместного взаимодействия. Цель совместной деятельности выражает потребности, интересы, ценностные ориентации членов трудового коллектива, их идеальное представление будущего результата, что, в свою очередь, определяет средства и способы взаимодействия.

2. *Мотивированность*. Раскрывает причины трудовой, познавательной, коммуникативной и прочей активности членов группы. В конкретной ситуации социального взаимодействия мотивация выполняет три психологические функции: побуждающую, направляющую и регулирующую. Побуждающая функция состоит в осознании человеком потребности в совместном с другими людьми достижении целей группы и является «пусковой кнопкой» деятельности. Направляющая функция определяет цели и способы совместной деятельности, согласованные между всеми членами группы. Регулирующая функция способствует выбору наиболее оптимальных и законных средств достижения групповых целей и удовлетворения потребностей. Индивидуальные мотивы совместной деятельности интегрируются и представляют собой достаточно широкий спектр мотивов, среди которых мы выделяем:

- а) меркантильные – мотивы заработка средств существования;
- б) коммуникативные – мотивы общения с другими людьми;
- в) мериториальные – мотивы заслужить положительную оценку, похвалу, награду со стороны других людей;
- г) коллективистские – мотивы трудиться совместно с другими людьми;
- д) мотивы полезности – желание трудиться на благо других, приносить пользу, быть необходимым и незаменимым в процессе совместной деятельности;
- е) мотивы достижения – желание достигнуть цели, получить результат совместного труда, стремление к успеху, самоактуализации.

3. *Эмоциональность*. Проявляется в эмоциональном отношении людей к взаимодействию, прежде всего в специфике эмоциональных, неформальных отношений в организации. Возникает при переживании людьми близких по направленности и интенсивности эмоциональных состояний. Групповые эмоции выражаются в сходных способах переживания членами организации одних и тех же событий, подобии настроений, особенностях эмоциональных взаимоотношений (симпатия, антипатия, дружба и пр.). Интенсивность и направленность эмоциональности группы может оказывать стимулирующее или подавляющее влияние на его эффективность.

4. *Стрессоустойчивость*. Характеризует способность организации согласованно и быстро мобилизовать эмоционально-волевой потенциал людей для противодействия различного рода деструктивным силам. Стрессоустойчивость обеспечивается степенью включенности членов группы в совместную деятельность и мобилизует внутренние резервы их трудовой активности. По мере усиления стрессогенного воздействия эффективность деятельности и уровень трудовой активности начинают резко падать.

5. *Интегративность*. Обеспечивает необходимый уровень единства мнений, согласованности действий, структурированности обязанностей (функций). Высокая социально-психологическая интегративность является важным условием эффективности организации и свидетельствует о ее социально-психологической зрелости.

6. *Организованность*. Обусловленная особенностями процессов управления и самоуправления, а также спецификой структурно-функционального взаимодействия членов группы, организованность является главной предпосылкой эффективности их совместной деятельности. Таким образом, перечисленные факторы эффективности организации предстают как ее социально-психологические характеристики, обеспечивающие достижение поставленных целей, получение необходимого результата, повышение производительности индивидуального и совместного труда.

Таким образом, перечисленные показатели эффективности организации предстают как ее важнейшие характеристики, обеспечивающие достижение поставленных целей, получение необходимого результата, повышение производительности индивидуального и совместного труда. Поэтому необходимо правильное понимание внутренних социально-психологических процессов и механизмов, действующих в организации.

2. Эффективность коммуникаций в организации. Организации без коммуникаций не существует. В отсутствие коммуникаций работники не имеют информации о том, что делают коллеги, менедж-

мент не получает первичных данных, а руководители и лидеры команд не в состоянии отдавать указания. Следовательно, невозможными оказываются координация различных видов деятельности (а значит, организация распадается) и сотрудничество работников, поскольку люди не могут сообщить о своих потребностях и чувствах другим. Коммуникации обеспечивают реализацию всех основных функций управления – планирования, организации, руководства и контроля.

По направленности общения можно выделить: нисходящие организационные коммуникации представляющие собой поток информации от высших уровней руководства к нижним; восходящие организационные коммуникации позволяющие рядовому персоналу организации выдвигать новые идеи и высказывать руководству свои предложения по усовершенствованию работы непосредственно с их рабочих мест, что является очень важным для организации. Коммуникации являются не только условием эффективной производственной деятельности организации, но также залогом психологического комфорта персонала. Работники имеют так называемые коммуникативные потребности, удовлетворение которых важно для мотивации их труда.

Эффективная коммуникация, несомненно, необходима для успешной реализации целей организации. Цель эффективной коммуникации – наладить и оберегать взаимосвязь, поддержку и рабочие взаимоотношения, взаимовыгодные и, следовательно, длительные. Руководитель от 50 до 90% времени тратит на коммуникацию, ведь он должен довести информацию до подчиненных и получить от них требуемую реакцию, а также осуществлять информационное взаимодействие с коллегами и вышестоящим руководством.

Причинами плохой коммуникации могут быть:

а) стереотипы – упрощенные мнения относительно отдельных лиц или ситуации, в результате нет объективного анализа и понимания людей, ситуаций, проблем;

б) «предвзятые представления» – склонность отвергать все, что противоречит собственным взглядам, что ново, необычно («Мы верим тому, чему хотим верить»). Партнер должен осознавать, что толкование событий другим человеком столь же законно, как и его собственное;

в) плохие отношения между людьми, поскольку если отношение человека враждебное, что трудно его убедить в справедливости вашего взгляда;

г) отсутствие внимания и интереса собеседника, а интерес возникает, когда человек осознает значение информации для себя: с помощью этой информации можно получить желаемое или предупредить нежелательное развитие событий;

д) пренебрежение фактами, т. е. привычка делать выводы – заключения при отсутствии достаточного числа фактов;

е) ошибки в построении высказываний: неправильный выбор слов, сложность сообщения, слабая убедительность, нелогичность и т.п.;

ж) неверный выбор стратегии и тактики общения.

Для эффективной коммуникации характерно: достижение взаимопонимания партнеров, лучшее понимание ситуации и предмета общения (достижение большей определенности в понимании ситуации способствует разрешению проблем, обеспечивает достижение целей с оптимальным расходом ресурсов).

3. Организационный и психологический климат. Для того чтобы самым общим образом охарактеризовать условия деятельности той или иной группы, ее внутреннюю обстановку, в последнее время часто используются понятия «социально-психологический климат», «морально-психологический климат» «психологический климат», «эмоциональный климат». Применительно к рабочей группе иногда говорят о «производственном» или «организационном» климате. В большинстве случаев эти понятия употребляются примерно в идентичном смысле, что, однако, не исключает значительной вариативности в конкретных определениях. В отечественной литературе насчитывается несколько десятков определений социально-психологического климата и различных исследовательских подходов к этой проблеме (И.П. Волков, Е.С. Кузьмин, В.В. Новиков, В.Б. Ольшанский, Б.Д. Парыгин, К.К. Платонов, А.Л. Свенцицкий, В.М. Шепель и др.).

Организационный климат – набор устойчивых характеристик, которые описывают конкретную организацию, существенным образом влияющие на поведение и эмоциональные состояния ее членов. Организационный климат – термин, использующийся в зарубежной литературе для описания атмосферы группы. С. Паповян, анализируя американские исследования организационного климата, описывает его как набор устойчивых характеристик организации, существенным образом влияющих на поведение и эмоциональные состояния ее членов. Для описания организационного климата используются следующие параметры: степень формальной структурированности, степень риска при принятии решений, тактика вознаграждений, возможности продвижения по службе, отношение руководства к работникам, отношение работников к руководству, эмоциональная атмосфера. Организационный климат включает эмоциональную и мотивационную компоненты, и в этом отношении пересекается с понятием психологического климата, который определяется индивидуально-

психологическими особенностями личности, поведением человека на работе, восприятием сотрудником себя и своих коллег как членов команды, профессионального сообщества, неформальных

В.М. Шепель дает определение *психологического климата* как эмоциональной окраски психологических связей членов коллектива, возникающей на основе их симпатии, совпадения характеров, интересов, склонностей. Важнейшие признаки благоприятного психологического климата: доверие, высокая требовательность членов группы друг к другу, доброжелательная и деловая критика, свободное выражение собственного мнения при обсуждении вопросов, касающихся всего коллектива, отсутствие давления руководителей на подчиненных и признание за ними права принимать значимые для группы решения, достаточная информированность членов коллектива о его задачах и состоянии дел при их выполнении, удовлетворенность принадлежностью к рабочей группе, высокая степень эмоциональной включенности и взаимопомощи в ситуациях, вызывающих состояние фрустрации у кого-либо из членов коллектива.

Социально-психологический климат организации представляет собой состояние групповой психики, обусловленное особенностями жизнедеятельности данной группы. Это своеобразный сплав эмоционального и интеллектуального – установок, настроений, чувств, мнений членов группы как отдельных элементов социально-психологического климата. Отметим также, что состояния психики группы характеризуются разной степенью осознанности. При обращении к проблемам социально-психологического климата группы особенно важным является исследование факторов, влияющих на климат. Это имеет не только теоретическое, но и прикладное значение. Ведь выделив факторы, так или иначе влияющие на климат какой-либо группы, мы сможем попытаться воздействовать на эти факторы, регулировать их проявление. Социально-психологический климат такой ячейки формируется за счет множества разнообразных воздействий макросреды и микросреды. К макросреде относится уровень развития материального и духовного производства и культуры общества в целом. Наконец, макросреда характеризуется и определенным общественным сознанием, отражающим данное общественное бытие во всей его противоречивости.

Таким образом, члены каждой социальной группы и организации являются представителями своей эпохи, определенного исторического периода развития общества. В качестве существенных факторов макросреды, воздействующих на климат той или иной организации, следует отметить и ее многообразные партнерские связи с другими организациями, а также с потребителями продукции данной организа-

ции. Микросреда предприятия, учреждения – это «поле» повседневной деятельности людей, те конкретные материальные и духовные условия, в которых они работают. К факторам микросреды можно отнести: стиль руководства, особенности деятельности, систему взаимоотношений по вертикали, систему отношений по горизонтали, совместимость членов группы. Именно на данном уровне те или иные воздействия макросреды обретают для каждой группы свою определенность, связь с реалиями жизненной практики.

Вопросы для самопроверки

1. Сформулируйте понятие и дайте характеристику социальной организации. Каковы виды социальных организаций?
2. Есть ли основания называть порой социально-психологический климат группы «климатом руководства»?
3. На какой основе в той или иной социальной организации формируется чувство «Мы»?

Лекция 7. Социальный и этнический стереотипы

Информационная лекция

План лекции

1. Понятие социального стереотипа. Функции и свойства стереотипов.
2. Виды стереотипов.
3. Этнический стереотип

Понятийное поле

социальный стереотип, функции стереотипов, согласованность, схематичность, эмоциональная нагруженность, неточность, устойчивость, этнический стереотип, категоризация, стереотипизация.

1. Понятие социального стереотипа. Чем существеннее изменения, происходящие в организации, тем сильнее проявляется действие психологических охранительных механизмов, т. е. имеет место противоположный изменению процесс – сопротивление сотрудников этим изменениям. Одним из таких психологических охранительных механизмов являются стереотипы. Формы стереотипов могут быть таковы, что делают их носителей неуязвимыми для общественного мнени-

ния. В этой связи привлекает внимание важная роль социальных стереотипов в поведении и деятельности людей.

В социальные науки термин «стереотип» ввел в 1922 г. американский журналист У. Липпман в книге «Общественное мнение». Автор отметил, что люди часто используют подобный механизм, общаясь друг с другом и прибегая к определенным шаблонам восприятия. Относя какого-либо человека к той или иной категории лиц, нам легче строить свои взаимоотношения с ним.

Б. Рэйвен и Д. Рубин выделяют две важные функции стереотипов. Во-первых, посредством стереотипизации мы можем минимизировать «непреодолимую сложность информации до поддающихся анализу пропорций». Вместо того чтобы блуждать в поисках характерных и уникальных черт встреченного нами человека, мы можем ограничиться общими стереотипами. Это особенно важно тогда, когда нужно быстро принимать решение в ситуации неопределенности. Во-вторых, поскольку одних и тех же стереотипов придерживаются многие люди, они могут легко общаться друг с другом. Стереотипы выступают как форма «социальной стенографии». Социальные стереотипы задают характеристики членов своих и чужих социальных групп. В науке выделяют пять основных свойств стереотипов.

1. *Согласованность или социальный консенсус*, свидетельствующие о высоком уровне единства представлений среди членов стереотипизирующей группы. Так, по мнению Г. Тэджфела социальными стереотипами можно считать лишь представления, разделяемые достаточно большим числом индивидов – членов социальной общности.

2. *Схематичность и упрощенность* стереотипов. Стереотипизация рассматривается как рациональная форма познания, как частный случай более универсального процесса категоризации. Стереотипы направлены на то, чтобы систематизировать изобилие и упростить сложность ежедневно перерабатываемой информации.

3. *Эмоционально-оценочная нагруженность* стереотипа. Под эмоциональным компонентом стереотипа понимается ряд предпочтений, настроений, оценок, эмоций, аффективных различных реакций, включающих ненависть, симпатию, антипатию, страх и другие. Однако, более значимым компонентом стереотипа признаётся когнитивная составляющая. А.И. Донцов и Г.А. Стефаненко отмечают, что при формировании стереотипа когнитивные и аффективные составляющие взаимосвязаны. При актуализации стереотипа они могут быть независимы друг от друга, поскольку информация о группах может поступать в сознание двумя путями: с помощью представлений, основанных на оценках и эмоциях; с помощью представлений, основанных на знаниях и описаниях.

4. *Устойчивость или даже ригидность.* Исследования показывают, что стереотипы достаточно стабильны, незначительно изменяются со временем. Однако, при изменении отношений между группами или при поступлении новой информации их содержание или даже направленность (позитивная или негативная) могут изменяться

5. *Неточность* считается наиболее существенным свойством стереотипа. Неточность означает, что стереотип не соответствует объективной реальности. Дифференциация представлений о группе является одним из способов устранения неточности стереотипов.

Т.Г. Стефаненко считает что, необходимо делать четкое различие между стереотипами как социальным явлением и стереотипизацией как психологическим процессом. Стереотипизация – это рациональная форма познания, частный случай процесса категоризации. Создавая социальные категории, мы обращаем внимание на характеристики, благодаря которым люди, принадлежащие к той или иной группе, воспринимаются похожими друг на друга и отличающимися от других людей. Но стереотипизация не тождественна категоризации.

Т.Г Стефаненко выделяет функции стереотипизации.

Психологические функции стереотипизации: упрощение и систематизация обширной и сложной информации поступающей из окружающей среды, и средство постижения социального значения информации.

Социально-психологические функции стереотипизации: межгрупповая дифференциация, чаще всего оценочная в пользу своей группы; поддержание позитивной групповой идентичности.

Социальные функции стереотипизации: объяснение существующих отношений между группами; оправдание существующих межгрупповых отношений; сохранение существующих отношений.

2. Виды стереотипов. Попытка классификации стереотипов была предпринята Л. Гусляковой, она выделила пять оснований для типологии.

1. *Направленность, или степень адекватности стереотипов.* В соответствии с этим можно говорить об истинных или ложных стереотипах («положительных» и «отрицательных»). К «положительным» можно отнести облегчение возможности быстро ориентироваться в окружающей действительности, обретение способности к обобщению, синтезу, концентрации внимания. В основе формирования таких стереотипов лежит здравый смысл. «Отрицательные» обуславливают большую степень консервативности (условия меняются, а стереотипы остаются прежними), упрощают подходы к оценке тех или иных явлений, людей (примерами могут служить всевозможные пред-
рассудки).

2. *Субъект формирования стереотипов.* Одни из них складываются стихийно, в зависимости от индивидуального опыта, от разнообразных случайных переплетений его с опытом общественным. Такие стереотипы в достаточной мере устойчивы в самых различных условиях, они сходны в целом с чувствами симпатии и антипатии. Другие стереотипы формируются сознательно в результате воздействия различных факторов: идеологических, культурных, национальных и др. Существуют ситуации, когда стихийно сформированные стереотипы, например национальные предубеждения, сложившиеся на основе воспитания и общения в семье или группе, подвергаются целенаправленному воздействию и превращаются в националистические предрассудки

3. *Объект стереотипизации.* Стереотипы могут быть направлены как на отдельного человека, так и на представителей каких-то определенных социальных групп или просто на массу людей. Следовательно, можно говорить об индивидуальных, групповых и массовых стереотипах. Первые формируются в ходе неповторимого житейского опыта под влиянием самых разнообразных, порой совершенно случайных факторов. Групповыми стереотипами можно назвать те закрепившиеся в сознании и повторяющиеся образы, которые разделяются и воспроизводятся любым членом какой-либо социально организованной группы.

4. *Сфера проявления стереотипов.* Можно выделить стереотипы мышления (через стереотипы-образы и стереотипы-оценки) и поведения. Стереотипы-образы порой могут выступать в виде идеологических построений, через которые в сознание личности, группы, общества в целом вносится чаще всего предвзятое отношение к различным социальным, политическим, экономическим или другим явлениям, процессам, лидерам, странам (например, стереотипы восприятия таких образов, как «враг народа», «железный занавес», «свободный мир», «свободный рынок» и др.). Стереотип поведения – это система поведенческих навыков, передаваемых из поколения в поколение путем сигнальной наследственности, специфичная для каждого социального коллектива, общности. Стереотип поведения складывается в процессе адаптации к окружающей среде. Собственный стереотип поведения воспринимается членами определенной социальной общности как единственно возможный, нормальный стандарт взаимоотношений, образа жизни и действия людей.

5. *Степень изменчивости стереотипов.* В одних случаях они могут быть стабильными, консервативными, в других – подвижными. А. В. Меренков указывает, что устойчивость социальных стереотипов определяется двумя факторами. Во-первых, соответствием стереотипа

условиям жизнедеятельности конкретного индивида (или группы). Чем чаще его использование приводит к дисфункциональным последствиям, тем интенсивнее он будет изменяться, то есть здесь подчеркивается фактор личностного, индивидуального опыта. Во-вторых, временем возникновения: чем старше культурные традиции использования данного стереотипа, чем раньше он возник, тем труднее будет происходить процесс трансформации. Здесь выделяется социокультурный фактор, влияние общества на индивида.

Таким образом, в представленной типологии стереотипов можно найти критерии анализа их сущности, причины и следствия. Это позволяет научно объяснить поведение людей, особенности их взаимодействия.

3. Этнический стереотип. Широко распространены этнические (или культуральные) стереотипы, в соответствии с которыми определенные психологические свойства приписываются представителям тех или иных наций. *Этнические стереотипы* – это один из видов социальных стереотипов, а именно те из них, которые описывают членов этнических групп, приписываются им или ассоциируются с ними. До сегодняшнего дня в обыденном сознании и в средствах массовой коммуникации об этнических стереотипах весьма распространено мнение как о исключительно отрицательном феномене. Во многом это связано с тем, что в мировой науке чаще всего изучались негативные стереотипы подвергавшихся дискриминации этнических меньшинств. Отсюда же проистекает и отождествление стереотипов с предрассудками.

Д. Майерс приводит данные исследований, показывающие, что европейцы считают жителей Южной Европы, например, итальянцев, более эмоциональными и менее искусными в работе, чем жителей Северной Европы – немцев и скандинавов. Стереотип южанина как человека более экспансивного существует даже в пределах одной страны. Так, в каждой из двадцати стран Северного полушария жители юга данной страны считаются более экспрессивными, чем жители севера (чего нельзя сказать о шести странах в Южном полушарии). Заслуживает внимания тот факт, что значительная часть людей приписывает какой-либо рассматриваемой группе одни и те же черты. Показательны в этом плане данные одного из исследований, проведенных в США. Ста университетским студентам был предложен перечень 84 личностных черт, с тем, чтобы они отметили, какие из этих черт наиболее свойственны указанным десяти этническим группам. Если бы какие-либо черты подбирались студентами случайно, то можно было бы ожидать, что около 6% из них выберут любую данную черту для любой данной группы. Однако почти для каждой этнической группы

были подобраны более чем 20% студентов, по крайней мере, три черты. И, по крайней мере, одна черта выбиралась более чем 50% студентов. Например, американцы были названы материалистичными (67%), англичане – консервативными (53%), немцы – усердными (59%). Таким образом, можно говорить об известном согласии относительно свойств, приписываемых различным этническим группам.

Среди наиболее существенных свойств этнических стереотипов выделяют их *эмоционально-оценочный характер*. Эмоциональные аспекты стереотипов понимаются как ряд предпочтений, оценок и настроений. Эмоционально окрашенными являются и сами воспринимаемые характеристики. Даже описание черт уже несет в себе оценку: явно или скрыто она присутствует в стереотипах, необходимо только учитывать систему ценностей группы, в которой они распространены. Например, в русской прессе 19 в. Н.А.Ерофеевым обнаружено множество высказываний о присущем англичанам практицизме, деловой энергии, расчетливости, стремлении к прибыли. Но высказывания эти не только не содержат в себе одобрительной оценки, но даже не нейтральны. Для русского общества того времени «практицизм» означал поглощенность низменными заботами в ущерб более высоким идеальным ценностям.

Обоснованна ли подобная стереотипизация? Соответствуют ли стереотипы реальности? Прежде всего, отметим, что стереотипы возникают не на пустом месте. Ряд американских исследователей считает, что стереотипы могут содержать зерно истины. По их мнению, люди, высказывая суждение о других группах, сравнивают их со своей собственной группой. Так, если немцы в среднем считаются несколько более усердными, чем американцы, то эта черта будет частью стереотипа, даже хотя среднее различие может быть очень маленьким.

Ряд данных говорит о том, что имеются рациональные основания для формирования тех или иных стереотипов. Возьмем, например, стереотип пожилого работника, разделяемый многими людьми в различных организациях США. Одно из исследований показало, что пожилые работники оценивались как не склонные к изменениям и творчеству, более осмотрительные и менее работоспособные даже тогда, когда их трудовые показатели были не хуже, чем у тех, кто был моложе. Следует добавить к этому, что, по данным другого исследования, проведенного ранее, обнаружена меньшая склонность к риску (большая осмотрительность) пожилых менеджеров по сравнению с более молодыми.

Таким образом, можно говорить о зерне истины, содержащемся в стереотипе пожилого работника, т.е. о том, что такой работник обладает определенными характерными свойствами. Но из этого совсем

не следует, что всем без исключения пожилым работникам будут при-
сущи указанные свойства. Ошибочность стереотипа проявляется то-
гда, когда он влияет на суждение о конкретной личности с ее индиви-
дуальными особенностями. Действительно, в этом случае, вместо того
чтобы попытаться учесть всю уникальность данного человека, его
воспринимают лишь на основе какой-то единственной категории, к
которой он принадлежит. Стереотипы рожают определенные ожида-
ния относительно поведения людей и дают нам возможность взаимо-
действовать на этой основе.

Вопросы для самопроверки

1. Как связаны между собой явления социальной категориза-
ции и социальной стереотипизации?
2. В чем сущность эмоционально-оценочного компонента со-
циального стереотипа?
3. Какова роль социального стереотипа в организации?
4. Почему возникают этнические стереотипы?
5. При каких условиях стереотипы могут измениться?

Лекция 8. Организационная культура и организационная социализация *Лекция-беседа*

План лекции

1. Понятие организационной культуры и её структура.
2. Организационная социализация, этапы социализации.

Понятийное поле

Организационная культура, имидж, коммуникационная система, привычки и традиции, ценности и нормы, взаимоотношения в организации, мировоззрение, трудовая этика, организационная социализация, стадии социализации.

1. Понятие организационной культуры и ее структура. Как и индивид, каждая организация уникальна. Подобно группам людей или культур, группы организаций имеют между собой некие сходные черты, которые можно охарактеризовать как культуру. В последние годы стало модным называть этот аспект деятельности организаций «организационной культурой». Важно дать точное определение тер-

мину организационная культура в отличие от другого широко распространенного термина организационный климат. *Организационная культура* - это динамическая система правил, разделяемых членами организации. Такие правила включают в себя разнообразные психологические конструкты, например отношения, ценности, убеждения, нормы и поведение. Организационная культура, таким образом, представляет собой нечто большее, чем просто поведенческие практики, которые мы наблюдаем в повседневной производственной деятельности. Она имеет отношение к глубоко укорененным ценностям и убеждениям, которые считают важными для себя не только отдельные работники, но и вся организация в целом.

Вопрос: *На ваш взгляд организационная культура относится к факторам внешней среды? Объясните свою точку зрения.*

Существует много подходов к анализу содержательной стороны той или иной организационной культуры. Ф. Харрис и Р. Моран предложили выделить десять содержательных характеристик, свойственных любой организационной культуре:

1. *Осознание себя и своего места в организации* (в одних культурах ценится сдержанность и сокрытие работником своих внутренних настроений и проблем, в других – поощряется открытость, эмоциональная поддержка и внешнее проявление своих переживаний; в одних случаях творчество проявляется через сотрудничество, а в других – через индивидуализм).

Вопрос: *Как вы думаете, базовые установки культуры бездоказательно принимаются и разделяются членами организации?*

2. *Коммуникационная система и язык общения* (использование устной, письменной, невербальной коммуникации, «телефонного права» и открытости коммуникации варьируется от организации к организации; профессиональный жаргон, аббревиатуры, язык жестов специфичен для организаций различной отраслевой, функциональной и территориальной принадлежности организаций).

Вопрос: *На ваш взгляд, зависят ли межличностные коммуникации от социокультурной среды, в которой они осуществляются? Поясните свою точку зрения на практических приме-*

3. *Внешний вид, одежда и представление себя на работе* (разнообразие униформ, деловых стилей, нормы использования косметики, духов, дезодорантов и т.п., свидетельствующие о существовании множества микрокультур).

Вопрос: *Как внешний имидж работника влияет на восприятие его и организации, которую он представляет?*

4. *Привычки и традиции, связанные с приемом и ассортиментом пищи* (как организовано питание работников в организации, включая наличие или отсутствие столовых и буфетов; участие организации в оплате расходов на питания; периодичность и продолжительность питания; совместно или раздельное питание работников с разным организационным статусом).

5. *Осознание времени, отношение к нему и его использование* (восприятие времени как важнейшего ресурса или пустая трата времени, соблюдение или постоянное нарушение временных параметров организационной деятельности).

6. *Взаимоотношения между людьми* (влияние на межличностные отношения таких характеристик как возраст, пол, национальность, статус, объем власти, образованность, опыт, знания и т.д.; соблюдение формальных требований этикета или протокола; степень формализации отношений, получаемой поддержки, принятые формы разрешения конфликтов).

7. *Ценности и нормы* (первые представляют собой совокупности представлений о том, что хорошо, а что – плохо; вторые – набор предположений и ожиданий в отношении определенного типа поведения).

Главная роль в процессе формирования культуры в организации отводится ее руководителям, которые заинтересованы в том, чтобы она соответствовала их собственным представлениям. В то же время, они не могут не учитывать, как их ценностные установки будут воспринимать сотрудники.

Вопрос: *Какие возможны противоречия во взглядах на конкретные ценностные установки?*

Перечень ценностных установок, которыми обычно руководствуются руководители:

- поощрения и наказания;
- участие в управлении;
- демократичность;
- открытость;
- помощь другим;
- лояльность;
- отношение к равенству полов;
- возраст

Дайте оценку каждому из этих противоречий и сформулируйте предложения по их минимизации.

8. *Мировоззрение* (вера/отсутствие веры в: справедливость, успех, свои силы, руководство; отношение к взаимопомощи, к этичному или недостойному поведению, убеждения работника).

9. *Развитие и самореализация работника* (бездумное или осознанное выполнение работы; опора на интеллект или силу; свободная или ограниченная циркуляция информации в организации; признание или отказ от рациональности сознания и поведения людей; творческая обстановка или жесткая рутина; признание ограниченности человека или акцент на его потенции к росту).

10. *Трудовая этика и мотивирование* (отношение к работе как ценности или повинности; ответственность или безразличие к результатам своего труда; отношение к своему рабочему месту; качественные характеристики трудовой деятельности; достойные и вредные привычки на работе; справедливая связь между вкладом работника и его вознаграждением; планирование профессиональной карьеры работника в организации).

Вопрос: *Как влияет соотношение внутренней и внешней мотивации труда работника на эффективность его деятельности?*

Указанные характеристики культуры организации в совокупности отражают и придают смысл концепции организационной культуры.

2. Организационная социализация, этапы социализации. Организационная культура выступает в качестве механизма управления организационной социализацией работников. Организационная социализация – это систематизированный процесс «введения» работников в культуру организации. Организационная социализация – деятельность, производимая организацией для объединения организационных и личных целей. Организационная культура, прежде всего, определяет вертикаль власти в организации, а корпоративная ориентирована на укрепление горизонтальных связей.

Организационная социализация – это процесс, в ходе которого индивид постигает ценности, способности, нормы поведения и социальный кругозор, важные для приобретения веса в организации и полноправного участия в ней в качестве работника.

Основные составляющие процесса организационной социализации:

- изменение установок, ценностей и форм поведения;
- непрерывность процесса социализации в течение определенного периода времени;
- приспособление к новым должностным обязанностям, рабочим группам и работе организации;
- взаимное влияние новых сотрудников и руководителей;
- первостепенная важность этапа вхождения в организацию.

Процессы социализации направлены на сочетание интересов индивида и организации. Организация определяет роль и место каждого отдельного человека с точки зрения удовлетворения его индивидуальных целей. Человек принимает ценности и нормы поведения, принятые в организации, которые необходимы, чтобы он мог эффективно исполнять роль, предназначенную для него организацией. Очень важно учитывать взаимозависимость человека и организации. Человек и организация нуждаются друг в друге для достижения своих целей, и в этом смысле у них существуют равные обязательства друг перед другом. Человек должен приложить усилие, чтобы войти в организацию, но и организация должна постараться удержать человека. Следовательно, в ходе процесса социализации решается задача интеграции человека и организации. Процессы социализации в организациях, в зависимости от ситуации, различаются по форме и содержанию.

Стадии социализации личности в организации:

Предварительная (упреждающая) стадия – связана со стадией карьеры, предшествующей работе, с деятельностью по сбору информации, включая обучение. Для гармонии между личностью и организацией необходимо соблюдать два условия – реализм, который означает реалистическую оценку личности и организации, и конгруэнтность, когда способности и возможности личности могут быть полностью использованы организацией.

Согласование – человек принимается на работу и узнает, что реально представляет организация и работа и согласовывает с этим свои возможности и потребности.

Ролевое управление – включает в себя конфликты между работой и семьей, рабочей группой индивида и другими рабочими группами в организации.

Процесс социализации продолжается на протяжении всей карьеры индивида. Организационная социализация составляет важную часть социализации личности в целом. Каждый человек на протяжении жизни состоит в значительном количестве организаций, что требует от него постоянного социализирования в эти организации.

Вопрос: Проанализируйте процесс организационной социализации студентов в вашем вузе. Какие методы и формы социализации при этом используются? Какие меры, по-вашему, могли бы усилить положительный эффект социализации студентов (и лично вас в частности)?

Лекция 9. Вербальные и невербальные средства коммуникации

Лекция-консультация

План лекции

1. Вербальная коммуникация.
2. Невербальная коммуникация.

Понятийное поле

вербальная и невербальная коммуникация, паралингвистические средства, жесты, мимика, взгляд, позы и движения тела, коммуникатор, реципиент, кодирование и декодирование информации.

1. Вербальная коммуникация. В основе общения лежит коммуникативный процесс передачи информации от одного лица другому или группе лиц и восприятие этой информации данными лицами. В любом единичном акте передачи и восприятия информации необходимы, как минимум, два человека – отправитель информации (коммуникатор) и ее получатель (коммуникант или адресат). В процессе передачи информации используются различные знаковые системы. На этом основании обычно выделяют вербальную и невербальную коммуникации.

При вербальной коммуникации используются сообщения, выраженные в словах (устно, письменно или в печатной форме). Важнейшим средством такой коммуникации является устная речь, хотя бы по той причине, что она не требует особых материальных затрат при межличностном общении. Кроме того, обращаясь к устной речи, можно передавать информацию не только словами или предложениями. В такой речи люди используют еще и паралингвистические средства, которые также могут нести определенный смысл. Это степень громкости речи, ее ритм, распределение пауз, а также вокализация – смех, плач, зевота, вздохи и т.д. Если человек увеличивает темп своей речи, то тем самым он хочет сообщить нам о своем беспокойстве или волнении. Таким образом, существует огромное разнообразие различных лингвистических и паралингвистических форм передачи информации.

Особенности речи дают нам возможность делать выводы о личностных особенностях человека, его характере и темпераменте. Достаточно много подобных примеров мы видим в литературных произведениях, наблюдаем в реальных жизненных ситуациях и в деловом общении.

Пример

«Говорит он скоро, торопливо, но в то же время самоуверенно и не лезет за словом в карман... Выговор у него удивительно ясен, слова его сыплются, как равные, крепкие зернышки, всегда готовые к Вашим услугам. Сначала это Вам и нравится, но потом станет противно, и именно от этого слишком уж ясного выговора, от этого бисера вечно готовых слов».

«Бесы» Ф.М. Достоевский

Постоянный и эффективный обмен информацией является залогом достижения любой организацией поставленных перед собой задач. Важность вербальной коммуникации, например в управлении, переоценить невозможно. Однако, надо преследовать и цель обеспечения правильного понимания передаваемой информации или смысловых сообщений. Умение точно выражать свои мысли, умение слушать – составляющие коммуникативной стороны общения. Неумелое выражение мыслей приводит к неправильному толкованию сказанного. Неумелое слушание искажает смысл передаваемой информации.

По мнению авторов книги «Межличностное общение» В.Н. Куницыной, Н.В. Казариновой, В.М. Погорьша говорящие люди могут обладать речевой гибкостью в разной степени. Так, некоторые из них уделяют минимальное внимание, выбору речевых средств, разговаривая в разное время с разными людьми, в разных обстоятельствах преимущественно в одном и том же стиле. Другие, стремясь сохранить свой стилевой облик, умеют выполнять разные речевые роли, используя в разнообразных ситуациях разностилевой речевой репертуар. Однако кроме индивидуальных особенностей участников вербальной коммуникации на выбор стиля речевого поведения влияет и социальный контекст. Ролевая ситуация диктует необходимость обращения то к поэтической, то к официальной, то к научной или бытовой речи.

2. Невербальная коммуникация. При коммуникативном взаимодействии вербальные контакты дополняются невербальной информацией, тем самым закладывая фундамент полноценного общения. Исследования учёных подтверждают межъязыковую универсальность невербальной коммуникации. Понимание языка мимики и жестов позволяет более точно определить позицию собеседника. Читая жесты, вы осуществляете обратную связь, которая играет определяющую

щую роль в целостном процессе делового взаимодействия, а совокупность жестов является важной составной частью такой связи. Вы сможете понять, как встречено то, что вы говорите, – с одобрением или враждебно, открыт собеседник или замкнут, занят самоконтролем или скучает.

Знание языка жестов и телодвижений позволяет не только лучше понимать собеседника, но и (что более важно) предвидеть, какое впечатление произвело на него услышанное еще до того, как он выскажется по данному поводу. Другими словами, такой бессловесный язык может предупредить вас о том, следует ли изменить свое поведение или сделать что-то другое, чтобы достичь нужного результата. Все это позволяет сделать вывод о том, что если вы желаете достигнуть определенных результатов во взаимоотношениях с партнерами, собеседниками или просто коллегами, то вам необходимо овладеть хотя бы азами невербального, т.е. бессловесного общения.

Изучение собеседника (партнера по общению) по его жестам, мимике и позам относится к области кинесики. Рассмотрим только некоторые из этих кинесических составляющих. Действительно, движения рук и тела передают много сведений о человеке. Во-первых, в них проявляются состояние организма и непосредственные эмоциональные реакции. Это позволяет судить о темпераменте человека. Во-вторых, позы и движения тела выражают многие черты характера человека, степень его уверенности в себе, зажатость или раскованность, осторожность или порывистость. В-третьих, в позе и жестах проявляются культурные нормы, усвоенные человеком. В-четвертых, жестам и позе приписываются чисто условные символические значения. Таким образом, они способны передать точную информацию.

Примеры

1. **Рукопожатие.** Слишком короткое, вялое рукопожатие очень сухих рук может свидетельствовать о безразличии. Продолжительное рукопожатие и слишком влажные руки свидетельствуют о сильном волнении. Немного удлиненное рукопожатие наряду с улыбкой и теплым взглядом демонстрирует дружелюбие.
2. **Жесты открытости:** «раскрытые руки» и «растегивание пиджака».
3. **Жесты подозрительности и скрытности** свидетельствуют о недоверии к вам. В этих случаях собеседник машинально потирает лоб, виски, подбородок, стремится прикрыть лицо руками. Но, чаще всего он старается не смотреть на вас, отводя взгляд в сторону. Другой показатель скрытности – несогласованность жестов.
4. **Жесты размышления и оценки** отражают состояние задумчивости и стремление найти решение проблемы: жест «рука у щеки» и жест «пощипывание переносицы».
5. **Жесты сомнения и неуверенности** чаще всего связаны с почесыванием указательным пальцем правой руки под мочкой уха или же боковой части шеи (обычно делается пять почесывающих движений). Прикосновение к носу или его легкое потирание – также знак сомнения.

Мимика имеет очень большое значение в практике социального взаимодействия. Именно лицо собеседника всегда притягивает наш взгляд. Выражение лица обеспечивает постоянную обратную связь: по нему мы можем судить, понял нас человек или нет, хочет ли он что-то сказать в ответ. Мимика свидетельствует об эмоциональных реакциях человека.

Пространство и время также выступают в качестве особой знаковой системы и несут смысловую нагрузку. Друзья – рядом, участники деловой беседы – через угол стола, конкуренты – через стол. Взаимоотношения людей разворачиваются не только в пространстве, но и во времени. Как человек распоряжается чужим и своим временем, является важным социальным знаком. Уважение к другому человеку проявляется в повышенной точности пунктуальности поведения. Заставить другого ждать – значит вольно или невольно заявить о своем праве распоряжаться ситуацией. Фактор времени очень значим в том обществе, в котором «время – деньги», поэтому важно не тратить время зря.

Взгляд, его направление, частота контакта глаз – еще один компонент невербального общения. Направление взгляда показывает направленность внимания собеседника и вместе с тем дает обратную связь, которая показывает то, как относится собеседник к тем или иным сообщениям. Взгляд используется также для установления взаимоотношений. Когда человек стремится к установлению более теплых взаимоотношений, он ищет взгляд собеседника. Однако если кто-то смотрит нам в глаза слишком долго, то это настораживает.

Ваш взгляд должен встречаться с глазами партнера около 60–70% от всего времени общения. Скованный, зажатый собеседник, который встречается с вами взглядом менее 1/3 от времени общения, редко пользуется доверием.

Невербальная коммуникация носит в целом иконический (изобразительный) характер, в то время как вербальной речи присуща конвенциональность, т.е. условная знаково-символическая форма. Общей чертой невербальных компонентов коммуникации является то, что все они являются неотъемлемыми составляющими в формировании своеобразного языка чувств. Невербальные компоненты коммуникации представляют собой такой же продукт общественного развития, как и язык слов.

Таким образом, если привести процентное соотношение вер-

бальных и невербальных средств коммуникации, можно увидеть следующие данные: 7% – это слова, 38% – тональность и интонация, 55% – выражение лица, положение тела и жесты. Следовательно, отсюда можно сделать вывод, что на смысловое содержание невербальных средств в коммуникации приходится 93%, а на содержание вербальных сообщений – всего лишь 7%. Именно невербальные средства в коммуникации способны передать мысли человека с большей точностью, чем слова.

Невербальное поведение позволяет коммуникатору выразить свое состояние и отношение к партнеру, оказать влияние на когниции, эмоции, Я-концепцию и поведение участников. Тем не менее люди плохо декодируют невербальные сообщения. Точность декодирования зависит от мотивации, навыков и возможностей реципиента. Чтобы повысить точность декодирования невербального поведения рекомендуется учитывать одновременно несколько признаков и рассматривать его в динамике. В социальной коммуникации принимают участие коммуникатор и реципиент. Коммуникатор формулирует цели сообщения, продумывает его содержание и кодирует сообщение – облакает его в определенную форму. Для этого он может использовать стили коммуникации: прямой и непрямой, сжатый и вычурный, сильный и слабый, аффилиативный, а также личностно и социально ориентированный.

Задания:

1. В рамках изучаемой темы интерпретируйте следующие выражения: *«У нее большие детские глаза»*; *«У нее завлекающий взгляд»*; *«Она бросила на него гневный взгляд»*; *«У него бегающие глаза»*; *«У него такой блеск в глазах»*.

2. Вспомните вашу первую встречу с каким-либо человеком, которого вы теперь знаете. *По каким признакам у вас сложилось первое впечатление о нем? Насколько это впечатление оказалась верным.*

Вопросы для дискуссии

1. Что понимается под термином «энергетика речи»?
2. За счет, каких показателей происходит передача невербальных сообщений?
3. Умею ли я эффективно общаться, используя вербальные и невербальные средства?
4. Каково значение данной темы для практической деятельности психолога?

Лекция 10. Психологические аспекты управленческой деятельности

Интерактивная лекция

План лекции

1. Управление как социальный феномен.
2. Личность руководителя.
3. Психология управленческих воздействия и общения.

Понятийное поле

управление, профессиональная деятельность, личность руководителя, мотивация, теория, взаимодействие. Воздействие, влияние, инициатор, адресат, закономерности управления.

«Чтобы управлять хорошо, надо знать, кем и где ты управляешь»

Х. Марти

1. Управление как социальный феномен. Теоретические подходы к разработке психологических основ управления отражают особенности развития отечественной психологии, центральными категориями которой, по мнению Б.Ф.Ломова, являются отражение, деятельность, личность и общение.

Управленческая деятельность относится к профессиональным видам деятельности, поэтому она, прежде всего, социально и культурно обусловлена.

Управление – это такое руководство людьми, которое позволяет решать задачи гуманным – экономичным и рациональным путём



1. Вопрос: приведите примеры управленческой деятельности. В чем сложность данного вида профессиональной деятельности?

Успех в управлении персоналом определяется двумя основными факторами:

- 1) способностью организации четко определить, что (какое поведение сотрудников) необходимо для достижения ее целей;
- 2) способностью выбирать методы, которые стимулируют сотрудников к желаемому поведению.

Американский ученый Д. Мак-Грегор предложил модели управления, которые были, обозначены как теория «Х» и теория «У».

Теория «Х», по мнению автора, отражает традиционный подход к управлению как административно-командному процессу. Такой подход основан на следующем понимании психолого-социальных факторов: 1) обычному человеку свойственно внутреннее неприятие труда и он стремится избежать его любым путем; 2) обыкновенный человек предпочитает быть контролируемым, стремится избежать ответственности; 3) обыкновенный человек не имеет больших амбиций, ему свойственна потребность в защите. Естественно, что при таком восприятии работающего человека руководитель должен, с одной стороны, прибегать к принуждению и контролю, а с другой – осуществлять определенные меры по поддержанию хорошего состояния работающего.

2. Вопрос: *Проиллюстрируйте данную теорию примерами из практики. Когда и в каких ситуациях, на ваш взгляд, административно-командное управление эффективно?*

Теория «У». В ее основе лежит восприятие работника как человека, обладающего интеллектуальными способностями. Исходные положения теории «У» таковы: 1) затраты физических и интеллектуальных сил человека в труде совершенно естественны. Принуждение к труду, угроза наказаний не являются единственным средством достижения цели; 2) человек осуществляет самоуправление и самоконтроль в процессе деятельности; 3) обычный человек при соответствующих условиях не только способен научиться принимать на себя ответственность, но и ищет возможности проявить свои способности.

3. Вопрос: *Проиллюстрируйте данную теорию примерами из практики. Какова, на ваш взгляд, эффективность управленческой деятельности с позиций данной теории?*

Э. Мэйо основное внимание уделял социально-психологическим факторам повышения производительности на производстве: демократизация управления; гуманизация управления («Устраните страх, и люди будут лучше работать»). Демократизация и гуманизация рассматривались в качестве главных социально-психологических механизмов конструктивного преодоления, классовых противоречий и предупреждения деструктивных конфликтов в управленческом звене «руководитель – подчиненный».

2. Личность руководителя Социально-психологические качества руководителя позволяют устанавливать и поддерживать хороший деловой и психологический контакт с подчинёнными, вышестоящими

и нижестоящими руководителями, общественными организациями, а также создавать благоприятный психологический климат и настрой в коллективе.

К социально-психологическим функциям руководителя были отнесены:

1. Снижение у подчиненных неудовлетворенности трудом и различными элементами производственной ситуации (условиями труда, зарплатой и т.д.). Моральное и материальное стимулирование.

2. Регулирование межличностных отношений подчиненных и разрешение конфликтов между ними. Снижение психологической напряженности в отношениях с подчиненными.

3. Отстаивание законных интересов своих подчиненных.

4. Сохранение постоянного состава подчиненных, управление текучестью рабочих кадров.

5. Обеспечение профессионального совершенствования своих подчиненных.

6. Воспитательная работа с подчиненными.

4. Вопрос: *Какие личностные и профессиональные качества должны быть присущи руководителю?*

Современный руководитель должен быть носителем организационных перемен, это личность, умеющая вырабатывать новые подходы к решению проблем, это специалист, пропагандирующий новые ценности среди сотрудников и готовый преодолевать длительные трудности. Мышление его должно быть творческим, что выражается в умении отбрасывать традиционные, стандартные решения, в способности находить новые, оригинальные, мыслить вариативно (предвидеть несколько возможных вариантов решения проблемы) и выбирать оптимальное.

5. Вопрос: *Прокомментируйте данные утверждения с позиции руководителя. С какими утверждениями вы согласны?*

1. «Хочешь сделать хорошо – сделай сам»

2. «Сотрудник должен же сам делать, если что – проявлять инициативу»

3. «А зачем контролировать (читай – лезть в работу), если задачу я поставил верно, и понятно сотруднику?»

В функции руководителя входит разработка наиболее эффективных путей поддержания жизнеспособности организации: разработка искусства принятия решений, стимулирующих персонал к деятель-

ности, продумывание системы коммуникации внутри организации; мотивирование работников.

Исследователи теории человеческих ресурсов (Ч. Барнард, Р. Лайкер, Ф. Херцберг, А. Маслоу, Д. Мак-Грегор) были пионерами в научном обосновании роли мотивов и потребностей человека в его трудовой деятельности. Они рассматривали мотивы как главный показатель отношения людей к труду. Структура мотивов выступает как внутренняя характеристика труда. Положительная мотивация — главный фактор успешности выполнения работы. Руководитель должен взять на вооружение этот психологический фактор, разработать мотивационное управление, чтобы обеспечить добровольное, активное подключение работников к задачам организации.

6. Вопрос: *А. Маслоу известен как создатель иерархической теории потребностей. Хотя она и подвергалась впоследствии широкой критике, но благодаря своим универсальным объяснительным возможностям послужила исходной основой для современных моделей мотивации труда. Как можно использовать знание этой теории в мотивации труда персонала? Выскажите свое мнение.*

Идеи А. Маслоу получили дальнейшее развитие в двухфакторной теории мотивации Ф.Херцберга, в которой выделены в качестве независимых факторов содержание работы и условия работы. Согласно Ф. Херцбергу, только внутренние факторы (содержание работы) выступают мотиваторами поведения, т.е. повышают удовлетворенность трудом. Внешние факторы (условия работы), т.е. заработок, межличностные отношения в группе, политика компании, называются гигиеническими. Они могут снизить уровень неудовлетворенности трудом, способствовать закреплению кадров, но никак не повысят производительность труда.

Мотивация – это внутренняя энергия, включающая активность человека в жизни и на работе. Мотивированный сотрудник – тот, у которого «горят глаза», внутренне нуждается в рабочем процессе, привязан к нему и получает от него настоящее удовольствие. А, как известно, человек может делать хорошо только ту работу, которая доставляет ему радость и удовлетворение. Поэтому создание системы мотивации – специальных мероприятий, направленных к внутренним ценностям и потребностям людей, работающих в организации – это задача руководителя.

3. Психология управленческих воздействия и общения.

Проблема воздействия занимает особое место в психологической науке, поскольку именно в ней наиболее сконцентрированы принципиальные вопросы, связанные с управлением психическими явлениями. Практическая значимость проблемы психологического воздействия очевидна, прежде всего, для руководителей. Для них владение методами психологического воздействия является важной составляющей профессионализма.

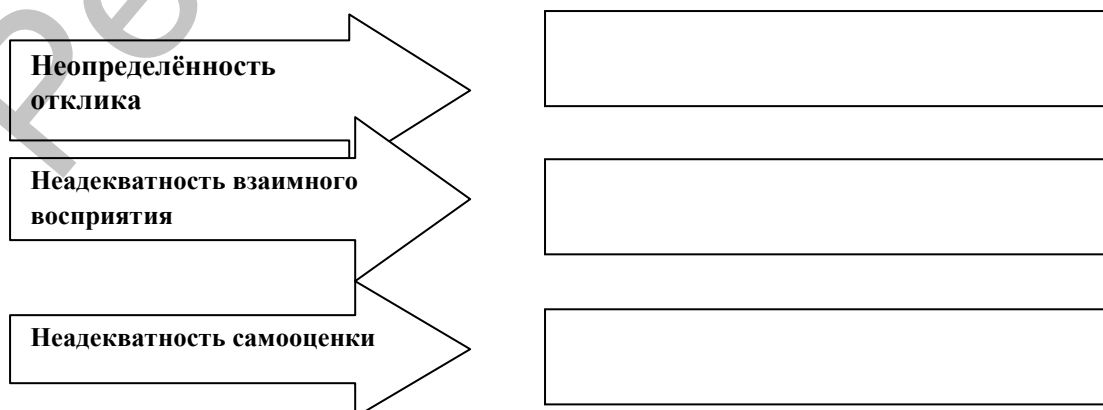
Г.А. Ковалев объединяет понятия «психологическое воздействие» и «влияние». Под психологическим воздействием (влиянием) он понимает «процесс, осуществляющий регуляцию (саморегуляцию) активности взаимодействующих равноупорядоченных систем определенного психологического содержания, результатом которого является поддержание функционального состояния этих систем или изменения состояния хотя бы в одной из них».

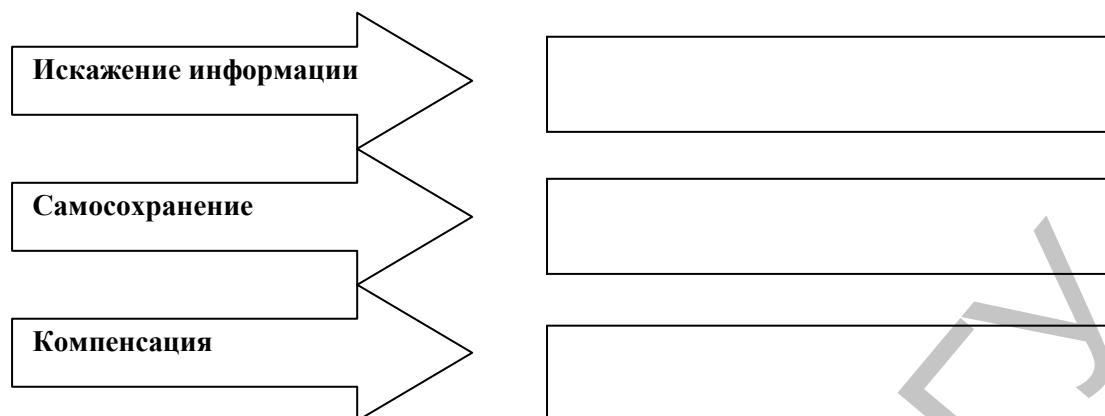
В процессе психологического воздействия участвуют две стороны. Будем называть *инициатором* влияния ту из них, которая изначально стремится повлиять на другую сторону; последнюю будем называть *адресатом* (влияния). Инициатор воздействия в данном случае руководитель, а адресат – рабочая группа организации. Однако не следует забывать, что у инициатора есть существенные преимущества – он инициирует воздействие и изначально инициатива на его стороне. Он имеет возможность подготовиться к контакту, чем еще более усиливает асимметрию в возможностях влияния в процессе взаимодействия.

Виды воздействия: убеждение (аргументация); самопродвижение; внушение; просьба; принуждение; игнорирование; нападение (агрессия); заражение; побуждение к подражанию (уподобление); формирование благосклонности (завоевывание симпатии; расположение; манипуляция; скрытое управление людьми.

Воздействие в системе управления имеет свои психологические закономерности, некоторые из них, представлены в схеме:

Психологические закономерности управленческой деятельности





7. Вопрос: *Как Вы можете интерпретировать и проиллюстрировать каждую закономерность в системе «руководитель-подчиненный»? Заполните схему.*

В соответствии со «Словарем русского языка» С.И. Ожегова «управлять» людьми означает «руководить, направлять деятельность кого-либо». В том же словаре «влияние» определено как «воздействие, действие, оказываемое на кого-нибудь». Аналогично эти понятия определены и в других общеизвестных словарях.

Управление предполагает наличие соответствующего статуса, определенных полномочий, власти. Такими властными полномочиями обладают руководители, управляя своими подчиненными.

Задание: *сделайте общий вывод по рассматриваемой проблеме управленческой деятельности. Какие психологические закономерности управленческой деятельности вы можете выделить?*

Лекция 11. Скрытое управление и манипулирование *Информационная лекция*

План лекции

1. Скрытое и явное влияние.
2. Психологические основы и технологии скрытого управления.
3. Манипулирование в организации.

Понятийное поле

управление, скрытое и явное влияние, ответственность, потребности, самореализация, мишени воздействия, аттракция, комплимент, внушение, убеждение, манипулирование.

Самое главное искусство – искусство управлять.
К. Вебер

1. Скрытое и явное влияние. Управление есть частный случай влияния, один из его видов. Мы не будем рассматривать директивное управление, целиком основанное на властных полномочиях (это предмет менеджмента), и сосредоточимся на *скрытом управлении* как наиболее психологичном виде управления

В.П. Шейнов указывает, что влияние можно подразделить на явное и скрытое. В первом случае акт влияния и цели инициатора доводятся до адресата, во втором – скрываются от него. *К явному влиянию* относятся: убеждение, самопродвижение, внушение, просьба, принуждение, игнорирование, нападение, слухи. *К скрытому влиянию* можно отнести заражение, уподобление, расположение, манипуляцию.

Вопрос о скрытости влияния напрямую связан с ответственностью за его последствия. При явном влиянии ответственность (или ее часть) лежит на инициаторе. При скрытом влиянии – ответственность перекладывается на адресата, поскольку имеет место иллюзия полной добровольности принятого им решения и/или действия. Попытки управлять человеком, группой людей и иными человеческими общностями нередко натываются на сопротивление последних. В этом случае перед инициатором управляющего воздействия открываются два пути:

- попытаться заставить выполнить навязываемое им действие, т.е. сломать сопротивление адресата (*открытое управление*);
- замаскировать управляющее воздействие так, чтобы оно не вызвало возражения адресата (*скрытое управление*).

Понятно, что заставить может только человек, облеченный властью, и что скрыто управлять после провала открытого управления затруднительно – намерение разгадано и адресат настороже. Ко второму способу прибегают тогда, когда предвидят сопротивление и потому сразу делают ставку на скрытость воздействия. Фактически в каждой общности людей (семья, коллектив и т.д.) есть лицо, которое влияет на других, причем часто незаметно, и другие подчиняются ему.

При открытом (явном) управлении цель его доводится до адресата. Скрытым управлением мы называем такое управляющее воздействие инициатора на адресата, при котором цель управления скрывается, и адресат самостоятельно принимает решение (выполняет действие), запланированное инициатором.

По мнению, В.П. Шейнова, часто скрытое управление преследует вполне благородные цели. Практика показывает, что подчиненные положительно воспринимают ненасильственные методы скрытого управления ими со стороны руководителей. Во всех подобных случаях можно только приветствовать скрытое управление, тем более что при этом адресат воздействия сохраняет свое достоинство и сознание собственной свободы. Такое скрытое управление естественно отнести к созидательному влиянию. При созидательном скрытом управлении в

выигрыше оказывается адресат или обе взаимодействующие стороны.

Однако инициатором могут двигать отнюдь не благородные мотивы. Скрытое управление адресатом против его воли, наносящее адресату ущерб, мы называем *манипуляцией*. Инициатора, управляющего воздействием, будем в этом случае называть *манипулятором*, а адресата – *жертвой манипуляции*.

Таким образом, манипулирование выступает как частный случай скрытого управления, характеризующийся эгоистическими, неблагоприятными целями манипулятора, наносящего ущерб (материальный или психологический) своей жертве. Следовательно, скрытое управление распадается на два вида: созидательное и манипулятивное.

2. Психологические основы и технологии скрытого управления. В нас, в нашем непонимании самих себя кроется возможность манипулировать нами. Человеком управляют его потребности, которые могут эксплуатироваться в скрытом управлении и манипулировании. Общеизвестна следующая классификация потребностей человека, предложенная А. Маслоу: физиологические потребности (пища, вода, жилье, отдых, здоровье, желание избежать боли, секс и другие); потребность в безопасности, уверенности в будущем; потребность принадлежать какой-то общности (семье, компании друзей, единомышленникам и т. п.); потребность в уважении, признании; потребность в самореализации. Самореализация проявляется в достижениях. Отражением этих достижений служат всевозможные документы: наградные листы, аттестаты профессора и доцента, дипломы доктора, кандидата наук, выпускника вуза, техникума, свидетельство об окончании средней школы, похвальные грамоты и т.п. Степень важности этих атрибутов успеха различна, как и различны по степени весомости сами успехи. Но мы храним все, что свидетельствует о каких-то наших (пусть и очень давних и не бог весть каких) достижениях: пожелтевшие от времени грамоты, значки о спортивных разрядах, вымпелы победителей соревнований, трофеи спортивной удачи). Соответственно, любим, получать всевозможные подтверждения наших успехов. Опытные руководители используют это обстоятельство для управления людьми.

Удовлетворение каждой из вышеуказанных потребностей приносит положительные эмоции. Поэтому В.П. Шейнов дополняет классификацию А. Маслоу еще одним, шестым видом: потребность в положительных эмоциях. Например, осознание своих недостатков доставляет нам отрицательные эмоции. Сильный человек бросается на их устранение. Но сильных людей – явное меньшинство. Большинство же склонно прятаться от проблем. А чтобы они не докучали, придумано множество поговорок-отговорок. Успокаивая себя, мы идем по пути самообмана: ложь во спасение, в данном случае – нервной системы. Успокаиваем других либо из чувства расположения к ним, либо

чтобы вызвать их расположение к себе. В обоих случаях – скрытое управление собеседником. Степень моральности этого управления определяется степенью благовидности поставленной цели.

Каждый из людей обладает какими-то слабостями. Вот перечень слабостей: любопытство, неуверенность в себе, глупость, медлительность, жалостливость, азартность, любовь к подношениям и к лести, униженность, суеверность, внушаемость, подверженность влиянию установок, хвастливость, невежество, неразвитость речи, слабохарактерность, жадность и тщеславие, отсутствие "морального стержня, зависть. Нет таких человеческих слабостей, которые бы не использовались для скрытого управления людьми. Любопытство в манипуляциях используется для привлечения и удержания внимания. Во всех пособиях по ораторскому искусству рекомендуется начинать выступление с какой-нибудь истории, возбуждающей любопытство. А во время выступления – вставлять обещания рассказать чуть позже о чем-то, вызывающем интерес.

Например, установка некоторых руководителей на то, что их подчиненные ленивы и не хотят работать, действительно отбивает у последних желание работать. Мы не можем с моментальной эффективностью делать два дела одновременно. Переключив внимание с одного объекта на другой, мы теряем на какое-то время контроль над первым объектом. Этот прием используют мошенники, «заговаривая зубы» жертве. Так же поступают и некоторые подчиненные, подсовывая начальнику на подпись бумагу и отвлекая его разговорами, чтобы помешать вчитаться в документ.

Человек, медленно принимающий решения, становится удобным объектом для манипуляции. Достаточно создать условия, когда нужно быстро ответить. Сообразить он не успевает и вынужден согласиться с предлагаемым решением. О чем впоследствии жалеет.

Манипулировать невежественными людьми легко. Привлекаются вымышленные «факты», действительные же – искажаются. Делаются ссылки на якобы установленные наукой принципы и законы. Дается ложная интерпретация наблюдаемых явлений.

Понятно, что такое сильное чувство, как зависть, не может не быть использовано для манипулирования. Вызвать к человеку зависть – значит создать ему врагов. Многие, не задумываясь об этом, хвалятся сами или расхваливают своих близких. Хвала и похвала, таким образом, могут инициировать неприязненные отношения к их объекту со стороны окружающих. По глупости это делается против себя и близких. Более проницательные используют это для манипуляций во вред другим.

Все мы привыкли действовать по правилам, соблюдать *ритуалы*. Все это может быть использовано (и используется!) манипуляторами. В широком смысле слова ритуал означает «выработанный обычаем или установленный порядок совершения чего-либо». Ритуалы

упрощают прогнозирование, предсказуемость наших действий в стандартных ситуациях. Облегчая нашу жизнь, они одновременно дают потенциальным манипуляторам рычаги скрытого

управления нами. Например, не ответивший на приветствие начальник может доставить подчиненному, мнительному или дорожающему отношением руководителя, множество тревожных толкований. Так (безмолвно) может быть выражено неодобрение или создан из манипулятивных соображений необходимый психологический настрой подчиненного. Но главное – при желании начальник всегда может сослаться на то, что «задумался, не заметил».

Скрытое управление включает в себя несколько этапов:

Первый этап – сбор информации об адресате. Сбор информации о психологических особенностях адресата производится с целью обнаружения мишеней и приманок воздействия. Под «мишенью» понимаются те особенности личности, ее слабости, потребности и желания, на которые воздействует инициатор, и в результате этого объект принимает нужное инициатору решение. Адресуясь к мишеням, субъект делает их доминирующими в создании объекта настолько, что подавляется критическая реакция, блокируется рассудительность. В соответствии со своими намерениями и представлением о людях инициатор более или менее представляет, какого рода воздействие потребуется в том или ином случае. Каждое такое воздействие предполагает некоторое изменение состояния адресата, соответствующее интересам инициатора. Состояния имеют определенную локализацию в психическом мире адресата. Эта локализация и охватывается понятием «мишени воздействия».

Второй этап – аттракция имеет целью вызвать расположение, привлечь и удержать внимание адресата. Очень часто она уже присутствует в общении, и инициатору остается лишь воспользоваться ею. В иных случаях состояние аттракции необходимо создавать. Наиболее универсальный прием, при мастерском исполнении которого практически всегда добиваются аттракции, — это сказать адресату воздействия хороший комплимент. Внимательно слушая, мы отдаем приоритет мыслям говорящего перед своими (скрытый комплимент).

Поэтому в управленческой культуре стало аксиомой делать записи во время деловой беседы. А отклонение от этого воспринимается как неуважение к партнеру. Понятно, что такое поведение не способствует аттракции. Наоборот, делая записи, мы показываем, что сообщение партнера ценно для нас. Таким образом, делают пометки в блокноте даже во время бессодержательных высказываний делового собеседника – хотя бы для того, чтобы добиться с его стороны аттракции. Улыбка в адрес партнера и называние его по имени, тоже хорошие средства аттракции. Опоздание – прямая помеха аттракции. На-

оборот, пунктуальный человек вызывает аттракцию. Любое проявление невнимания и неуважения к собеседнику полностью разрушит надежды на возникновение аттракции.

Третий этап – скрытое понуждение к действию может осуществляться многими способами. К ним относятся: приемы убеждения, психологические уловки и риторические приемы. Приемы понуждения к действию должны быть обращены и на сознательную, и на подсознательную сторону психики.

3. Манипулирование в организации. Манипуляция – это частный случай скрытого управления, отличающийся тем, что оно совершается заведомо против воли адресата воздействия и наносит ему ущерб (материальный, моральный или психологический).

Манипуляция может быть продуктивно использована в управленческой практике на уровне межличностных контактов. Во-первых, для поднятия имиджа руководителя. Во-вторых, для смягчения формы принуждения, обойтись без которого, похоже, не удастся ни одному руководителю. В-третьих, для устранения противоречий между личными целями и желаниями и включения личных мотиваций в процесс достижения общей цели. Вместе с тем имеется существенное этическое ограничение на использование манипуляции – она становится аморальной в том случае, если: а) используется в личных целях руководителя; б) когда насилие над личностью превышает тот уровень, который диктуется спецификой работы.

Скрытое управление в служебных отношениях может преследовать следующие конкретные цели: сделать другого орудием исполнения своих замыслов; переложить на другого часть своей работы; уйти от собственной ответственности, в частности переложив ее на другого (других); самоутвердиться (в том числе и за счет другого; разрешить свои психологические проблемы, в том числе, внутриличностные конфликты; придать формату взаимоотношений нужный вид (например, дистанцию, степень доверительности и т.д.); получить выигрыш по шкале дискомфорт-комфорт.

Скрытое управление начальником может иметь следующие направления. Нейтрализация его недостатков как руководителя (недостаточный профессионализм, отрицательные черты характера, пробелы в образовании, недостаток культуры). Достижение личных выгод инициатора воздействия не в ущерб работе и руководителю. Получение личной выгоды в ущерб работе, коллегам, руководителю.

Нередко возникает потребность поручить подчиненному задание, не входящее в его прямые обязанности, или очень трудоемкое, или очень срочное, или не очень приятное. Руководители могут уменьшить сопротивление несколькими способами. *Поблажками незадолго до того, как дать поручение. Обильной похвалой или компли-*

ментами в начале разговора. Бросают вызов, если имеют дело с честолюбивым подчиненным. На руку манипуляторам следующее:

Когда люди торопятся домой после работы, они готовы проголосовать почти за любое решение. После двух часов напряженной работы без перерыва 90% теряют способность к сопротивлению навязываемым решениям. Исходя из этих обстоятельств, нужные решения относятся на конец собрания.

Все разнообразие производимых над информацией операций с целью скрытого управления адресатом можно сгруппировать по нескольким направлениям: искажение информации; ее утаивание; частное освещение вопроса; способ подачи; психологическая нагрузка.

Искажение информации варьирует от откровенной лжи до частных деформаций, таких как подтасовка фактов или смещение по множеству значений понятия, когда, скажем, борьба за право какого-либо меньшинства подается как борьба против интересов большинства.

Утаивание информации в наиболее полном виде проявляется в умолчании – сокрытии определенных тем. Гораздо чаще используется метод частичного освещения или избирательной подачи материала.

Манипулятивные способы подачи информации. Они нередко играют решающую роль в том, чтобы сообщаемое содержание было воспринято (или не воспринято) необходимым его отправителю образом. Обилие информации в сыром и (или) несистематизированном виде позволяет заполнить эфир потоками никчемной информации, еще более осложняющей для индивида и без того безнадежные поиски смысла. Информация, поданная мелкими порциями, не позволяет эффективно ею воспользоваться. В обоих случаях, тем не менее, заранее снимается упрек в сокрытии тех или иных сведений. Ближе всего к собственно манипулятивному воздействию стоит прием особой компоновки тем человеком, который как бы наводит получателя информации на вполне однозначные выводы.

Распространены способы информирования, имеющие целью оказать психологическое, в том числе манипулятивное, давление на собеседника. Универсальные высказывания, которые в принципе проверить невозможно, а потому они не подлежат обсуждению: например «Все женщины обманщицы», «На всякого мудреца довольно простоты». Генерализации (расширенные обобщения):

- переносимые на группы людей: «Работы здесь на полчаса. Но ведь они старики» – скрытая генерализация, так как «старики не в состоянии выполнить даже и легкую работу»;
- во времени: «всегда», «постоянно», «вечно». Например: «От тебя всегда ждешь подвоха».

Многие часто встречающиеся высказывания имеют целью отмахнуться от критики, переложив свою вину и ответственность на других людей или обстоятельства.

Вопросы для самопроверки

1. В чем различие между скрытым и явным влиянием?
2. Какие потребности человека эксплуатируются в манипулировании?
3. Когда манипулирование является продуктивной формой воздействия?

Лекция 12. Конфликт в социальной психологии

Лекция-объяснение

План лекции

1. Проблема конфликта в социальной психологии.
2. Деструктивный и конструктивный конфликт.
3. Виды конфликтов.
4. Предотвращение и разрешение конфликтов.

Понятийное поле

конфликт, деструктивный конфликт, конструктивный конфликт, типология конфликтов, причины конфликтов, конфликтная ситуация, формы разрешения конфликтов. Способы разрешения.

1. Проблема конфликта в социальной психологии. Вопрос о возникновении конфликтов является одним из самых сложных в социально-психологической проблематике их изучения. Определяющим в происхождении конфликтов, выступает соответствующее сочетание объективных и субъективных факторов. С одной стороны, следует отметить обусловленность конфликта определенной социально-психологической средой, присущей той или иной группе (и малой, и большой). С другой стороны, необходимым обстоятельством для возникновения конфликта является субъективное восприятие какой-либо ситуации как конфликтной хотя бы одним из ее участников. Это может быть вызвано определенными свойствами личности. Детерминирующую роль в восприятии индивидом конфликтности ситуации играет субъективная значимость противоречия, лежащего в основе конфликта, или – можно сказать, используя введенное А.Н. Леонтьевым понятие, – тот «личностный смысл», который это противоречие имеет для данного индивида. Этот личностный смысл определяется всем индивидуальным, жизненным опытом человека, точнее, такими характеристиками его личности, как

ценностные ориентации и мотивация. Момент осознания ситуации как конфликтной связан также с превышением индивидуального порога толерантности. Этот универсальный психологический механизм возникновения конфликтов не исключает возможности последующей многовариантности в развитии конфликтной ситуации.

В современной социальной психологии изучение конфликтов во всем их многообразии и многосторонности приобрело характер отдельного направления. Рассматриваются различные виды конфликтов, их структурные и динамические характеристики, стратегия и тактика конфликтного взаимодействия, способы разрешения конфликтов. Социально-психологический анализ внутригрупповых конфликтов является одним из традиционных направлений работ западных исследователей. Их подход к изучению данной проблематики претерпел существенные изменения за прошедший период.

Можно выделить *три основных взгляда на проблему конфликта*

Первоначально исследователи исходили из положения об исключительно негативной роли любого межличностного конфликта. В связи с этим рекомендовалось (в организациях) всячески избегать каких бы то ни было конфликтов. Их причины сводились к психическим свойствам той или иной личности, а также к недостаточному взаимопониманию между людьми. Таким образом, чтобы избежать конфликта, рекомендовалось осуществлять соответствующую коррекцию взаимодействия людей. Эта точка зрения, называемая традиционной, господствовала в основном до конца 1940-х гг.

На смену подобным взглядам пришел так называемый поведенческий подход. В соответствии с ним конфликт представляет собой вполне естественное явление, свойственное всем группам. Поскольку конфликты неизбежны, их следует принимать как должное. Более того, иногда конфликт может приводить к повышению групповой продуктивности. Данная концепция доминировала до середины 1970-х гг.

На основе современной точки зрения, называемой интеракционистской, порой следует даже поддерживать конфликт. Это объясняется тем, что группа, находящаяся в состоянии спокойствия и уравновешенности, характеризуется статичностью. Здесь царит безразличие, отсутствуют потребности перемен и нововведений. Радикальность нового взгляда на проблему конфликтов состоит в том, что некоторый (оптимальный) уровень конфликтности в группах даже необходим. Именно это позволяет им сохранять жизнеспособность, самокритичность и творческий потенциал.

2. Деструктивный и конструктивный конфликт. Конечно, не

следует полагать, что все конфликты можно рассматривать только как позитивные. Оценка конфликта всецело зависит от некоторых важных его характеристик. Отдельные конфликты действительно способствуют достижению целей группы и называются функциональными или конструктивными. Конфликты другого типа, препятствующие эффективной деятельности группы, считаются дисфункциональными или деструктивными. Порой, как уже отмечалось, конфликтная ситуация содержит в себе и созидающее, и разрушительное начала. Важным критерием является групповая продуктивность. Поскольку взаимодействие в группах осуществляется для достижения той или иной цели, главное влияние конфликта должно быть сосредоточено на группе, а не на том или ином отдельном индивиде. В таком случае конфликт скорее окажется функциональным. Конечно, воздействие конфликта на группу редко исключает воздействие на индивида, и наоборот. То, как индивиды воспринимают конфликт, оказывает большое влияние на эффекты конфликта для группы в целом. Однако члены группы могут воспринимать какое-либо событие как дисфункциональное, не удовлетворяющее их, но в итоге оно порой оказывается функциональным, если способствует достижению целей группы. Есть основания предполагать, что крайние уровни конфликта, сопровождаемые явной борьбой, очень редко бывают функциональными. По мнению специалистов, функциональный конфликт чаще всего характеризуется низким или умеренным уровнем «тонкой и контролируемой» оппозиции. Тип групповой активности также является фактором, обуславливающим функциональность конфликта. Предполагается, что чем более креативная и неструктурная задача стоит перед группой, тем больше вероятность того, что внутренний конфликт будет конструктивным. В целом регулирование конфликтности в группах является одним из важных путей оптимизации взаимодействия их членов и повышения уровня групповой продуктивности. При этом перед социальными психологами стоит важная задача разработки научно обоснованных критериев, позволяющих различать тип конфликта. На данной основе возможно управление конфликтом, с тем чтобы его исход имел конструктивный характер.

Конфликт как сложное социальное явление характеризуется многими параметрами. Важнейшими из них являются его сущность, структура, причины и динамика. *Конфликт* – это такое отношение между субъектами социального взаимодействия, которое характеризуется их противоборством на основе противоположно направленных мотивов (потребностей, интересов, целей, идеалов, убеждений) или суждений (мнений, взглядов, оценок и т.п.).

3. Виды конфликтов. Конфликты, представляющие собой сложное социально-психологическое явление, весьма многообразны и их можно классифицировать по различным признакам. С практической точки зрения классификация конфликтов важна, так как она позволяет ориентироваться в их специфических проявлениях и, следовательно, помогает оценить возможные пути их разрешения.

По сфере проявления конфликта их можно классифицировать на экономические, идеологические, социально-бытовые, семейно-бытовые.

Исходя из участия субъектов конфликтного взаимодействия, конфликты делятся на: внутриличностные конфликты, межличностные конфликты, конфликты «личность–группа», межгрупповые конфликты.

По степени длительности и напряженности конфликта выделяют бурные быстротекущие конфликты, острые длительные конфликты, слабовыраженные и вялотекущие конфликты, слабовыраженные и быстротекущие.

Причины конфликта – это явления, события, факты, ситуации, которые предшествуют конфликту и, при определенных условиях деятельности субъектов социального взаимодействия, вызывают его. Причины конфликтов обнаруживают себя в конкретных конфликтных ситуациях, устранение которых является необходимым условием разрешения конфликтов. *Конфликтная ситуация* – это накопившиеся противоречия, связанные с деятельностью субъектов социального взаимодействия и создающие почву для реального противоборства между ними.

4. Предотвращение и разрешение конфликтов. В реальной практике по управлению конфликтами важно учитывать предпосылки, формы и способы их разрешения. Предпосылки разрешения конфликта: достаточная зрелость конфликта; потребность субъектов конфликта в его разрешении; наличие необходимых средств и ресурсов для разрешения конфликта.

Формы разрешения: полное подчинение одной из сторон (уступка); согласование интересов и позиций конфликтующих сторон на новой основе (компромисс, консенсус); взаимное примирение конфликтующих сторон (уход); перевод борьбы в русло сотрудничества по совместному преодолению противоречий (сотрудничество).

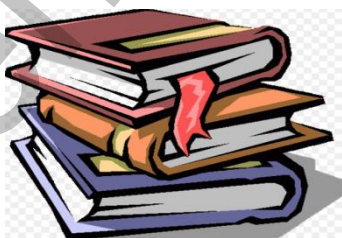
Способы разрешения: административный (увольнение, перевод на другую работу, решение суда и т. п.); педагогический (беседа, убеждение, просьба, разъяснение и т. п.).

Алгоритм деятельности руководителя в процессе управления конфликтами зависит от многих факторов – содержания самого конфликта, условий его возникновения и развития и многих других.

Вопросы для самопроверки

1. Сравните понятия конфликт и конфликтная ситуация. В чем их различие?
2. Какие существуют способы разрешения конфликтов?
3. Какие стратегии конфликтного взаимодействия можно выделить?

Практический раздел



«Те сомнения, которые не разрешает теория, разрешит тебе практика»

Людвиг Фейербах



Методические рекомендации для слушателей

Семинарские, практические и лабораторные занятия по дисциплине «Социальная психология» имеют цель показать практическую значимость изучаемого материала. Представленные в практических материалах вопросы и задания составляют актуальные темы практики и позволяют проверить умения и навыки слушателя в пользовании первоисточниками, учебниками, справочниками, дополнительной литературой.

Подготовка к практическим и семинарским занятиям предусматривает следующий алгоритм действий слушателя: просмотр текста лекций, учебной литературы (основная литература), затем изучение дополнительной литературы по каждому вопросу практического занятия. Рекомендуются также просмотреть сайты с актуальной информацией. Подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной жизнью. Если, читая газетную или журнальную статью, книгу, смотря кинофильм или наблюдая за поведением людей в повседневной жизни, вы найдете отличный пример социальной психологии в действии, то обязательно расскажите на семинаре об этом открытии.

Готовиться к семинару следует по всем без исключения вопросам. По каждому вопросу семинара вы должны быть готовы высказать и собственную точку зрения.

! Помните, чем больше вы работаете с материалом, тем лучше его осознаете и запомните. Напишите своими словами, поговорите об этом, объясните другим или нарисуйте наглядную схему.

В помощь слушателю в овладении темой предлагаются также дидактические материалы, представленные в виде схем и таблиц и, представляющие собой краткое изложение вопроса. После прочтения всех материалов попытайтесь воспроизвести основные идеи и повторить информацию.

Слушатели получают темы для самостоятельной подготовки к практическим занятиям; докладывают выполненные самостоятельно учебные задания на семинарских и практических занятиях; готовят реферативные работы по предложенным темам.

Лабораторные занятия призваны помочь слушателю выявить те или иные социально-психологические явления, особенности психологических механизмов взаимоотношений людей. Основное предназначение лабораторных занятий – обучение слушателей исследовательскому подходу к изучению социальной психологии как науки. Здесь проходят исследовательскую проверку услышанные на лекции и прочитанные в специальной литературе научные идеи, подкрепляются личным опытом абстрактные теории, апробируются эмпирические ме-

тодики исследования социально-психологических явлений, происходит самопознание.

Лабораторные занятия предполагают предварительную теоретическую подготовку студента по проблеме исследования, так как ему предоставляется возможность самостоятельно провести эксперимент и побывать в роли испытуемого. Поэтому в содержание лабораторных занятий включены вопросы для самопроверки и повторения. Главными задачами такого занятия является практическое апробирование методологических и теоретических положений лекционного курса, приобретения умения применять психологические методы к диагностике социально-психологических явлений и правильно обрабатывать, интерпретировать полученные результаты в исследовательских целях.

Самостоятельная работа слушателей – это планируемая учебная и научная работа, выполняемая по заданию преподавателя под его методическим и научным руководством. Самостоятельная работа по социальной психологии включает: подготовку к аудиторным занятиям (проработка пройденного учебного материала по конспектам, рекомендованной преподавателем учебной и научной литературе; изучение учебного материала, перенесенного с аудиторных занятий на самостоятельную проработку; подготовка к практическим занятиям (выполнение учебно-исследовательских заданий, задач, упражнений); выполнение индивидуальных самостоятельных творческих работ.

В ходе самостоятельной работы слушателям предлагается: работа с литературой (первоисточниками, научно-популярной литературой) и ресурсами Интернет; конспектирование (составление развернутого, опорного, тезисного конспектов); реферирование, составление аннотации, резюме, анализ и сравнение материалов различных источников; составление терминологического словаря; написание сочинений, эссе, психологического коллажа; подготовка дискуссий по проблемным вопросам изучаемых тем. Таким образом, слушатель имеет возможность создания учебного портфолио по дисциплине «Социальная психология».

Отчет о самостоятельной работе оформляется в виде портфолио.

1. Планы семинарских занятий и материалы подготовки к ним.
2. Выполненные задания для самостоятельной работы к каждому семинарскому занятию.
3. Задания по формированию практических компетенций (результаты диагностики и аутодиагностики).
4. Глоссарий по курсу.
5. Выполненные тестовые задания для самоконтроля.
6. Дополнительные материалы по учебной дисциплине «Социальная психология» (по интересам слушателей)

«Портфолио» является основным оценочным средством для текущего контроля усвоения знаний и промежуточной аттестации (так как представляются в систематизированном виде в конце изучения курса).

Своевременное и качественное выполнение самостоятельной работы базируется на соблюдении настоящих рекомендаций УМК.

Углубляясь в курс, вы поймете, сколь многое социальная психология может объяснить нам в нашей жизни!

Планы семинарских и практических занятий



Подготовься!

Семинар-практикум 1. Социально-психологические проблемы личности с позиции психологии отношений

А. Вопросы для обсуждения

1. Перспективы исследования личности в социальной психологии.
2. Социальное развитие личности: социализация, институты и механизмы социализации.
3. Самость личности, раскрываемая через понятия «идентификация» и «Я-концепция».
4. Социально-психологические – параметры анализа личности: адаптация, социальная адекватность, зрелость, статус.
5. Социально-психологические регуляторы поведения личности: диспозиции, аттитюды, ценности).
6. Аттитюды: определение, структура, функции, параметры.

Б. Практикум. Социально-психологическая диагностика когнитивных и «Я» – характеристик личности по тесту М.Куна и Т. Мак-партлэнда «Кто я?»

В. Вопросы для размышления:

1. Чем отличается понимание социализации как последовательности стадий и индивидуального пути развития?
2. Каким образом происходит социализация в семье?
3. Какова роль в процессе социализации средств массовой коммуникации?

4. Можно ли посредством убеждения повлиять на формирование и изменение какой – либо социальной установки?

Творческие задания

Задание 1. Написать эссе « Особенности современной социализации личности» (на примере любого возрастного этапа)

Эссе – самостоятельное размышление-сочинение над научной проблемой при использовании идей, концепций, ассоциативных образов из других областей науки и искусства.

Задание 2. Сформулируйте любую из своих социальных установок. Выделите в вашем примере когнитивный, эмоциональный и поведенческий компоненты, т.е. ваше мнение об объекте установки, ваши чувства о нем и ваши поведенческие тенденции к нему.

Приведите несколько примеров явного влияния социальных установок на поведение людей.

Литература

1. Гулевич, О.А. Социальная психология: учебник и практикум для академического бакалавриата / О.А. Гулевич, И.Р. Сариева. – М.: Издательство, Юрайт, 2015. – С. 63–83; 431–449.
2. Корягина Н.А. Социальная психология. Теория и практика: учебник для бакалавров / Н.А. Корягина, Е.В. Михайлова – М.: Издательство Юрайт, 2014. – С. 270–335.
3. Свентицкий, А.Л. Социальная психология: учебник для бакалавров / А.Л. Свентицкий. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – С. 82–163.
4. Социальная психология: учебник и практикум для академического бакалавриата / под ред. И.С. Клециной. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – С. 93–131.
5. Столяренко Л.Д. Социальная психология: учебное пособие / Л.Д. Столяренко, С.И. Самыгин. – М.: КНОРУС, 2016. – С. 99–139; 255–267.
6. Янчук В.А. Введение в современную социальную психологию: учебное пособие для вузов. – Мн.: АСАР, 2005. – С. 236–345.

Семинар-практикум 2. Социальная психология межличностного взаимодействия

А. Вопросы для обсуждения

1. Теоретические подходы к проблеме межличностного взаимодействия.

2. Структура межличностного взаимодействия.
3. Нормативная регуляция межличностного взаимодействия.
4. Межличностное взаимодействие как взаимопонимание.
5. Агрессивное поведение.
6. Помогающее поведение.
7. Конфликтное взаимодействие.

Б. Практикум. Определение интегральных форм коммуникативной агрессивности (В.В. Бойко)

В. Вопросы для размышления:

1. Почему взаимодействие включается психологами в структуру общения?
2. В чем находит свое выражение горизонтальная составляющая межличностного взаимодействия?
3. Каким образом индивидуальные особенности человека связаны с агрессивным поведением человека?
4. Действительно ли наказание ослабляет агрессию?
5. Как добиться того, чтобы люди чаще помогали друг другу?
6. Из чего складывается оценка справедливости взаимодействия?

Учебно-исследовательские задания

Задание 1. Вспомните пример агрессивного поведения. Проанализируйте его с помощью пятистадийной модели Доджа и Крика. Опишите, что происходило с агрессором на каждой стадии: как он воспринимал информацию, объяснял поведение жертвы, выбирал способ поведения, оценивал его социальную желательность и воплощал свой выбор в жизнь.

Задание 2. Сделайте психологический анализ текста. Отрывок из рассказа А.П. Чехова «Толстый и Тонкий». Проанализируйте взаимодействие между героями с точки зрения: уровней межличностного взаимодействия; позиций, выбранных героями, и пристройки к позициям друг друга; используемых вербальных и невербальных средств оформления занятой позиции.

Задание 3. Изучение и анализ примеров телевизионного насилия. Общеизвестно, что телевидение оказывает огромное влияние на нашу жизнь, в том числе на детей, которые относятся к категории злых зрителей. Некоторые критики заявляют, что в детских мультфильмах показывают много насилия. Насколько верно это утверждение? При просмотре передач регистрируйте количество показанных в них актов насилия каждого типа на бланке.

Бланк телевизионных наблюдений

Количество актов	Детские передачи	Передачи для
------------------	------------------	--------------

насилия, в кото- рых:	мультфильмы	не мультфиль- мы	взрослых
1) жертвы явно испытывают боль			
2) погибают			
3) насилие оста- ется Безнаказанным			
4) персонажи вы- ходят победите- лями			
5) акты насилия совершает «плохой парень»			
6) акты насилия совершает «хороший па- рень»			
Общее количест- во актов насилия			

Выполняя это задание, вам надо посвятить три часа времени «прайм-тайм» просмотру телепередач – отведите по одному часу на такие передачи: а) детские мультфильмы; б) детские передачи (не мультфильмы); в) передачи для взрослых. «Прайм-тайм» для детей – это обычное утреннее время, особенно по субботам, а «прайм-тайм» для взрослых – вечернее время, обычно после 21 часа.

Прайм-тайм (англ. *prime-time* – наиболее удобное, лучшее время) – это наиболее активное время просмотра телевидения и прослушивания радио в течении суток.

Кратко опишите передачи, которые вы смотрели в каждой из трех категорий (укажите дату и время): детские мультфильмы, детские передачи (не мультфильмы), передачи для взрослых.

Обобщите свои наблюдения. Какие вы заметили примеры (присутствие или отсутствие насилия)? Были ли различия в количестве показанного насилия между мультфильмами и двумя другими видами передач? Были ли различия по этому же показателю между детскими передачами (как мультфильмами, так и не мультфильмами) и передачами для взрослых?

Литература

1. Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р. Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме. – СПб: прайм-ЕВРОЗНАК, 2004. – С. 469–433.
2. Гулевич, О.А. Социальная психология: учебник и практикум для академического бакалавриата / О.А. Гулевич, И.Р. Сариева. – М.: Издательство, Юрайт, 2015 – С. 191–208; 215–253.
3. Куница, В.Н., Казаринова, Н.В., Погорьша, М.В. Межличностное общение: учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2001. – С. 99–193.
4. Майерс Д. Социальная психология: учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2001. – С. 483–532; 585–652.
5. Свентицкий, А.Л. Социальная психология: учебник для бакалавров/ А.Л. Свентицкий. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – С. 317–325.
6. Социальная психология: учебник и практикум для академического бакалавриата / под ред. И. С. Клециной. — М.: Издательство Юрайт, 2016. – С. 260–295.
7. Янчук В.А. Введение в современную социальную психологию: учебное пособие для вузов. – Мн.: АСАР, 2005. – С. 470–510; 605–660.

Семинар-практикум 3. Социальная группа: основные характеристики

А. Вопросы для обсуждения

1. Группа как объект социально-психологического исследования.
2. Понятие социальной организации.

3. Процессы групповой динамики.
4. Групповое влияние на индивидуальное поведение.
5. Организационный и психологический климат.

Б. Практикум. Определение опосредованной групповой сплоченности (В.С. Ивашкин, В.В. Онуфриева)

В. Вопросы для размышления:

1. Объясните, почему совокупность людей, находящихся вместе на автобусной остановке, нельзя назвать социальной группой в строгом смысле этого термина?
2. Почему групповая сплоченность порой выступает как негативный фактор при принятии решения группой?
3. На какой основе в той или иной группе формируется чувство «Мы»?
4. Есть ли основания называть порой социально-психологический климат группы «климатом руководства»?
5. Каким образом можно повысить эффективность групповых решений?

Учебно-исследовательские задания

Задание 1. Вспомните и опишите два примера конформизма, свидетелем которого вы стали: где это происходило, кто принимал участие во взаимодействии, к какому результату это привело. Выделите условия, способствующие возникновению конформизма. Опираясь на эти условия, придумайте способы уменьшения конформизма.

Задание 2. Составьте социально-психологическую характеристику любой группы, которую Вы хорошо знаете, с описанием психологических характеристик и всех параметров группы.

Литература

1. Андреева, Г.М. Социальная психология. Учебник для высших учебных заведений / Г.М. Андреева. – 5-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2007. – С. 139–243.
2. Гулевич, О.А. Социальная психология: учебник и практикум для академического бакалавриата / О.А. Гулевич, И.Р. Сариева. – М.: Издательство, Юрайт, 2015. – С. 284–330.
3. Майерс, Д. Социальная психология: учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2001. – С. 268–310; 354–398.
4. Свентицкий, А.Л. Социальная психология: учебник для бакалавров / А.Л. Свентицкий. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – С. 164–274.
5. Столяренко Л.Д. Социальная психология: учебное пособие / Л.Д. Столяренко, С.И. Самыгин. – М.: КНОРУС, 2016. – С. 184–213.

6. Янчук, В.А. Введение в современную социальную психологию. Учебное пособие для вузов. – Мн.: АСАР, 2005. – С. 510–605.

Семинар-практикум 4. Технологии скрытого управления и манипуляции

А. Вопросы для обсуждения

1. Скрытое управление и манипулирование в служебных отношениях.
2. Получение управленческой информации об адресате воздействия.
3. Мишени воздействия.
4. Аттракция как технология скрытого управления и манипулирования.
5. Манипулирование в отношениях.
6. Защита от скрытого управления и манипулирования.

Б. Практикум: Диагностика манипулятивного отношения (по шкале Банта)

В. Вопросы для размышления:

1. Почему манипулирование выступает как социально значимое и широко распространенное явление?
2. Какие факторы способствуют распространению манипулирования?
3. Есть ли национальные традиции в манипулировании?

Учебно-исследовательские задания

Задание 1. Подготовьте микротезаурус «Основные понятия теории манипуляции» (на основе анализа литературы, интернет - ресурсов).

Задание 2. На основе прочитанной литературы составьте психологический портрет человека - манипулятора.

Литература

1. Доценко, Е. Л. Психология манипуляции: Феномены, механизмы и защита. – М.: Изд-во МТЦ ТОО «Черо», 1996. – С. 42–108.
2. Шейнов, В.П. Манипулирование и защита от манипуляций. – Издательство «Питер», 2014. Серия (Сам себе психолог)
3. Шейнов, В.П. Неотразимый комплимент. Безотказные приемы влияния. Издательство «Питер», 2015. Серия (Сам себе психолог).
4. Шостром, Э. Анти-Карнеги, или Человек-манипулятор. – Мн.: ТПЦ «Полифакт», 1992.

**Планы
лабораторных
занятий**



Повтори !

**Лабораторное занятие 1. Социально-психологическая
диагностика малой группы**

А. Вопросы для самоконтроля и повторения:

1. Социально-психологические характеристики малой группы.
2. Динамические процессы в малой группе.
3. Понятие групповой сплоченности.
4. Понятие организационный и психологический климат.
5. Факторы, влияющие на психологический климат группы.

**Б. Обсуждение методов социально-психологической диагно-
стики малой группы:**

1. *Методы исследования групповой сплоченности. Презентация психодиагностических методик:*

- экспертная оценка сплоченности учебной группы;
- определение индекса групповой сплоченности по Сижору;
- определение ценностно-ориентационного единства группы (ЦОЕ) В.С. Ивашкина, В.В. Онуфриевой;
- экспертная диагностика взаимодействия в малых группах и экспертная диагностика интерактивной согласованности в малых группах А.С. Чернышова, С.В. Сарычева,
- диагностика развития малых групп и интегральная самооценка уровня развития группы как коллектива Л.Г. Почебут.
- диагностика лидерских способностей (Е. Жариков, Е. Крушельницкий)

2. *Методы исследования социально-психологического климата группы. Презентация психодиагностических методик:*

- методика оценки психологической атмосферы в коллективе;
- оценка микроклимата студенческой группы В.М. Завьяловой;
- диагностика социально-психологической адаптации К. Роджерса, Р. Даймонда;
- психологический климат классного коллектива В.С. Ивашкина, В.В. Онуфриевой;

- диагностика делового, творческого и нравственного климата в коллективе;
- методика «Климат» (модифицированный вариант методики Б.Д. Парыгина);
- цветовой тест отношений.

В. Проведение социально-психологической диагностики

1. Определение индекса групповой сплоченности по Сизору. Анализ и интерпретация полученных результатов в форме отчета.
2. Самодиагностика психологического климата в малой производственной группе. Авторы методики В.В. Шпалинский, Э.Г. Шелест. Анализ и интерпретация полученных результатов в форме отчета.
3. Самооценка лидерства.

Литература

1. Фетискин, Н.П., Козлов В.В., Мануйлов Г.М. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп. – М. Изд-во Института Психотерапии. 2002. – С. 124–140;153–163.
2. Паповян, С.С. Исследования «организационного климата» в американской психологии // Вопросы психологии. – 1978. – № 2. – С. 163–170.
3. Практикум по общей, экспериментальной и прикладной психологии / под ред. А.А. Крылова, С.А. Маничева. – СПб.: Питер, 2000. – С. 441–448.

Лабораторное занятие 2. Диагностика социально-психологических свойств личности. Диагностика предрасположенности личности к конфликтному поведению

А. Вопросы для самоконтроля и повторения:

1. Понятие конфликта.
2. Структура конфликта.
3. Типы конфликтов.
4. Причины конфликтов.
5. Конфликтные личности.
6. Предотвращение и разрешение конфликтов.

Б. Решение ситуационных задач по проблеме конфликтного взаимодействия.

В. Обсуждение психодиагностических методик и проведение социально-психологической диагностики конфликтного взаимодействия и предрасположенности личности к конфликтному поведению.

1. Презентация психодиагностических методик:
 - диагностика стратегий поведения в конфликтных ситуациях по методике К.Н. Томаса;
 - экспресс-оценка глубины конфликта (А.М. Бандурка, С.И. Бочарова, Е.В. Земянская);
 - доминирующие стратегии конфликтного поведения (метафорический вариант);
 - экспресс-диагностика поведенческого стиля в конфликтной ситуации;
 - экспресс-диагностика устойчивости к конфликтам;
 - самооценка рационального поведения в конфликте;
 - диагностика личностной агрессивности и конфликтности (Е.П. Ильин, П.А. Ковалев).
2. Самодиагностика доминирующей стратегии конфликтного поведения, используя метафорический вариант методики.

Литература

1. Анцупов А.Я., Шипилов А.И. Конфликтология. – 3-е изд. СПб.: Питер, 2007. – С. 110–115.
2. Столяренко Л.Д. Социальная психология: учебное пособие / Л.Д. Столяренко, С.И. Самыгин. — М.: КНОРУС, 2016. —С. 310-329.
3. Фетискин Н.П., Козлов В.В., Мануйлов Г.М. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп. — М. Изд-во Института Психотерапии. 2002- С. 143-153.
4. Шапарь В.Б. Методы социальной психологии: учебное пособие / В.Б. Шапарь – Ростов н/Д: Феникс, 2003.
5. Емельянов С.М. Практикум по конфликтологии – 3-е изд. Перераб и доп. – СПб. – Питер, 2009–384 с.

4. Раздел контроля знаний



«Недостаточно только
получить знания; надо
найти им приложение»

Иоганн Вольфганг Гёте



Методические рекомендации для слушателей

Наличие материалов для проверки знаний дает возможность слушателю оценить собственный уровень социально-психологической компетентности, скорректировать способы дальнейшего профессионального самосовершенствования. При изучении дисциплины «Социальная психология» предусмотрены входной, текущий, промежуточный и итоговый контроль знаний слушателей.

Входной контроль знаний и умений слушателей осуществляется в начале изучения курса. Для успешного освоения знаний по дисциплине «Социальная психология», слушатель должен иметь представление о прикладных отраслях психологического знания, о методах научного исследования психики; о механизмах развития личности, о структурных компонентах личности. Иметь представление о группе и социальной роли, о мотивации и эффективности деятельности человека.

Текущий контроль предусматривает регулярное отслеживание уровня усвоения материала на лекциях, на семинарах-практикумах и лабораторных занятиях. Текущий контроль представлен вопросами для самопроверки к каждой лекции и вопросами для обсуждения и размышления на семинарско-практических занятиях. Обращается внимание на подготовку, активное участие слушателей на учебных занятиях и на результат проделанной самостоятельной работы.

Промежуточный контроль проводится по окончании изучения модуля или раздела курса. В рамках курса отводится время для проведения коллоквиума по темам курса в форме самостоятельной работы

Самоконтроль, осуществляемый слушателем в процессе изучения дисциплины, в частности при подготовке к контрольным мероприятиям. Применяется также компьютерный самоконтроль и контроль успеваемости на базе электронных обучающих и аттестующих тестов.

Итоговой формой контроля учебным планом предусмотрен экзамен, который проходит в два этапа: первый - контроль на базе электронных аттестующих тестов; второй – устный опрос по билетам. Слушатели также выполняют самостоятельную работу. Для успешной сдачи экзамена необходимо изучить конспекты лекций, ознакомиться с основной литературой, качественно выполнить практические и тестовые задания. Важным условием является умение слушателя опираться в своем ответе на предлагаемую к курсу учебную и научную литературу. При оценке теоретических знаний слушателей учитывается их участие в работе на лекциях, подготовка к семинарам-практикумам и выполнение учебно-исследовательских, творческих заданий, результаты выполнения тестовых заданий и в целом самостоятельной работы.

**Вопросы
и задания для
контроля знаний**



**Проверь
себя!**

4.1. Входной контроль знаний

Контрольные вопросы:

1. Как вы думаете, какое место занимает социальная психология в ряду других наук?
2. Какие основные методы использует психология в изучении личности и группы людей?
3. Почему общение рассматривается как основной вид деятельности человека?
4. В чем сущность развития биологического и социального? Может ли быть развитие человека социальным или несоциальным?
5. Что является самым главным в различных определениях понятия личности?
6. Каким образом проявляется сознание и самосознание личности?
7. Почему направленность называют ведущей личностной характеристикой человека?
8. В чем сущность мотивации личности?
9. Как проявляется социальная роль человека?
10. Что вы понимаете под термином социальное поведение личности?

4.2. Промежуточный контроль знаний



Тестовые задания

Раздел 1. Теоретико-методологические основы социальной психологии

1. Социальная психология – научная дисциплина на стыке:

- 1) философии и социологии;
- 2) психологии и социологии;
- 3) философии и психологии;
- 4) психологии и физиологии;
- 5) социологии и психофизиологии.

2. В рамках марксизма, с точки зрения Челпанова, должна развиваться:

- 1) общая психология;
- 2) социальная и общая психология;
- 3) социальная психология;
- 4) возрастная психология;
- 5) общая и возрастная психология.

3. Советскими психологами социальная психология воспринималась как «служанка буржуазии», потому что:

- 1) она активно развивалась на западе вне марксизма;
- 2) социальная психология не является инструментом анализа рабочего движения;
- 3) Маркс не упоминал в своих трудах социальную психологию;
- 4) она соответствовала генетическому принципу;
- 5) она соответствовала принципу системности.

4. Учение Выготского о высших психических функциях:

- 1) отрицало роль социальной психологии;
- 2) использовало лишь отчасти анализ общественного опыта;
- 3) делало всю психологию социальной;
- 4) распространилось еще в XIX веке;
- 5) было построено на основе психоанализа.

5. Основные социально-психологические дискуссии второй половины XX века касались:

- 1) понимания предмета советской психологии;
- 2) понимания предмета социальной психологии и соответственно

круга ее задач;

- 3) связи марксизма и развития социальной психологии;
- 4) западных заимствований;
- 5) прикладных вопросов на основе исследований в детских коллективах.

6. Разделом социальной психологии является:

- 1) психология высшей нервной деятельности;
- 2) психология межгруппового взаимодействия;
- 3) психология памяти;
- 4) воля;
- 5) эмоции.

7. По мнению Олпорта, родоначальник философского осмысления социально-психологических проблем

- 1) Маркс;
- 2) Платон;
- 3) Ньютон;
- 4) Выготский;
- 5) Лурия.

8. Начало превращения социальной психологии в экспериментальную науку было положено:

- 1) экспериментами Вундта;
- 2) исследованиями Тарда;
- 3) программными заявлениями В. Мёде и Ф. Олпорта;
- 4) исследованиям Струве;
- 5) работами Адлера.

9. В XX веке с точки зрения объектов исследования главное внимание начинает уделяться:

- 1) индивиду;
- 2) социально-психологическим особенностям личности ;
- 3) толпе;
- 4) массовым настроениям;
- 5) малой группе.

10. Известным современным социальным психологом является:

- 1) Макдугалл;
- 2) Малкович;
- 3) Московиси;
- 4) Мендельсон;
- 5) К.Мур.

11. Проблемы экономической психологии в Европе одним из первых начал разрабатывать:

- 1) Фрейд;
- 2) Тард;

- 3) Лебон;
- 4) Лурия;
- 5) Фаберже.

12. В США отцом экономической психологии считается:

- 1) Ялом;
- 2) Лейбин;
- 3) Адлер;
- 4) Фромм;
- 5) Катон.

13. Наиболее известной работой второго этапа развития этнической психологии являются первые тома многотомного издания немецкого ученого:

- 1) Струве;
- 2) Фрейда;
- 3) Вундта;
- 4) Фрайберга;
- 5) Зорге.

14. Основоположниками этнической психологии в России можно считать:

- 1) Шпета;
- 2) Ливанова;
- 3) Леонтьева;
- 4) Давыдова;
- 5) Смирнова.

15. Весь набор методов социальной психологии Г.М.Андреева подразделяет на две большие группы:

- 1) математические и исторические методы;
- 2) методы исследования и методы воздействия;
- 3) социальные и психологические методы;
- 4) классические и постклассические;
- 5) основные и дополнительные.

16. К методам исследования социальной психологии не относятся:

- 1) корректурную пробу;
- 2) наблюдение;
- 3) метод анализа документов;
- 4) интервью;
- 5) анкету.

17. Автор книги «Введение в социальную психологию» (1908):

- 1) М. Лацарус и Г. Штейнталь;
- 2) Г. Джейл и Е. Старбака;
- 3) С. Сигеле и Г. Лебон;

- 4) Э. Росс и З. Фрейд;
- 5) Э. Дюркгейм и У. Магдугалл.

18. Непосредственные создатели «Психологии масс»:

- 1) З. Фрейд;
- 2) Г. Тард;
- 3) Г. Лебон;
- 4) Э. Росс;
- 5) У. Магдугалл.

19. Автор теории символического интеракционизма

- 1) Дж. Мид;
- 2) Л. Фестингер;
- 3) А. Адлер;
- 4) Э. Фромм;
- 5) К. Левин.

20. Метод социальной психологии, заключающийся в выделении и подсчёте частоты встречаемости или объёма смысловых единиц информации, называется:

- 1) контент - анализ;
- 2) наблюдение;
- 3) метод анализа документов;
- 4) интервью;
- 5) эксперимент.

21. Белорусский учёный, автор психологической школы агрессологии

- 1) И. Фурманов;
- 2) Е. Панько;
- 3) Я. Коломинский;
- 4) В. Янчук;
- 5) Н. Циркун.

22. Одна из функций социальной психологии

- 1) аксиологическая функция;
- 2) функция систематизации;
- 3) прагматическая функция;
- 4) функция признания;
- 5) эмотивная функция.

23. Социальная психология как самостоятельная наука возникла в

- 1) 1961;
- 2) 1959;
- 3) 1859;
- 4) 1900;
- 5) 1800

Раздел 2 . Социальная психология личности

1. Социально-психологические качества личности особенно отчетливо проявляются:

- 1) в самооценке;
- 2) в направленности;
- 3) в уровне притязаний;
- 4) в общении;
- 5) в деятельности.

2. Институты социализации – это:

- 1) группы, в которых происходит усвоение и воспроизводство социального опыта;
- 2) общественные организации;
- 3) образовательные организации;
- 4) референтные группы;
- 5) группы членства.

3. Агенты социализации – это:

- 1) все окружающие индивида персоны;
- 2) «значимые»;
- 3) члены семьи;
- 4) ровесники;
- 5) близкие друзья индивида.

4. В английском языке социальной установке соответствует понятие:

- 1) аттитюд;
- 2) аттракция;
- 3) аффирмация;
- 4) конгломерат;
- 5) каузальная атрибуция.

5. Предрассудок – это:

- 1) структура самосознания;
- 2) социальная установка с искаженным содержанием эмоционального компонента;
- 3) социальная установка с искаженным содержанием поведенческого компонента;
- 4) социальная установка с искаженным содержанием когнитивного компонента;
- 5) качество личности.

6. Усвоение индивидом социального опыта, в ходе которого создаётся конкретная личность, называется

- 1) асоциализация;
- 2) аттракция;
- 3) аффирмация;
- 4) идентификация;

5) социализация.

7. Состояние отчуждённости личности от самого себя, неадекватное восприятие человеком своего «Я» - это:

- 1) деперсонализация;
- 2) идентификация;
- 3) интериоризация;
- 4) экстериоризация;
- 5) соматизация.

Раздел 3. Социальная психология межличностного взаимодействия

1. Проблема отношений в отечественной психологии в значительной степени разработана в работах:

- 1) Мясищева;
- 2) Басова;
- 3) Выготского;
- 4) Леонтьева;
- 5) Смирнова.

2. В деталях определяет деятельность и поведение каждого конкретного носителя социальной роли:

- 1) доминирование ролевого поведения;
- 2) интенсификация ролевого поведения;
- 3) объективацией ролевого поведения;
- 4) нестабильность ролевого поведения;
- 5) интернализация ролевого поведения.

3. Термин «общение» не имеет точного аналога в зарубежной социальной психологии, потому что:

- 1) зарубежная социальная психология игнорирует изучение общения;
- 2) его содержание в отечественной социальной психологии рассматривается в контексте теории деятельности;
- 3) отечественные социальные психологи игнорируют результаты зарубежных исследований;
- 4) за рубежом отсутствует феномен общения;
- 5) переводчики недостаточно ориентируются в психологии.

4. Общение как определенная сторона деятельности, как включенное в любую деятельность, ее элемент, рассматривается в работах:

- 1) Ломова;
- 2) Смирнова;
- 3) Эльконина;
- 4) Леонтьева;

5) Амбросимовой.

5. Коммуникативный процесс шире, чем информационный, поскольку он способен:

- 1) быть бесконечным;
- 2) порождать дополнительные смыслы;
- 3) включать в себя множество актов;
- 4) обладать стадиями;
- 5) к декодированию.

6. Коммуникативный процесс шире, чем информационный, поскольку в процессе общения:

- 1) люди передают друг другу информацию;
- 2) информация передается частично;
- 3) люди могут влиять друг на друга и изменять содержание общения;
- 4) происходят конфликты;
- 5) люди неуправляемы.

7. Распространение информации в обществе происходит через своеобразный фильтр:

- 1) понимания;
- 2) служб безопасности;
- 3) социальных связей;
- 4) доверия и недоверия;
- 5) образования индивидов.

8. Для изучения убеждающего воздействия средств массовой информации используется модель:

- 1) Аша;
- 2) Тэшфела;
- 3) Лассуэлла;
- 4) Иванова;
- 5) Майерса.

9. Область, занимающаяся нормами пространственной и временной организации общения, называется:

- 1) проксемика;
- 2) лексика;
- 3) кинесика;
- 4) соматика;
- 5) биофизика.

10. Восприятие партнера по общению называется:

- 1) социальной интеракцией;
- 2) социальной перцепцией;
- 3) социальной интеграцией;
- 4) симпатией;
- 5) аттракцией.

11. Представление о другом человеке тесно связано с:

- 1) групповым давлением;
- 2) внешними условиями;
- 3) объективными условиями;
- 4) уровнем собственного самосознания;
- 5) симпатией к нему.

12. Идентификация - это:

- 1) вербальная характеристика общения;
- 2) процесс самоанализа;
- 3) вариант самоактуализации;
- 4) элемент эмпатии;
- 5) отождествление себя с другим.

13. Эмпатия – это:

- 1) когнитивный процесс;
- 2) аффективное «понимание»;
- 3) элемент самопознания;
- 4) характеристика социального статуса;
- 5) норма поведения.

14. Каузальная атрибуция - это:

- 1) интерпретация своего и чужого поведения;
- 2) элемент аффективного процесса;
- 3) элемент самопознания;
- 4) система ценностей;
- 5) норма статуса.

15. Аттракция — это:

- 1) привлекательность человека для воспринимающего;
- 2) характеристика социальной атрибуции;
- 3) элемент самопознания;
- 4) характеристика процесса общения;
- 5) элемент самопознания.

Раздел 4. Группа как объект социально-психологического исследования

1. Для индивида, входящего в группу, осознание принадлежности к ней осуществляется через осознание факта:

- 1) конфликта с группой;
- 2) нарушения групповых границ;
- 3) общности с другими членами группы;
- 4) условности связей с группой;
- 5) своих особенностей.

2. Главной психологической характеристикой группы является:

- 1) ценности группы;
- 2) «мы-чувство»;
- 3) общность целей;
- 4) групповые нормы;
- 5) время существования группы.

3. В психологическую структуру больших социальных групп

входит:

- 1) психический склад и эмоциональная сфера;
- 2) система малых подгрупп;
- 3) мыслительный и эмоциональный блоки;
- 4) базовый и надстроечный блоки;
- 5) нестабильность группового поведения.

4. В формировании психологии группы доминирующую роль

играет:

- 1) психологическое заражение;
- 2) нравы, обычаи и традиции;
- 3) коллективный опыт;
- 4) групповой IQ;
- 5) время.

5. Среди наиболее известных концепций в психологии

больших социальных групп является:

- 1) концепция коллективного бессознательного;
- 2) теория психологического заражения;
- 3) концепция «социальных представлений»;
- 4) комплексный подход;
- 5) субъектно-деятельностный подход.

6. Длительность существования толпы определяется:

- 1) составом толпы;
- 2) значимостью инцидента;
- 3) наличием агрессивных элементов в событии;
- 4) все ответы неверны.

7. Основным фоном поведения толпы является:

- 1) стихия;
- 2) ритм;
- 3) яркий сюжет;
- 4) управление;
- 5) власть.

8. Масса (манифестации, демонстрации, митинги) отличается

от толпы тем, что:

- 1) она полностью неуправляема;
- 2) она более сложно структурирована;
- 3) для нее более высока роль организаторов;
- 4) она корыстна;

5) гомогенна.

9. Публика всегда собирается ради:

- 1) общей и определенной цели;
- 2) проявлений агрессии;
- 3) формирования чувства единства;
- 4) выгоды;
- 5) общения.

10. В качестве способов воздействия в больших группах называют:

- 1) заражение;
- 2) эмпатию;
- 3) когерентность;
- 4) когнитивный удар;
- 5) сочувствие.

11. Первые исследования в малых группах были посвящены тому, чтобы выяснить:

- 1) как формируется группа;
- 2) действует ли индивид в одиночку лучше, чем в присутствии других;
- 3) как становятся лидерами в группе;
- 4) причины групповых неврозов;
- 5) рождение социально-психологического феномена ореола.

12. В большинстве исследований число членов малой группы колебалось между:

- 1) 2 и 7;
- 2) 4 и 5;
- 3) 3 и 5;
- 4) 7 и 10;
- 5) 5 и 12.

13. Для отечественных социальных психологов размер малой группой определяется:

- 1) произвольно;
- 2) эмпирически;
- 3) числом от 2 до 7;
- 4) условиями программы исследования;
- 5) условно.

14. Причины возникновения малой группы лежат:

- 1) в наличии взаимного межличностного притяжения;
- 2) в более широкой социальной системе;
- 3) в области стихийных процессов;
- 4) в социальных инстинктах;
- 5) в потребности самосохранения индивида.

15. Феномен группового давления получил в социальной психологии наименование:

- 1) феномена конформизма;
- 2) феномена влияния бессознательного;
- 3) феномена кооперации;
- 4) феномена социально-психологического невроза;
- 5) феномена джаккардизма.

16. Проблема групповой сплоченности опирается на понимание группы как системы:

- 1) с жесткой структурой, обеспечивающей групповое давление;
- 2) с эмоциональной основой;
- 3) с доминированием дистантных отношений;
- 4) с определенным центром;
- 5) взаимопомощи.

17. Разработанная Р.Л. Кричевским концепция ценностного обмена в рамках социально-психологического феномена лидерства строится на том, что:

- 1) ценностные характеристики членов группы обмениваются на авторитет и признание лидера;
- 2) материальные ресурсы группы принадлежат лидеру;
- 3) лидер предоставляет группе свои ресурсы для защиты и покровительства;
- 4) лидер экзистенциально чужд группе;
- 5) лидер рано или поздно покидает группу.

18. Процесс принятия группового решения тесно связан с проблемой:

- 1) социальной нестабильности;
- 2) групповых норм;
- 3) групповых санкций;
- 4) социальных инстинктов;
- 5) лидерства и руководства.

19. К новым формам групповых дискуссий в рамках проблемы групповых решений относят:

- 1) пошаговую дискуссию;
- 2) мозговой шторм / «Брейнсторминг»;
- 3) «брейншторминг»;
- 4) диалог;
- 5) полилог.

20. Важнейший признак коллектива, по А.С. Макаренко:

- 1) любая совместная групповая деятельность;
- 2) групповая сплоченность;
- 3) положительный эмоциональный фон в группе;
- 4) наличие положительного лидера;

5) социально-позитивная деятельность, отвечающая потребностям общества.

21. Одна из наиболее развернутых попыток сформулировать стадии и ступени развития группы, содержится в психологической теории коллектива:

- 1) А.В. Петровского;
- 2) А.С. Макаренко;
- 3) Л.С. Выготского;
- 4) С.Л. Рубинштейна;
- 5) А.А. Леонтьева.

22. Первые эксперименты в области межгрупповых отношений были проведены:

- 1) А.С. Макаренко;
- 2) М. Шерифом;
- 3) А.В. Петровским;
- 4) Ф. Зимбардо;
- 5) В. Леви.

23. Перманентный характер межгрупповой дискриминации показал в своих экспериментах:

- 1) С. Аш;
- 2) М. Шериф;
- 3) С. Милграм;
- 4) Тэшфел;
- 5) Б.Г. Ананьев.

24. В отечественной социальной психологии наиболее известен как исследователь межгрупповых отношений:

- 1) Г. Андреева;
- 2) Е. Журавлев;
- 3) С. Агеев;
- 4) Б. Ломов;
- 5) С. Рубинштейн.

25. К видам толпы относятся следующие:

- 1) простая толпа;
- 2) компромиссная толпа;
- 3) действующая толпа;
- 4) выборочная.

26. К признаку большой группы относятся:

- 1) большое число членов;
- 2) наличие непосредственных контактов;
- 3) механизмы доверия;
- 4) кратковременное образование;
- 5) совместная деятельность.

Раздел 5. Психология управления в социальной организации

1. Какой из базовых стилей управления требует дополнительных временных затрат и содержит угрозу «избыточной коллегальности» при принятии управленческих решений:

- 1) авторитарный;
- 2) демократический;
- 3) либеральный;
- 4) автократичный;
- 5) интегративный.

2. Какой из базовых стилей управления таит в себе угрозу подавления инициативы подчинённых, субъективизм и «манию величия» руководителя:

- 1) авторитарный;
- 2) демократический;
- 3) либеральный;
- 4) попустительский;
- 5) интегративный.

3. Автором «пирамиды» иерархии потребностей является:

- 1) Клейтон Альдерфер;
- 2) Фредерик Герцберг;
- 3) Абрахам Маслоу;
- 4) Дэвид Макклеланд;
- 5) Дэвид Майерс.

4. Двухфакторная теория мотивации была разработана:

- 1) Клейтон Альдерфер;
- 2) Фредерик Герцберг;
- 3) Абрахам Маслоу;
- 4) Дэвид Макклеланд;
- 5) Дэвид Майерс.

5. Какой из ученых является родоначальником транзактного анализа:

- 1) Эрик Берн;
- 2) Зигмунд Фрейд;
- 3) Эрих Фромм;
- 4) Карл Густав Юнг.
- 5) Альфред Адлер.

1. Система принципов и способов организации и построения теоретической и практической деятельности, а также учение об этой системе называется...

- 1) типологией;
- 2) картографией;
- 3) методологией;
- 4) технологией;
- 5) парадигмой.

2. Сознательная деятельность по отношению к конфликту, осуществляемая на всех этапах его возникновения, развития и завершения участниками конфликта или третьей стороной, называется ...

- 1) разрешением;
- 2) урегулированием;
- 3) завершением;
- 4) управлением конфликтом;
- 5) развитием конфликта.

3. Устранение противоречия между оппонентами с участием третьей стороны называется

- 1) урегулированием конфликта;
- 2) разрешением;
- 3) предупреждением;
- 4) управлением;
- 5) развитием конфликта.

4. В системно-ситуационном анализе конфликтов в качестве единицы анализа используется...

- 1) участник конфликта;
- 2) конфликтная ситуация;
- 3) инцидент;
- 4) эскалация;
- 5) предмет конфликта.

5. Воздействие на конфликт, в результате которого ликвидируются основные его структурные элементы, называется

- 1) устранением конфликта;
- 2) эскалацией;
- 3) затуханием;
- 4) адаптацией;
- 5) подавлением.

6. Окончание конфликта по любым причинам называется ... конфликта

- 1) урегулирование;
- 2) эскалация;

- 3) завершение;
- 4) адаптация;
- 5) профилактика.

7. Конфликт, возникающий на основе нравственного противоречия в социальной сфере или в сознании отдельного индивида и заключающийся в столкновении и противодействии сторон, мнений, оценок, ценностных ориентаций, которые имеют выраженный нравственный компонент, – это конфликт...

- 1) моральный;
- 2) этический;
- 3) ролевой;
- 4) ценностно-ориентированный;
- 5) деструктивный.

8. Наиболее острый способ разрешения значимых противоречий, возникающих в процессе социального взаимодействия, заключающийся в противодействии субъектов конфликта и сопровождающийся негативными эмоциями, переживаемыми ими по отношению друг к другу, называется конфликтом ...

- 1) политическим;
- 2) экономическим;
- 3) групповым;
- 4) социальным;
- 5) конструктивным.

9. Тип взаимодействия, при котором один из партнеров относится к другому как к объекту, но скрывает это с помощью специальных приемов и игр – это ...

- 1) императивное общение;
- 2) диалоговое общение ;
- 3) игровое поведение;
- 4) манипулятивное общение;
- 5) монологическое общение.

10. Столкновение противоположно направленных, не совместимых друг с другом тенденций во взаимоотношениях индивидов, связанное с отрицательными эмоциональными переживаниями, – это ...

- 1) межличностный конфликт;
- 2) деловой конфликт;
- 3) внутриличностный конфликт;
- 4) организационный конфликт;
- 5) межгрупповой конфликт.

4.3 Задания для самоконтроля знаний

Раздел 1. Теоретико-методологические основы социальной психологии

Задание 1. На основе изучения рекомендованной литературы в сопоставлении с записями лекций, ответьте на следующие вопросы:

А. Каково теоретическое значение социальной психологии и её место в психологической науке?

Б. Каково практическое (прикладное) значение социальной психологии для профессиональной деятельности руководителя, педагога, практического психолога?

Задание 2. Верно или неверно:

– Единственный источник познания личности в коллективе есть самонаблюдение.

– При изучении социально-психических явлений всегда следует устанавливать причины их возникновения.

– О сознательности человека судят не по тому, что он о себе говорит, а потому, что и как он делает.

– Метод – эта та же теория, но повернутая своим острием на процесс дальнейшего познания и преобразования мира.

Задание 3. Психология наций (этносов, народностей) – особая отрасль социально-психологических знаний, отражающих существующую в реальности систему чувств, настроений, мнений, нравов, традиций, обычаев, чаяний и т.п., отличающих каждую данную нацию или народность от другой, а также особенности её языка и культуры, хозяйственного и бытового уклада.

Для чего, для каких целей в практической деятельности человека необходимо изучение, знание и учёт национальной психологии?

Нужно ли специальное изучение психологии коренной нации руководителем организации или само по себе должно сложиться нормальное (эффективное общение)?

Раздел 2. Социальная психология личности

Задание 1. Дополните предложения:

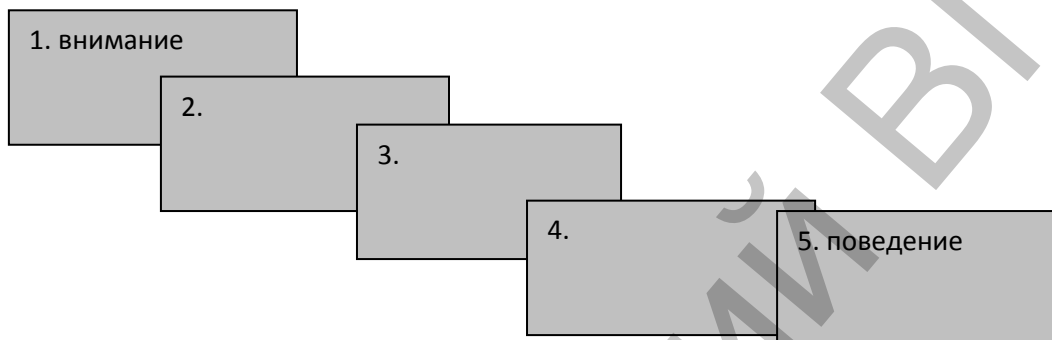
А) Социальная фиксированная установка, предрасположенность к определённому поведению личности в ситуациях с другими людьми называется

Б) Типология агрессивного поведения в обобщённом виде предложена известным отечественным исследователем

Задание 2. Дайте определение такой формы проявления предрубеждений как сексизм.

сексизм

Задание 3. Восстановите последовательность шагов в процессуальной модели альтруизма, как формы просоциального поведения:



Задание 4. Определите авторов подхода к определению сущности социализации:

1. Социализация как процесс полной интеграции личности в социальную систему, в ходе которого происходит её приспособление - это
2. Социализация как процесс самоактуализации Я-концепции, самореализации личностью своих потенций и творческих способностей, как процесс преодоления негативных влияний среды, мешающих её саморазвитию и самоутверждению - это
3. Социализация как усвоение индивидом социального опыта, в ходе которого создаётся конкретная личность – это

Ответы: а) Т.Парсонс, Р. Мертон

б) гуманистические психологи (А. Маслоу, К. Роджерс)

в) российский психолог И.С. Кон.

г) Л. Фестингер

д) Г Келли

Раздел 3. Социальная психология межличностного взаимодействия

Задание 1. Установите соответствие:

1. Убеждение	А. Следование каким-либо образцам и примерам.
2. Подражание	Б. Оказание влияния на сознание личности или группы людей, основанное на некритическом (и часто неосознанном) восприятии информации.
3. Внушение	В. Логически аргументированное воздействие на рациональную сферу сознания людей.
4. Аутогенная тренировка	Г. Это кратковременная форма стандартизированного массового поведения, возникающая преимущественно стихийно, под влиянием доминирующих в определённые периоды в данном обществе настроений и быстро меняющихся вкусов и увлечений.
5. Мода	Д. Это система приёмов самовоздействия, с помощью которой становится возможным управление некоторыми произвольными психическими процессами и состояниями организма.

Задание 2 . Какие стереотипы внешности описывает автор?

Светлые и тёмные волосы – два полюса человеческого характера. Тёмные волосы означают мужественность. Смелость, искренность и активность, тогда как светлые символизируют женственность, нежность, беспомощность и пассивность. Блондинка, стало быть вдвойне женщина. Поэтому женщины, желая быть в высшей степени женщинами, красят волосы в блондинистый, но никак не в чёрный цвет. Блондинка произвольно уподобляется своим волосам. Ещё в большей мере, это происходит тогда, когда блондинка на самом деле перекрашенная брюнетка. Она хочет быть верной своему цвету и прикидывается созданием хрупким, куколкой для игры, требуя по отношению к себе нежности и услужливости, деликатности. Если бы тёмные волосы стали всемирной модой, на свете жилось бы значительно лучше. Это была бы самая полезная социальная реформа, какая когда-либо осуществлялась.

(«Вальс на прощание» Милан Кундера)

Задание 3. В чем особенность социальной перцепции влюблённого человека?

Подобно тому, как влюблённость делает любимую женщину ещё красивей, страх перед вселяющей опасение женщиной непомерно преувеличивает каждый её изъян.

Те, что не слишком глубоко проникли в мир любовных радостей, могут судить о женщинах лишь по внешнему виду. Но те, что,

по настоящему познали их, понимают, что глаза способны прикрыть лишь малую толику того, чем женщина может одарить нас.

(«Вальс на прощание» Милан Кундера)

Задание 4. Прокомментируйте приведённые точки зрения. Какими из перечисленных правил вы стали бы руководствоваться в общении и почему?

1. Главное в общении – побольше говорить, поменьше слушать и не допускать в разговоре пауз.
2. Основа отношения собеседника к нам закладывается в первые 15 сек. общения с ним.
3. Если вам сделали комплимент, его необходимо тут же вернуть, сделав его больше и цветистее.
4. Для того, чтобы люди захотели с вами общаться, вы сами должны этого хотеть, и собеседники должны это видеть.
5. Говорите с другим человеком о себе, и он будет слушать вас часами.
6. Улыбка ничего не стоит, но много даёт. Она обогащает тех, кто её получает, не обедняя при этом тех, кто ею одаривает.

Задание 5. Примените эти афоризмы к процессу общения, «переведя» на язык современной науки.

1. Два уха и один язык нам даны для того, чтобы больше слушать и меньше говорить (Зенон из Китиона).
2. Слушай, что говорят люди, но понимай, что они чувствуют (Восточная мудрость).

Раздел 4. Группа как объект социально-психологического исследования

Задание 1. Из данных понятий выстройте логические ряды так, чтобы каждое предыдущее понятие было родовым (более общим) по отношению к последующим.

1. Общество, коллектив, группа, реальная группа, малая группа.
2. Дружба, общественное производство, общественные отношения, общество, межличностные отношения.

Задание 2. Объясните, какие из ниже перечисленных групп можно считать формальными (официальными), а какие неформальными (неофициальными).

Семья, школьный класс, политическая партия, государство, студенческая группа, пассажиры одного вагона, пациенты одного врача, больные одной палаты, люди одинакового возраста, группа друзей,

спортивная секция, кружок кройки и шитья, лица одной национальности, военнослужащие одного подразделения, читатели одной библиотеки, коллектив заводского цеха, бригада шабашников, рабочая смена в парикмахерской, дворовые игроки в домино, туристическая группа, пенсионеры, аспиранты одного профессора, мафия.

Задание 3. «Переведите» на язык научной социальной психологии и прокомментируйте с точки зрения организации внутригруппового взаимодействия следующие «законы». Проиллюстрируйте их примерами.

Закон Майлса. Угол зрения зависит от занимаемого места.

Закон Эванса и Бьерна. *Какая бы неприятность ни случилась, всегда найдётся тот, кто знал, что так оно и будет.*

Закон Якоби. *Ошибаться человеку свойственно, но сваливать ошибки на других – ещё типичнее.*

Закон Оулда и Кана. *Эффективность совещания обратно пропорциональна числу участников и затраченному времени.*

Правило Фанни Херст. *По сравнению с мужчиной женщина должна быть вдвое лучше, чтобы добиться вдвое меньшего.*

Принцип Тодда. *Неважно, что вам говорят – вам говорят не всю правду.*

Принцип Пфейфера. *Никогда не принимайте решения сами, если можно заставить решить кого-то другого.*

Задание 4. Подберите «иллюстрации» к следующим тезисам:

1. Некто может любить людей как членов группы и в то же время не любить их как индивидов. (Дж. Тернер).

2. Если президент говорит «нет», мы все говорим «нет».

3. (Э. Доул)

4. Никогда не отворяй дверь тем, кто отворяет её и без твоего разрешения (С.Е. Лец).

5. Когда люди вольны поступать как угодно, они обычно подражают друг другу. (Э. Хеффер).

6. Честолюбие часто заставляет людей предаваться самым низким занятиям; вверх лезут в той же позе, что и ползают (Д. Свифт).

Раздел 5. Психология управления в социальной организации

Задание 1. Проведите анализ межличностного взаимодействия с точки зрения трансактного анализа и оцените его конфликтность в следующей ситуации. Руководитель спрашивает у своего заместителя: «Как вы думаете, что нужно сделать, чтобы исключить опоздания на

работу сотрудников?». Заместитель: «У меня есть некоторые соображения по этому поводу».

Задание 2. Проведите анализ межличностного взаимодействия с точки зрения трансактного анализа и оцените его конфликтность в следующей ситуации. Руководитель обращается к своему заместителю со словами упрека: «Вы не смогли обеспечить своевременность выполнения поставленной задачи». Заместитель: «Меня отвлекли семейные обстоятельства».

Задание 3. Проведите анализ межличностного взаимодействия с точки зрения трансактного анализа и оцените его конфликтность в следующей ситуации. Начальник отдела в конце рабочего дня обращается к сотруднику с просьбой остаться после работы для составления срочного отчета. Сотрудник отказывается, ссылаясь на усталость и на то, что рабочий день уже закончился.

Раздел 6. Социальная психология конфликта

Задание 1. Одна сотрудница высказывает другой претензии по поводу многочисленных и часто повторяющихся ошибок в работе. Вторая сотрудница принимает высказываемые претензии за оскорбление. Между ними возник конфликт.

Вопрос. В чем причина конфликта? Определите конфликтную ситуацию.

Задание 2. Руководитель принял на работу специалиста, который должен работать у его заместителя. Прием на работу не был согласован с заместителем. Вскоре проявилась неспособность принятого работника выполнять свои обязанности. Заместитель служебной запиской докладывает об этом руководителю.

Вопрос. Как бы вы поступили на месте руководителя? Проиграйте возможные ситуации.

Задание 3. В ответ на критику со стороны подчиненного, прозвучавшую на служебном совещании, начальник начал придираться к нему по мелочам и усилил контроль за его служебной деятельностью.

Вопрос. В чем причина конфликта? Определите конфликтную ситуацию.

4.4. Итоговый контроль знаний.

Вопросы к экзамену по социальной психологии

1. Предмет и основные задачи социальной психологии.
2. Базовые категории социальной психологии. Классификация социально-психологических явлений.
3. Развитие социальной психологии за рубежом.

4. Развитие советской социальной психологии.
5. Становление и развитие социальной психологии в Беларуси.
6. Современные тренды исследований в социальной психологии.
7. Этапы социально-психологического исследования.
8. Методы социальной психологии.
9. Методики изучения социально-психологических явлений.
10. Структура и функции современной социальной психологии.
11. Социально-психологические проблемы личности в отечественной и зарубежной психологии.
12. Специфика социально-психологического подхода
13. Социальное развитие личности: социализация.
14. Институты и механизмы социализации.
15. Самость личности, раскрываемая через понятия «идентификация» и «Я-концепция».
16. Концепция социальной роли.
17. Социально-психологические – параметры анализа личности: адаптация, социальная адекватность, зрелость, статус.
18. Социально-психологические регуляторы поведения личности: диспозиции, аттитюды, ценности.
19. Аттитюды: определение, структура, функции, параметры.
20. Концепция диспозиционной регуляции поведения.
21. Скрытое управление и манипулирование в служебных отношениях.
22. Получение управленческой информации об адресате воздействия.
23. Аттракция как технология скрытого управления и манипулирования.
24. Манипулирование в отношениях. Защита от скрытого управления и манипулирования.
25. Понятие о конфликте.
26. Структура конфликта.
27. Динамика конфликтов.
28. Типы конфликтов.
29. Конфликтные личности и их характеристика.
30. Предотвращение и разрешение конфликтов.
31. Вербальные средства коммуникации и управления.
32. Невербальные средства коммуникации и управления.
33. Интерпретация невербального поведения.
34. Понятие групповой сплоченности.
35. Понятие организационный и психологический климат.

36. Группа как объект социально-психологического исследования.
37. Понятие социальной организации.
38. Образование групп.
39. Виды социальных групп.
40. Процессы групповой динамики.
41. Лидерство и руководство в группе.
42. Межгрупповое взаимодействие.
43. Групповое влияние на индивидуальное поведение.
44. Теоретические подходы к проблеме межличностного взаимодействия.
45. Структура межличностного взаимодействия.
46. Нормативная регуляция межличностного взаимодействия.
47. Межличностное взаимодействие как взаимопонимание.
48. Агрессивное поведение.
49. Помогающее поведение.
50. Конфликтное взаимодействие.
51. Организационная культура
52. Организационная социализация.
53. Социальный и этнический стереотипы.
54. Специфика изучения больших социальных групп в социальной психологии. Классификация больших социальных групп.
55. Психологические особенности толпы.
56. Общение. Виды общения
57. Уровни общения.
58. Коммуникативная, интерактивная и перцептивная стороны общения.
59. Социальная перцепция. Механизмы социальной перцепции.
60. Эффекты социального восприятия.
61. Этапы процесса общения.
62. Психологические закономерности управленческой деятельности.
63. Организационный и психологический климат.
64. Личность руководителя.

5. Вспомогательные и справочные материалы

*«Книга так захватила
его, что он захватил
книгу»*

Эмиль Кроткий



Методические рекомендации для слушателей по организации и выполнению самостоятельной работы

В настоящее время существует достаточно много социально-психологической литературы. На полках книжных магазинов и на интернет-сайтах можно увидеть монографии отечественных и зарубежных исследователей, психологические словари, учебники, сборники научных статей, методические рекомендации. Но необходимо понимать, что один учебник по социальной психологии не раскрывает всех научно-исследовательских проблем, тем и вопросов данной науки и не является исключительным. Одно учебное пособие в чем-то дополняет другое. Поэтому слушателю предлагается обзор справочной и учебно-методической литературы для самостоятельного изучения и углубления своих знаний в области социальной психологии.

Большое место при освоении дисциплины отводится самостоятельной работе над источниками. В первую очередь необходимо изучить основную литературу, затем – дополнительную. Именно знакомство с дополнительной литературой, значительная часть которой существует как в печатном, так и электронном виде, способствует более глубокому освоению изученного материала.

Следует ознакомиться в целом с содержанием источника информации. Такая работа включает в себя: чтение аннотации источника; чтение вступительной статьи; просматривание оглавления; чтение источника с выделением основных проблем и выводов; работу со словарем с целью выяснения значения понятий. Целесообразно выяснить исторические условия создания работы.

Особое внимание следует уделить изучению категориального аппарата науки. С определениями ключевых понятий каждой темы слушатель может познакомиться в глоссарии.

ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЕ И СПРАВОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

5.1. Глоссарий

Раздел 1. Теоретико-методологические основы социальной психологии

Аксиология (от греч. ценность, учение) – учение о материальных, культурных, духовных, нравственных и психологических ценностях личности, группы, коллектива, общества

Анкетный опрос – метод социально-психологического исследования с помощью анкет. Проводится в целях выяснения биографических данных, мнений, ценностных ориентаций, социальных установок и личностных черт опрашиваемого.

Брейнсторминг – специальный метод организации совместной групповой творческой работы людей, рассчитанной на повышение их умственной активности и решение сложных интеллектуальных задач.

Интервью – способ получения социально-психологической информации с помощью устного опроса.

Категоризация – психический процесс отнесения единичного объекта, события, переживания к некоему классу, в качестве которого могут выступать вербальные и невербальные значения, символы, сенсорные или перцептивные эталоны, социальные стереотипы.

Социограмма – графический рисунок, с помощью которого условно представлена система личных взаимоотношений, сложившихся между членами малой группы на данный момент времени.

Социальная психология – это отрасль психологической науки, которая изучает факты, закономерности и механизмы поведения, общения и деятельности личностей, обусловленные включённостью их в социальные общности, а также психологические особенности этих общностей.

Социальная репрезентация – индивидуализированные адаптации нового знания к собственному опыту с позиции здравого смысла, предполагающее нахождение субъективно понятной» аналогии с чем-либо знакомым.

Функции социальной психологии как науки – её системные свойства, которые, во-первых, определяются спецификой её объекта и предмета познания; во-вторых, вытекают из её особой роли среди других наук в исследовании духовной жизни общества и формирования общественного сознания людей; в-третьих, отражают её роль и значение в раскрытии законов и закономерностей проявления психики и поведения людей и их групп, их влияния на жизнь и деятельность общества.

Раздел 2. Социальная психология личности

Аутентичность – тождественность внешне демонстрируемых качеств личности их внутренней сущности.

Каузальная атрибуция – процесс правдоподобного объяснения человеком самому себе причинности наблюдаемых явлений и фактов.

Каузальная схема – зафиксированное в опыте типичное представление о причинности конкретных действий, наиболее быстро осознаваемое человеком и определяющее его отношение к происходящему.

Категоризация – психический процесс отнесения единичного объекта, события, переживания к некоему классу, в качестве которого могут выступать вербальные и невербальные значения, символы, сенсорные или перцептивные эталоны, социальные стереотипы.

Мотивация – динамический процесс внутреннего, психологического и физиологического управления поведением, включающий его инициацию, направление, организацию, поддержку.

Наученная беспомощность – сформировавшееся в результате нескольких неудач в процессе решения какой-либо задачи ожидание будущей неуспешности её решения, проявляющееся в общей демобилизации и прекращении, либо имитации действий.

Самость – это всё то, что связано с человеком и оказывает влияние на его само и мироотношение.

Социальная идентичность – элемент Я-концепции, порождает членством в социальной группе.

Социализация – усвоение, воспроизводство и изменение индивидом передаваемого ему социального опыта.

Статус – положение субъекта в системе межличностных отношений, определяющее его права, обязанности и привилегии.

Самопрезентация – предъявление себя окружающим при взаимодействии с ними.

Самомониторинг – процесс самоконтроля над впечатлением, производимым на окружающих, внесение корректив при необходимости.

Теория социального научения – теория, согласно которой мы учимся социальному поведению посредством наблюдения и имитации и под воздействием вознаграждений и наказаний.

Ценностные ориентации – субъективное, индивидуальное отражение в психике и сознании человека социальных ценностей общества и природы на данном историческом этапе.

Ценности социальные – общественная значимость материальных объектов, социально-политических и духовных образований (общественных институтов, культуры, истории, семьи и т.д.) для человека, коллектива, социальной группы, общества в целом.

Я-концепция – согласованное и зафиксированное в словесных определениях представление человека о самом себе; итог познания и

оценки самого себя через отдельные образы себя в условиях различных ситуаций, а также через мнения других людей и сопоставления себя с ними.

Раздел 3. Социальная психология межличностного взаимодействия

Агрессивность (враждебность) – поведение человека в отношении других людей, которое отличается стремлением причинить им неприятности, нанести вред.

Альтруизм – черта характера, побуждающая человека бескорыстно приходить на помощь людям и животным.

Антиципация – предвосхищение, ожидание наступления чего-либо.

Аттракция – привлекательность, влечение одного человека к другому, сопровождающееся положительными эмоциями.

Аффилиация – потребность человека в установлении, сохранении и упрочении эмоционально положительных: дружеских, товарищеских, приятельских отношений с окружающими людьми.

Влияние (в психологии) – процесс и результат изменения индивидом поведения другого человека, его установок, намерений, представлений, оценок и т.п. в ходе взаимодействия с ним.

Диспозиция – предрасположенность, готовность человека к определенным внешним или внутренним действиям.

Заражение – психологический термин, обозначающий бессознательную передачу от человека к человеку каких – либо эмоций, состояний, побуждений.

Интеракция – взаимодействие.

Коммуникации – контакты, общение, обмен информацией и взаимодействие людей друг с другом.

Межличностные отношения – субъективно переживаемые связи между людьми, объективно проявляющиеся в характере и способах межличностного взаимодействия.

Просоциальное поведение – поведение человека среди людей, бескорыстно направленное на их благо.

Перцепция социальная – восприятие, понимание и оценка людьми социальных объектов.

Пространство социальное – социально освоенная часть природного пространства как среды обитания людей, пространственно-территориальный аспект жизнедеятельности общества и предметного мира человека, характеристика социальной структуры общества с точки зрения «расположения» социальных групп и слоев, «пространства» (условий, возможностей) их развития.

Раппорт – установление межличностного контакта.

Реципиент – субъект, реагирующий на сообщение.

Роль – социальная функция личности, способ поведения человека в соответствии со статусом и позицией в обществе.

Роль социальная – функция социального положения человека; нормативно одобренный образ поведения.

Нормы групповые – принятые в данной общности стандарты поведения, регламентирующие отношения людей.

Раздел 4. Группа как объект социально-психологического исследования

Большая группа – значительное по количественному составу социальное объединение людей, образованное на основании какого-либо абстрагированного социально-демографического признака: пола, возраста, национальности, профессиональной принадлежности, социального или экономического положения и т. п.

Внутригрупповой фаворитизм – стремление каким-либо образом благоприятствовать членам собственной группы в противовес членам другой группы.

Группа – совокупность людей, выделенная на основе какого-либо одного или нескольких, общих для них признаков.

Групповая динамика – направление исследований в социальной психологии, в которой изучается процесс возникновения, функционирования и развития разных групп.

Групповое мышление – как правило, тесно связанные между собой члены небольших групп не рискуют высказывать противоречащие воззрениям большинства мнения либо с готовностью присоединяются к точке зрения наиболее влиятельных (пользующихся авторитетом, доверием или просто упорно отстаивающих свои доводы) ее участников.

Групповая поляризация – социально-психологическое явление, характеризующееся тем, что в ходе групповой дискуссии изначально разноречивые мнения отдельных членов группы к завершению не сглаживаются, а заостряются, разделяя группу на две полярные группировки.

Группообразование – процесс превращения первоначально случайной общности людей в обособленную малую группу, обладающую определенной внутренней структурой и типологическими признаками.

Групповая сплочённость – высокий уровень развития межличностных отношений в группе, проявляющийся в общих ценностях, стремлениях, действиях, в стремлении защищать интересы каждого члена группы и группы в целом.

Идиосинкразический кредит – получение членами группы, имеющих высокий групповой статус, своеобразного разрешения («кредита») на поведение, отклоняющееся от устоявшихся в группе норм, что часто позволяет группе вносить изменения в свою деятельность и тем самым быть более жизнеспособной.

Малая группа – небольшая по численности совокупность людей, включающая от 2–3 до 20–30 человек, занятых общим делом и имеющих прямые личные контакты друг с другом.

Конформизм – изменения поведения или убеждений в результате реального или воображаемого давления группы.

Конформность – тенденция человека изменять свое поведение под влиянием других людей таким образом, чтобы оно соответствовало мнениям окружающих, стремление приспособить его к их требованиям.

Корпорация – организованная группа, характеризующаяся замкнутостью, максимальной централизацией и авторитарностью руководства, противопоставляющая себя другим социальным общностям на основе своих интересов.

Лидер – член группы, чей авторитет, власть или полномочия безоговорочно признаются остальными членами малой группы, готовы им следовать за ним.

Лидерство – поведение лидера в малой группе. Приобретение или утрата им лидерских полномочий, осуществление им своих лидерских функций.

Огруппление мышления – режим мышления, возникающий у людей в том случае, когда поиски консенсуса становятся настолько доминирующими для сплоченной группы, что она склонна отбрасывать реалистические оценки альтернативного способа действий.

Референтная группа – группа людей, в чем-то привлекательных для индивида. Групповой источник индивидуальных ценностей, суждений, поступков, норм и правил поведения.

Санкции социальные – оперативные средства социального контроля, выполняющие функции интеграции общества, социальной группы, социализации их членов и применяемые к последним за конкретные социальные действия.

Социальная ингибция – торможение психических процессов, ухудшение деятельности человека в присутствии других людей под их влиянием.

Социальная лень – тенденция людей прилагать меньше усилий в том случае, когда они объединяют свои усилия ради общей цели, нежели в случае индивидуальной ответственности.

Социальная фасилитация – облегчающее воздействие присутствующих людей на психологию и поведение человека, выражающееся

в активизации его психических процессов и состояний, улучшений практической деятельности.

Ценностно-ориентационное единство – сходство мнений. Оценок, позиций членов группы по поводу значимых для совместной деятельности событий, фактов, людей, других объектов.

Функционально-ролевая структура группы – характер распределения в малой группе ролей и статусов, определяющих права, обязанности и нормы поведения для каждого члена группы

Раздел 5. Психология управления в социальной организации

Адаптация организации – форма развития, обеспечивающая сохранение основных ее функций путем приспособления к изменившимся условиям внутренней и внешней среды.

Авторитарный (властный, директивный) – характеристика человека как личности или его поведения в отношении других людей, подчеркивающая склонность пользоваться преимущественно недемократическими методами воздействия на них: давление, приказы, распоряжения и т.п.

Авторитетность – способность человека иметь определенный вес среди людей, служить для них источником идей и пользоваться их признанием и уважением.

Автономия – степень свободы действий работника в принятии целей относительно выполнения заданий и контроля, в значительной степени определяющая чувство его ответственности.

Авторитарный руководитель – руководитель, концентрирующий в своих руках все властные полномочия и единолично принимающий связанные с деятельностью группы решения.

Власть – способность индивида осуществлять свою деятельность по собственному усмотрению, воздействовать на других людей и события. Основой капитала руководителя, методы распространения его влияния.

Власть авторитета – один из каналов власти. При его использовании руководитель, пользующийся у подчиненных авторитетом, осуществляет властное влияние на них без демонстрации своей властной уполномоченности.

Власть влияния – один из каналов власти, основанный на взаимодействии лидера с влиятельными лицами, что дает ему косвенную силу власти.

Власть награждать – один из каналов власти, основанный на том, что люди легко повинуются тому, кто имеет право и возможности награждать и миловать.

Власть принуждения – традиционный канал власти, базирующийся на побуждении людей к деятельности вопреки их желанию. Данный вид побуждения основан на страхе перед наказанием.

Влияние – процесс, при котором поведение или характеристики одних людей воздействуют на поведение или характеристики других.

Дискриминация – пристрастное отношение к индивидам или группам людей

Климат социально-психологический – общая социально-психологическая характеристика состояния малой группы, в особенности человеческих взаимоотношений, сложившихся в ней.

Коллектив – высокоразвитая малая группа людей, отношения в которой строятся на позитивных нормах морали.

Команда – группа, в которой обеспечено единство ее членов и уровень противоречий внутри группы находится на минимальном уровне.

Командная работа – состояние, которое достигается, когда каждый член группы четко осознает свои задачи и цели группы, вносит свой вклад в их достижение, поддерживает усилия коллег.

Подчинение – это изменение поведения в результате реального или воображаемого давления на индивида со стороны окружения.

Самомониторинг – процесс самоконтроля над впечатлением, производимым на окружающих, внесение корректив при необходимости.

Самость – это всё то, что связано с человеком и оказывает влияние на его само и мироотношение.

Стиль лидерства – устойчивое сочетание теоретических воззрений, навыков и умений, характерных черт и отношений, проявляющихся в поведении лидера.

Стиль руководства – способ обращения руководителя с подчиненными, характер отношений с подчиненными в процессе исполнения обязанностей.

Стереотипизация – форма реализации представлений, зафиксированных в стереотипе, для категоризации и классификации социальных объектов.

Социальные предубеждения (предрассудок) – негативная установка в отношении членов определенной группы, проявляющееся во враждебности и дискриминационном поведении по отношению к членам группы.

Социальный стереотип – устойчивый образ или представление о каких-либо явлениях или людях, свойственное представителям той или иной социальной группы.

Стигматизация – социально-психологическое явление, состоящее в навешивании негативных ярлыков, дискредитирующих индивида в глазах окружающих и вызывающих их стойкую социальную изо-

ляцию и нежелание, отсутствие готовности взаимодействовать с ним на равных.

Социальная ответственность – признание того, что организации оказывают значительное влияние на социальную систему, которое должно быть соответствующим образом учтено в ее деятельности.

Социальная поддержка – совокупность различных видов деятельности и взаимоотношений в группе, удовлетворяющая потребности работника в поддержке, уважении и положительной оценке результатов труда

Токенизм – обозначает совершение актов символической благотворительности или подачек в отношении членов группы меньшинств (этнических, женщин, неимущих и т.п.) с целью получения своеобразной индульгенции от более значимых действий в отношении обеспечения подлинного равноправия.

Эйджизм – проявление предубеждённого отношения к представителям другой возрастной группы, выражающееся либо в умалении, либо дискредитации присущих им достоинств и выстраивания пренебрежительных отношений или игнорирования.

Чувство сопричастности деятельности организации - степень, в которой сотрудник идентифицирует себя с организацией и стремится к активному участию в ее деятельности.

Эффект ореола – присущая индивидууму тенденция оценивать окружающих по тому, что он в них сильно любит или не любит.

Эффект цепной реакции – ситуация, когда перемена (или другой фактор), непосредственно относящаяся к индивиду или небольшой группе людей, приводит к прямым или косвенным реакциям многих в силу того, что все они заинтересованы в том или ином развитии событий.

Раздел 6. Социальная психология конфликта

Амбивалентный внутриличностный конфликт – это конфликт, связанный с выбором объекта, в котором одновременно присутствуют привлекательная и непривлекательная стороны.

Внутриролевой конфликт – один из видов внутриличностного конфликта, вызванный невыполнимыми ожиданиями внутри конкретного человека.

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.

Инцидент – это стечение обстоятельств, являющихся поводом для конфликта.

Конфликт в обществе – это конфликты в различных сферах общественной жизни (экономической, политической, социальной и духовной).

Конфликтогены – это слова, действия (или бездействия), которые могут привести к конфликту.

Легитимизация конфликта – это достижение соглашения между конфликтующими сторонами по признанию и соблюдению установленных норм и правил поведения в конфликте.

Межгрупповой конфликт – конфликт между различными группами при их взаимодействии. В основе межгруппового конфликта лежит борьба за ресурсы, взаимозависимость задач, неопределенность в сфере полномочий, борьба за статус.

Организационный конфликт – конфликт, связанный с иерархией; функциональный конфликт, конфликт между штабным и линейным персоналом, между формальной и неформальной организацией. Неотъемлемыми составными частями конфликта в организации являются внутриличностный, межличностный и межгрупповой конфликты.

Предмет конфликта – то, из-за чего возникает конфликт.

Сотрудничество – один из индивидуальных типов реакции на конфликт. Заключается в готовности понять противоположную точку зрения при преследовании своих интересов. В данном случае принято считать, что может быть найдено решение, удовлетворяющее обе стороны.

Уклонение – один из индивидуальных типов реакции на конфликт, при котором уклоняющаяся от конфликта сторона, как правило, не учитывает ни свои интересы, ни интересы противоположной стороны.

5.2. Основная литература по дисциплине «Социальная психология»

1. Андреева, Г.М., Социальная психология: учеб. для студентов вузов, обучающихся по напр. и спец. «Психология»: Рек. МО РФ / Г.М. Андреева. – 5-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект-Пресс, 2008. – 363 с.
2. Андриенко, Е.В. Социальная психология. – М., 2010.
3. Белинская, Е.П. Социальная психология личности: учеб. пособие для студентов высш. проф. образования / Е.П. Белинская, О.А. Тихомандрицкая. – М.: Академия, 2009. – 301 с
4. Битянова, М.Р. Социальная психология: учеб. пособие / М.Р. Битянова. – СПб.: Питер, 2010. – 368 с.

5. Ильин, Е.П. Психология общения и межличностных отношений / Е.П. Ильин. – СПб.: Питер, 2012. – 576 с.
6. Еникеев, М.И. Общая и социальная психология: учебник для вузов / М.И. Еникеев. – М.: НОРМА, 2005. – 624 с.
7. Классическая социальная психология: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Е.И. Рогова. – М.: Ростов н/Д: МарТ, 2008. – 412 с.
8. Леонтьев, А.А. Психология общения: учеб. для студентов вузов, обучающихся по спец. «Психология»: Рек. Министерством образования РФ / А.А. Леонтьев. – 5-е изд. – М.: Смысл, Академия, 2008. – 365 с. (Психология для студента).
9. Парыгин, Б.Д. Социальная психология / Б.Д. Парыгин. – СПб.: СПбГУП, 2003. – 616 с.
10. Социальная психология: практикум / авт.-сост.: М.А. Дыгун, Е.П. Дыгун, Л.В. Цалко; под общ. ред. М.А. Дыгуна. – Мозырь: УО МГПУ им. И.П. Шамякина, 2008.
11. Социальная психология: учеб. пособие для студентов вузов: Рек. Советом учеб.-метод. Объединения ун-тов РФ по психологии / под ред. А.Н. Сухова, А.А. Дергача. – 6-е изд., стереотип. – М.: Академия, 2008. – 600 с.
12. Сухов, А.Н. Социальная психология: учеб. пособие для студентов учреждений сред. проф. образования: Допущено Министерством образования РФ / А.Н. Сухов. – 6-е изд., стереотип. – М.: Академия, 2008. – 233 с.
13. Немов, Р.С. Социальная психология: краткий курс / Р.С. Немов, И.Р. Алтунина. – СПб.: Питер, 2008. – 208 с.
14. Шевандрин, Н.И. Социальная психология в образовании М., 1995.
15. Шибутани, Т. Социальная психология / Т. Шибутани. – Ростов н/Д., 2008. – 544 с.

Обзор рекомендованной литературы
для дополнительного изучения



**Это интересно
почитать !!!**

Василенко М.А. Основы социально-психологического тренинга / М.А. Василенко. – Издательство: Флинта, 2014 – 125с.

В данной книге раскрывается понятие социально-психологического тренинга ставшего очень популярным в последнее время. Кроме исторических и теоретических сведений, в книге особое внимание уделяется проблеме создания, ведения и эффективности, групповых тренинговых занятий. Представлены подробные классификации и основные виды групп, а также даны примеры занятий в соответствии с разными задачами.

Крысько В. Г. Социальная психология: [учеб. для студентов вузов] / В.Г. Крысько. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ЭКСМО, 2010. – 684 с.

В данном учебнике раскрывается основное содержание и особенности социально-психологических феноменов, показывается специфика их проявления в жизни и деятельности людей. В нем представлены традиционные разделы социальной психологии, а также этническая психология, психология больших социальных групп и масс, социальная психология влияния и воздействия на людей, психология политики, психология религии. В учебном пособии для студ. вузов. «Методы социальной психологии» содержится полный набор используемых в социальной психологии методов. Для удобства пользования методы разбиты на методы эмпирического исследования, специальные методы и управленческо-воспитательные методы. Авторы учебного пособия впервые относят к методам социальной психологии методы бессловесной коммуникации, социально-психологический тренинг и игровой метод. Значительно расширен и представлен в новом свете метод беседы.

Карнаух И.И. Практическая психология управления. Типология на работе и дома / И.И. Карнаух, В.М. Танаев. – Изд. 3-е, доп. и перераб. – Ростов-н/Д: Феникс, 2010. – 476 с.

Предлагается практическая технология работы с личностью. Рассматриваются управленческая компетентность, построение управляющей команды, корпоративная культура, типологическая конфликтология, а также типологический корректор личности. Приводятся советы, которые позволят выстраивать правильную стратегию пове-

дения в политике, бизнесе, семейной жизни. Для управленцев высшего звена. Изложены принципы и закономерности управленческой деятельности и самоорганизации. Рассматриваются методика организации управленческой деятельности, вопросы профессионального развития подчиненных и задачи руководителя. Управление изучается с позиций системного подхода, что требует от руководителя не только знания специфики управленческой деятельности, но и достаточно высокого уровня психологической компетентности. Уделено внимание этике управления и методам разрешения конфликтных ситуаций в коллективе. Для руководителей всех уровней.

Майерс Д. Социальная психология / Д. Майерс; пер. с англ. – 7-е изд. – СПб.: Питер, 2011. – 800 с.

Учебник Дэвида Майерса «Социальная психология» воспитал не одно поколение американских студентов. Живой язык автора, обзор широкого спектра теорий и гипотез, разнообразие экспериментов – все это привлечет внимание не только студентов гуманитарных факультетов, но, безусловно, заинтересует психологов, социологов, философов. Эта книга, одновременно строго научная и человечная, наполнена фактами и интригующей информацией, что делает её чтение не только познавательным, но и увлекательным. В ней описаны фундаментальные принципы социального мышления, социального влияния и социального поведения, а также разнообразные эксперименты и последние исследования.

Одинцов А.А. Управленческая психология: учебник / А.А. Одинцов, О.В. Одинцова. – М.: Академия, 2009. – 256 с.

Обобщается теоретический, методологический, практический материал, ориентированный на применение в управлении персоналом в сфере сервиса. Рассматриваются основные методы исследования психологических особенностей руководителя, мотивации современного менеджера, повышения эффективности делового общения; технологии принятия управленческих решений. Приводятся тесты, опросники, кроссворды, упражнения. Для студентов, обучающихся в учреждениях среднего профессионального образования.

Почебут Л.Г. Социальная психология. Учебник для вузов / Л.Г. Почебут. – СПб.: Питер, 2017. – 400 с.

В учебнике рассмотрены проблемы социальной психологии, сосредоточенные вокруг ее предмета: социально-психологические особенности личности, малых и больших групп. Материал издания опирается на два методологических подхода: эволюционный и кросс-культурный. Подробно изучено формирование социальности человека. Динамика малых групп рассматривается с точки зрения групповых процессов, состояний и эффектов влияния группы на человека. Изучение больших социальных групп сосредоточено на этносах,

кросс-культурных различиях и сходстве и психологии толпы. Впервые в отечественной социальной психологии целостно и систематично представлены современные научные достижения американской, западноевропейской и российской социальной психологии. Учебник написан в соответствии с требованиями нового образовательного стандарта. Издание предназначено для студентов-психологов, слушателей специальных факультетов, магистров, практических психологов, работающих в различных организациях и отраслях индустрии.

Светлаков В.А. Введение в конфликтологию / В.А. Светлаков. – Издательство: Флинта, 2017. – 520 с.

Пособие посвящено введению в теорию и практику моделирования, анализа и управления конфликтами, обобщает и систематизирует опыт ведущих мировых школ по формальному анализу и разрешению конфликтов, содержит необходимый теоретический минимум, методические советы, практические рекомендации и многочисленные примеры. Для бакалавров и специалистов, также может использоваться в качестве руководства и справочника при подготовке магистров и аспирантов, специализирующихся в области конфликтологии и смежных с ней науках.

Нейл Фьоре. Психология личной эффективности. Как победить стресс, сохранять концентрацию и получать удовольствие от работы. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 208 с.

Вашему вниманию предлагается семь главных методов эффективного труда, сводящих к минимуму отвлекающие моменты и вредные привычки. Даны рекомендации и практические советы о том, как управлять временем и жизнью. Изложены основы внутреннего диалога с целью изменения и эффективной самоорганизации. Рассматривается практические вопросы эффективной коммуникации, основным правилом которой является умение слушать.

Фурманов И.А. Социальная психология агрессии и насилия. Профилактика и коррекция: учебное пособие для студентов учреждения высшего образования по специальности «Психология» / И.А. Фурманов. – Минск: Издательский центр БГУ, 2016. – 401 с.

В издании излагается материал, посвященный изучению проблемы агрессии и насилия в социальных отношениях. Представлена типология агрессивного поведения, рассмотрены различные психологические теории возникновения агрессии и склонности к насилию, описываются механизмы развития и социализации агрессии, рассматриваются проблемы агрессии и насилия в семейных и школьных взаимоотношениях, средствах массовой информации и коммуникации, методы диагностики, профилактики и коррекции агрессии. Предназначено для студентов, слушателей системы повышения квалификации и преподавателей вузов, специалистов-психологов, а так-

же для всех, кто интересуется вопросами предупреждения агрессии и насилия.

Чалдини Р., Кенрик Д, Нейберг С. Социальная психология / Р. Чалдини; пер. с англ. – 5-е изд. – СПб.: Питер, 2016. – 848 с.

Эта книга, выдержавшая пять изданий, обладает всеми ключевыми характеристиками современного учебника по социальной психологии. В ней всесторонне освещены подходы к пониманию таких социально-психологических явлений как социальное влияние, убеждение, познание, самооценка, подробно рассмотрены феномены социальной психологии дружбы и любви. Учебник Роберта Чалдини и его соавторов Дугласа Кенрика и Стивена Нейберга идеально подходит для первого знакомства с социальной психологией как наукой, раскрывая для читателя возможности социально-психологического анализа любой ситуации, где люди взаимодействуют друг с другом. Новейшее пятое издание оценят не только те, кто изучает или преподаёт социальную психологию, но и менеджеры, юристы, экономисты, педагоги, политологи - все, кому по роду деятельности постоянно приходится иметь дело с людьми.



Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

www.biblioclub.ru	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
www.elibrary.ru	Научная электронная библиотека
www.e.lanbook.com	Электронная библиотечная сеть
cyberleninka.ru	научная электронная библиотека
http://psyjournals.ru	Портал психологических изданий

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аронсон, Э. Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме / Э. Аронсон, Т. Уилсон, Р. Эйкерт. – СПб: Прайм - ЕВРОЗНАК, 2004. – 560с.
2. Константинов, В.В. Практикум по курсу «Социальная психология»: учебно-методическое пособие / В.В. Константинов, Н.С. Аринушкина. – Пенза: ПГПУ им. В.Г. Белинского, 2009. – 88 с.
3. Мацумото, Д. Психология и культура / Д. Мацумото. – 1-е изд., 2003. – 720 с.
4. Одинцова, В.П., Федоров, И.В. Планы семинаров по курсу «Социальная психология» для студентов специальности 080505 «Управление персоналом»: учебно-методическое пособие. – М.: МАДИ (ГТУ), 2005. – 48 с.
5. Занковский, А.Н. Организационная психология: учеб. пособие для вузов по специальности «Организационная психология» / А.Н. Занковский. – 2-е изд. – М.: Флинта: МПСИ, 2002. – 648 с.
6. Организационное поведение: учебник для вузов / под ред. Г.Р. Латфулина, О.Н. Громовой. – СПб: Изд-во Питер, 2006. – 336 с.
7. Почебут, Л.Г. Организационная социальная психология: учеб. пособие / Л.Г. Почебут, В.А. Чикер. – СПб.: Изд-во «Речь», 2002. – 298 с.
8. Подготовка конспектов лекций и работа с ними [Текст]: метод. указания для студ. всех спец. дневной и заочной формы обучения / Воронеж. гос. арх.- строит. ун-т; сост. Т.Е. Давыдова. – Воронеж, 2007. – 19 с.
9. Социальная психология: учебник и практикум для академического бакалавриата / под ред. И. С. Клециной. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 348 с. – Серия: Бакалавр. Академический курс.
10. Социальная психология: Учебное пособие для вузов / под ред. Сухова А.Н., Деркача А.А. – М.: Серия: Высшее образование, 2001. – 600 с.
11. Свентицкий, А.Л. Социальная психология: учебник для бакалавров/ А.Л. Свентицкий. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 408 с.
12. Стефаненко, Т.Г. Этнопсихология: учеб. для студентов вузов, обучающихся по напр. Подготовки и спец. «Психология»: Допущено МО РФ / Т.Г. Стефаненко. – М.: Аспект-Пресс, 2007. – 368 с.
13. Титова, Н. М. Социальная психология: учебное пособие / Н.М. Титова. – 3-е изд. – М.: Флинта: Московский психолого-социальный институт, 2008. – 246 с.
14. Фетискин, Н.П., Козлов В.В., Мануйлов Г.М. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп. – М. Изд-во Института Психотерапии. 2002. – 490 с.
15. Самыгин, С.И. Психология управления / С.И. Самыгин. – Ростов на/Д: Феникс, 2016. – 189 с.

Учебное издание

**СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ
ДЛЯ СПЕЦИАЛЬНОСТИ ПЕРЕПОДГОТОВКИ
1-23 01 71 «ПСИХОЛОГИЯ»**

Учебно-методический комплекс по учебной дисциплине

Составитель

МИЛАШЕВИЧ Елена Петровна

Технический редактор

Г.В. Разбоева

Компьютерный дизайн

Т.Е. Сафранкова

Подписано в печать .2017. Формат 60х84 ¹/₁₆. Бумага офсетная.

Усл. печ. л. 7,61. Уч.-изд. л. 6,37. Тираж экз. Заказ .

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 г.

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

210038, г. Витебск, Московский проспект, 33.