

Социальная психология

**Учебно-методический комплекс
для слушателей ИПК и ПК**

2006

УДК 159.9:316.6(075)
ББК 88.5я73
С69

Составители: преподаватель кафедры психологии и коррекционной работы УО «ВГУ им. П.М. Машерова» **О.М. Богданович**; старший преподаватель кафедры психологии и коррекционной работы УО «ВГУ им. П.М. Машерова» **Е.П. Милашевич**

Рецензент: старший преподаватель кафедры психологии и коррекционной работы УО «ВГУ им. П.М. Машерова» А.А. Стреленко

Учебно-методический комплекс разработан в соответствии с учебными планами. Издание содержит лекционные материалы, методические рекомендации к семинарским и лабораторным занятиям, тестовые задания для самоконтроля и повторения и рекомендуется для подготовки слушателей ИПК и ПК по специальностям «Психология» и «Дефектология».

УДК 159.9:316.6(075)
ББК 88.5я73

© УО «ВГУ им. П.М. Машерова», 2006

Содержание

Введение	4
Тема 1. Социальный интеллект и социальная компетентность	5
Тема 2. Социально-психологическое воздействие	11
Тема 3. Межличностные отношения	17
Тема 4. Ошибки в восприятии и оценке человека человеком	22
Тема 5. Мужской и женский стили общения	27
Тема 6. Психологические аспекты власти	32
Тема 7. Социальная установка	37
Тема 8. Личность в группе: социальная идентичность	44
Тема 9. Психология массового стихийного поведения	53
Методические рекомендации к семинарским занятиям	57
Темы для самостоятельной работы слушателей	63
Контрольные и тестовые задания	64
Творческие задания для размышления и обсуждения	75
Вопросы к экзамену	81
Глоссарий	83
Список литературы	86

Введение

Новые требования к образованию в современных условиях со стороны общества, государства и личности обуславливают стремительное изменение роли, функций, подготовки и переподготовки кадров.

Необходимым и важным в системе подготовки квалифицированных специалистов-психологов является овладение слушателями теоретическими и прикладными проблемами в области социальной психологии. Социальная психология является обязательной дисциплиной в учебном плане для подготовки будущих практических психологов. Успешное освоение социальной психологии позволит слушателям строить свою профессиональную деятельность на основе новейших достижений науки, решая в быстро меняющейся социальной ситуации нестандартные задачи творческого характера. Одним из путей эффективной подготовки специалистов, способных работать творчески и инициативно, является совершенствование самостоятельной учебной деятельности слушателей.

Для достижения этой цели и создан учебно-методический комплекс, предназначенный, прежде всего, для организации самостоятельной (аудиторной и внеаудиторной) работы слушателей по данному предмету. В процессе систематической и планомерной самостоятельной работы слушатели овладевают не только теоретическими знаниями, но и вырабатывают профессиональные умения и навыки самостоятельного изучения учебной дисциплины, что способствует формированию не только стиля самостоятельной деятельности, но и культуры умственного труда.

Учебно-методический комплекс включает: лекционные материалы, методические рекомендации к семинарским занятиям, глоссарий, тематику самостоятельной работы, вопросы к экзамену, творческие задания и учебные задачи и список литературы для самообразования в области социальной психологии.

УМК может использоваться в учебном процессе при проведении семинарских, лекционных занятий и самостоятельной работе по учебной дисциплине «Социальная психология» для слушателей Института повышения квалификации и переподготовки кадров по специальностям «Психология» и «Дефектология».

Тема 1. Социальный интеллект и социальная компетентность

Интеллектуалы делятся на две категории: одни поклоняются интеллекту, другие им пользуются.

Гилберт Честертон

План

1. История развития представлений о социальном интеллекте:
 - исследования в зарубежной психологии;
 - отечественные разработки по проблеме социального интеллекта.
2. Новый подход к проблеме социального интеллекта.
3. Содержание и структура социальной компетентности:
 - определения социальной компетентности;
 - структура социальной компетентности.
4. Взаимосвязь социального интеллекта и социальной компетентности.

1. История развития представлений о социальном интеллекте

1.1. Социальный интеллект – относительно новое понятие для социальной психологии, которое находится в процессе развития, уточнения верификации.

Понятие «социальный интеллект» впервые употребил в 1920 году Э. Торндайк, обозначив им дальновидность в межличностных отношениях и приравняв его к способности мудро поступать в человеческих отношениях.

По Э. Торндайку, существуют три вида интеллекта:

1) абстрактный интеллект как способность понимать абстрактные вербальные и математические символы и производить с ними какие-либо действия;

2) конкретный интеллект как способность понимать вещи и предметы материального мира и производить с ними какие-либо действия;

3) социальный интеллект как способность понимать людей и способность взаимодействовать с ними.

В 1937 г. Г. Оллпорт описывает социальный интеллект как особую способность верно судить о людях, прогнозировать их поведение и обеспечивать адекватное приспособление в межличностных взаимодействиях.

В 1960-е годы появляются работы о социальных умениях, коммуникативной компетентности. В эти годы очень большое внимание уделяется проблеме социальной перцепции, пониманию людьми друг друга; делается попытка разработать на основе сложившихся концептуальных представлений о природе и структуре социального интеллекта методический аппарат его изучения. Дж. Гилфорд и М. Салливан разрабатывают тест для исследования социального интеллекта, который широко используется в конкретных исследованиях, несмотря на наличие определенных недостатков. В 1980-е годы Д. Китинг создал тест оценки морального или этического

мышления. М. Форд и М. Тисак в основу измерения интеллекта положили успешное решение проблемных ситуаций. Им удалось показать, что социальный интеллект представляет собой четкую и согласованную группу ментальных способностей, связанных с обработкой социальной информации, группу способностей, которые фундаментально отличаются от способностей, лежащих в основе более «формального» мышления, проверяемого тестами «академического интеллекта».

В 1981 году Р. Штернберг провел исследование, направленное на изучение представлений обычных людей о социальном интеллекте. Результаты исследования показали, что люди вкладывают в понятие социального интеллекта следующее:

- способность к решению практических задач (человек рассуждает логически и здраво, видит все аспекты проблемы; принимает хорошие решения; обращается к оригинальным источникам важной информации; слушает все аргументы и т.п.);
- вербальная способность (говорит ясно и с четкой артикуляцией; хорошо принимает прочитанное; имеет хороший словарный запас; эффективно общается с людьми и т.п.);
- социальная компетентность (принимает других такими, какие они есть; не опаздывает на встречи; чуток к нуждам и желаниям других людей; выносит справедливые суждения и т.д.).

Социальный интеллект часто отождествляется с мудростью.

В 1987 году вышла книга Н. Кэнтора «Личность и социальный интеллект», в которой автор приравнивает социальный интеллект к когнитивной компетентности, которая позволяет людям воспринимать события социальной жизни с минимумом неожиданностей и максимальной личной пользой. Н. Кэнтор рассматривает социальный интеллект с позиций когнитивизма.

1.2. Имеющиеся в отечественной психологии работы затрагивают проблему социального интеллекта преимущественно в аспекте коммуникативной компетентности, а также описывают предполагаемую структуру и функции социального интеллекта. Впервые попытку определения социального интеллекта предложил Ю.Н. Емельянов, тесно связав его с понятием «социальная сенситивность». Он считал, что на основе интуиции у человека формируются индивидуальные «эвристики», которые человек использует для умозаключений и выводов относительно межличностного взаимодействия. Они обладают надежностью и достаточным прогностическим эффектом.

Н.А. Аминов и М.В. Молоканов в 1992 году изучили связь социального интеллекта с профессиональной направленностью личности. Авторы убеждены, что профессионализм психолога зависит от наличия специальных способностей, в частности социального интеллекта.

В 1994 г. Н.А. Кудрявцева предложила концептуальную разработку, в которой она соотносила общий и социальный интеллект, и показала, что

социальный интеллект относительно независим по отношению к общему интеллекту. Н.А. Кудрявцева на основе представлений о структуре интеллектуального потенциала разработала комплекс исследовательских подходов и конкретных методик, которые в итоге привели к выделению интегративного показателя интеллектуального потенциала человека. Он был обозначен как «единство интеллекта» и отражал существенные компоненты механизма интеллектуального роста, повышение совпадения по уровням личности: **общего интеллекта** (способность решать задачи на субъект-объектном уровне), **социального интеллекта** (способность решать задачи на субъект-субъектном уровне), **рефлексии** (показатель фиксирует баланс развития разных сторон интеллекта). Важным компонентом в структуре социального интеллекта является самооценка человека.

Социальный интеллект, таким образом, понимался как способность к рациональным, мыслительным операциям, объектом которых являются процессы межличностного взаимодействия. При этом предполагается психологическая автономность и независимость субъекта, позволяющая противостоять давлению людей и обстоятельств.

2. Новый подход к проблеме социального интеллекта

В.Н. Кунициной, начиная с 1991 года, разрабатывалась новая концепция социального интеллекта, в которой выделялся отдельный аспект социального интеллекта – коммуникативно-личностный потенциал.

Социальный интеллект – многомерная, сложная структура, имеющая следующие аспекты:

1. *Коммуникативно-личностный потенциал* – комплекс свойств, облегчающих или затрудняющих общение, на основе которого формируются такие интегральные коммуникативные свойства, как психологическая контактность и коммуникативная совместимость; это – основной стержень социального интеллекта.

2. *Характеристика самосознания* – чувство самоуважения, свобода от комплексов, предрассудков, подавленных импульсов, открытость новым идеям.

3. *Социальная перцепция*, социальное мышление, социальное воображение, социальное представление, способность к пониманию и моделированию социальных явлений, пониманию людей и движущих ими мотивов.

4. *Энергетические характеристики*: психическая и физическая выносливость, активность, слабая истощаемость.

В социальном интеллекте большую роль играют личностные ограничения, т.е. личностная составляющая достаточно велика.

Социальный интеллект – глобальная способность, возникающая на базе комплекса интеллектуальных, личностных, коммуникативных и поведенческих черт, включая уровень энергетической обеспеченности процессов саморегуляции; эти черты обуславливают прогнозирование развития межличностных ситуаций, интерпретацию информации и поведения, готовность к социальному взаимодействию и принятию решений.

Основные функции социального интеллекта:

- обеспечение адекватности, адаптивности в меняющихся условиях;
- формирование программы и планов успешного взаимодействия в тактическом и стратегическом направлениях, решение текущих задач;
- планирование межличностных событий и прогнозирование их развития;
- мотивационная функция;
- мобилизационная функция, помогающая преодолевать внезапные кризисы, длительные стрессы, ситуации, угрожающие самоуважению;
- расширение социальной компетентности;
- саморазвитие, самопознание, самообучение.

Таким образом, социальный интеллект – это индивидуальные задатки, способности, свойства, облегчающие выработку в личном опыте умений и навыков социальных действий и контактов. Социальный интеллект помогает человеку прогнозировать развитие межличностных событий, обостряет интуицию, предусмотрительность и обеспечивает психологическую выносливость. Отличительной характеристикой и признаком личности с высоким уровнем социального интеллекта является достаточная социальная компетентность.

3. Содержание и структура социальной компетентности

3.1. В условиях резких социальных перемен большие требования предъявляются к быстрому освоению новых социальных знаний и умений, расширению социальной компетентности. К настоящему времени еще не сложилось окончательного определения социальной компетентности. М. Аргайл в своей книге «Психология межличностного поведения» уделяет внимание понятию «общая социальная компетентность», объединяя им профессиональную и коммуникативную компетентность. К. Рубин и Л. Роуз-Крэснор вносят в модель социальной компетентности понятие социальных сценариев, т.е. определенных шаблонов, согласованных действий в хорошо знакомых ситуациях. Немецкие ученые У. Пффингстен и Р. Хинтч определяют социальную компетентность как владение когнитивными, эмоциональными и моторными способами поведения, которые в определенных социальных ситуациях ведут к долгосрочному благоприятному соотношению положительных и отрицательных следствий.

В работе Е.В. Коблянкой (г. Санкт-Петербург) социальная компетентность рассматривается как адаптационное явление, основой которого служит социально-психологическая подготовленность и коммуникативная компетентность. Социальная компетентность, по мнению автора, – это умение выбрать социальные ориентиры и умение организовать свою деятельность в соответствии с этими ориентирами.

В.Н. Куницына предлагает следующее определение социальной компетентности.

Социальная компетентность – система знаний о социальной действительности и себе, система сложных социальных умений и навыков взаимодействия, сценариев поведения в типичных ситуациях, позволяющих быстро и адекватно адаптироваться, принимать решения со знанием дела, учитывая сложившуюся конъюнктуру; действуя по принципу «здесь, сейчас и наилучшим образом», извлекать максимум возможного из сложившихся обстоятельств.

Социальная компетентность – операциональное понятие, которое имеет временные, исторические рамки. Залогом успешного функционирования человека в изменяющихся социальных обстоятельствах является выработка поведенческих сценариев, отвечающих новой социальной действительности и ожидаемых партнерами по взаимодействию.

Основные функции социальной компетентности:

- социальная ориентация личности;
- адаптация в меняющихся условиях;
- интеграция общесоциального и личного опыта.

3.2. На основании немногочисленной зарубежной и отечественной литературы, отечественных исследований предлагается следующая структура социальной компетентности:

1. *Оперативная социальная компетентность* – знание о социальных институтах и структурах, их представителей в обществе; представление о функционировании социальных групп, современной конъюнктуры, широты и требований современного репертуара ролевого поведения, измеряется общая социальная ориентация и осведомленность.

2. *Вербальная компетентность* – уместность высказываний, учет контекста и подтекста высказывания, отсутствие трудностей в письменной речи, вариативность интерпретации информации, хорошая ориентация в сфере оценочных стереотипов и шаблонов и т.д.

3. *Коммуникативная компетентность* – владение сложными коммуникативными навыками и умениями, формирование адекватных умений в новых социальных структурах, знание культурных норм и ограничений в общении, знание общений, традиций, этикета в сфере общения, соблюдение приличий, воспитанность, освоение ролевого репертуара в рамках данной профессии.

4. *Социально-психологическая компетентность* – межличностная ориентация; представление о разнообразии социальных ролей и способов взаимодействия, умение решать межличностные проблемы; выработанные сценарии поведения в сложных, конфликтных ситуациях.

5. *Эго-компетентность* – осознание своей национальной, половой, сословной, групповой принадлежности, знание своих сильных и слабых сторон, своих возможностей и ресурсов, понимание причин своих промахов и ошибок, знание о механизмах саморегуляции и умение ими пользоваться, практические психологические знания о себе, приобретенные в жизненном опыте.

4. Взаимосвязь социального интеллекта и социальной компетентности

Социальный интеллект и социальная компетентность на высоких уровнях своего развития проявляются в таких существенных для зрелой личности свойствах, как адекватность, автономность, аутентичность.

Социальный интеллект выступает как средство познания социальной действительности, социальная компетентность как продукт этого познания.

Социальный интеллект и социальную компетентность объединяет то, что:

- они предоставляют возможность адекватно адаптироваться в условиях социальных перемен;
- они обеспечивают правильную оценку ситуации, принятие и исполнение безошибочных решений;
- они имеют количественные характеристики, уровни, могут быть измерены.

Различие состоит в функциях, механизмах, содержательных характеристиках и способах совершенствования. Социальная компетентность совершенствуется через научение, расширение знаний и опыта, тренировку и тренинг, частично через психотерапию. Социальный интеллект развивается благодаря формированию социально-желательных личностных и коммуникативных свойств, совершенствованию механизмов психического регулирования, самоконтроля и саморегуляции, повышающих стрессоустойчивость; многие барьеры и трудности снимаются благодаря аутотренингу.

В реальном человеческом поведении социальный интеллект и социальная компетентность интегрированы, взаимодополняют и взаимообуславливают друг друга.

Литература

1. Аминов Н.А., Молоканов М.В. О компонентах специальных способностей будущих школьных психологов // Психологический журнал. – 1992. – № 5. – С. 104.
2. Куницина В.Н., Казаринова Н.В., Погольша В.М. Межличностное общение: учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2001.
3. Мель Ю. Социальная компетентность как цель психотерапии: проблемы образа Я в ситуации социального перелома // Вопросы психологии. – 1995. – № 5. – С. 61–68.
4. Петровская Л.А. Компетентность в общении. – М., 1989.

Вопросы для самоконтроля и повторения

1. Какие виды интеллекта были выделены Э. Торндайком?
2. Что такое «единство интеллекта»?
3. Как вы понимаете эго-компетентность?
4. Если уличный продавец удачно выберет место для бойкой продажи своего товара, то он проявит социальный интеллект или компетентность?

Тема 2. Социально-психологическое воздействие

Не всякому слуху верь. Не всякую правду сказывай.
Не всякому слуху верь – разузнай и проверь.

Народные поговорки

План

1. Понятие социально-психологического воздействия.
2. Структура социально-психологического воздействия.
3. Методы социально-психологического воздействия.

1. Понятие социально-психологического воздействия

Изучение трех сторон процесса общения показывает, что содержание каждой из них включает в себя определенные способы воздействия людей друг на друга. Однако поскольку общение не существует вне деятельности, а процесс деятельности организуется в группе, главной детерминантой воздействия людей друг на друга является процесс совместной групповой деятельности. При этом, с одной стороны, психологическое воздействие опосредуется целями, задачами и содержанием совместной деятельности, а с другой – от целей, задач и содержания психологического воздействия зависит деятельность людей.

Социально-психологическое воздействие может играть как положительную, так и отрицательную роль: мобилизовать или демобилизовать потенциальные силы и способности личности и группы, повышать или снижать трудовую и общественную активность, формировать позитивные или негативные качества личности. Во взаимоотношениях с окружающими человек выступает либо в качестве субъекта, либо в качестве объекта воздействия. Вполне естественно, что именно воздействие становится объектом пристального внимания социальных психологов, которые исследуют его механизмы, особенности применения и условия эффективности.

Неразработанность как самого понятия психологического воздействия, так и теоретического аппарата его описания отмечалась неоднократно. В зарубежной социальной психологии воздействие понимается как любая коммуникация, направленная на изменение представлений, установок других людей. В отечественной психологии определения психологического воздействия имеют некоторые расхождения. Так, Г.А. Ковалев под воздействием в самом общем смысле понимает «процесс..., который реализуется в ходе взаимодействия двух или более равноурядоченных систем и результатом которого является изменение в структуре (пространственно-временных характеристиках), состоянии хотя бы одной из этих систем» (5). С точки зрения Т.С. Кабаченко, под психологическим воздействием понимается «изменение психологических характеристик личности, групповых норм, общественного мнения или настроения за счет использования

психологических, социально-психологических закономерностей» (4). По мнению В.Н. Куликова, психологическое воздействие по своей сущности представляет «проникновение» одной личности (или группы лиц) в психику другой личности (или группы лиц). Целью и результатами этого «проникновения» являются изменение, перестройка индивидуальных или групповых психических явлений (взглядов, отношений, мотивов, установок, состояний и т.п.). Представленные позиции, конечно же, не исчерпывают всего спектра мнений, но позволяют отметить следующие основные признаки психологического воздействия:

- это одна из двух сторон единого процесса взаимодействия;
- это «субъект-субъектное» отношение;
- результатом воздействия выступают некоторые изменения в психических характеристиках или состоянии адресата воздействия.

По мнению В.А. Янчука, для понимания воздействия полезна идея созидания или сотворчества в процессе воздействия, заключающаяся в признании взаимозависимости его участников. Любое воздействие одновременно является и самовоздействием. Именно аспекты созидания и самовоздействия являются решающими для понимания сути и механизмов воздействия как взаимовоздействия.

На основании различных точек зрения на проблему психологического воздействия мы можем создать определенное впечатление о данном феномене и перейти к рассмотрению вопроса о структуре социально-психологического воздействия.

2. Структура социально-психологического воздействия

Вопрос о структуре социально-психологического воздействия является достаточно сложным, во-первых, в силу его недостаточной проработанности в литературе, а во-вторых, в силу многообразия способов воздействия и связанных с ним изменений, описанных в ней в достаточно хаотическом виде.

Классическая структура социально-психологического воздействия представлена в рамках подхода с позиции теории коммуникации и включает следующие компоненты:

1. *Субъект социально-психологического воздействия* – человек, группа, информационный ресурс, средства массовой информации, ситуация и многое другое, организующие и реализующие систему действий, направленных на изменение системы социальных установок, представлений, отношений, поведения и т.п. личности или группы с целью достижения поставленной цели. Общим для субъектов является то, что от них исходит воздействие, направленное на изменения в объекте. Человек может стремиться произвести соответствующее впечатление на свое окружение. Группа может оказывать давление на своих членов, добиваясь их подчинения групповым нормам. Средства массовой информации, ведя пропаганду

тех или иных идей, стремятся формировать соответствующее мировоззрение своей аудитории, прививая ей определенные идеалы и ценности. Попадая в специально организованную обстановку, человек начинает испытывать на себе ее влияние, призванное склонить его к определенному поведению.

2. *Объект социально-психологического воздействия* – отдельный человек, группа, общество, на которые направлено воздействие. При организации воздействия на эти объекты учитываются их индивидуальные особенности, присущие им в связи со спецификой используемого способа или средства воздействия. В случае внушающего воздействия учитывается уровень внушаемости личности, в случае убеждающего воздействия – интеллектуальные способности и склонность к рациональному обоснованию психологических особенностей аудитории.

3. *Содержание социально-психологического воздействия* – сообщение, информация, действия, направленные на изменение существующей системы социальных установок, представлений, отношения поведения и т.п. Квалифицированное сообщение предполагает тщательный отбор и структурирование информации, определенную последовательность ее предъявления.

4. *Средства социально-психологического воздействия* – способы, технологическое сопровождение, приемы, посредством которых достигается изучение системы социальных установок, представлений, отношений, поведения и т.п. Со средствами воздействия обычно ассоциируются такие его методы, как убеждение, внушение, заражение, подражание и др.

5. *Результат социально-психологического воздействия* – изменения в социальных установках, представлениях, отношениях, поведении людей, достигнутые посредством воздействия, направленного на достижение определенных целей. Перестройка системы социальных установок, представлений, отношений, поведения личности или группы под влиянием психологического воздействия может быть различной как по широте охвата затрагиваемых аспектов, так и по стойкости их изменений. По широте охвата изменения могут быть парциальными и общими. Под парциальными изменениями подразумевается изменение одного или небольшого количества компонентов, например аттитюдов. О более общих изменениях можно говорить тогда, когда перестраивается целая система представлений, например, мировоззрение. По критерию стойкости изменения могут быть временными и более или менее постоянными, устойчивыми.

Таким образом, социально-психологическое воздействие должно рассматриваться как замкнутая система, структурные компоненты которой объединяются в единое целое сложными многоуровневыми связями и отношениями.

3. Методы социально-психологического воздействия

Воздействие одного партнера по общению на другого имеет цель изменить или сформировать установки последнего путем предоставления ему определенной информации. Эффект воздействия на человека зависит не только от того, каково содержание этой информации, но и от того, какие методы воздействия использовались.

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.

Целью убеждения является создание, усиление или изменение взглядов, мнений, оценок, установок у объекта воздействия с тем, чтобы последний принял точку зрения убеждающего и следовал ей в своей деятельности и поведении. Важной особенностью убеждения является то, что степень убеждающего воздействия в значительной мере зависит от степени заинтересованности в этом человека или группы, на которых оно направлено.

Убеждающее воздействие должно соответствовать определенным требованиям:

- его целесообразно использовать лишь тогда, когда люди в состоянии проанализировать полученную информацию;
- убеждение возможно лишь в том случае, если объект воздействия стремится понять адресуемую информацию, взвесить соответствие выводов системе аргументации и при достаточном соответствии согласиться с навязываемой ему точкой зрения;
- убеждение оказывается возможным при наличии у объекта воздействия способности к сопоставлению различных точек зрения, анализу системы аргументации;
- убеждение осуществимо лишь при сходном понимании аргументов и выводов субъектом и объектом психологического воздействия;
- убеждение может применяться только тогда, когда это позволяют временные рамки.

Психическое заражение представляет собой процесс передачи эмоционального состояния от одного индивида к другому на психофизиологическом уровне контакта.

В отличие от подражания и конформности заражение выступает как форма спонтанно появляющегося механизма поведения человека, обусловленного его подверженностью определенным психическим состояниям. Взрывные формы проявления эмоций, чувств и страстей являются мощным катализатором передачи психического настроения от коммуникатора реципиенту. Всем известно, каким заразительным является смех, которому

следуют все или почти все в любой референтной группе, передавая друг другу психическое состояние радости и веселья.

Проявления заражения чрезвычайно разнообразны: это и заразительные ритуальные танцы, и массовые психозы. Психическое заражение усиливается, когда реципиенты находятся в состоянии аттракции.

Основной функцией социально-психического заражения является психологическое воздействие на группы. В толпе люди легче поддаются заражению и внушению.

Подражание – это следование каким-либо образцам и примерам. Оно направлено на внешнюю идентификацию индивидом себя с некоторой значимой для себя личностью. При стремлении к подражанию субъект перенимает у значимого другого манеры поведения, голос, мимику, походку, привычки, манеру одеваться. Каждый может вспомнить примеры подражания, которые характеризовали его поведение и поступки на определенных этапах жизни.

Нельзя отождествлять подражание с заражением. Подражание направлено на воспроизведение человеком определенных внешних черт, образцов поведения и поступков и сопровождается эмоциональными проявлениями. Заражение же как психическое состояние возникает через сопереживание человеком внутренних, психических настроений и переживаний других людей. Несмотря на эти различия, оба эти состояния объединяет то, что один и тот же поведенческий акт может быть одновременно и предметом подражания, и фактором психического заражения.

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. Именно поэтому внушение не нуждается в системе логически взаимосвязанных доказательств и глубоком осознании смысла сообщаемой информации. Аргументация здесь часто заменяется констатацией того, что внушается.

Принципы внушения обычно сводятся к следующему:

- должны применяться те виды и приемы внушения, которые могут возбудить специфический интерес у отдельных конкретных групп людей;
- необходимо использовать те способы и приемы внушения, которые могут аннулировать нежелательную мотивацию или настроения, ставшие следствием влияния информации и событий, неподдающихся умолчанию;
- должны применяться те способы и приемы внушения, которые имеют шансы не вызвать опровержение до тех пор, пока не будет достигнута главная цель психологического воздействия.

Аутогенная тренировка как частный случай самовнушения. Это система приемов самовоздействия, с помощью которой становится возмож-

ным управление некоторыми произвольными психическими процессами и состояниями организма. Аутогенная тренировка в значительной степени может повлиять на устранение временных неустойчивых неблагоприятных факторов, повысить общую вероятность безошибочного выполнения предписанных функций.

Гипноз – это своеобразное видоизменение обычного, естественного сна. Основным прием для введения в гипнотическое состояние – словесное внушение сна (внушение представлений о засыпании и повелительное требование «Спать!»). Слабые физические раздражители (поглаживание, тихий шепот, ритмическое мягкое постукивание) способствуют быстрому усыплению, а иногда вызывают гипнотическое состояние даже без словесного внушения. Большое значение имеет и фактор, связанный с личностью гипнотизера: проявляет к нему внушаемый симпатию или антипатию, уважение или недоброежелательность.

Мода как фактор психологического воздействия. Мода – это кратковременная форма стандартизированного массового поведения, возникающая преимущественно стихийно, под влиянием доминирующих в определенных периоды в данном обществе настроений и быстро меняющихся вкусов и увлечений. Психологи указывают на два социально-психологических механизма возникновения и становления моды. Первый из них – явление уподобления, идентификации людей. Здесь проявляется конформизм личности – развитое в человеке стремление не выделяться среди других, быть как все. Второй механизм – явление обособления, выделения себя из основной массы людей. Однако в моде есть место и сознательному выбору форм поведения, это ориентация на моду не только, скажем, в одежде, но и в духовной деятельности.

Таким образом, рассмотрен проблемный пласт социально-психологического воздействия, что создает необходимую основу для рассмотрения дальнейших актуальных вопросов социальной психологии.

Литература

1. Андреева Г.М. Социальная психология: учеб. пособие для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2001.
2. Батаршев А.В. Психология личности и общения. – М.: Гуманитарный изд. центр ВЛАДОС, 2003.
3. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы, защита. – СПб.: Речь, 2003.
4. Кабаченко Т.С. Активизация человеческого фактора: методы психологического воздействия // Психологический журнал. – 1986. – № 4. – С. 11–22.
5. Ковалев Г.А. О системе психологического воздействия // Психология воздействия (проблемы теории и практики): сб. науч. тр. / АПН СССР. НИИ общей и пед. психологии / ред. А.А. Бодалева. – М., 1989.

6. Куликов В.Н. Прикладное исследование социально-психологического воздействия // Прикладные проблемы социальной психологии. – М.: Наука, 1983.
7. Янчук В.А. Введение в современную социальную психологию: учеб. пособие для вузов. – Мн.: АСАР, 2005.

Вопросы для самоконтроля и повторения

1. В чем своеобразие социально-психологического воздействия?
2. Каковы основные методы социально-психологического воздействия, в чем они отличаются друг от друга?

Тема 3. Межличностные отношения

**Без многого может обходиться человек,
но только не без человека.**

Людвиг Берне

План

1. *Общественные и психологические (межличностные) отношения.*
2. *Природа межличностных отношений.*
3. *Классификация межличностных отношений.*

1. Общественные и межличностные отношения

Если исходить из того, что социальная психология, прежде всего, анализирует те закономерности человеческого поведения и деятельности, которые обусловлены фактом включения людей в реальные социальные группы, то первый эмпирический факт, с которым сталкивается эта наука, есть факт взаимодействия и общения людей. Взаимодействие личности и системы социальных связей не есть взаимодействие двух изолированных самостоятельных сущностей, находящихся одна вне другой. Исследование личности есть всегда другая сторона исследования общества. Значит, важно с самого начала рассмотреть личность в общей системе отношений. Содержание, уровень этих отношений человека с миром весьма различны: каждый индивид вступает в отношения, но и целые группы также вступают в отношения между собой, и таким образом, человек оказывается субъектом многочисленных и разнообразных отношений. В этом многообразии необходимо, прежде всего, различать два основных вида отношений: общественные и психологические отношения.

Общественные отношения – основа существования общества, т.е. материальные, экономические, политические, идеологические, правовые и другие отношения, возникающие как результат взаимодействия людей в процессе производства и потребления, материальных благ и их совместной деятельности.

Характер, содержание и особенности общественных отношений во многом обусловлены спецификой и обстоятельствами самого взаимодействия, целями, которые преследуются конкретными людьми и группами, а также местом и ролью, которые они занимают в обществе.

Существует определенная система общественных отношений. В ее основании лежат материальные (экономические, производственные) отношения, необходимость некоторых диктуется первичными, изначальными потребностями общества в поддержании своего физического и социального существования. Над материальными отношениями надстраиваются отношения социальные (т.е. отношения между различными социальными группами), а также производные от них политические, идеологические, моральные, нравственные и другие отношения.

Общественные отношения можно классифицировать на основе разных критериев:

- **по форме проявления** они делятся на экономические, правовые, идеологические, политические, моральные, религиозные, эстетические и т.д.;
- **с точки зрения принадлежности к различным субъектам** различают национальные, классовые, конфессиональные и т.д.;
- **исходя из анализа функционирования связей между людьми в обществе**, можно говорить об отношениях по вертикали и горизонтали;
- **по характеру регламентированности** общественные отношения бывают официальными и неофициальными.

Все виды общественных отношений пронизаны в свою очередь психологическими (межличностными) отношениями людей.

Психологические отношения – субъективные связи между людьми, которые возникают в результате их фактического взаимодействия и сопровождаются различными эмоциональными и другими переживаниями (симпатиями и антипатиями) индивидов, в них участвующих. Психологические отношения составляют «живую человеческую ткань» любых общественных отношений.

Разница между общественными и психологическими отношениями состоит в том, что первые являются следствием определенного социального распределения ролей в обществе и в большинстве случаев воспринимается как должное, носят в известном смысле обезличенный характер.

В общественных отношениях вскрываются, прежде всего, существенные особенности социальных связей между сферами жизнедеятельности людей, видами труда и общностей. Психологические отношения – результат непосредственных контактов между конкретными людьми, которые наделены определенными особенностями, способны выражать свои симпатии и антипатии, осознавать и переживать их. Они насыщены эмоциями и чувствами.

Следовательно, психологические отношения полностью персонифицированы, т.к. носят сугубо личностный характер.

2. Природа межличностных отношений

Теперь принципиально важно уяснить себе место межличностных отношений в реальной системе жизнедеятельности людей. Природа межличностных отношений представляет собой особый «ряд» отношений, возникающих внутри каждого вида общественных отношений. Существование межличностных отношений внутри различных форм общественных отношений есть как бы «реализация» безличных отношений в деятельности конкретных личностей, в актах их общения и взаимодействия. Поэтому практически во всех групповых действиях участники выступают как бы в двух качествах: как исполнители безличной социальной роли и как неповторимые человеческие личности. Это дает основание ввести понятие «межличностная роль» как фиксацию положения человека не в системе общественных отношений, а в системе групповых связей, т.е. места возникшего исключительно на основе индивидуальных психологических особенностей личности. Обнаружение личностных черт в стиле исполнения социальной роли вызывает в других членах группы ответные реакции, и таким образом в группе возникает целая система межличностных отношений.

Проблема межличностных отношений лежит на стыке общей и социальной психологии. Взаимоотношения, не охватывая всех общественных отношений человека, являются, однако, наиболее близкими личности и задачам ее формирования. Неофициальность, личностная значимость, эмоциональная насыщенность и связь с интимными сторонами жизни, высокая вовлеченность создают основу для глубокого влияния межличностных взаимоотношений на личность.

Существует сложная система зависимости некоторых параметров межличностных отношений от характерологических, мотивационных, интеллектуальных и нейродинамических особенностей личности. В силу взаимного характера межличностных отношений в их регулировании принимают участие три таких мотивационных компонента, как «Я хочу», «Я могу» и «надо». Личного отношения («Я хочу») недостаточно для образования отношений. Необходимо согласование взаимных мотивов (желаний) и возможностей («Я могу» удовлетворить потребность другой личности). Третий компонент («Надо») есть важнейшая детерминанта образования и развития или распада отношений («надо» – «не надо»), являющаяся не субъективной стороной отношений, а объективной. Она характеризует общественную необходимость в каждом конкретном типе отношений. Более общим явлением межличностных отношений выступает привлекательность. К составным элементам взаимной привлекательности – непривлекательности относятся симпатии – антипатии и притяжение – отталкивание. Если симпатия – антипатия представляет собой переживаемое удовлетворение – неудовлетворение от реального или мысленного контакта с другим, то притяжение – отталкивание есть практическая составляющая этих переживаний.

Притяжение – отталкивание как одна из составляющих межличностной привлекательности в основном связано с потребностью человека быть вместе, рядом. Притяжение – отталкивание часто, но не всегда, связано с переживанием симпатий – антипатий (эмоциональным компонентом межличностных отношений).

Таким образом, мы рассматриваем межличностные отношения внутри отношений общественных.

3. Классификация межличностных отношений

Можно говорить о следующих видах межличностных отношений: отношения знакомства, приятельские, товарищеские, дружеские, любовные, супружеские, родственные, деструктивные. Данная классификация основана на нескольких критериях: глубине отношений, избирательности в выборе партнеров, функциях отношений.

Главным критерием является мера, глубина вовлечения личности в отношения. В структуре личности можно выделить несколько уровней проявления ее характеристик: общевидовые, социокультурные, психологические, индивидуальные. Социокультурными характеристиками считаются национальность, социальный статус, профессия, образование, политическая и религиозная принадлежность и т.п.; психологическими – интеллект, мотивация, характер, темперамент и т.п.; индивидуальными – все индивидуально неповторимое, обусловленное своеобразием жизненного пути человека.

Разные виды межличностных взаимоотношений предполагают включение в общение тех или иных уровней характеристик личности. Наибольшее включение личности, вплоть до индивидуальных характеристик, происходит в дружеских, супружеских отношениях. Отношения знакомства, приятельства ограничиваются включением во взаимодействие преимущественно видовых и социокультурных особенностей личности.

Второй критерий – степень избирательности при выборе партнеров для взаимоотношений. Избирательность можно определить как число признаков, значимых для установления и воспроизводства отношения. Наибольшую избирательность обнаруживают отношения дружбы, супружества, любви, наименьшую – отношения знакомства.

Третий критерий – различие функций (целей, назначения) отношений. Под функциями понимается круг задач, вопросов, которые решаются в межличностных отношениях. Функции отношений проявляются в различии их содержания, психологического смысла для партнеров.

Дополнительными критериями для различения межличностных отношений можно считать: дистанцию между партнерами, продолжительность и частоту контактов, нормы отношений, требования к условиям контакта. Общая закономерность такова: чем глубже отношения (например, дружба, супружество в сравнении со знакомством), тем короче дистанция, чаще контакты. Отношения дружбы характеризуются очень высокой изби-

рательностью, если они правильно оцениваются. *Дружеские отношения принято разделять на инструментальные и эмоционально-исповедные.* Инструментальная дружба основана на взаимной помощи в тех или иных жизненных обстоятельствах. Эти отношения близки к товарищеским, но отличаются от них тем, что цели дружеских инструментальных отношений могут не выходить за пределы личной выгоды каждого из партнеров. Эмоционально-исповедные дружеские отношения строятся при условии взаимной симпатии, эмоциональной привязанности и доверчивости.

Для некоторых видов межличностных отношений в реальной жизни можно обнаружить такие противоположности: дружба – вражда, товарищество – соперничество, родные – чужие. Однако некоторые виды взаимоотношений не имеют антиподов, и их негативные формы неспецифичны. Так, нельзя найти реальное противопоставление отношениям знакомства, супружества. Разрыв таких отношений выражается в полном исчезновении отношения, переходе в другой вид (знакомство – в приятельство) или превращение в негативную форму другого вида отношений (вражда, соперничество).

Полнота анализа межличностных отношений требует исследования негативных форм. Негативной формой (антиподом) дружеских взаимоотношений является вражда. Вражда предполагает негативные эмоциональные установки по отношению к партнеру: ненависть, неприятие, антипатия. Отношения вражды проявляются во всевозможных попытках дестабилизации, разрушения, нивелировки личности партнера и его жизнедеятельности. Основной функцией деструктивных отношений является культивирование, поддержание, удовлетворение аномальных потребностей и личностных черт – стяжательства, агрессии, хулиганства и т.п.

Подводя итог вышесказанному следует сказать, что каждое из описанных взаимоотношений людей отличается собственными функциями, глубиной вовлечения личности, критерием выбора партнеров, содержания отношений, их проявлением. Это дает основание считать их самостоятельными видами межличностных отношений.

Литература

1. Андреева Г.М. Социальная психология: учеб. пособие для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2001.
2. Дыгун М.А. Социальная психология в схемах, понятиях и персоналиях / М.А. Дыгун, Т.Ф. Лутович. – Мозырь: Содействие, 2006.
3. Крысько В.Г. Социальная психология: словарь-справочник. – Мн.: Харвест, М.: АСТ, 2001.
4. Обозов Н.Н. Психология межличностных отношений. – Киев, 1990.
5. Нартова-Бочавер С. Психология личности и межличностных отношений / С. Нартова-Бочавер. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2001.

Вопросы для самоконтроля и повторения

1. Чем отличаются общественные отношения от межличностных отношений?
2. Как соотносятся межличностные и общественные отношения?
3. Основные характеристики межличностных отношений?
4. Виды межличностных взаимоотношений?

Тема 4. Ошибки в восприятии и оценке человека человеком

Во всем многообразии общественной жизни нет и не может быть ни одного события или человека, к которым было бы позволительно относиться легкомысленно и беспечно.

Д.И. Писарев

План

1. Эффекты восприятия.
2. «Законы», определяющие межличностные отношения.

1. Эффекты восприятия

Процесс восприятия – весьма сложное психологическое явление, в котором проявляется психика человека в целом. Возникает динамичная структурная композиция психики, которая вносит свои коррективы в возникающий в сознании образ восприятия. Известны зрительные иллюзии восприятия, искажения в восприятии времени и движения. Не является исключением восприятие человека человеком. Образ другого человека в нашем сознании субъективен, несет в себе искажения, порождаемые жизненным опытом и структурной психологической композицией воспринимающего. Эти ошибки индивидуальны, но в них есть и типичное. Психологами обнаружены типичные стандартные искажения восприятия другого человека (Н. Обозов, И. Юсупов и др.).

«*Эффект ореола*». Проявляется во влиянии общего впечатления о человеке на оценку отдельных свойств его личности. Например, если общее впечатление о человеке благоприятно, то его положительные качества переоцениваются, а недостатки либо ступшеваются, либо так или иначе оправдываются. И наоборот: если общее впечатление о человеке отрицательное, то даже благородные его поступки не замечаются или истолковываются как корыстные.

«*Гало-эффект*». Понятие, близкое к «эффекту ореола». Основан на общем знании о конкретном человеке, на общем впечатлении, которое он производит на других людей. Часто должность и звание автоматически «делает» человека масштабнее и лучше других. Популярны люди кажутся умнее и красивее. Причем популярным в общественном мнении мужчинам неосознанно приписываются такие физические качества, как более высо-

кий рост, статность. Женщины – звезды экрана и эстрады – наделяются всеми добродетелями, свойственными женщинам вообще. Начальник чаще видится солиднее, крупнее, а подчиненный – мельче, суетливее.

«Эффект первого впечатления». Состоит в том, что при общении с незнакомым человеком в его восприятии довлеет первое впечатление о нем. Так, первое впечатление о руководителе, появившемся в строгом костюме, обращающегося к подчиненным вежливо и с достоинством, сразу же создает о нем впечатление человека дисциплинированного, организованного, аккуратного, ответственного, воспитанного, интеллигентного, профессионала.

В дальнейшем эта первичная информация о руководителе будет благоприятно влиять на углубление положительного отношения к нему. Как раз в связи с этим часто говорят: «Человека встречают по одежке, а провожают по уму».

Экспериментальные данные показывают: «Сознанием люди понимают независимость личностных свойств человека от его внешнего облика, но в жизни, вопреки этому пониманию, люди в 85% случаев свое отношение к человеку как к личности в первые моменты общения строят на основе внешнего впечатления».

Опишите сущность «эффекта первого впечатления».

«Эффект новизны». Проявляется в ситуациях восприятия уже знакомого человека. При этом наиболее значимой оказывается последняя, неожиданная информация о нем. Например, в процессе продолжительного общения у руководителя создается устойчивый образ подчиненного. Но неожиданный, нетипичный поступок подчиненного вызывает ломку устойчивого представления о нем. Эта новая информация на некоторое время оказывается доминирующей и приводит к переоценке сложившегося мнения о человеке.

«Эффект стереотипизации». Выражается в перенесении качеств группы на отдельную личность и в проекции качеств отдельной личности на ближайшее социальное окружение. Это происходит при условии неполного знания членов группы и при недостаточном опыте руководителя.

В этом случае усматривается тенденция создать упрощенное мнение о человеке, заменить его образ сложившимся обобщением, штампом.

«Эффект снисходительности». Это излишняя благожелательность при восприятии другого человека. Чаще наблюдается по отношению к тем людям, которые пользуются популярностью (чемпионы, лауреаты, артисты).

«Эффект идентификации». Проявляется в видении членов группы как продолжении самого себя. Иначе говоря, приписывание другим своих личностных и профессиональных качеств. Или, наоборот, подчеркивание тех признаков, которые противоположны собственным. Перенос «хороших» своих качеств чаще бывает в тех случаях, когда мы испытываем симпатию к кому-либо из членов группы. Контрастная ошибка возникает при антипатии.

«Эффект настроения». Очень сильно влияет на все, что делает человек. В состоянии даже некоторой депрессии весь мир кажется враждебным: «...И капуста пахло квашеной из соседнего двора, ...а вокруг меня прохожие шли, на дьяволов похожие». Соответственно и оценки наблюдения приобретают отрицательную окраску. Эйфория как приподнятое, крайне радостное состояние приводит к переоценке в других «хороших» качеств, и не замечаются «плохие».

«Эффект разницы статуса» (социального и профессионального). Лица с более высоким социальным статусом, материально более обеспеченные склонны недооценивать способности лиц, стоящих ниже в социальной иерархии, имеющих менее престижное жилье, одежду и другие вещи. Более высокий профессиональный статус человека также приводит к недооценке профессиональных способностей у других.

«Эффект эпизодичности наблюдения». Предпочтительнее видеть человека чаще и, главное, в разных ситуациях. Экстремальные ситуации чаще проявляют истинные качества и возможности человека.

«Эффект прежних встреч» и, тем более, отношений наблюдателя с наблюдаемым. Здесь «срабатывает» стереотипность видения, когда сложившаяся оценка не дает наблюдателю «выйти из оков» прежних оценок, положительных или отрицательных.

«Эффект психологического насыщения». Он возникает в случае большого объема наблюдений, когда «все начинает мелькать» и трудно сосредоточиться на одном, чтобы дать объективную характеристику.

«Эффект усреднения» состоит в боязни крайних суждений. В обычном состоянии, при отсутствии явных симпатий или антипатий к человеку мы можем усреднить оценку. Если же мы испытываем чувства симпатий или антипатии, то в первом случае – завышаем оценку, а во втором – занижаем.

«Эффект стигмы» (клейма, ярлыка) показывает, что негативные ассоциации появляются также легко, как и позитивные. Стигма – это любая характеристика человека, которую некоторые люди воспринимают негативно – раса, возраст, иностранный акцент, физический недостаток и пр. Человек, воспринимаемый окружающими, как обладатель стигмы, обычно активизирует негативный стереотип (страх, отвращение; такого человека избегают или недооценивают).

В процессе общения необходимо учитывать возможность возникновения стандартных ошибок в оценке личности собеседника, с тем, чтобы строить с ним отношения адекватно.

2. «Законы», определяющие межличностные отношения

Кроме ошибок восприятия, следует учитывать и некоторые «законы», определяющие межличностные отношения (Е. Ксенчук, М. Киянова).

1. «Закон неопределенности отклика», или, по-другому, закон зависимости восприятия людьми внешних воздействий от различия их психо-

логических структур. Разные люди и даже один человек в разное время могут реагировать качественно по-разному на одинаковые действия.

Руководитель, давая задание подчиненному, надеется, что оно будет выполнено к определенному сроку и с определенным результатом. Нередко его не удовлетворяет поведение подчиненного. При этом у каждого имеются свои, часто диаметрально противоположные объяснения неисполнительности. Руководитель может считать человека бездельником или неспособным. Подчиненный, в свою очередь, может предъявить десятки обстоятельств в оправдание своей неисполнительности, и иногда мнение руководителя может оказаться ошибочным, а оправдания подчиненного – наивными. Ибо первый избрал способ воздействия, не соответствующий ожиданиям и особенностям исполнителя, второй же использовал в качестве средств защиты все способы, только бы не затронули его как личность, не оскорбили его чувство собственного достоинства и самоуважения.

2. *«Закон неадекватности отображения человека человеком»*. Его смысл состоит в том, что один человек не может постичь другого человека с такой степенью достоверности, которая была бы достаточна для принятия серьезных решений относительно этого человека.

Человек – сверхсложная и динамичная система. Он зависит от окружения, его выражает и отражает. Человек меняется с возрастом. Кроме того, человек осознанно или неосознанно защищается от попыток раскрыть его особенности и возможности, так как психологически раскрытая личность может стать игрушкой в руках другого человека, склонного к манипулированию людьми. К этому стоит добавить, что нередко человек не может дать о себе информацию просто потому, что не знает себя.

С одной стороны, каким бы ни был человек, он обязательно что-либо скрывает о себе, что-либо ослабляет, что-то подменяет, что-то иногда приписывает себе (придумывает), на чем-то делает акценты. Пользуясь подобными защитными приемами, он демонстрирует себя людям не таким, каков он есть на самом деле, а таким, каким бы он хотел, чтобы его видели другие.

С другой стороны, каждый человек похож на других и как таковой может быть познан и понят. Все дело в том, чтобы средства его познания соответствовали степени его сложности.

Разработаны научные принципы подхода к человеку как объекту познания. Важнейшие среди них:

- принцип универсальной талантливости («нет людей неспособных, есть люди, занятые не своим делом»);
- принцип развития (способности развиваются в результате изменения условий жизни личности и индивидуально-психологических тренировок);
- принцип неисчерпаемости (ни одна оценка человека при его жизни не может считаться окончательной).

3. *«Закон неадекватности самооценки»*. Этот закон можно рассматривать как частный случай предыдущего закона.

Когда человек пытается оценить сам себя, ему мешают те же ограничения, что и в случае анализа других людей. Кроме того, бессознательный уровень психической жизни человек проанализировать не может.

4. «Закон самосохранения». Ведущим мотивом социального поведения является сохранение личного статуса, личностной состоятельности, собственного достоинства человека.

Литература

1. Куницина В.Н. Социальные стереотипы – условие и продукт социализации. – Л.: Изд. ЛГУ, 1971.
2. Занковский А.Н. Организационная психология. – М.: Издательство «Флинта» МПСИ, 2002.
3. Панферов В.Н. Когнитивные эталоны и стереотипы взаимопонимания людей // Вопросы психологии. – 1982. – № 5.

Вопросы для самопроверки

1. В чем проявляется «эффект ореола»?
2. На чем основан «гало-эффект»?
3. Охарактеризуйте особенность «эффекта новизны».
4. В чем выражается «эффект стереотипизации»?
5. Дайте характеристику «эффекту снисходительности».
6. В чем находит свое проявление «эффект идентификации»?
7. Опишите влияние «эффекта настроения».
8. Дайте характеристику «эффекту разницы статуса».
9. В чем суть «эффекта эпизодичности наблюдения», «эффекта прежних встреч»?
10. В каких случаях возникает «эффект психологического насыщения»?
11. В чем находит свое проявление «эффект усреднения»?
12. Дайте характеристику «законам», определяющим межличностные отношения.

Тема 5. Мужской и женский стили общения

План

1. Полоролевые стереотипы.
2. Мужчины и женщины как лидеры.
3. Андрогиность и особенности мужского и женского личного влияния.

1. Полоролевые стереотипы

На поведение и общение женщин и мужчин влияют, как известно, две вещи: психофизиологические особенности и социальные (гендерные) стереотипы. Причем влияние стереотипов оказывается более сильным, так как психофизиологические особенности могут быть компенсированы другими личностными свойствами. Установки же, сформированные под влиянием среды, изменить сложнее.

Относительно свойств личности и темперамента сегодня психологи с уверенностью могут сказать, что женщины более общительны (экстравертированы), активны, эмпатичны и заботливы, а мужчины более автономны, настойчивы, авторитарны и интеллектуальны. Женщины, как правило, превосходят мужчин во всем, что связано с языком (девочки начинают раньше говорить, обладают большим объемом словарного запаса, строят более сложные и разнообразные предложения); они имеют большую склонность к любви и привязанности, более эмоциональны, среди них чаще встречаются социальные лидеры. Мужчины же более интернальны, чаще являются инструментальными лидерами, их самооценка зависит от успехов предметной деятельности, более стабильна и в целом выше женской.

Мужской стиль общения с самого раннего детства выглядит более активным и предметным, но в то же время более соревновательным и конфликтным, чем женский. При этом для мужчины содержание совместной деятельности важнее, чем индивидуальная симпатия к партнерам. Мужское общение отличается большей эмоциональной сдержанностью. Женщины свободнее и полнее (в том числе вербально) выражают свои чувства и эмоции, у них раньше возникает потребность делиться с кем-то своими переживаниями, а также способность к сопереживанию (эмпатия).

Альфонсо Монтаори выделяет четыре главных различия в психологии мужчины и женщины:

Первое касается того, что мужчины имеют тенденцию к независимости, а женщины ставят акцент на взаимозависимость, которая в контексте авторитарного общества часто становится зависимостью. Женщины в большей степени социально ориентированы, четче осознают те хрупкие связи, которые объединяют людей и делают их общение более доверительным. Мужчины же стремятся к независимости через избегание зависимо-

сти. Женщины, по мнению Монтаори, воспитываются только для зависимости, а вовсе не для свободы. Мужчины же обучаются независимости с самого дня своего рождения. Подобные различия в поведении мужчины и женщины генетически никак не обусловлены, не являются врожденными, представляют собой результат обучения, убеждения, воспитания, социализации, ожиданий со стороны взрослых, конформности к социальным нормам; чаще всего не осознаются ни взрослым, ни ребенком.

Второе различие также отражает культурные стереотипы и «символику» полов. Мужское отношение к окружающему миру характеризуется напористостью, самоуверенностью, ориентацией на контроль. Для того чтобы отделить себя от мира, необходимо манипулировать кем-то из окружения, убеждаясь таким образом в своей независимости. Мужчины в большей степени сосредоточены на задаче, поэтому мужской стиль описывается как аналитический и манипулятивный. Мужская психология сконцентрирована вокруг доминантных, подчиняющих ритуалов и иерархий, где всегда есть победитель и проигравший. Мужчина убежден, что стоять на вершине ситуации — необходимое условие для выживания. Эта установка не признает альтернативы партнерского стиля.

В основе *третьего различия* лежат мужская способность к пространственным и математическим знаниям и женская способность к овладению языковыми навыками, хотя эксперименты американского исследователя Линн показали, что врожденные половые различия в математических способностях и пространственном мышлении практически равны нулю. Данные различия также закладываются воспитанием: в мужчинах поощряется стремление к абстрагированию от мира, идеализированию, а в женщинах — стремление к общению, развитию взаимоотношений и привязанности. У мужчин же создается модель представлений, согласно которой предсказывать и контролировать окружение важнее, чем взаимодействовать с ним. Таким образом, женский стиль общения отражает партнерскую систему взаимодействия, а мужской — систему доминирования.

Четвертое различие касается морали, нравственного поведения. Мужская концепция морали формулируется в терминах абстрактных правил, границы которых неподвижны, постоянны. Женщины более ситуативны, приносят больше личного в свою интерпретацию этики, границы которой более открыты и подвижны в зависимости от контекста происходящего. Женщины в целом находят аморальным, безнравственным, когда кто-то бессердечен, безразличен, безответственен. Мужчины считают, что плохо вмешиваться в чью-то жизнь, если тебя не просят; женщины — что плохо не вмешиваться, если кто-то нуждается в твоей помощи.

Чаще всего бывает выгодным сочетание каких-то мужских и каких-то женских качеств. Например, «мужской» уверенный стиль поведения вполне сочетается с «женской» ориентацией на сотрудничество; точно так же возможно проявлять «женскую» эмпатию, не теряя при этом «мужско-

го» самообладания. Если мужчины позаимствуют у женщин те качества, которые зарекомендовали себя в человеческом общении как эффективные и позитивные, а женщины возьмут кое-что из мужских моделей поведения, то в выигрыше окажутся обе стороны. Мы можем воспитывать в мальчиках и девочках одни и те же качества, но разными способами; и разными способами они их впоследствии будут проявлять.

2. Мужчины и женщины как лидеры

Согласно стереотипному взгляду, мужчины более, чем женщины, пригодны для руководящих постов в силу присущих им стилей лидерства. Считается, что мужчины более склонны к директивному и авторитарному стилям, ориентированным на задачу, в то время как женщины тяготеют к демократическому стилю, который характеризуется участием в общей работе.

Исследования Э. Игли и коллег показали, что женщины-лидеры были более эффективны, чем мужчины, в том случае, когда их поведение описывалось как менее маскулинное, а мужчины – более эффективны, чем женщины, когда их поведение описывалось как более маскулинное. Если женщины пользовались лидерским стилем, который традиционно считается мужским (авторитарный и директивный), то их рейтинг падал. При этом и мужчины и женщины оценивались с одинаковым предпочтением, если демонстрировали лидерский стиль, традиционно считающийся женским, то есть демократичный, ориентированный на партнерство. Женщине-лидеру предоставлялась минимальная возможность нарушать полоролевой стереотип.

При отборе на руководящую должность к женщине предъявляется более высокий стандарт, чем к мужчине; здесь действует правило «Женщина должна быть вдвое лучше мужчины». Женщины чаще назначаются на руководящие роли среднего звена (благодаря хорошим социальным навыкам), в то время как мужчинам предпочитают отдавать позиции первого уровня.

Стереотипное мышление влияет не только на зачисление и отбор женщин на определенные должности, но и на служебное продвижение и оценку результатов работы. Продвижение женщины по служебной лестнице идет медленнее: чтобы занять одинаковое с мужчиной положение, ей необходимо большее число перемещений. При одинаковом с мужчинами уровне квалификации женщины всегда оказываются ниже по служебной лестнице. Поскольку среди женщин больше экстерналов, то окружающие склонны приписывать их успехи таким факторам, как удача или усердие, но никак не способностям или умениям. У мужчин все происходит наоборот.

Руководитель организации более склонен выступать в роли покровителя и протектировать мужчинам, а не женщинам, так как в последнем случае это всегда связано с рядом сложностей (возможны подозрения в сексу-

альном интересе, возрастает риск подорвать собственную профессиональную репутацию и замедлить должностной рост). Даже когда женщине удастся продвинуться к руководству, мужчины смотрят на нее как на аутсайдера. Женщине трудно стать частью мужской компании, особенно «компании старых друзей». К тому же женщинам, в силу их социализации, не хватает уверенности в себе, независимости, высокой самооценки. В результате они склонны недооценивать собственные умения и интеллект – так как окружающие недооценивают их.

Таким образом, социализация женщин приводит к тому, что они верят в свою пригодность к занятию руководящих постов и испытывают трудности в преодолении соответствующих культурных норм, опасаясь показаться «странными». Как правило, женщины не считают себя способными выполнять функции руководителей высшего звена и соглашаются с представлением, согласно которому достижения и женственность несовместимы. Поэтому из чувства вины, беспокойства и неуверенности они и не пытаются достичь высоких постов.

Для самодостаточности женщина обретает некоторые черты мужской социализации. По мнению Е. Весельницкой, это естественно и нормально. В зависимости от условий жизни и воспитания в женщинах более или менее ярко проявляются черты мужского начала. Возможность включиться в «мужской» мир для женщины вполне реальна, но делать это необходимо «женскими» средствами. А главное женское средство, считает Е. Весельницкая, – это уверенность в своем праве реализоваться такой, какая ты есть.

Женский стиль руководства – более гибкий, женщины-лидеры более открыты, общительны, оцениваются как более теплые в межличностных отношениях при первом контакте с подчиненными. Они склонны делить власть с другими, вовлекать подчиненных в общую работу и поддерживать в них чувство собственной значимости.

Руководители-мужчины более официальны в отношениях с подчиненными, больше озабочены субординацией, часто увольняются с руководящих постов. Женщин-руководителей хвалят за лучшее взаимодействие с персоналом, они более общительны, лучше понимают благодаря ясности их позиции. Женщины, занимающие высокие посты, не чаще мужчин уходят с работы и вновь поступают на нее; это можно объяснить тем, что, по сравнению с другими женщинами, они придают большее значение своей карьере.

3. Андрогинность и особенности мужского и женского личного влияния

Андрогинность – выраженность у индивида одновременно свойств маскулинности и фемининности.

Андрогинные мужчины и женщины, относительно свободные от жесткой половой типизации, обладают более богатым поведенческим репер-

туаром, лучше адаптируются в социуме и психологически более благополучны.

Свойство андрогинности имеет отношение и к такому феномену, как личное влияние. Потенциал личного влияния реализуется более полно и эффективно, если у мужчин проявляются такие относительно фемининные черты, как мотивация помощи и понимание собеседника, а у женщин – такие относительно маскулинные черты, как агрессивность (напористость), самообладание и сила воли.

Мужской и женский стили общения формируются под влиянием исторически сложившихся полоролевых стереотипов. Мужской стиль общения с самого раннего детства выглядит более активным и предметным, но одновременно – более соревновательным и конфликтным. Женский стиль более ориентирован на партнерство и взаимозависимость, женщины свободнее и полнее (в том числе вербально) выражают свои чувства и эмоции, у них раньше возникает потребность делиться с кем-то своими переживаниями, а также способность к сопереживанию (эмпатия).

Исторически сложившиеся полоролевые стереотипы отводят женщине подчиненную, обслуживающую роль, в то время как мужчины воспринимаются как господствующий, более агрессивный пол, более пригодный для занятия руководящих постов. Считается, что мужчины более склонны к директивному и авторитарному стилю, ориентированному на задачу, в то время как женщины тяготеют к демократическому стилю, характеризующемуся участием в общей работе.

Литература

1. Алешина Ю.Е., Волович А.С. Проблема усвоения ролей мужчины и женщины // Вопросы психологии. – 1991. – № 4.
2. Куница В.Н., Казаринова Н.В., Погольша В.М. Межличностное общение. – СПб.: Питер, 2002.
3. Майнгардт Т. Личное влияние. – М.: Ферро-Логос, 1992.

Вопросы для самоконтроля и повторения

1. В чем особенность женского и мужского стиля общения?
2. Какую роль предписывают женщине исторически сложившиеся полоролевые стереотипы? Насколько они соответствуют истине?
3. В каких аспектах общения женщины имеют преимущество перед мужчинами, включая способность к лидерству?
4. Как свойство андрогинности проявляется в раскрытии способности личного влияния?

Тема 6. Психологические аспекты власти

Мы обладаем ужасающей способностью
влиять на других людей.

В. Дозье

План

1. *Феномен власти.*
2. *Власть как межличностное взаимодействие.*
3. *Общая классификация оснований власти.*
4. *Тактические приемы в использовании власти.*

1. Феномен власти

В общественном сознании феномен власти прежде всего ассоциируется с властью политической и ее центральным институтом – государством.

Вместе с тем власть имеет и множество иных значений и проявлений. Выделяют три основных значения слова власть:

- 1) право и возможность распоряжаться кем и чем-либо, подчинять своей воле;
- 2) политическое господство, государственное управление и его органы;
- 3) лица, облеченные правительственными, административными полномочиями.

2. Власть как межличностное взаимодействие

Наиболее распространенными моделями власти на индивидуальном уровне являются межперсональные конструкции, моделирующие отношения между двумя и более индивидами.

Согласно этому подходу основу власти составляет асимметрия отношений между людьми и существующая в связи с этим возможность одного человека влиять или воздействовать на другого. Если индивид А способен влиять на индивида Б и добиваться поставленных целей, даже несмотря на сопротивление с его стороны, то можно утверждать, что А имеет власть над Б. При этом А выступает субъектом, а Б – объектом власти. Иными словами, власть связана с принудительным изменением поведения, выступая некой силой, вызывающей поведение, которое невозможно в ее отсутствии.

Вышеупомянутая асимметрия отношений основана на том, что индивид А обладает чем-либо, в чем нуждается, к чему стремится, что любит или желает индивид Б. Человек, обладающий ресурсами, при любых обстоятельствах будет обладать властью над теми, кто лишен этих ресурсов и чьи потребности связаны с ними.

Вооруженный преступник контролирует экзистенциальную потребность своих жертв: их жизнь, пусть на короткое время, оказывается «ресурсом» или средством, с помощью которого бандит планирует достичь своей

цели. Жизнь людей, находящихся в руках бандита, напрямую зависит от его настроения и желаний. С замиранием сердца молодой писатель открывает дверь редакции, от сотрудников которой зависит публикация его книги и, следовательно, удовлетворение его потребности в самоактуализации.

В конечном счете «низкое коварство» власти – это способность изменять поведение человека в заданном направлении, манипулируя его потребностями. При этом чем актуальней потребность индивида Б, удовлетворение которой зависит от индивида А, тем больше власть второго над первым и тем крепче связи между ними. Наибольшей интенсивностью и регулярностью обладают базовые потребности, и именно поэтому насильственная власть, прямо или косвенно адресованная именно этим потребностям (включая потребность жить), оказывается наиболее мощным модификатором поведения.

Если же потребность индивида Б не столь интенсивна, мало значима или просто мимолетна, то и власть индивида А над ним оказывается эфемерной или короткой.

Если потребность индивида Б, предмет которой контролируется индивидом А (в особенности, если она не является перманентной), перестает быть актуальной или Б находит другие возможности ее удовлетворения, то он во многом или полностью освобождается от власти А. В этом случае его поведение нередко претерпевает неожиданные изменения.

В реальной жизни человек связан с другими людьми не одной, пусть даже предельно актуальной потребностью, а их множеством и многообразием, и поэтому его зависимость от других людей или власть над ними носит «многоканальный» и взаимный характер.

В этом контексте свобода – оборотная сторона власти: если удовлетворение потребностей индивида не зависит от другого человека, то он не зависит от последнего, т.е. никак не связан с ним и потому – свободен от его влияния. Таким образом, свобода может быть определена как возможность самостоятельно контролировать удовлетворение собственных потребностей.

3. Общая классификация оснований власти

Под *основаниями власти* понимаются источники властвования, средства, которые используются для воздействия на объекты с целью достижения поставленных задач. *Ресурсы власти* – это ее потенциальные основания, т.е. средства, которые в принципе могут быть использованы.

Одна из наиболее известных классификаций оснований власти была предложена Дж. Френчем и Б. Равеном. Их анализ был сфокусирован на способах, с помощью которых руководитель влияет на подчиненного в организационной ситуации. Первоначально они определяли власть как изменения в представлениях, attitudes или поведении индивида – объекта влияния (власти), которые происходят в результате действий или присут-

ствия другого индивида или группы индивидов, которого (которых) исследователи рассматривали в качестве субъекта влияния (власти).

Власть определялась как потенциал такого влияния. Теория предлагала рассматривать шесть оснований власти или ресурсов, которые субъект влияния может использовать для изменения представлений, установок или поведения объекта влияния:

- 1) вознаграждение (власть поощрения),
- 2) принуждение (власть силы, насилия),
- 3) легитимность (должностная власть, закрепленная законами, нормами и правилами),
- 4) экспертные знания (экспертная власть),
- 5) харизма (референтная власть),
- 6) информация (информационная власть).

Власть поощрения. Люди готовы изменять свое поведение, если они ожидают, что это поможет им более полно удовлетворять свои потребности, больше заработать, продвигаться по службе, пользоваться признанием, получать награды и подарки. Поэтому тот, кто имеет право и возможности контролировать распределение благ и привилегий, обладает реальной властью и может реально влиять на поведение людей, для которых эти поощрения представляют ценность.

Власть силы (насилия). Этот вид власти основан на страхе. Индивид подчиняется такой власти из страха перед теми негативными последствиями, к которым может привести неповиновение. Данная власть поддерживается применением или угрозой применения физического насилия, причинением боли, лишением свободы или возможности нормального удовлетворения базовых потребностей, и даже лишением индивида самой жизни.

Должностная власть. Формальное положение (должность), которое занимает менеджер в организации, обеспечивает его возможностью влиять на поведение подчиненных, а также предполагает обязанность последних подчиняться и согласие быть руководимыми. Эта власть закреплена всей системой государственно-правовых норм, организационных инструкций и правил и поэтому нередко именуется легитимной, т.е. законной властью. Работник, обладающий глубокими профессиональными знаниями и навыками, приобретает реальную власть: от его мастерства, опыта и знаний зависит работа машин и технических комплексов, соблюдение юридических норм и правопорядка, восстановление утраченного здоровья и т.д. Чем уникальнее и незаменимее знания и мастерство работника, тем большей властью он обладает. И от того, как он распорядится этой властью, зависит очень многое. Когда, например, хирург оперирует больного президента корпорации, в этот момент власть в организации и ее будущая судьба во многом принадлежат скальпелю и рукам врача.

При этом чем более специализированной становится деятельность организации, тем больше в ней возрастает роль экспертов.

Референтная (харизматическая) власть. Желание индивида быть похожим на другого человека, стремление имитировать его поступки и поведение, ориентация на его мысли, признание ценными его целей и планов – все это дает референтному лицу, т.е. тому, кто является примером для подражания, реальную возможность изменять представления, аттитюды и поведение других людей. Если менеджер обладает референтной властью, его подчиненные будут воспринимать поставленные им цели как свои собственные.

Информационная власть. Люди постоянно нуждаются в самой различной информации. Менеджер во многом контролирует доступ к ней своих подчиненных. Регулируя поток информации, он может влиять на их поведение. Характер деятельности людей, их мотивация и аттитюды, так же как и принятие ими тех или иных решений, в значительной степени зависят от информационной поддержки, и тот, кто контролирует доступ к информации, обладает реальной властью.

4. Тактические приемы в использовании власти

Использование власти предполагает широкий набор тактических приемов: запугивание, лесть, подчеркивание общности, саморекламу, подчеркивание своих должностных полномочий и др. Рассмотрим подробнее те из них, которые наиболее часто используются.

Запугивание. Для эффективного использования насилия нередко необходимо продемонстрировать объекту влияния не только наличие средств и возможности насилия, но и готовность субъекта влияния принять все «побочные» эффекты, которыми часто сопровождается насилие. На работника не окажет влияния угроза увольнения, если он не уверен в том, что при данных обстоятельствах руководитель действительно готов привести эту угрозу в исполнение, несмотря на возможные издержки такого решения.

Лесть. Для использования власти поощрения или наказания, а также референтной власти субъект власти первоначально может попытаться «заигрывать» с объектом влияния, расточая похвалу и комплименты.

Подчеркивание общности. Стараясь опираться на референтную власть, субъект влияния нередко стремится установить чувство общности с объектом влияния: «мы одна команда, пытающаяся добиться общей цели», «мы все в одной лодке» и т.п.

Самореклама. Для обладания экспертной властью необходима регулярная демонстрация своего превосходства в знаниях и опыте. Руководитель может рассказать подчиненному, сколько лет он осваивал свою профессию и какой огромный опыт работы у него за плечами. Претендуя на экспертную власть, люди науки или искусства нередко упоминают о своих степенях, званиях, дипломах и т.д.

Подчеркивание своих должностных полномочий. Устанавливая свою формальную должностную власть, руководитель может сослаться на то,

что именно он ответствен за выполнение конкретной работы: «В конце концов, я или не я руководитель этого отдела!?»

Завоевание благосклонности в расчете на взаимность. Для установления этой формы легитимной власти субъект власти вначале оказывает какую-либо услугу объекту влияния или напоминает о тех услугах, которые уже были оказаны прежде.

Порождение чувства вины. Субъект власти может попытаться вызвать у объекта влияния чувство вины с тем, чтобы придать своей должностной власти ореол справедливости. Он может убедить объект власти в том, что последний был причиной его серьезных неприятностей и будет справедливым, если объект власти компенсирует причиненный ущерб своим повиновением.

Демонстрация эффективного контроля. Поскольку власть насилия и власть поощрения требуют постоянного контроля, субъект власти, строящий свое влияние на этих основаниях, должен обладать возможностью постоянного присутствия и наблюдения за измененным поведением объекта власти. Особенно это необходимо при применении власти и насилия, которая в отличие от власти вознаграждения ничем не мотивирует объект влияния демонстрировать свое сознательное повиновение.

Литература

1. Занковский А.Н. Организационная психология. – М.: Издательство «Флита» МПСИ, 2002.
2. Сушков И. Психология взаимоотношений. – М.: Академический проект, 1999.

Вопросы для самоконтроля и повторения

1. В чем находит свое проявление феномен власти?
2. Власть как межличностное взаимодействие.
3. Общая классификация оснований власти.
4. Тактические приемы в использовании власти.

Тема 7. Социальная установка

Наши поступки подобны строчкам буриме:
каждый связывает их, с чем ему заблагорассудится.
Франсуа Ларошфуко

План

1. Понятие социальной установки.
2. Аттитюд: понятие, структура, функции.
3. Аттитюды и реальное поведение.
4. Иерархическая структура диспозиций личности.

1. Понятие социальной установки

Принято считать, что основой социальной активности личности является прежде всего мотивационно-потребностная сфера. Однако наличие мотива и потребности не всегда может быть объяснено, почему избрано то или иное действие и, если в основе действия лежит определенный мотив, чем определяется выбор данного мотива? Понятие социальной установки, являясь в некотором смысле более широким, позволяет объяснить, пусть и не полностью, выбор мотива. Социальная установка задает то множество мотивов, один из которых может быть выбран.

Проблема установки была специальным предметом исследования в школе Д.Н. Узнадзе. Внешнее совпадение терминов «установка» и «социальная установка» приводит к тому, что иногда содержание этих понятий рассматривается как идентичное. Тем более что набор определений, раскрывающих содержание этих двух понятий, действительно схож: «склонность», «направленность», «готовность». Вместе с тем необходимо точно развести сферу действия установок, как их понимал Узнадзе, и сферу действия «социальных установок».

В концепции Узнадзе «установка является целостным динамическим состоянием субъекта, состоянием готовности к определенной активности, состоянием, которое обуславливается двумя факторами: потребностью субъекта и соответствующей объективной ситуацией». Настроенность на поведение для удовлетворения данной потребности и в данной ситуации может закрепляться в случае повторения ситуации, тогда возникает фиксированная установка в отличие от ситуативной.

В связи с тем, что установка всегда проявляется в деятельности, она рассматривается как механизм регуляции деятельности и понимается как иерархическая структура, состоящая из трех уровней:

1) ситуативная установка (операционная установка) – готовность, возникающая при предвосхищении, опирающемся на прошлый опыт поведения в подобных ситуациях, и изменяющаяся под воздействием тех условий, в которых в данный момент разворачивается действие;

2) целевая установка – готовность, актуализированная субъектом после принятия задачи, в которой представлена цель действия;

3) социальная установка – выражение ценностной ориентации в форме социально-детерминированной предрасположенности личности к заранее определенному отношению (позиции) к данному явлению.

Формирование социальной установки может происходить:

1) в практической жизни, через опыт;

2) путем превращения ценностного представления в установку (генерализация);

3) в процессе коммуникации.

Социальная установка является отношением личности к событиям, объектам и, тем самым, является ведущим уровнем регуляции деятельности, внутренним психологическим контекстом выбора мотива и действия. «Благодаря установкам субъекту не нужно постоянно определять, в чем состоят его потребности и способы их удовлетворения: они уже зафиксированы в установках» (Г.Г. Дилигенский).

2. Аттитюд: понятие, структура, функции

Родственным понятию установки является понятие аттитюда, характерное для западной (американской) социальной психологии.

В исследовании аттитюдов в западной социальной психологии выделяются четыре периода:

1) от введения этого термина в 1918 г. до Второй мировой войны (характерная черта этого периода – бурный рост популярности проблемы и числа исследований по ней);

2) 1940–1950-е годы (характерная черта – упадок исследований в связи с рядом обнаружившихся затруднений и тупиковых позиций);

3) 1950–1960-е годы (характерная черта – возрождение интереса к проблеме, возникновение ряда новых идей, но вместе с тем признание кризисного состояния исследований);

4) 1970-е годы (характерная черта – явный застой, связанный с обилием противоречивых и несопоставимых фактов).

Новый рост интереса к проблеме обозначился в 1980–1990-х годах.

Впервые в социально-психологическую терминологию было внесено понятие аттитюда, которое определялось как *«психологическое переживание индивидом ценности, значения, смысла социального объекта»*, или как *«состояние сознания индивида относительно некоторой социальной ценности»*.

В 1935 г. Д. Олпорт написал обзорную статью по проблеме исследования аттитюда, в которой насчитал 17 дефиниций этого понятия. Из семнадцати определений были выделены те черты аттитюда, которые отмечались всеми исследователями. В окончательном, систематизированном виде они выглядели так. Аттитюд понимался всеми как:

- а) определенное состояние сознания и нервной системы;
- б) выражающее готовность к реакции;
- в) организованное;
- г) на основе предшествующего опыта;
- д) оказывающее направляющее и динамическое влияние на поведение.

Таким образом, были установлены зависимость аттитюда от предшествующего опыта и его важная регулятивная роль в поведении.

Были выделены четыре *функции* аттитюдов:

1) приспособительная (иногда называемая утилитарной, адаптивной) – аттитюд направляет субъекта к тем объектам, которые служат достижению его целей;

2) функция знания – аттитюд дает упрощенные указания относительно способа поведения по отношению к конкретному объекту;

3) функция выражения (иногда называемая функцией ценности, саморегуляции) – аттитюд выступает как средство освобождения субъекта от внутреннего напряжения, выражения себя как личности;

4) функция защиты – аттитюд способствует разрешению внутренних конфликтов личности.

Все эти функции аттитюдов способен выполнить потому, что обладает сложной структурой. В 1942 г. М. Смитом была определена трехкомпонентная структура аттитюда, в которой выделяются:

а) когнитивный компонент (осознание объектом социальной установки);

б) аффективный компонент (эмоциональная оценка объекта, выявление чувства симпатии или антипатии к нему);

в) поведенческий (конативный) компонент (последовательное поведение по отношению к объекту).

С этой позиции социальная, установка определяется как осознание, оценка, готовность действовать.

3. Аттитюды и реальное поведение

В течение длительного времени изучения аттитюдов не возникало сомнений в том, что знание аттитюда полезно потому, что позволяет прогнозировать поведение.

Казалось само собой разумеющимся, что аттитюду соответствует определенное поведение. Однако вскоре возникло затруднение в объяснении связи аттитюдов – поведение. Оно было обнаружено после осуществления известного эксперимента Р. Лапьера в 1934 г. Эксперимент состоял в следующем. Лапьер с двумя студентами-китайцами путешествовал по США. Они посетили 252 отеля и почти во всех случаях (за исключением одного) встретили в них нормальный прием, соответствующий стандартам сервиса. Никакого различия в обслуживании самого Лапьера и его студентов-китайцев обнаружено не было. После завершения путешествия (спустя два года) Лапьер обратился в 251 отель с письмами, в которых содержалась

просьба ответить, может ли он надеяться вновь на гостеприимство, если посетит отель в сопровождении тех же двух китайцев, теперь уже его сотрудников. Ответ пришел из 128 отелей, причем только в одном содержалось согласие, в 52% был отказ, в остальных уклончивые формулировки. Лапьер интерпретировал эти данные так, что между отношением к лицам китайской национальности и реальным поведением хозяев отелей существует расхождение. Из ответов на письма можно было заключить о наличии негативного отношения, в то время как в реальном поведении он не был проявлен, напротив, поведение было организовано так, как если бы совершалось на основании позитивного отношения.

Этот вывод получил название «парадокса Лапьера» и дал основания для глубокого скептицизма относительно изучения отношения. Если реальное поведение не строится в соответствии с отношением, какой смысл в изучении этого феномена? Упадок интереса к отношениям в значительной мере был связан с обнаружением этого эффекта.

В последующие годы предпринимались различные меры для преодоления обозначившихся трудностей. С одной стороны, были сделаны усилия для совершенствования техники измерений отношений, с другой стороны, выдвигались новые объяснительные гипотезы.

М. Рокич высказал идею, что у человека существуют одновременно два отношения: на объект и на ситуацию. «Включаться» может то один, то другое отношение. В эксперименте Лапьера отношение на объект было негативным (отношение к китайцам), но возобладало отношение на ситуацию – хозяин отеля в конкретной ситуации действовал согласно принятым нормам сервиса. В предложении Д. Каца и Э. Стотленда мысль о различном проявлении каких-то разных сторон отношения приобрела иную форму: они предположили, что в разных ситуациях могут проявляться то когнитивный, то аффективный компоненты отношения и результат поэтому будет различным.

Стремление найти новые обоснования связи отношений с поведением обусловило возрождение интереса к этой проблематике. В 1980-е годы было предложено несколько новых объяснений «неуспеха» Лапьера. Прежде всего были установлены причины, «осложняющие» воздействие отношения на поведение, и вместе с тем факторы, которые могут противостоять этим причинам: сила отношения (отношение считается сильным, если он в ответ на стимул возникает немедленно: «змея» – «зло!»), ожидаемость отношения («я так и знал!»). Таким образом, были оговорены условия, при которых положение о влиянии отношения на поведение сохраняло свое значение.

Другие попытки связаны с разработкой особых теорий, также оговаривающих более сложную связь между отношением и поведением. А. Айзен и М. Фишбайн предложили идею «точечного совпадения» элементов отношения и поведения, суть которой состоит в том, что необходимо сравнивать однопорядковые уровни того и другого явления, а именно: если берется «глобальный» отношение, то его надо сравнивать не с отдельным поведенче-

ским актом, а с целой их совокупностью. В противном случае совпадения не будет, но это и не будет доказательством ложности общего положения о связи аттитюдов с поведением. Близкую теорию – «смывающего потока» – предложил Л. Райтсмен, перечислив обстоятельства, которые как бы «смывают» очевидность влияния аттитюда на поведение (например, «вмешательство» других факторов, столкновение противоречивых аттитюдов и пр.).

Все названные подходы пытались сохранить устоявшееся положение о том, что знание аттитюда полезно, поскольку позволяет – с той или иной степенью уверенности – прогнозировать поведение. По-видимому, не слишком большая убедительность аргументации заставила искать и принципиально иной подход к вопросу. Д. Бем предположил, что существует обратное отношение между аттитюдом и поведением, а именно: поведение влияет на аттитюд. Логика его рассуждений такова: возможно, что человек сначала наблюдает свое поведение (не ходит на рок-концерты), а лишь затем умозаключает о своем аттитюде (не любит рок-музыку).

Поиски свидетельствуют о признании важности проблемы аттитюдов для объяснения поведения. Однако, поскольку исчерпывающих объяснительных моделей создать так и не удалось, вопрос упирается как минимум в две общие методологические трудности. С одной стороны, все исследования, как правило, ведутся в условиях лаборатории: это и упрощает исследовательские ситуации (схематизирует их), и отрывает их от реального социального контекста. С другой стороны, даже если эксперименты и выносятся в поле, объяснения все равно строятся лишь при помощи апелляций к микросреде, в отрыве от рассмотрения поведения личности в более широкой социальной структуре. Изучение социальных установок вряд ли может быть продуктивным при соблюдении лишь предложенных норм исследования.

4. Иерархическая структура диспозиций личности

Интерпретацию социальной установки как целостного образования, понимаемую в социальном контексте, предложил В.А. Ядов в «Диспозиционной концепции регуляции социального поведения личности». Основная идея, лежащая в основе этой концепции, заключается в том, что человек обладает сложной системой диспозиционных образований, которые регулируют его поведение и деятельность.

Диспозиция личности – предрасположенность субъекта к поведенческому акту, действию, поступку, реакции на внешнюю среду и др. людей.

Примером диспозиции личности может быть общая направленность, ценностные ориентации, смысл жизни, установка на диалогическое общение и добрые взаимоотношения, помощь другим людям.

Эти диспозиции организованы иерархически, т.е. в системе можно обозначить более низкие и более высокие их уровни.

В.А. Ядов выделяет соответственно четыре *уровня диспозиций*:

I уровень составляют элементарные фиксированные установки (настроенность на поведение); они формируются на основе витальных потребностей и в простейших ситуациях (в условиях семейного окружения и в самых низших «предметных ситуациях»). Этот уровень диспозиций можно обозначить как «установка».

II уровень – это более сложные диспозиции, которые формируются на основе потребности человека в общении, осуществляемом в малой группе, и соответственно в тех ситуациях, которые заданы деятельностью в этой группе.

Здесь регулятивная роль диспозиции заключается в том, что личность уже вырабатывает какие-то определенные отношения к тем социальным объектам, которые включены в деятельность на данном ее уровне.

Диспозиция такого рода соответствует социальной фиксированной установке, или аттитюду. Аттитюд, по сравнению с фиксированной установкой, имеет трехкомпонентную структуру: когнитивный, аффективный и поведенческий компоненты.

III уровень имеет дело с такими диспозициями, в которых фиксируется общая направленность интересов личности относительно конкретной сферы социальной активности (например, конкретная «работа», «конкретная область досуга» и т.д.).

На этом уровне диспозицией является общая направленность интересов личности (или базовые социальные установки), которая объясняет концентрированность личности на какой-то определенной сфере деятельности, отношение к этой сфере.

Базовые социальные установки имеют трехкомпонентную структуру, т.е. не столько выражение отношения к определенному социальному объекту, сколько к каким-то более значимым социальным областям.

IV уровень – высший уровень образует система ценностных ориентаций личности. Ценностные ориентации, таким образом, тоже разнообразность диспозиционных образований, но они отличаются от предшествующих уровней диспозиций тем, что регулируют поведение и деятельность личности в наиболее значимых ситуациях ее социальной активности.

В системе ценностных ориентаций личности выражается отношение ее к целям жизнедеятельности. К средствам удовлетворения этих целей, т.е. к таким «обстоятельствам» жизни, которые могут быть детерминированы только общими социальными условиями, типом общества, системой его экономических, политических и идеологических принципов.

Предложенная иерархия выступает как регулятивная система по отношению к поведению личности:

- 1) уровень обозначает регуляцию непосредственных реакций субъекта на актуальную предметную ситуацию;
- 2) уровень регулирует поступки личности, осуществляемые в привычных ситуациях;

3) уровень регулирует систему поступков, что можно назвать поведением;

4) уровень регулирует целостность поведения, или собственно деятельность личности.

Диспозиционная концепция объясняет, что в каждой конкретной ситуации поведения работают разные уровни диспозиций.

Литература

1. Андреева Г.М. Психология социального познания. – М., 2000.
2. Андреева Г.М. Социальная психология. – М., 2006.
3. Асмолов А.Г. Деятельность и установка. – М., 1979.
4. Белинская Е.П., Тихомандрицкая О.А. Социальная психология личности. – М., 2001.
5. Магун В.С. Потребности и психология социальной деятельности личности. – Л., 1983.
6. Майерс Д. Социальная психология: пер. с англ. – М., 1997.
7. Тихомандрицкая О.А. Социальные изменения и изменение социальных установок // Социальная психология в современном мире. – М., 2002.
8. Узнадзе Д.И. Экспериментальные основы исследования установки // Психологические исследования. – М., 1966.
9. Ядов В.А. О диспозиционной регуляции социального поведения личности // Методологические проблемы социальной психологии. – М., 1975.

Вопросы для самоконтроля и повторения

1. Существует ли отличие понятия «установка» от понятия «социальная установка». В чем проявляется это отличие?
2. В результате чего происходит формирование социальной установки?
3. Периоды исследования аттитюда.
4. Понятие аттитюда.
5. Функции аттитюда.
6. Структура аттитюда.
7. Чем объясняется связь «аттитюд – поведение»?
8. Иерархическая структура диспозиций личности.

Тема 8. Личность в группе: социальная идентичность

Доказать человеку необходимость знания – это все равно, что убеждать его в полезности зрения.

М. Горький

План

1. Проблемы личности в социальной психологии.
2. Социально-психологические качества личности.
3. Социальная идентичность личности.

1. Проблемы личности в социальной психологии

Личность – предмет исследования множества наук, не только психологии и тем более социальной психологии.

Как раз выделение собственно социально-психологического аспекта личности и человеческой деятельности представляет определенную трудность, ибо он в равной мере соприкасается с социологическим и общепсихологическим подходами к изучению личности как целостности психологических свойств и процессов.

При характеристике основных позиций в дискуссии о предмете социальной психологии уже говорилось о том, что одна из них понимала преимущественно под задачей социальной психологии исследование именно личности, хотя и добавлялось при этом, что личность должна рассматриваться в контексте группы. Но так или иначе акцент был сделан на социально обусловленные характеристики личности, на формирование у нее определенных качеств в результате социального воздействия.

Важно для социальной психологии установить отличие своего подхода к личности от подхода к ней в двух «родительских» дисциплинах – социологии и психологии. Так, в структуре социологического знания довольно точно обозначен раздел «Социология личности», в общей психологии – «Психология личности». Относительно этих двух разделов в социально-психологической науке раздел «Социальная психология личности».

Задача – определить «границы» между тремя науками в подходе к изучению личности.

Социологический подход.

1. Личность рассматривается как представитель определенной социальной группы. В.А. Ядов, отмечая эту специфику социологического интереса к личности, усматривает ее в том, что для социологии личность «важна не как индивидуальность, а как обезличенная личность, как социальный тип, как деиндивидуализированная, деперсонофицированная личность».

2. Изучается личность с позиции того, как в ней воплощаются значимые для группы характеристики и как эти характеристики личность представляет в различных массовых действиях. Главная проблема социологического анализа личности – проблема социальной типологии лично-

сти, то, что «привязывает» личность к социальной группе, а не то особенное, что отличает от других индивидов.

3. Для социолога личность есть интеграция социально заданных функций, ролей; это прежде всего субъект исторического социально-экономического процесса, его продукт.

Общепсихологический подход – это исследование человека как носителя совокупности психических свойств и качеств, определяющих социально значимые формы деятельности и поведения.

В противоположность социологическому подходу здесь подчеркивается:

1. Изучение внутренних, субъективных отношений и качеств человека, делающих его личностью, членом общества, мотивация его поведения и деятельности, т.е. его осознание побуждения к активности.

2. Изучение структуры социально обусловленных качеств (характер, способности, направленность и т.д.).

Но что касается общепсихологического подхода, то здесь существует многообразие точек зрения на описание личности. В основном это затрагивает проблему структуры личности.

Как справедливо отмечает И.С. Кон, многозначность понятия личность приводит к тому, что одни понимают под личностью конкретного субъекта деятельности в единстве его индивидуальных свойств и его социальных ролей; другие как социальное свойство индивида, как совокупность социально значимых черт, образовавшихся во взаимодействии с другими людьми, делающие его субъектом труда, познания, общения.

А.Г. Ковалев предложил различать в личности три образования: психические процессы, психические свойства и психические состояния.

Специально вопрос о структуре личности освящался *К.К. Платоновым*:

- 1) биологическая подструктура (пол, возраст, темперамент);
- 2) психологическая подструктура, включающая индивидуальные свойства познавательных и психических процессов;
- 3) подструктура социального опыта (знания, умения, навыки и привычки);
- 4) подструктура направленности личности (влечения, желания, интересы, склонности, идеалы, индивидуальная картина мира, высшая форма направленности – убеждения).

Общая психология концентрирует внимание в основном на первых трех подструктурах. Собственно психология личности в общей психологии по такой схеме не представлена.

Принципиально иной подход к вопросам был предложен А.Н. Леонтьевым. Суть их сводится к тому, что личность рассматривается в неразрывной связи с деятельностью.

Все разделы психологической науки рассматривают личность как изначально данную в системе социальных связей и отношений.

Социально-психологическая проблематика личности.

В соответствии со взглядами А.К. Платонова, социальная психология анализирует преимущественно четвертую подструктуру личности.

При определении специфики социально-психологического подхода к исследованию личности надо исходить из двух положений:

- 1) из понимания самого предмета социальной психологии;
- 2) из какого-нибудь одного принимаемого в общей психологии понимания личности.

Социальная психология выясняет, каким образом, т.е., прежде всего, в каких конкретных группах личность, с одной стороны, усваивает социальные влияния (через какую из систем ее деятельности) и, с другой, каким образом, в каких конкретных группах она реализует свою социальную сущность (через какие конкретные виды совместной деятельности).

Отличие от социологического подхода:

- каким образом сформировались социально-типические черты, почему в одних условиях формирования они выявились в большем объеме, а в других условиях какие-то иные социально-психические черты возникли вопреки принадлежности личности к определенной социальной группе;
- акцент на микросреду формирования личности;
- в большей мере учитывается система межличностных отношений.

Отличие от общепсихологического подхода:

Социальная психология рассматривает поведение и деятельность социально детерминированной личности в конкретных реальных социальных группах, индивидуальный вклад каждой личности в деятельность группы, причины, от которых зависит величина этого вклада в общую деятельность.

Точнее, изучаются два ряда таких причин:

- 1) коренящиеся в характере и уровне развития группы, в которых личность действует;
- 2) коренящиеся в самой личности, в условиях ее социализации.

Главный ориентир социальной психологии – взаимоотношение личности с группой.

Проблематика личности в социальной психологии.

1. Проблема социализации личности (изучение конкретного жизненного пути личности, тех ячеек микро- и макросреды, через которые она прошла путь своего развития).

2. Проблема влияния общества на личность через определенные социальные группы.

3. Проблема социальной установки (активное усвоение личностью всей системы социальных связей, как личность действует в условиях активного общения с другими в реальных ситуациях и группы).

4. Проблематика лидерства, но с тем оттенком, который связан с личностными характеристиками лидерства как социального явления.

5. Проблема мотивации личности при участии в коллективной деятельности.

6. Проблема аттракции, рассматриваемая с точки зрения некоторых черт эмоциональной сферы личности.

Б.С. Братусь выделяет несколько уровней в структуре личности. В основании его иерархии – важнейший для его характеристики личности типичный способ отношения к другому человеку, другим людям и, собственно, к самому себе:

1-й уровень – эгоцентрический, он определяется стремлением к собственному удобству, выгоде, отношением к себе здесь как к единице самооценности.

2-й уровень – группоцентрический, на нем человек идентифицирует себя с какой-либо группой, и отношение его к другим людям зависит от того, входят эти другие в его группу или нет.

3-й уровень – просоциальный, или гуманистический, характеризуется ориентацией на благо всех других. Принцип самооценности человека становится всеобщим.

4-й уровень – духовный, или эсхатологический, характеризуется сакральной направленностью.

2. Социально-психологические качества личности

Выделение такого класса качеств личности допускает разные суждения по этому вопросу, зависящие от решения более общих методологических проблем. Самыми главными из них являются следующие:

1) различие трактовок самого понятия «личность» в общей психологии, о чем речь уже шла выше. Если «личность» – синоним термина «человек», то, естественно, описание ее качеств (свойств, черт) должно включать в себя все характеристики человека. Если «личность» сама по себе есть лишь социальное качество человека, то набор ее свойств должен ограничиваться социальными свойствами;

2) неоднозначность употребления понятий «социальные свойства личности» и «социально-психологические свойства личности». Каждое из этих понятий употребляется в определенной системе отсчета: когда говорят о «социальных свойствах личности», то это обычно делается в рамках решения общей проблемы соотношения биологического и социального; когда употребляют понятие «социально-психологические свойства личности», то чаще делают это при противопоставлении социально-психологического и общепсихологического подходов. Но такое употребление понятий не является строгим: иногда они используются как синонимы, что также затрудняет анализ.

До тех пор пока не получены однозначные ответы на принципиальные вопросы, нельзя ждать однозначности и в решении более частных проблем. Поэтому на уровне социально-психологического анализа также

имеются противоречивые суждения, например, по следующим пунктам: а) сам перечень социально-психологических качеств (свойств) личности и критериев для их выделения; б) соотношение качеств (свойств) и способностей личности (причем имеются в виду именно «социально-психологические способности»).

Что касается перечня качеств, то принципы его построения весьма различны: это могут быть качества, изучаемые при помощи личностных тестов (прежде всего тестов Г. Айзенка и Р. Кеттела), или индивидуально-психологические особенности человека, или вообще полный набор самых разнообразных черт и свойств человека. Не случайно во многих зарубежных методиках для выявления качеств личности употребляется термин «прилагательные» (не наименование качеств, а «прилагательные», их описывающие), где в одном ряду перечисляются такие, например, характеристики, как «умный», «трудолюбивый», «добрый», «подозрительный» и т.п.

Лишь иногда выделяется какая-то особая группа качеств, которые более определенно относятся к «социально-психологическим» и рассматриваются как «вторичные» по отношению к «базовым» свойствам, изучаемым в общей психологии. Они сведены в четыре группы:

1) обеспечивающие развитие и использование социальных способностей (социальной перцепции, воображения, интеллекта, характеристик межличностного оценивания);

2) формирующиеся во взаимодействии членов группы и в результате ее социального влияния;

3) более общие, связанные с социальным поведением и позицией личности (активность, ответственность, склонность к помощи, сотрудничеству);

4) связанные с общепсихологическими и социально-психологическими свойствами (склонность к авторитарному или демократическому способу действия и мышления, к догматическому или открытому отношению к проблемам и т.д.).

Очевидно, что при всей продуктивности идеи вычленения социально-психологических свойств личности реализация этой идеи не является строгой: вряд ли в предложенной классификации выдержан критерий «вторичности» перечисленных свойств, да и основание классификации остается не вполне ясным.

Еще более неразработанным остается понятие «социально-психологические способности личности», хотя ему уделяется большое внимание в литературе и оно активно используется в экспериментальных исследованиях. В целом вся группа этих способностей связывается с проявлениями личности в общении. Интуитивно из всего набора человеческих способностей выделяются те, которые формируются в различных сторонах процесса общения: «перцептивная способность» (В.А. Лабунская), «способность к эмоциональному отклику» (А.А. Бодалев), «общая способность

к оценке другого» (Г. Олпорт), «наблюдательность» и «проницательность» (Ю.М. Жуков) и т.п. Для обозначения социально-психологических способностей (как, впрочем, и социально-психологических качеств) иногда употребляются вообще различные понятия: «социально-психологическая компетентность», «компетентность в общении», «межличностная компетентность», «социально-перцептивный стиль» и др.

Хотя проблема находится на самых начальных этапах ее разработки, однако, как минимум можно установить согласие в одном пункте: социально-психологические качества личности – это качества, которые формируются в реальных социальных группах, в условиях совместной деятельности с другими людьми, а также в общении с ними.

Качества, непосредственно проявляющиеся в совместной деятельности, в своей совокупности обуславливают эффективность деятельности личности в группе. Категория «эффективность деятельности» обычно используется для характеристики группы. Вместе с тем вклад каждой личности является важной составляющей групповой эффективности. Этот вклад определяется тем, насколько личность умеет взаимодействовать с другими, сотрудничать с ними, участвовать в принятии коллективного решения, разрешать конфликты, соподчинять другим свой индивидуальный стиль деятельности, воспринимать нововведения и т.д. Во всех этих процессах проявляются определенные качества личности, но они не предстают здесь как элементы, из которых «складывается» личность, а именно лишь как проявления ее в конкретных социальных ситуациях. Эти проявления определяют как направленность эффективности личности, так и ее уровень. Группа вырабатывает свои собственные критерии эффективности деятельности каждого из своих членов и с их помощью либо позитивно принимает эффективно действующую личность (и тогда это признак благоприятно развивающихся отношений в группе), либо не принимает ее (и тогда это сигнал о назревании конфликтной ситуации). Та или иная позиция группы в свою очередь влияет на эффективность деятельности каждой отдельной личности, и это имеет огромное практическое значение: позволяет увидеть, стимулирует ли группа эффективность деятельности своих членов или, напротив, сдерживает ее.

Качества личности, проявляющиеся в общении (коммуникативные качества), описаны гораздо полнее.

3. Социальная идентичность личности

Анализ социально-психологических качеств личности необходим для того, чтобы более конкретно понять, каким образом личность «вписывается» в группу, осознает свою принадлежность к ней, иными словами, идентифицируется с группой. Проблема идентичности личности – одна из центральных проблем социальной психологии. Родоначальником постановки этой проблемы считают У. Джемса, который впервые упоминает

о двух аспектах осмысления личностью своей самотождественности: личной и социальной. Если личностная идентичность – самоопределение в терминах физических, интеллектуальных и нравственных черт индивида, то социальная идентичность – самоопределение в терминах отнесения себя к определенной социальной группе.

Осознание личностью себя как принадлежащей группе – эмпирический факт, многократно фиксируемый в обыденной жизни.

Большая заслуга в разработке проблемы идентичности принадлежит, как уже отмечалось, Э. Эриксону, который показал, что формирование идентичности сопровождает человека на протяжении всей его жизни. На определенных этапах этого процесса формируется именно социальная идентичность – оценка значимости своего бытия с точки зрения общества, осознания себя как элемента социального мира.

Наиболее полно проблема социальной идентичности разработана в двух современных концепциях: А. Тэшфела – «теория социальной идентичности» и Дж. Тернера – «теория самокатегоризации». Тэшфелу принадлежит определение социальной идентичности: «Это та часть Я-концепции индивида, которая возникает из осознания своего членства в социальной группе (или группах) вместе с ценностным и эмоциональным значением, придаваемым этому членству». Тернер добавляет к этому, что индивид формирует для себя психологически группу посредством категоризации себя с другими. В структуре социальной идентичности выделено три компонента: когнитивный (знание о моей принадлежности к группе), ценностный (позитивная или негативная оценка группы), эмоциональный (принятие либо отвержение «своей» группы).

Социальная идентичность личности позволяет человеку делить мир на «мы» и «они», на «похожих» и «непохожих», и не случайно Тэшфел разрабатывал свою теорию в контексте изучения межгрупповых отношений. Человек одновременно может быть членом многих групп («множественная идентичность»), и линия его поведения в каждой конкретной ситуации будет обусловлена тем, какая группа в данном контексте для него является наиболее значимой. Человеку всегда свойственно сохранять позитивный образ своей группы, и если он почему-либо разрушается, исходом может быть уход из группы, переход в другую группу. Легко видеть, что это имеет огромное значение в практической жизни.

Позитивный или негативный образ своей группы формируется в зависимости от того, какое место она занимает в обществе. Критерии же этого зависят от типа общества, поскольку в нем по-разному оцениваются различные социальные группы, в частности, по половому, национальному или религиозному признаку. Сама возможность перехода из одной группы в другую также обусловлена характером общественных отношений: в тоталитарных обществах человек в большей мере привязан к группе, в демократических существует больше возможностей для индивидуальной мо-

бильности. Поэтому социальная идентичность личности есть один из механизмов, связывающих личность и общество.

Исследования последних лет выявили и еще один аспект социальной идентичности: ее временные аспекты (М. Синирелла). Речь идет о том, что потребность в позитивном образе своей группы заставляет человека анализировать не только свою принадлежность к определенной группе сегодня, но и оценивать предшествующие группы, к которым он принадлежал. Что еще более важно, планировать свою будущую, так называемую возможную, идентичность, т.е. определение группы (или групп), в которой я вижу себя в своей дальнейшей жизни.

Разработка проблем социальной идентичности позволяет по-новому взглянуть на перспективы исследований личности в социальной психологии. Традиционная постановка проблемы – личность и группа – требует преодоления как минимум двух ложных стереотипов.

Одним из них является молчаливое предположение, что анализируется одна личность, даже если она рассмотрена внутри группы. Сама же группа при этом предстает как некоторая целостность, состав которой в данном контексте не уточняется: можно предположить, что другие члены группы личностями, по-видимому, не являются. Здесь сразу же обнаруживается ряд трудностей. Разве в действительности одна личность взаимодействует с группой? Их может быть несколько, в пределе вся группа может состоять из личностей. Группа, состоящая из личностей, – это такая реальность, в которой качества, присущие одному из ее членов, нельзя рассматривать чем-то принципиально отличающимся от качеств, присущих другим членам: все члены группы – личности и именно их взаимодействие дано как реальная жизнедеятельность группы. Проблема преобразуется, таким образом, из проблемы «личность в группе» в проблему «личности в группе». Трудно переоценить практическую перспективу такого подхода, особенно при анализе таких общественных процессов, как демократизация, развитие социальной справедливости и т.п.

Другая трудность, которую тоже необходимо преодолеть: рассмотрение личности в контексте одной группы. Но исследования социальной идентичности отчетливо показали необходимость рассмотрения системы групп, в которые включен человек и в которых он действует. Введенный в социальную психологию раздел «Психология межгрупповых отношений» описывает и эту сферу реальной жизнедеятельности групп. Но она принимается в расчет лишь при исследовании групп. Как только вопрос переносится в сферу изучения личности, социальная психология утрачивает такое свое завоевание, как анализ межгрупповых отношений: личность вновь упорно «помещается» лишь в одну группу. Хотя проблема множественной идентичности, конечно, ставится, однако принцип исследования личности как функционирующей в системе групп при этом остается не вполне реализованным.

Реальное богатство связей каждой личности с миром состоит именно в богатстве ее связей, порождаемых системой групп, в которые она включена. Ее социально-психологические качества формируются всеми группами членства, так же, как и временными образованиями, в которых личность принимает участие (социальные, массовые движения, например).

Литература

1. Андреева Г.М. Психология социального познания. – М.: Аспект Пресс, 2000.
2. Андреева Г.М. Социальная психология. – М., 2006.
3. Белинская Е.П., Тихомандрицкая О.А. Социальная психология личности. – М., 2001.
4. Коломинский Я.Л. Психология взаимоотношений в малых группах. – Мн., 1976.
5. Ядов В.А. Социальная идентификация личности. – М., 1994.

Вопросы для самоконтроля и повторения

1. Как рассматривает личность социологический подход?
2. Какие основные положения в исследовании личности рассматривает общепсихологический подход?
3. В чем отличие изучения личности в социальной психологии от социологического подхода?
4. В чем отличие изучения личности в социальной психологии от общепсихологического подхода?
5. Проблематика личности в социальной психологии.
6. Какие качества личности относят к социально-психологическим?
7. Социальная идентичность личности.

Тема 9. Психология массового стихийного поведения

Судьбы народов определяются их характером, а никак не правительствами... Тщательное сочинение конституции представляется совсем ненужным упражнением в риторике, так как время и нужда сами позаботятся о том, чтобы выработать подходящую, форму конституции...

Гюстав Лебон,
«Психология толп».

План

1. Толпа и закономерности ее поведения.
2. Виды толпы.
3. Массовая паника: факторы и механизмы.

1. Толпа и закономерности ее поведения

Массовое стихийное поведение – различные формы поведения толпы, циркуляция слухов, мода и прочие массовидные явления.

Изучение данной феноменологии во второй половине XIX века привело к формированию двух основополагающих социально-психологических школ: немецкой психологии народов (М. Лацаурус, Г. Штейнталь, В. Вундт) и франко-итальянской психологии масс (Г. Лебон, Г. Тард, В. Парето, Ш. Сигеле). В России массовидные явления изучались Михайловским (субъективная социология), В.М. Бехтеревым (коллективная рефлексология), А.Л. Чижевским (гелиопсихология).

Толпа – это универсальное средство «усреднения людей» – стоит большому (или не очень большому) количеству людей собраться в одном месте, как сразу же происходит процесс усреднения – люди с более высокой психологической организацией опускаются до уровня людей с низшей психологией. Формулировка термина «толпа», по Г. Лебону, не носит оценочных характеристик – это название человеческого коллектива, имеющего особые черты, не сводящиеся к совокупности черт составляющих его индивидов, социальная система.

В толпе исчезает личность, чувства и мысли индивидов толпы нивелируются, она обладает как бы единой душой (этот принцип выражается в «законе духовного единства толпы»).

Индивиды толпы не обязательно должны присутствовать в одном месте. Достаточно, чтобы они обладали единообразием мыслей и чувств.

Поскольку в толпе доминируют бессознательные составляющие, толпа заурядна, т.е. глуха, хотя может состоять из умных и образованных людей. В толпе индивид, с одной стороны, вследствие численности массы, приобретает «сознание непреодолимой силы», а с другой – поскольку толпа анонимна – теряет чувство ответственности.

В толпе индивиды заражают друг друга чувствами, мыслями и действиями. Восприимчивость к внушению в толпе приводит к тому, что у индивидов как бы исчезает, «засыпает» сознательная личность и они ста-

новятся автоматами, готовыми на любые действия, в том числе и на самопожертвование. Обобщив можно заключить, что *толпа* – это множество людей, не связанных между собой сознаваемой общностью целей и единой позиционно-ролевой организацией, но объединенных общим центром внимания и сходством эмоционального состояния.

2. Виды толпы

Большое количество наблюдений и специальных исследований массового стихийного поведения позволило вывести следующую условную классификацию:

1) *оказиональная толпа* (от англ. occasion – случай) – множество людей («зеваки»), собравшихся по поводу неожиданного уличного происшествия. Доминирующая эмоция – любопытство;

2) *конвенциональная толпа* (от англ. convention – условность) собирается по поводу заранее объявленного события: митинг, концерт рок-группы, футбольный матч и т.д. Здесь преобладает более организованный интерес, и люди до поры до времени (пока сохраняют качество конвенциональной толпы) готовы следовать определенным условиям (конвенциям);

3) *экспрессивная толпа* (от англ. expression – выражение), ритмично выражающая ту или иную эмоцию: радость, энтузиазм, протест и т.д. Доминирующие эмоции здесь могут быть различны, главная характеристика – ритмичность выражения;

3-а) *экстатическая толпа* (от англ. ecstasy) – экстремальная форма экспрессивной толпы. Достигшие экстаза люди самозабвенно истязают себя цепями, рвут на себе одежду, танцуют до изнеможения, подчас смертельного, не в силах остановиться и т.д.;

4) *действующая (active) толпа* – наиболее опасная разновидность, в рамках которой, в свою очередь, можно выделить следующие подвиды:

4-а) *агрессивная толпа*. Доминирующая эмоция – ярость, злоба по отношению к объекту;

4-б) *паническая толпа*. Доминанта – страх. Ужас, стремление у каждого индивидуально избежать реальной или воображаемой опасности;

4-в) *стяжательная толпа* – люди, вступившие в неорганизованный конфликт за обладание некоторой ценностью. Доминанта – жадность. Жажда приобретения. В конкретных ситуациях может сопровождаться страхом, злобой или обожанием;

4-г) *повстанческая толпа* по ряду признаков сходна с агрессивной, однако отличается от нее социально справедливым характером возмущения. Практически это выражается тем, что при наличии активного организующего звена в повстанческую толпу может быть внесено организационное начало.

Приведенная классификация является достаточно условной. В практическом плане свойство толпы – превращаемость, т.е. насколько быстро толпа образовалась, она сравнительно легко превращается из одного вида в другой.

Такие превращения могут происходить спонтанно, т.е. без чьего-либо сознательного намерения, но могут быть спровоцированы умышленно.

3. Массовая паника: факторы и механизмы

Выявлено четыре комплекса *предпосылок (факторов) превращения более или менее организованной группы в паническую толпу*:

1) социальные предпосылки – общая напряженность в обществе, вызванная природными, экономическими или политическими бедствиями, землетрясение, наводнение, резкое падение курса валюты, начало или неудачное ведение боевых действий и т.д.;

2) физиологические предпосылки – усталость, голод, долгая бессонница, действие алкоголя, наркотиков. При этом снижается уровень индивидуального самоконтроля, что при массовом скоплении людей чревато особо опасными последствиями;

3) общепсихологические предпосылки – удивление, испуг, вызванные недостаточной информированностью о вероятной опасности и возможных способах противодействия;

4) социально-психологические и идеологические предпосылки – отсутствие ясной и высокозначимой цели, эффективного лидерства, недостаточное доверие к лидерам и низкий уровень групповой сплоченности.

Наблюдения и специальные исследования, в том числе и экспериментальные, показывают, что последний, четвертый комплекс факторов является решающим. В низкосплоченной, слабоинтегрированной группе панику способна вызвать минимальная или вообще мифическая опасность; при этом весьма характерны ситуации, когда единственным источником опасности становится собственное паническое поведение толпы. Вместе с тем высокосплоченный целеустремленный коллектив способен избежать признаков паники даже при безусловной смертельной опасности.

Механизмы образования толпы – слухи и циркулярная реакция.

Циркулярная реакция (синоним: эмоциональное кружение) – процесс обоюдного заражения, по мере интенсификации которого взаимодействие между индивидами опускается с семантического (коммуникация) на психофизиологический уровень. При этом, в отличие от коммуникации, в процессе которой индивидуальность каждого партнера сохраняется и в тенденции возрастает, эмоциональное кружение ситуативно стирает индивидуальные различия. Снижается влияние на поведение личностного опыта, личностной и ролевой идентификации, здравого смысла. Индивид чувствует и поведенчески реагирует «как все». Происходит эволюционная регрессия: актуализируются низшие, более примитивные пласты психики, и группа деградирует в толпу.

У человека, охваченного процессом кружения, возрастает восприимчивость к импульсам, исходящим изнутри толпы, и одновременно снижается восприимчивость извне.

Слух – передача эмоционально значимых для аудитории сведений по каналам межличностной коммуникации.

Выделяют различные основания для классификации слухов. Главные из них – *экспрессивный* и *информационный* параметры.

В первом случае речь идет об эмоциональном содержании сюжета слуха; во втором – о степени его достоверности.

По экспрессивному параметру различают три типа слухов: *слух-желание*, *слух-пугало*, *агрессивный слух*.

В разнородной аудитории один и тот же слух может принимать различную эмоциональную окраску. В общем характеризовать тот или иной слух по данному параметру следует не на основании самого сюжета (это часто дезориентирует), а по реакции людей.

По информационному параметру слухи различаются от *полностью недостоверных* до *близких к действительности*.

Циркулирующий слух, будучи активным фактором социальной жизни, как бы «подстраивает» объективную реальность под свой сюжет. В процессе циркуляции сюжет претерпевает ряд закономерных изменений, более или менее искажающих начальную версию. Изменения носят следующий характер:

– *сглаживание*: многие детали исходного сюжета в процессе многократной передачи исчезают; сохраняются лишь те детали, которые в глазах аудитории особенно существенны;

– *заострение*: сохраняющиеся детали увеличиваются количественно и качественно. Какие детали сглаживаются, а какие заостряются, – зависит не столько от объективной значимости, сколько от стереотипов, установок, общего настроения и состояния массы. Те детали, которые в одних случаях наверняка бы отфильтровались, в других становятся доминирующими;

– *приспособление*: под стереотипы и ожидания аудитории подстраиваются лишь отдельные детали (без выраженных симптомов сглаживания или заострения), но таким образом, что это решительно изменяет социальное содержание события.

Литература

1. Семечкин Н.И. Социальная психология: учебник. – Ростов н/Д, «Феникс», 2003.
2. Психология социальных ситуаций / Сост. и общ. ред. Н.В. Гришиной. – СПб.: Питер, 2001.
3. Психология влияния / сост. А.В. Морозов. – СПб.: Питер, 2002.
4. Назаретян А.П. Психология массового стихийного поведения // Мир психологии. – 1998. – № 1 (13).

Вопросы для самоконтроля и повторения

1. Чем отличается достаточно устойчивая группа от толпы?
2. Дайте характеристику видам толпы.
3. Основные предпосылки (факторы) превращения более или менее организованной группы в паническую толпу.
4. Механизмы образования толпы.
5. Классификация слухов.

Методические рекомендации к семинарским занятиям

ТЕМА 1. Основные теоретические ориентации современной социальной психологии

План семинарского занятия

А. Контрольная тестовая работа по теме: «Феноменология социальной психологии».

Б. Вопросы для обсуждения:

1. История развития современной социальной психологии.
2. Специфика когнитивного подхода к современной социальной психологии (Л. Фестингер, Т. Ньюком, Ф. Хайдер).
3. Интеракционизм в социальной психологии (Дж. Мид, ролевые теории).
4. Психоаналитическая интерпретация социально-психологических феноменов (З. Фрейд, В. Байон, В. Беннис и Г. Шепард).
5. Бихевиористская традиция в социальной психологии (А. Бандура, Н. Миллер, Дж. Доллард, Д. Тибо и Г. Келли).
6. Гендерный подход в социальной психологии.
7. Конструктивистский и феноменологический подходы в социальной психологии.

Литература

1. Андреева Г.М. Социальная психология: учебное пособие для высш. учеб. заведений / Г.М. Андреева. – 5-е изд., дополн. – М.: Аспект Пресс, 2006. – С. 27–68.
2. Андреева Г.М. Психология социального познания: учебное пособие для высш. учеб. заведений. – М.: Аспект Пресс, 1997. – С. 31–63.
3. Андреева Г.М., Богомолова Н.Н., Петровская Л.А. Символический интеракционизм / Социальная психология: хрестоматия: учеб. пособие для студентов вузов / Сост. Е.П. Белинская, О.А. Тихомандрицкая. – М.: Аспект Пресс, 1999. – С. 111–116.
4. Андреева Г.М., Богомолова Н.Н., Петровская Л.А. Зарубежная социальная психология XX столетия: Теоретические подходы: учеб. пособие для студентов вузов / сост. Г.М. Андреева, Н.Н. Богомолова, Л.А. Петровская. – М.: Аспект Пресс, 2002. – С. 48–221.
5. Битянова М.Р. Социальная психология: наука, практика и образ мыслей: учебное пособие / М.Р. Битянова. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2001. – С. 24–43, 171–177.
6. Крысько В.Г. Социальная психология: учеб. для студентов высш. учеб. заведений. – М.: Изд-во ВЛАДОС-ПРЕСС, 2003. – С. 26–42.
7. Новиков В.В. Социальная психология: феномен и наука. – М.: Изд-во Института психотерапии, 2003. – С. 81–90.

8. Шевандрин Н.И. Социальная психология в образовании: учеб. пособие. Ч. 1. Концептуальные и прикладные основы социальной психологии. – М.: ВЛАДОС, 1995.

9. Янчук В.А. Введение в современную социальную психологию: учеб. пособие для вузов. – Мн.: АСАР, 2005. – С. 69–173.

Самостоятельная работа для слушателей

1. Выполнить тестовые задания по темам № 1, 2.
2. Слушатель пишет реферат на одну из предложенных тем:
 - Необихевиоризм в современной социальной психологии.
 - Когнитивизм как доминирующая ориентация в современной социальной психологии.
 - Теория структурного баланса Ф. Хайдера.
 - Теория социальных представлений С. Московичи.
 - Концепция социальной идентичности А. Тешфела.
 - Интеракционизм в социальной психологии.
 - Специфика психодинамического подхода в социальной психологии.
 - Ролевые теории личности.
 - Теории развития группы В. Бенниса, Г. Шепарда.
 - Гендерная проблематика в социальной психологии.
 - Развитие социальной психологии за рубежом.
 - Развитие советской социальной психологии.
 - Становление и развитие белорусской социальной психологии.

ТЕМА 2. Социально-психологические феномены в малой группе

А. Итоговая контрольная работа по разделу «Социальная психология малой группы».

Б. Дискуссия.

Вопросы для дискуссии:

1. Групповая динамика. Что это означает?
2. Какие возникают социально-психологические феномены влияния людей и группы на человека?
3. Конформизм: это плохо или хорошо? Это естественное или искусственное?
4. Как меньшинство может повлиять на большинство?
5. Как принимаются групповые решения?
6. Психологическая совместимость членов группы. В чем ее значение?
7. Сплоченность в группе. Какие теории сплоченности существуют в зарубежной и отечественной социальной психологии?
8. Каковы отличительные признаки коллектива и этапы его развития?

Литература

Основная:

1. Андреева Г.М. Социальная психология: учеб. для высш. учеб. заведений / Г.М. Андреева. – 5-е изд., дополн. – М.: Аспект Пресс, 2006. – С. 180–241.
2. Битянова М.Р. Социальная психология: наука, практика и образ мыслей: учебное пособие / М.Р. Битянова. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2001. – С. 315–369.
3. Еникеев М.И. Общая и социальная психология: учебник для вузов. – М.: Издательская группа НОРМА-ИНФРА, 2000. – С. 427–433.
4. Майерс Д. Социальная психология. Интенсивный курс. – СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2004. – С. 279–297.
5. Новиков В.В. Социальная психология: феномен и наука. – М.: Изд-во Института психотерапии, 2003. – С. 186–190.
6. Руденский Е.Р. Социальная психология: курс лекций. – М.: ИНФРА, Новосибирск, 1997. – С. 138–179.
7. Социальная психология / Ш. Тейлор, Л. Пипло, Д. Сирс. – 10-е изд. – СПб.: Питер, 2004. – С. 316–347, 397–486.

Дополнительная:

1. Социальная психология: Ключевые идеи / Р. Бэрн, Д. Бирн, Б. Джонсон. – 4-е изд. – СПб.: Питер, 2003.
2. Шевандрин Н.И. Социальная психология в образовании. Ч. 1. – М.: ВЛАДОС, 1995.

Самостоятельная работа для слушателей

1. Выполнить тестовые задания по теме № 4.
2. Каждый слушатель должен подготовить реферат на одну из предложенных тем:
 - Динамические процессы в малой группе.
 - Влияние меньшинства в группе.
 - Исследования в школе «групповой динамики» К. Левина.
 - Коллектив как высшая стадия развития группы.
 - Теории сплоченности в зарубежной социальной психологии.
 - Теории сплоченности в отечественной социальной психологии.

ТЕМА 3. Личность в социальной психологии

А. Индивидуальные задания по теме занятия.

Б. Вопросы для обсуждения:

1. Специфика социально-психологической проблематики личности.
2. Социальная идентичность. Теоретические направления в изучении социальной идентичности.
3. Социализация личности. Различные подходы к проблеме социализации.
4. Проблема социализации.

5. Стадии социализации личности.
6. Механизмы социализации.
7. Институты социализации.
8. Социально-психологические характеристики личности.

Самостоятельная работа для слушателей

1. Выполнить тестовые задания по теме № 5.
2. Выписать социально-психологические характеристики личности из книги Крысько В.Г. Социальная психология в схемах и комментариях: учебное пособие / В. Крысько. – СПб.: Питер, 2003. – С. 124–125.
3. Составить таблицу «Теоретические подходы к проблеме социализации» по следующей схеме:

№	Название подхода	Авторы	Основные положения

Для составления таблицы можно использовать учебное пособие: Янчук В.А. Введение в современную социальную психологию: учеб. пособие для вузов. – Мн.: АСАР, 2005. – С. 319–337.

Литература

Основная:

1. Андреева Г.М. Социальная психология: учеб. для высш. учеб. заведений / Г.М. Андреева. – 5-е изд., дополн. – М.: Аспект Пресс, 2006. – С. 256–293.
2. Битянова М.Р. Социальная психология: наука, практика и образ мыслей: учебное пособие / М.Р. Битянова. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2001. – С. 387–424.
3. Крысько В.Г. Социальная психология: учеб. для студентов высш. учеб. заведений. – М.: Изд-во ВЛАДОС-ПРЕСС, 2003. – С. 148–172.
4. Розум С.И. Психология социализации и социальной адаптации человека. – СПб.: Речь, 2006. – С. 14–43.
5. Свентицкий А.М. Социальная психология: учебник. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2004. – С. 67–76; 96–115.
6. Янчук В.А. Введение в современную социальную психологию: учеб. пособие для вузов. – Мн.: АСАР, 2005. – С. 237–242; 262–275; 313–348.

Дополнительная:

1. Шевандрин Н.И. Социальная психология в образовании: учеб. пособие. Ч. 1. Концептуальные и прикладные основы социальной психологии. – М.: ВЛАДОС, 1995.
2. Маханько А.И., Иванюк Н.А. Особенности социализации воспитанников интернатных учреждений: пособие. – Мн.: РУМУ ФВН, 2004.

ТЕМА 4. Социальное поведение и социальные установки

А. Индивидуальные задания по теме занятия.

Б. Вопросы для обсуждения:

1. Понятие социальной установки (аттитюда).
2. Концепция диспозиционной регуляции поведения личности.
3. Просоциальное поведение. Гендерные особенности просоциального поведения.
4. Агрессивное поведение. Личностные и ситуативные факторы агрессии.
5. Социальные предубеждения. Формы проявления социальных предубеждений. Преодоление социальных предубеждений.

В. Решение учебных задач.

Самостоятельная работа для слушателей

1. Выполнить тестовые задания по теме № 6.
2. Законспектировать и проанализировать статью Ядова В.А. Диспозиционная концепция личности // Социальная психология в трудах отечественных психологов. – СПб.: Издательство «Питер», 2000. – С. 76–93.

Литература

Основная:

1. Битянова М.Р. Социальная психология: наука, практика и образ мыслей: учебное пособие / М.Р. Битянова. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2001. – С. 424–442.
2. Свентицкий А.М. Социальная психология: учебник. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2004. – С. 118–128.
3. Семечкин Н.И. Социальная психология: учебник. – Ростов н/Д: «Феникс», 2003. – С. 406–456, 547–564.
4. Социальная психология: Ключевые идеи / Р. Бэрон, Д. Бирн, Б. Джонсон. – 4-е изд. – СПб.: Питер, 2003. – С. 216–260, 351–398.
5. Социальная психология / Ш. Тейлор, Л. Пипло, Д. Сирс. – 10-е изд. – СПб.: Питер, 2004. – С. 540–641.
6. Янчук В.А. Введение в современную социальную психологию: учеб. пособие для вузов. – Мн.: АСАР, 2005. – С. 463–472.

Дополнительная:

1. Нартова-Бочавер С. Психология личности и межличностных отношений / С. Нартова-Бочавер. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2001.
2. Майерс Д. Социальная психология. – СПб.: Питер, 1997.

ТЕМА 5. Психология массовой коммуникации

А. Индивидуальные задания по теме занятия.

Б. Вопросы для обсуждения:

1. Структура социально-психологического воздействия.
2. Методы социально-психологического воздействия.
3. Большая группа и массовидные явления.
4. Сущность и характеристики толпы. Виды толпы.
5. Психологические аспекты власти.
6. Средства массовой информации и их влияние на людей.

В. Решение учебных задач.

Самостоятельная работа для слушателей

1. Выполнить тестовые задания по теме № 7.
2. Законспектировать и проанализировать статью Лебон Г. Душа толпы / Социальная психология: хрестоматия: учеб. пособие для студентов вузов / сост. Е.П. Белинская, О.А. Тихомандрицкая. – М.: Аспект Пресс, 1999.
3. Выписать социальные механизмы психологического воздействия из книги Крысько В.Г. Социальная психология в схемах и комментариях: учебное пособие / В. Крысько. – СПб.: Питер, 2003. – С. 242–243. Привести практические примеры использования механизмов социально-психологического воздействия в реальных жизненных ситуациях.

Литература

Основная:

1. Крысько В.Г. Социальная психология в схемах и комментариях: учебное пособие / В. Крысько. – СПб.: Питер, 2003. – С. 180–184.
2. Морозов А.В. Социальная психология: учебник для студентов высших и средних специальных учебных заведений. – М.: Академический проект, 2003. – С. 198–213.
3. Новиков В.В. Социальная психология: феномен и наука. – М.: Изд-во Института психотерапии, 2003. – С. 267–278.
4. Семечкин Н.И. Социальная психология: учебник. – Ростов н/Д: «Феникс», 2003. – С. 32–35; 45–51.
5. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. – СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2003. – С. 17–36, 127–134.
6. Янчук В.А. Введение в современную социальную психологию: учеб. пособие для вузов. – Мн.: АСАР, 2005. – С. 455–463.

Дополнительная:

1. Богомолова Н.Н. Социальная психология радио, печати, телевидения. – М., 1991.
2. Майерс Д. Социальная психология. – СПб.: Питер, 1997.
3. Психология социальных ситуаций / сост. и общ. ред. Н.В. Гришиной. – СПб.: Питер, 2001.
4. Психология влияния / сост. А.В. Морозов. – СПб.: Питер, 2002.

Темы для самостоятельной работы слушателей

1. Необихевиоризм в современной социальной психологии.
2. Когнитивизм как доминирующая ориентация в современной социальной психологии.
3. Теория структурного баланса Ф. Хайдера.
4. Теория социальных представлений С. Московичи.
5. Концепция социальной идентичности А. Тешфела.
6. Интеракционизм в социальной психологии.
7. Специфика психодинамического подхода в социальной психологии.
8. Ролевые теории личности.
9. Теории развития группы В. Бенниса, Г. Шепарда.
10. Гендерная проблематика в социальной психологии.
11. Развитие социальной психологии за рубежом.
12. Развитие советской социальной психологии.
13. Становление и развитие белорусской социальной психологии.
14. Динамические процессы в малой группе.
15. Влияние меньшинства в группе.
16. Исследования в школе «групповой динамики» К. Левина.
17. Коллектив как высшая стадия развития группы.
18. Теории сплоченности в зарубежной социальной психологии.
19. Теории сплоченности в отечественной социальной психологии.
20. Большие социальные группы и психологические механизмы саморегуляции.
21. Толпа и ее социально-психологические характеристики.
22. Общение в сфере средств массовой информации.

- б) психология познавательных процессов;
- в) психология дифференциальных различий;
- г) психология социальных групп.

7. Из нижеперечисленных функций укажите те, которые являются функциями социальной психологии как науки:

- а) мотивационная функция;
- б) мировоззренческая функция;
- в) прогностическая функция;
- г) методологическая функция;
- д) контактная функция.

8. Дополните предложения:

Задачей социальной психологии, с позиции _____, является «познание психологической сущности духа народа, открытие законов, по которым протекает духовная деятельность народов».

Ответы: а) психологии народов; б) психологии масс.

9. Основными базовыми понятиями социальной психологии являются:

- а) социализация;
- б) характер и темперамент;
- в) психические состояния;
- г) социальное поведение;
- д) социальное взаимодействие.

Тема 2. Основные теоретические ориентации современной социальной психологии

10. Восстановите соответствие. В правой колонке дается название теоретического направления в социальной психологии, в левой – краткое изложение взглядов и круга рассматриваемых проблем представителями данного направления:

Направление	Основные взгляды и круг рассматриваемых проблем
А. Когнитивная ориентация	1. Основная проблема – научение. Через научение приобретает весь репертуар наблюдаемого поведения
Б. Необихевиоризм	2. Объяснение социального поведения через систему познавательных процессов и установление баланса когнитивных структур

Направление	Основные взгляды и круг рассматриваемых проблем
В. Психоанализ	3. Формирование личности происходит в ходе взаимодействия, являющегося основной социальной детерминантой человеческого поведения
Г. Интеракционизм	4. Все формы культуры и социальной жизни сводятся к проявлениям первичных влечений. Человек – это «поле битвы» между животной природой и обществом, представленным, прежде всего, семьей

11. Заполните пустующие клетки:

Представители	Теории
Л. Фестингер	
	Теория коммуникативных актов
Дж. Мид	
	Теории агрессии и подражания
Б. Беннис, Г. Шепард	
	Ролевые теории

12. Из данных предложений выберите правильные:

1. Примерами теорий, непосредственно использующих идеи классического психоанализа, являются теории Л. Байона, Л. Шутца, Б. Бенниса и Г. Шепарда.

2. Важными категориями для необихевиоризма в социальной психологии, объясняющими механизмы поведения человека, выступают «социальная роль», «референтная группа», «групповая динамика».

3. Сущность когнитивистского подхода сводится к стремлению объяснить социальное поведение через систему познавательных процессов и установление баланса когнитивных структур.

4. Главным отличием интеракционистского направления является то, что этот подход пришел в социальную психологию из социологии, а не из традиционных психологических школ.

13. Определите рамки гендерного подхода в социальной психологии:

а) исследование социальных норм, обуславливающих то, как реагируют на половые различия отдельный человек, группа или целое культурное сообщество;

б) исследование проблемы взаимосвязи самости с ролями, статусом, социальным типом и другими базовыми категориями;

в) исследование социально-познавательной активности человека по ана-

логии с процессом переработки информации, происходящем в компьютере.

Тема 3. Социально-психологические закономерности общения

14. Из нижеперечисленного выделите стороны процесса общения:

- а) коммуникативная;
- б) эмотивная;
- в) перцептивная;
- г) интерактивная;
- д) прагматическая.

15. К вербальным средствам общения относятся:

- а) система «контакт глаз»;
- б) мимика;
- в) речь;
- г) жесты.

16. К механизмам социальной перцепции относятся:

- а) эмпатия;
- б) конформизм;
- в) каузальная атрибуция;
- г) аттракция;
- д) социализация.

17. Вставьте пропущенное слово:

Восприятие, понимание и оценка людьми социальных объектов: других людей, самих себя, групп, социальных общностей – называется

.....

- а) социальной перцепцией;
- б) коммуникацией;
- в) рефлексией;
- г) манипуляцией.

18. Проксемика – это область знаний, изучающая проблемы:

- а) визуального контакта общающихся;
- б) функций жестов и мимики в общении;
- в) невербальной коммуникации в целом;
- г) пространственной организации общения.

19. Эффект «первичности» предполагает тенденцию людей при противоречивых данных придавать большее значение информации о:

- а) незнакомом человеке, полученной последней;
- б) знакомом человеке, полученной последней;
- в) незнакомом человеке, полученной первой;
- г) знакомом человеке, полученной первой.

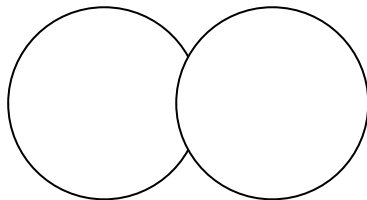
20. Непосредственное общение предполагает:

- а) искренность и открытость партнеров по общению;
- б) общение на конкретную тему;
- в) общение с помощью естественных органов, данных человеку природой.

21. Императивное общение предполагает:

- а) равноправное субъект-субъектное общение;
- б) авторитарную форму взаимодействия с партнером;
- в) скрытное воздействие на партнера с целью достижения своих намерений.

22. Заполните схему «Виды коммуникации»:



- Ответы: а) вербальная и невербальная коммуникация;
б) контактная и неконтактная коммуникация.

23. Из нижеперечисленного выделите коммуникативные барьеры общения:

- а) барьер авторитета;
- б) барьер межгрупповой;
- в) барьер непонимания;
- г) эстетический барьер.

24. К ольфакторной системе невербального общения относятся:

- а) система «контакт глаз»;
- б) запахи;
- в) речь;
- г) жесты.

25. К ведущим стратегиям взаимодействия относятся:

- а) компромисс;
- б) конфликт;
- в) избегание;
- г) противодействие;
- д) намерение;
- е) сотрудничество.

26. Продолжите данное определение:

Форма социального взаимодействия, в которой осуществляется обмен между людьми определенными результатами их психической и духовной деятельности, называется

- а) общением; б) деятельностью.

27. К «эффектам восприятия» можно отнести:

- а) эффект стереотипизации;
б) эффект успеха;
в) эффект края;
г) эффект новизны.

28. Из нижеперечисленного выделите функции общения:

- а) прагматическая;
б) комплексная;
в) внутриличностная;
г) системная;
д) формирующая.

29. К видам взаимодействия можно отнести:

- а) межгрупповое;
б) межличностное;
в) трудное;
г) разовое;

30. Рассмотрение общения как процесса обмена транзакциями, то есть действиями – стимулами и реакциями, которые по содержанию соответствуют трехкомпонентной структуре личности, включающей позиции эмоционального «ребенка», нормативного «родителя», рационального «взрослого», свойственно:

- а) когнитивизму;
б) транзактному анализу;
в) интеракционизму;
г) необихевиоризму.

Тема 4. Социальная психология групп

31. Из нижеперечисленного выберите те, которые относятся к характеристикам малой группы:

- а) слабые контакты;
б) взаимозависимость;
в) общая цель;
г) темперамент;

40. Немногочисленная по составу группа, члены которой объединены общей социальной деятельностью и находятся в непосредственном личном общении:

- а) коллектив;
- б) референтная группа;
- в) лабораторная группа;
- г) малая группа.

41. Продолжите определение:

В ходе групповой дискуссии противоположные мнения, имеющиеся у противоположных группировок людей внутри группы, не только не сближаются, но, и, напротив, сильнее обнажаются, называются

- а) фасилитацией;
- б) групповой поляризацией.

42. Понятие «групповая динамика» ввел в социальную психологию:

- а) К. Левин;
- б) С. Московичи;
- в) А. Бандура;
- г) С. Хайман.

43. Из нижеперечисленного выберите те утверждения, которые относятся к характеристикам руководителя:

- а) назначается официально;
- б) выдвигается стихийно;
- в) представляет группу во внешней организации;
- г) несет официальную ответственность за состояние дел в группе;
- д) в сфере своей активности ограничен внутригрупповыми отношениями;
- е) обладает определенной системой официально установленных санкций для воздействия на членов группы.

44. Продолжите определение:

Член группы, обладающий наибольшей популярностью среди сверстников, называется

- а) руководителем;
- б) звездой группы.

Тема 5. Проблемы личности в социальной психологии

45. Определите авторов подхода к определению сущности социализации:

1. Социализация как процесс полной интеграции личности в социальную систему, в ходе которого происходит ее приспособление – это

2. Социализация как процесс самоактуализации Я-концепции, самореализации личностью своих потенций и творческих способностей, как процесс преодоления негативных влияний среды, мешающих

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

52. Из нижеперечисленного выберите понятия, используемые для объяснения феномена просоциального поведения:

- а) эмпатия;
- б) конфронтация;
- в) социальная ответственность;
- г) альтруизм;
- д) помощь.

53. Перечислите:

По конечной цели агрессия бывает:

- А)
- Б)

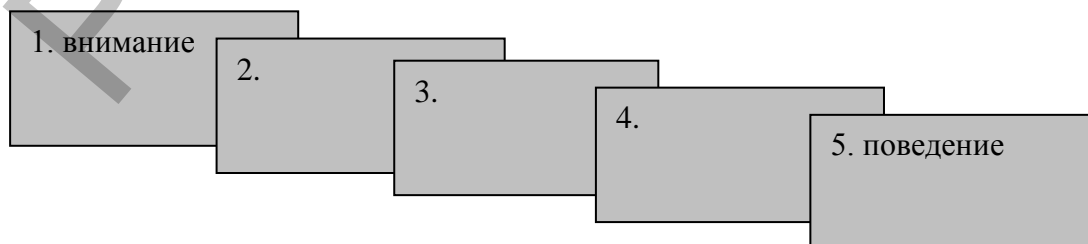
54. Дополните схему.



55. Дайте определение такой формы проявления предубеждений как сексизм.

СЕКСИЗМ

56. Восстановите последовательность шагов в процессуальной модели альтруизма как формы просоциального поведения.



57. Из нижеперечисленного выберите понятия, используемые для объяснения феномена просоциального поведения:

- а) эмпатия;
- б) конфронтация;
- в) социальная ответственность;
- г) альтруизм;
- д) помощь.

58. Дайте определение такой формы проявления предубеждений как эйджизм.

ЭЙДЖИЗМ

59. Перечислите:

По способу выражения агрессия бывает:

- А)
- Б)

Тема 7. Психология массовой коммуникации

60. 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 определенные периоды в данном обществе настроений и быстро меняющихся вкусов и увлечений
5. Мода	Д. Это система приемов самовоздействия, с помощью которой становится возможным управление некоторыми произвольными психическими процессами и состояниями организма

61. К видам толпы относятся следующие:

- а) простая толпа;
- б) компромиссная толпа;
- в) действующая толпа;

г) выборочная.

62. К признакам больших групп относятся:

- а) большое число членов;
- б) наличие непосредственных контактов;
- в) механизмы регуляции: традиции, обычаи;
- г) кратковременное образование.

63. В структуру социально-психологического воздействия входят:

- а) средства;
- б) субъект;
- в) власть;
- г) общение.

64. Выделите основные виды стихийных групп:

- а) масса;
- б) формальная группа;
- в) публика;
- г) общественное мнение.

65. Механизмы поведения в толпе – это:

- а) заражение;
- б) подавление;
- в) массовое внушение;
- г) вытеснение.

Творческие задания для размышления и обсуждения

Тема: «Феноменология социальной психологии»

Задание № 1.

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 по тому, что и как он делает.
- Метод – эта та же теория, но повернутая своим острием на процесс дальнейшего познания и преобразования мира.

Задание № 2.

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 ее языка и культуры, хозяйственного и бытового уклада.

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

Нужно ли специальное изучение психологии коренной нации руководителем (воспитателем, организатором, менеджером, психологом и т.д.) – представителем этой же коренной нации (например, русским, работающим с русскими людьми, изучать русскую национальную психологию)? или само по себе должно сложиться нормальное (эффективное) общение)?

Задание № 3.

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

- Каково теоретическое значение социальной психологии и ее место в психологической науке?
- Каково практическое (прикладное) значение социальной психологии для профессиональной деятельности руководителя, педагога, практического психолога?

Задание № 4.

О каких методах социальной психологии идет речь в следующих описаниях:

- Метод, предполагающий активное вмешательство исследователя в деятельность испытуемых с целью создания наилучших условий для изучения конкретных социально-психологических явлений.
- Метод опосредованного изучения социально-психологических явлений по практическим результатам и предметам совместной деятельности, в которых воплощаются творческие силы и способности людей.
- Метод, используемый для диагностики взаимных симпатий и антипатий между членами группы.
- Метод, который предполагает выявление и анализ мнений о тех или иных социально-психологических явлениях и процессах, полученных от различных людей.

Тема: «Социально-психологические феномены в малой группе»

Задание № 5.

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 № 6.

Выберите из нижеперечисленного списка то, что, на ваш взгляд, делает группу группой.

Доверие, территориальность, взаимная симпатия, принятие, внутригрупповой конфликт, власть лидера, интимность, чувство «Мы», жажда безопасности, комплекс неполноценности, эмпатия, общая цель, общение, совместная деятельность, групповое мышление, социальная перцепция, избегание одиночества, зависимость, общее помещение, эмоциональный дискомфорт, страх, фрустрация, взаимодействие, общая мотивация, переживание принадлежности к группе, тенденция к подчинению, идентификация, общие нравственные ценности.

Задание № 7.

Объясните, какие из нижеперечисленных 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 № 8.

«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 найдется тот, кто знал, что так оно и будет.

Закон Якоби. Ошибаться человеку свойственно, но сваливать ошибки на других – еще 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 Годда. Неважно, что вам говорят – вам говорят не всю правду.

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

Задание № 9.

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» (Э. Доул).
3. Никогда не отворяй дверь тем, кто отворяет ее и без твоего разрешения (С.Е. Лец).
4. Когда люди вольны поступать как угодно, они обычно подражают друг другу (Э. Хеффер).
5. Честолюбие часто заставляет людей предаваться самым низким занятиям; вверх лезут в той же позе, что и ползают (Д. Свифт).
6. Да не устрасит тебя величие: одни рождаются великими, другие достигают величия, третьим его навязывают (У. Шекспир).

Тема: «Общение как социально-психологическое явление»

Задание № 10.

Выберите из этих определений то, которое, на ваш взгляд, с наибольшей полнотой и точностью отражает сущность общения как социально-психологического явления? Возможно ли еще какое-либо определение?

- «Общение – обмен информацией между людьми, их взаимодействие» (Немов Р.С. Психология: в 3 кн. Кн. 1. – М., 1998. – С. 669).
- «Общение – взаимодействие двух или более людей, состоящее в обмене между ними информацией познавательного или аффективно-оценочного характера» (Психологический словарь. – М., 1996. – С. 232).
- «Общение – сложный, многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями совместной деятельности, и включающий в себя обмен информацией, обмен действиями, восприятие и понимание партнера» (Краткий психологический словарь. – М., 1998. – С. 229).
- «Общение – взаимодействие людей, в котором происходит обмен эмоционально-чувственной и рациональной информацией и деятельностью» (Шепель В.М. Настольная книга бизнесмена и менеджера. – М., 1992. – С. 229).
- «Понятие «общение в широком смысле слова» включает в себя « всю совокупность социальных отношений, поскольку социальное отношение – экономическое, политическое или идеологическое – имеет свою социально-психологическую сторону и проявляется в непосредственном или опосредованном контакте между людьми» (Парыгин Б.Д. Социальная психология как наука. – Л.: ЛГУ, 1965. – С. 136).
- «Общение – взаимодействие между людьми, главным образом

непосредственное. Понятие «общение» используется и для характеристики взаимодействий между различными и культурными социальными системами («межнациональное общение», «общение культур»), т.е. в плане более широком, нежели межличностная связь между людьми» (Современный философский словарь. – М., 1996. – С. 337).

Задание № 11.

Исходя из научного содержания понятия «общение», проанализируйте следующее суждение: «Ребенок – это всегда два человека – он и взрослый» (Д.Б. Эльконин). Совпадает ли данное суждение с понятием «общение»?

Задание № 12.

Решите задачи:

1. 12 бурлаков молча тянут баржу. Общение это или нет? Если да, то под какое из определений оно подходит и какому из них противоречит?
2. Мать баюкает месячного младенца. Общение это или нет?
3. Человек смотрит по телевизору балет. Общение это или нет? Если да, то где обмен информацией?
4. Лектор произносит монолог, а аудитория не задает ни одного вопроса, ни подает ни одной реплики, не записывает, но слушает, а слышит ли, понимает ли – сказать трудно. Можно ли это считать общением между лектором и аудиторией?

Задание № 13.

Подумайте:

Функции общения: 1) связующая; 2) формирующая; 3) «подтверждающая»; 4) межличностная (организация и поддержание взаимоотношений между людьми); 5) внутриличностная.

Приведите примеры, к чему может привести невыполнение этих функций?

Тема: «Социальные установки и социальное поведение»

Задание № 14.

Прокомментируйте следующее утверждение:

«Если бы в одно прекрасное утро мы обнаружили, что отныне все люди – одной нации, одной веры и одной расы, то еще до обеда мы бы изобрели новые предубеждения».

Джордж Эйкен (американский сенатор)

Задание № 15.

О какой форме предубеждения идет речь в данных высказываниях:

1. «по своей природе как женщина, так и мужчина могут принимать участие во всех делах, однако женщина во всем немогущее, чем мужчины».

Платон

2. «Многие признаются..... что, хотя у них в мыслях нет предубеждения против чернокожих, они все-таки испытывают брезгливость при рукопожатии с ними. Эти чувства отложились у них с самого детства, они вынесены из родительских семей».

Томас Петтигрю

3. «Ярлыки действуют, как поющие сирены, заставляя нас забывать обо всех более тонких различиях, которые мы в другом случае должны были заметить».

Гордон Олпорт

Задание № 16.

Какой фактор агрессивного поведения описан в следующем примере:

«Прошу тебя, Меркуцио, друг, уйдем: день жаркий, всюду бродят Капулетти; коль встретимся, не миновать нам ссоры. В жару всегда сильнее бушует кровь».

Вильям Шекспир. Ромео и Джульетта

Вопросы к экзамену

1. Предмет, задачи и функции 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 белорусской социальной психологии.
6. Методы социальной психологии. Методики изучения социально-психологических явлений.
7. Когнитивизм как доминирующая ориентация в современной социальной психологии.
8. Интеракционизм в социальной психологии.
9. Психоаналитическая интерпретация социально-психологических феноменов.
10. Бихевиоризм в современной социальной психологии.
11. Гендерный подход в социальной психологии.
12. Конструктивистский и феноменологический подходы в социальной психологии.
13. Общение как социально-психологическое явление.
14. Уровни и критерии эффективности общения.
15. Фазовая динамика процесса общения.
16. Виды общения.
17. Функции общения.
18. Манипулятивное общение.
19. Мужской и женский стили общения.
20. Понятие о вербальной коммуникации.
21. Коммуникативные барьеры общения.
22. Понятие невербальной коммуникации, ее структура. Интерпретация невербального поведения.
23. Социальная перцепция.
24. Механизмы социальной перцепции.
25. Эффекты восприятия.
26. Понятие взаимодействия в социальной психологии. Структура и уровни взаимодействия.
27. Типы и стратегии взаимодействия. Межличностное взаимодействие как общение.
28. Характеристика коммуникации в межличностном общении. Взаимопонимание.
29. Понятие социальной группы. Классификация социальных групп. Различия в понимании групп в социальной психологии и социологии.
30. Понятие малой социальной группы. Основные характеристики малой группы.

31. Основные подходы к исследованию малой группы в отечественной социальной психологии.
32. Структура малой социальной группы.
33. Структура психологической власти в малой группе: лидерство и руководство.
34. Конформизм и конформное поведение.
35. Исследования в школе «групповой динамики» К. Левина.
36. Психология межличностных отношений.
37. Процессы групповой динамики.
38. Влияние группы на личность.
39. Влияние меньшинства в группе.
40. Семья как малая группа.
41. Теории сплоченности в зарубежной и отечественной социальной психологии.
42. Коллектив как высшая стадия развития группы.
43. Понятие о социальной установке. Функции аттитюдов.
44. Просоциальное поведение. Гендерные особенности просоциального поведения.
45. Агрессивное поведение. Личностные и ситуативные факторы агрессии.
46. Социальные предубеждения. Формы проявления социальных предубеждений. Преодоление социальных предубеждений.
47. Специфика социально-психологической проблематики личности.
48. Социальная идентичность. Теоретические направления в изучении социальной идентичности.
49. Социализация личности. Различные подходы к проблеме социализации.
50. Стадии социализации личности.
51. Механизмы социализации. Институты социализации.
52. Концепция В.А. Ядова об иерархической структуре диспозиции личности.
53. Межличностная аттракция. Внешние и внутренние факторы аттракции.
54. Стратегии работы социального психолога.
55. Структура социально-психологического воздействия.
56. Большая группа и массовидные явления.
57. Методы социально-психологического воздействия.
58. Сущность и характеристики толпы. Виды толпы.
59. Психологические аспекты власти.
60. Средства массовой информации и их влияние на людей.
61. Социальный интеллект.
62. Социально-психологическая компетентность.

ГЛОССАРИЙ

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

2. **Андрогинность** – выраженность у индивида одновременно свойств маскулинности и фемининности.

3. **Абсолютная неудовлетворенность** – чувство, возникающее в результате межгруппового сравнения, когда результаты сравнения приводят к оценке взаимоотношений как несправедливых.

4. **Аттракция** – возникновение в процессе восприятия человека человеком привлекательности одного из них для другого.

5. **Аффилиация** – стремление человека быть в обществе других людей.

6. **Власть** – психологический механизм воздействия на группы и социальные категории людей на уровне внутрисистемной организации взаимодействия.

7. **Влияние** – психологический механизм воздействия на группы на уровне межсистемной организации взаимодействия.

8. **Гендер** – социально-биологическая характеристика, с помощью которой определяются понятия «мужчина» и «женщина». В силу многих сложностей, возникающих в связи с определением его соотношения с понятием «пол», часто используется для описания различий между мужчинами и женщинами, идентичности, социальных ролей и т.п.

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

10. **Групповая идентичность** – «Мы»-концепция, включающая в себя представление о свойствах, которыми обладает данное общество, а следовательно, в своей существенной части, о взаимоотношениях сообщества. Один из главных компонентов структуры сообщества.

11. **Групповое поведение личности** – поведение, которое осуществляется человеком в соответствии с социально-психологическими отношениями группы. Социальный межгрупповой уровень организации поведения личности.

12. **Дискриминация** – обогащение одной группы за счет другой из-за неравенства распределения исходов взаимодействия.

13. **Дихотомическая категоризация** – простейшая, кардинально поляризованная категоризация «Мы»-«Они», проводящая непроницаемые межгрупповые границы, внутри которых социальный обмен разрешен, а между группами – запрещен. Подчинена функции самосохранения социальной группы.

14. **Дихотомия** – деление множества на два подмножества, исключающих третье по принципу «А или не-А».

15. **Диспозиция личности** – предрасположенность субъекта к поведенческому акту, действию, поступку, реакции на внешнюю среду и др. людей.

16. **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.

17. **Ин-группа** – группа, в которую входят рассматриваемые индивиды или группы.

18. **Каузальная атрибуция** – механизм интерпретации поступков и чувств другого человека (стремление к установлению причин поведения субъекта).

19. **Масса** – относительно стабильное образование с нечеткими границами, более организованное, сознательное и длительное образование, чем толпа; достаточно разнородное объединение.

20. **Массовое стихийное поведение** – различные формы поведения толпы, циркуляция слухов, мода и прочие массовидные явления.

21. **Основания власти** – источники властвования, средства, которые используются для воздействия на объекты с целью достижения поставленных задач.

22. **Публика** – кратковременное образование людей для просмотра зрелища, по сравнению с толпой более управляема, так как люди собираются сознательно и с целью.

23. **Ресурсы власти** – это ее потенциальные основания, т.е. средства, которые в принципе могут быть использованы.

24. **Сексизм** – проявление предубежденного отношения к противоположному полу, выражающееся в преуменьшении его достоинств и гипертрофировании недостатков.

25. **Слух** – передача эмоционально значимых для аудитории сведений по каналам межличностной коммуникации.

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

27. **Стигматизация** – социально-психологическое явление, состоящее в навешивании негативных ярлыков, дискредитирующих индивида в глазах окружающих и вызывающих их стойкую социальную изоляцию и нежелание, отсутствие готовности взаимодействовать с ним на равных.

28. **Толпа** – это множество людей, не связанных между собой сознаваемой общностью целей и единой позиционно-ролевой организацией, но объединенных общим центром внимания и сходством эмоционального состояния.

29. **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.

30. **Установка** – целостное динамическое состояние субъекта, состояние готовности к определенной активности, состояние, которое обуславливается двумя факторами: потребностью субъекта и соответствующей объективной ситуацией.

31. **Ценностные ориентации** – психологические образования, в которых выражено дифференцированное отношение личности к социальным ценностям.

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

33. **Фейсизм** – понятие, для обозначения склонности женщин уделять повышенное внимание своему телу и его демонстрации.

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

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

36. **Циркулярная реакция** (синоним: эмоциональное кружение) – процесс обоюдного заражения, по мере интенсификации которого взаимодействие между индивидами опускается с семантического (коммуникация) на психо-физиологический уровень.

Список литературы

1. Андреева Г.М. Социальная психология: учеб. для высш. учеб. заведений / Г.М. Андреева. – 5-е изд., дополн. – М.: Аспект Пресс, 2006.
2. Битянова М.Р. Социальная психология: наука, практика и образ мыслей: учебное пособие / М.Р. Битянова. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2001.
3. Вердебер Р., Вердебер К. Психология общения. – СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2005.
4. Дыгун М.А. Социальная психология в схемах, понятиях и персоналиях / М.А. Дыгун, Т.Ф. Лутович. – Мозырь: Содействие, 2006.
5. Еникеев М.И. Общая и социальная психология: учебник для вузов. – М.: Издательская группа НОРМА-ИНФРА, 2000.
6. Крысько В.Г. Социальная психология: Схемы и комментарии. – М.: ВЛАДОС ПРЕСС, 2001.
7. Крысько В.Г. Социальная психология: учеб. для студентов высш. учеб. заведений. – М.: Изд-во ВЛАДОС-ПРЕСС, 2003.
8. Майерс Д. Социальная психология. – СПб.: Питер, 1997.
9. Морозов А.В. Социальная психология: учебник для студентов высших и средних специальных учебных заведений. – М.: Академический проект, 2003.
10. Свентицкий А.М. Социальная психология: учебник. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2004.
11. Семечкин Н.И. Социальная психология: учебник. – Ростов н/Д: «Феникс», 2003.
12. Социальная психология: Ключевые идеи / Р. Бэрн, Д. Бирн, Б. Джонсон. – 4-е изд. – СПб.: Питер, 2003.
13. Социальная психология / Ш. Тейлор, Л. Пипло, Д. Сирс. – 10-е изд. – СПб.: Питер, 2004.
14. Социальная психология: практикум: учебное пособие для студентов вузов / Г.М. Андреева, Е.А. Аксенова, Т.Ю. Базаров и др.; под ред. Т.В. Фроловой. – М.: Аспект Пресс, 2006.
15. Сушков И. Психология взаимоотношений. – М.: Академический проект, 1999.
16. Новиков В.В. Социальная психология: феномен и наука. – М.: Изд-во Института психотерапии, 2003.
17. Равенский Н.Н. Искусство читать человека: Черты лица, фигура, жесты, мимика. – М.: РИПОЛ классик, 2006.
18. Руденский Е.Р. Социальная психология: курс лекций. – М.: ИНФРА, Новосибирск, 1997.
19. Янчук В.А. Введение в современную социальную психологию: учеб. пособие для вузов. – Мн.: АСАР, 2005.
20. Шевандрин Н.И. Социальная психология в образовании: учеб. пособие. Ч. 1. Концептуальные и прикладные основы социальной психологии. – М.: ВЛАДОС, 1995.