

Учреждение образования
«Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины»

Факультет по переподготовке кадров
Кафедра социально-гуманитарных дисциплин

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой

 И.А. Мазурок
14 июля 2016 г.

СОГЛАСОВАНО

Директор ИПК и ПК

 Ю.В. Кравченко

14 июля 2016 г.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ПО УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЕ**

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ

для специальности 1-03 04 71 «Социальная педагогика»

Составитель: Н.В. Корсак, ассистент

Рассмотрено и утверждено
на заседании научно-методического совета
учреждения образования «Гомельский
государственный университет
имени Франциска Скорины» 21.09. 2016 г.,
протокол № 1

Учреждение образования «Гомельский государственный
университет имени Ф.Скорины»

УТВЕРЖДАЮ

Директор ИПК и ПК

Ю.В.Кравченко

12.05.2014



УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

«Социальная психология»

по специальности «Социальная педагогика»

в соответствии с типовым учебным планом

переподготовки, утвержденным

12.05.2014 25-13/584

Гомель, 2014

СОДЕРЖАНИЕ

Пояснительная записка

1 Теоретический раздел ЭУМК. Тексты лекций по социальной психологии

- 1.1 Структура современной социальной психологии
- 1.2 Психология общения людей
- 1.3 Общение как восприятие людьми друг друга
- 1.4 Каузальная атрибуция
- 1.5 Стили атрибуции
- 1.6 Интерактивная сторона общения
- 1.7 Просоциальное поведение
- 1.8 Агрессивное поведение
- 1.9 Социальная установка
- 1.10 Формирование и изменение аттитюдов
- 1.11 Психология малой группы
- 1.12 Социально-психологические процессы в малой группе
- 1.13 Групповая динамика
- 1.14 Психологическое воздействие

2 Практический раздел ЭУМК

- 2.1 Задания к практическим занятиям по социальной психологии
- 2.2 Задания к семинарским занятиям по социальной психологии
- 2.3 Вопросы круглых столов
- 2.4 Темы конференций
- 2.5 Сценарии деловых игр

3 Раздел контроля знаний ЭУМК.

- 3.1 Вопросы к экзамену по дисциплине «Социальная психология»

4 Вспомогательный раздел ЭУМК

4.1 Учебно-тематический план переподготовки слушателей специальности 1- 03 04 71 «Социальная педагогика» заочной формы обучения по дисциплине «Социальная психология»

4.2 Учебная программа по дисциплине «Социальная психология» по специальности 1- 03 04 71 «Социальная педагогика»

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Социальная психология как раздел психологии является фундаментальной научной дисциплиной, которая опирается на результаты теоретических и эмпирических исследований, выявляющих закономерности и тенденции, методологические и теоретические основания, подходы, методы, основные понятия и категории социальной психологии.

Основной целью изучения дисциплины «Социальная психология» является формирование у слушателей общего представления о специфике области знания, ее предмете, основных направлениях и областях исследований, методологических основаниях, методах исследования, основных социально-психологических парадигмах, феноменологии, проблемных областях и теоретических знаний и практических навыков в области социальной психологии.

Задачами изучения курса являются:

- освоение методологических проблем психологического анализа социальных процессов;
- развитие навыков делового и межличностного общения;
- овладение теоретическими закономерностями групповой жизнедеятельности;
- получение представлений и приобретение навыков работы с группами людей, практическая подготовка к решению профессиональных и жизненных социально-психологических проблем.

В результате изучения данной дисциплины слушатель **должен знать:**

- методологические и теоретические основы социальной психологии;
- основные категории социальной психологии;
- основные теоретические подходы к изучению социально-психологических феноменов.

В результате изучения данной дисциплины слушатель **должен уметь:**

- ориентироваться в направлениях, проблемных областях, понятийном аппарате и персоналиях;
- пользоваться инструментарием социально-психологического исследования;
- анализировать специфику различных подходов и логик к исследованию проблемных областей.

Данный ЭУМК содержит разделы: теоретический (курс лекций по всем изучаемым темам), практический (вопросы круглых столов, сценарии деловых игр, вопросы к практическим и семинарским занятиям, темы конференций), контроля знаний (список вопросов для экзамена), вспомогательный (учебно-тематический план переподготовки слушателей, учебная программа по дисциплине «Социальная психология», список рекомендуемой литературы). Он предназначен для слушателей заочной формы обучения по специальности «Социальная педагогика».

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ ЭУМК

Тексты лекций по социальной психологии для слушателей
специальности 1- 03 04 71 «Социальная педагогика»

1.1 СТРУКТУРА СОВРЕМЕННОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ

Вопросы:

- 1 Краткая история развития социальной психологии.
- 2 Предмет и основные объекты исследования в социальной психологии.
- 3 Методологические и теоретические основы социальной психологии.

Краткая история развития социальной психологии

Социальная психология — это наука, изучающая закономерности возникновения, функционирования и проявления психологических явлений, представляющих собой результат взаимодействия людей (и их групп) как представителей различных общностей.

Социальная психология прошла длительный путь развития. Родоначальниками накопления социально-психологических знаний считаются древнегреческие и древнекитайские ученые (Аристотель, Гераклит, Гиппократ, Демокрит, Платон, Конфуций, Суньцзы, Уцзы и др.), которые описывали некоторые социально-психологические особенности характеров людей и их предназначения в обществе, устанавливали определенные психологические закономерности социального поведения индивидов, выявляли мотивы объединения их в группы и т.д.

В средние века и позднее зарубежные и отечественные ученые (Н. Макиавелли, Т. Гоббс, И.Бентам, Ш. Монтескье, А.Токвиль, Н.Я.Данилевский, А.И.Герцен и др.) занимались психологическим описанием анатомии и патологии общественной жизни с ее характерными социальными взаимоотношениями и традициями, накапливали и обобщали результаты немногочисленных исследований закономерностей уже известных социально-психологических явлений и процессов — общения и взаимодействия представителей различных общностей.

В середине XIX в. за рубежом появились три социально-психологические теории: «психологии народов» (основатели — М. Лацарус, Х. Штейнталь и В. Вундт), «психологии масс» (Г. Тард, С. Сигиле и Г. Лебон), «инстинктов социального поведения» (В. Макдаугалл), которые послужили предпосылкой для превращения социальной психологии в самостоятельную отрасль знаний.

В широком смысле западные специалисты определяют социальную психологию как науку, *изучающую взаимозависимость поведения людей, определяемую фактом их взаимоотношений и взаимодействий.* Поведенческая взаимозависимость означает, что поведение индивида изучается одновременно

и как причина, и как результат поведения других людей. Причем другие люди могут быть в реальном контакте с данным индивидом, существовать в его воображении или просто предполагаться конкретной ситуацией.

В историческом плане процесс развития любой научной дисциплины, и социальной психологии в том числе, приблизительно один и тот же — зарождение социально-психологических идей в рамках философии и постепенное отпочкование их от системы философского знания. В нашем случае через первоначальное отпочкование двух других дисциплин — психологии и социологии, давших непосредственно жизнь социальной психологии.

Современная социальная психология возникла в начале XX века. Годом ее рождения можно считать 1908 год, когда были опубликованы первые две книги по социальной психологии: «Введение в социальную психологию» английского психолога У.Макдугалла и работа американского социолога Э. Росса «Социальная психология».

Начало научной социальной психологии на Западе обычно связывают с работами В. Меде в Европе и Ф. Олпорта в США в 20-е годы XX века. Они сформулировали требования превращения социальной психологии в экспериментальную дисциплину и перешли к систематическому экспериментальному изучению социально-психологических явлений в группах. В развитии психологии выделились три теоретические школы — психоанализ, бихевиоризм и гештальтпсихология, на положения и идеи которых стала опираться социальная психология. Выходят в свет первые учебники и пособия.

Огромный импульс развитию социально-психологических исследований и применению их результатов на практике придавали войны и военные конфликты, которыми изобилует XX в. и во время которых особенно остро вставали вопросы, связанные с предотвращением и профилактикой отрицательных социально-психологических явлений и процессов (страх, паника, снижение сплоченности населения и военнослужащих в группах, социальная дезорганизация и дезинтеграция, социальные конфликты и т.д.), затрагивающих все стороны жизни и деятельности людей.

В 1920—1940-е гг. социальная психология постепенно превращается в сугубо экспериментальную науку, занимающуюся прикладными исследованиями и разрабатывающую специфические методики изучения социально-психологических феноменов, проявляющихся в разнообразных областях жизни и деятельности людей.

Интенсивно стал использоваться эксперимент в лабораторных условиях. Это стало одной из причин кризиса 1960 - 1970-х годов, когда было предложено много альтернативных вариантов развития этой дисциплины. Главный эффект этого кризиса — либерализация социальной психологии и освобождение ее от искусственности лабораторного эксперимента. В последние годы много больше внимания уделяется изучению социального поведения в естественных условиях, а также изучению социального и культурного контекста с использованием методов наблюдения и современных корреляционных методик.

Внутри социальной психологии начинают зарождаться и в 1960—1990-е

гг. наиболее продуктивно совершенствоваться ее новые отрасли: *этнопсихология, политическая психология, психология управления, конфликтология и др.*

К сожалению, в СССР социальная психология в 1930—1950-е гг. по политическим причинам практически не развивалась. Сегодня социальная психология и у нас в стране, и за рубежом востребована во всех сферах жизнедеятельности людей.

Как и любая другая область знаний, социальная психология имеет свою структуру: объект, предмет, задачи, теоретические основы, категории и методы исследования, определенные функции, а также ее составные части — отрасли.

Предмет социальной психологии

Современные представления о предмете социальной психологии являются чрезвычайно дифференцированными, т.е. отличающимися друг от друга, что характерно для большинства пограничных, смежных отраслей науки, к которым относится и социальная психология. Она *изучает следующие явления:*

1. Психологические процессы, состояния и свойства индивида, которые проявляются в результате его включения в отношения с другими людьми, в различные социальные группы (семью, учебные и трудовые группы и т.д.) и в целом в систему социальных отношений (экономических, политических, управленческих, правовых и др.). Наиболее часто изучаются такие проявления личности в группах, как общительность, агрессивность, совместимость с другими людьми, конфликтогенность и др.

2. Феномен взаимодействия между людьми, в частности, феномен общения, например - супружеского, детско-родительского, педагогического, управленческого, психотерапевтического и многих других его видов. Взаимодействие может быть не только межличностным, но и между личностью и группой, а также межгрупповым

3. Психологические процессы, состояния и свойства различных социальных групп как целостных образований, отличающихся друг от друга и не сводимых к какому бы то ни было индивиду. Наибольший интерес социальных психологов вызывают исследования социально-психологического климата группы и конфликтных отношений (групповых состояний), лидерства и групповых действий (групповых процессов), сплоченности, сработанности и конфликтности (групповых свойств) и др.

4. Массовые психические явления, такие как: поведение толпы, паника, слухи, мода, массовые энтузиазм, ликование, апатия, страхи и т.д.

Объединяя различные подходы к пониманию предмета социальной психологии, можно дать следующее его определение:

Социальная психология изучает психологические явления (процессы, состояния и свойства), характеризующие индивида и группу как субъектов социального взаимодействия.

Основные объекты исследования в социальной психологии

В зависимости от того или иного понимания предмета социальной психологии выделяются основные **объекты** ее изучения, то есть носители социально-психологических явлений. К ним относятся:

- личность в группе (системе отношений),
- взаимодействие в системе «личность — личность» (родитель — ребенок, руководитель — исполнитель, врач — больной, психолог — клиент и т. д.),
- малая группа (семья, школьный класс, трудовая бригада, воинский экипаж, группа друзей и т.п.),
- взаимодействие в системе «личность - группа» (лидер — ведомые, руководитель — трудовой коллектив, командир — взвод, новичок — школьный класс и т. д.),
- взаимодействие в системе «группа — группа» (соревнование команд, групповые переговоры, межгрупповые конфликты и т. д.),
- большая социальная группа (этнос, партия, общественное движение, социальный слой, территориальная, конфессиональная группы и т.п.).



Рис. I. Объекты исследования в социальной психологии.

Задачи и строение социальной психологии

Социальная психология как отрасль научных знаний решает свои конкретные *задачи*, включающие в себя:

- 1) изучение и всестороннее осмысление сущности, содержания, форм проявления и закономерностей функционирования социально-психологических явлений и процессов;
- 2) теоретический и практический анализ источников и условий возникновения и развития, исторического и социального фона функционирования социально-психологических феноменов;
- 3) поддержание всесторонних связей с представителями других наук в интересах разъяснения (координации) своих позиций и усилий в совместном исследовании социально-психологических явлений и процессов;
- 4) прогнозирование политических, экономических, национальных и

других процессов в развитии государства (общества) на основе учета социально-психологических закономерностей и механизмов.

Задачи, решаемые социальной психологией как наукой, а также большое разнообразие и сложность изучаемых ею феноменов предопределили возникновение и развитие ее конкретных отраслей.

Этническая психология — отрасль социальной психологии, которая изучает психологические особенности людей как представителей различных этнических общностей.

Психология религии — это отрасль социальной психологии, изучающая психологию людей, вовлеченных в различные религиозные общности, а также их религиозную деятельность.

Политическая психология — отрасль социальной психологии, исследующая различные стороны психологических явлений и процессов, относящихся к сфере политической жизни общества и политической деятельности людей.

Психология управления (организационная психология) — отрасль социальной психологии, уделяющая главное внимание анализу проблем, связанных с воздействием на группы, общество в целом или отдельные его звенья с целью их упорядочения, сохранения качественной специфики, совершенствования и развития.

Психология социального воздействия — слабо пока развитая отрасль социальной психологии, занимающаяся изучением особенностей, закономерностей и методов влияния на людей и группы в различных условиях их жизни и деятельности.

Психология общения раскрывает своеобразие процессов развития отношений и обмена информацией между людьми и социальными группами.

Психология семьи (семейных отношений) ставит перед собой задачи всестороннего изучения специфики отношений между членами начальной ячейки человеческого общества.

Социальная психология личности — отрасль социальной психологии, исследующая человека, включенного в различные общественные и межличностные отношения.

Психология масс — отрасль социальной психологии, изучающая особенности поведения людей в толпе, в условиях паники и страха, психологические особенности функционирования слухов и мифов, массовых коммуникационных процессов, рекламы и др.

Психология конфликтных отношений (конфликтология) — бурно развивающаяся отрасль социальной психологии, нацеленная на доскональное исследование психологической специфики и содержания различных конфликтов и выявление наиболее эффективных путей их разрешения.

Для того чтобы продуктивно развиваться, социальная психология должна поддерживать закономерные и прочные связи с другими науками, которые выстраиваются на взаимной основе.

С одной стороны, философия, социология и другие общественные науки предоставляют социальной психологии возможность методологически точно и

теоретически правильно подходить к осмыслению сущности самих социально-психологических явлений и процессов, их происхождения и роли в жизни и деятельности общества.

Общая психология позволяет социальной психологии более точно понять и методологически правильно осмыслить психологические особенности личности (индивида), являющейся субъектом общественных отношений и носителем социальной психики.

Исторические науки показывают социальной психологии, как осуществлялось развитие сознания людей на различных этапах становления общества и человеческих отношений.

Политические науки помогают социальной психологии правильно понять, какие политические явления (процессы) и как влияют на социальную психику людей в условиях политической жизни и деятельности.

Экономические науки, раскрывая сущность и своеобразие функционирования экономических процессов в обществе, показывают социальным психологам, как они влияют на общественные отношения и сознание людей.

Культурология, этнология, дают возможность социальной психологии адекватно и правильно интерпретировать влияние культуры и национальной принадлежности на специфику проявления социально-психологических феноменов.

Педагогические науки представляют социальной психологии информацию об основных направлениях обучения и воспитания людей, позволяющую ей вырабатывать рекомендации по социально-психологическому обеспечению этих процессов.

Методологические и теоретические основы социальной психологии

Социальная психология как наука существует в двух ипостасях. Во-первых, она разрабатывает социально-психологическую теорию, в рамках которой оформляются ее идейные позиции, отношение к изучаемым явлениям и процессам. Во-вторых, она представляет собой сферу социальной практики, в ходе которой осуществляется деятельность ученых и исследователей по распознаванию и измерению социально-психологических феноменов.

Общественное сознание, общественные и психологические отношения людей поддаются всестороннему изучению и осмыслению с помощью специальных методов исследования, разработанных социально-психологической практикой.

Различают следующие *основные методы социальной психологии*:

Наблюдение — наиболее распространенный способ, с помощью которого исследуют социально-психологические явления и процессы в различных условиях без вмешательства в их течение. Наблюдение бывает житейским и научным, включенным и невключенным. Житейское наблюдение ограничивается регистрацией фактов, носит случайный, неорганизованный характер. Научное наблюдение является организованным, предполагает четкий

план, фиксацию результатов в специальном дневнике. Включенное наблюдение предусматривает участие исследователя в деятельности, которую он изучает; в невключенном этого не требуется.

Эксперимент — метод, предполагающий активное вмешательство исследователя в деятельность испытуемых с целью создания наилучших условий для изучения конкретных социально-психологических явлений и процессов.

Эксперимент может быть лабораторным, когда он протекает в специально организованной обстановке, а действия испытуемых определяются инструкцией; естественным, когда изучение осуществляется в обычных условиях; констатирующим — когда оцениваются лишь необходимые социально-психологические явления; формирующим, в процессе которого развиваются определенные качества испытуемых и их групп.

Метод анализа документов представляет собой процесс осмысления информации о конкретных социально-психологических явлениях и процессах, которая содержится в различного рода источниках (документах, научных исследованиях, архивных материалах, научной, художественной и публицистической литературе).

Наиболее продуктивным он становится тогда, когда опирается на контент-анализ, включающий в себя математическую и статистическую обработку результатов.

Метод обобщения независимых характеристик предполагает выявление и анализ мнений о тех или иных социально-психологических явлениях и процессах, полученных от различных людей или из различных источников.

Анализ результатов деятельности — метод опосредованного изучения социально-психологических явлений по практическим результатам и предметам совместной деятельности людей, в которых воплощаются их творческие силы и способности.

Опрос — метод, предполагающий ответы испытуемых на конкретные вопросы исследователя. Он бывает письменным (*анкетирование*), когда вопросы задаются на бумаге; устным, когда вопросы ставятся устно; в форме интервью, во время которого устанавливается личный контакт с испытуемыми.

Анкетирование делится на: *прессовое*, когда вопросник публикуется в каком-либо периодическом издании, а читателям этого издания предлагается ответить на вопросы и прислать ответы в редакцию данного издания (наиболее дешев, но и менее эффективен (3—5%)); *почтовое*, при котором анкеты рассылаются по почте согласно адресам подписчиков или адресной книге учреждений коммунальных услуг (предполагает 10—25% возврата анкет); *раздаточное*, предполагающее личную раздачу и сбор исследователем вопросов (наиболее предпочтителен, возврат анкет приближается к 100%).

Социометрия — метод социальной психологии, используемый для диагностики взаимных симпатий и антипатий, статусно-ролевых отношений между членами группы и позволяющий выявлять: социально-психологическую структуру взаимоотношений в малых группах; конкретные позиции ее членов в структуре этих взаимоотношений; формальных и неформальных «лидеров» и

«отвергнутых» членов группы; наличие микрогрупп и связи между ними.

Социометрия предполагает проведение опроса всех членов группы с последующей математической и статистической обработкой его результатов и построением *социограммы* (схемы взаимоотношений людей в группе).

Кроме основных, социальная психология использует также дополнительные методы, к которым обычно относятся приемы и способы обработки и анализа результатов ее исследования (факторный и корреляционный анализ, различные методы моделирования, техники компьютерной обработки данных и др.).

Наконец, в социальной психологии применяются и аппаратурные методы (методики) исследований, предполагающие эффективное использование технических устройств — аппаратов, с помощью которых:

а) создается определенная значимая ситуация, позволяющая выявить ту или иную характеристику исследуемого явления;

б) снимаются показания о проявлении изучаемых характеристик;

в) фиксируются и частично подсчитываются результаты исследования.

В современной социально-психологической диагностике разработано множество различных модификаций *гомеостатических аппаратурных методик*, например «Арка», «Эстакада», «Лабиринт», «Групповой ритмограф, групповой волюнтограф», «Сенсорный интегратор» и др. Все они предполагают решение групповой задачи лишь при условии взаимодействия, согласования действий между членами группы, приспособления их друг к другу.

Изучение социально-психологических явлений всегда осуществляется на основе специально разработанных программ исследования конкретных феноменов. Обычно они включают в себя следующие разделы, в которых:

— формулируется главное направление исследования, определяются его объект и предмет, указываются цели и задачи;

— осуществляется выбор необходимых методов и методик изучения выбранных для анализа явлений; первичная апробация этих методик на небольшой пробной;

— выполняется сбор фактических данных, от которого зависят качество и надежность полученных выводов;

— производится качественная и количественная обработка данных, осуществляется их интерпретация, формулирование выводов, практических рекомендаций, строится прогноз развития социально-психологических явлений на будущее.

В любом случае на заключительном этапе социальный психолог, руководствуясь своей программой, *доказывает или опровергает выдвинутые перед исследованием гипотезы*, переходит к научным обобщениям, абстрагируясь от частных, деталей, единичных фактов и наблюдений.

Часто применяется и дополнительный этап, в ходе которого осуществляется уточнение проблемы, корректировка или смена методов или методик при неудовлетворительных результатах.

1.2 ПСИХОЛОГИЯ ОБЩЕНИЯ ЛЮДЕЙ

Вопросы:

- 1 Понятие и сущность общения, его структура и функции.
- 2 Психологическая структура и функции общения.
- 3 Средства, виды и формы общения.
- 4 Общение как коммуникация, его особенности и структура. Барьеры коммуникации.

Понятие и сущность общения, его структура и функции

Общение - это процесс взаимодействия человека с человеком, осуществляемый с помощью средств речевого и неречевого воздействия и преследующий цель достижения изменений в познавательной, мотивационной, эмоциональной и поведенческой сферах участвующих в общении лиц. В ходе общения его участники обмениваются не только своими физическими действиями или продуктами, результатами труда, но и мыслями, намерениями, идеями, переживаниями и т.д.

В повседневной жизни человек учится общению с детства и овладевает разными его видами в зависимости от среды, в которой живет, от людей, с которыми взаимодействует. Причем происходит это часто стихийно, в ходе накопления житейского опыта.

В большинстве случаев этого опыта бывает недостаточно, например, для овладения особыми профессиями (педагога, актера, диктора, следователя), а иногда и просто для продуктивного и цивилизованного взаимодействия. По этой причине в знании его закономерностей, накоплении навыков и умений их учета и использования необходимо постоянно совершенствоваться.

Каждая общность людей располагает своими средствами воздействия, которые используются в разнообразных формах коллективной жизни. Все это проявляется в обычаях, традициях, обрядах, ритуалах, праздниках, танцах, песнях, сказаниях, мифах, в изобразительном, театральном и музыкальном искусстве, в художественной литературе, кино, радио и телевидении. Эти своеобразные массовые формы общения обладают мощным потенциалом взаимовлияния людей. В истории человечества они всегда служили средствами воспитания, включения человека через общение в духовную атмосферу жизни.

Психологическая структура и функции общения

Психологическая структура общения включает в себя четыре компонента.

Коммуникационный компонент общения в узком смысле слова представляет собой обмен информацией между общающимися индивидами. В ходе совместной деятельности, как уже отмечено выше, индивиды обмениваются между собой различными мнениями, интересами, чувствами и

т.д. Все это и составляет процесс обмена информацией, которому присущи следующие особенности: в условиях человеческого общения информация не только передается, но и формируется, уточняется, развивается; в отличие от простого «обмена информацией» между двумя устройствами в общении людей он сочетается с отношением друг к другу; характер обмена информацией между людьми определяется тем, что посредством используемых при этом системных знаков партнеры могут влиять друг на друга, оказывать воздействие на поведение партнера; коммуникативное влияние как результат обмена информацией возможно лишь тогда, когда человек, направляющий информацию (коммуникатор), и человек, принимающий ее (реципиент), обладают единой или сходной системой кодификации или декодификации. В обыденной речи это значит, что люди «говорят на одном языке».

Перцептивный компонент общения проявляется в восприятии друг друга партнерами по общению, взаимном изучении и оценке ими друг друга. Это связано с восприятием внешнего облика, поступков, действий человека и их истолкованием. Взаимная социальная перцепция при общении очень субъективна, что проявляется и в не всегда правильном понимании целей партнера по общению, его мотивов, отношений, установок на взаимодействие и др.

Интерактивный компонент общения состоит в обмене не только знаниями, идеями, но и влияниями, взаимными побуждениями, действиями. Взаимодействие может выступать в виде кооперации или конкуренции, согласия или конфликта, приспособления или оппозиции, ассоциации или диссоциации.

Мотивационно-целевой компонент представляет собой систему мотивов и целей общения.

Мотивами общения членов могут быть: а) потребности, интересы одного человека, проявляющего инициативу в общении; б) потребности и интересы обоих партнеров общения, побуждающие их включиться в общение; в) потребности, вытекающие из совместно решаемых задач.

Соотношение мотивов общения колеблется от полного совпадения до конфликта. В соответствии с этим общение может носить дружественный или конфликтный характер.

Основными целями общения могут быть: получение или передача полезной информации, активизация партнеров, снятие напряженности и управление совместными действиями, оказание помощи и влияние на других людей. Цели участников общения могут совпадать или противоречить, исключать друг друга. От этого зависит и характер общения.

Выделяет следующие функции общения:

1) прагматическая функция общения отражает его потребностно-мотивационные причины и реализуется при взаимодействии людей в процессе совместной деятельности. При этом само общение очень часто выступает самой важной потребностью;

2) функция формирования и развития отражает способность общения оказывать воздействие на партнеров, развивая и совершенствуя их во всех

отношениях. Общаясь с другими людьми, человек усваивает общечеловеческий опыт, исторически сложившиеся социальные нормы, ценности, знания и способы деятельности, а также формируется как личность;

3) функция подтверждения дает людям возможность познать, утвердить и подтвердить себя;

4) функция объединения-разъединения людей, с одной стороны, посредством установления между ними контактов способствует передаче друг другу необходимых сведений и настраивает их на реализацию общих целей, намерений, задач, соединяя их тем самым в единое целое, а с другой стороны, она может способствовать дифференциации и изоляции личностей в результате общения;

5) функция организации и поддержания межличностных отношений служит интересам налаживания и сохранения достаточно устойчивых и продуктивных связей, контактов и взаимоотношений людей в интересах их совместной деятельности;

6) внутриличностная функция общения реализуется в общении человека с самим собой (через внутреннюю или внешнюю речь, достроенную по типу диалога). Такое общение может рассматриваться как универсальная форма мышления человека.

Средства, виды и формы общения

Общение возможно лишь при помощи знаковых систем. Различают вербальные средства общения и невербальные, когда применяются неречевые средства общения.

В *вербальном общении* обычно применяются два варианта речи: письменная и устная.

Письменная речь — это та, которой обучают в школе и которую привыкли считать признаком образованности человека. Письменная речь громоздка, часто содержит штампы, канцеляризмы, но это цена за точность, однозначность предложений, текста. Письменная речь не допускает различных толкований предложений, поэтому ее и предпочитают в науке, деловых и юридических отношениях. Чтобы умело пользоваться письменной речью, нужно обогащать свой словарный запас, требовательно относиться к стилю.

Устная речь, по ряду параметров отличающаяся от письменной, это самостоятельная речь, со своими правилами и даже грамматикой. Основное преимущество — в экономности, которая достигается благодаря другому порядку слов, пропуску концов и других частей предложений. Недостатки устного выражения мысли — речевые ошибки, многозначность.

Невербальные средства общения делятся на:

1. **Визуальные средства общения:** кинетика — движение рук, ног, головы, туловища; направление взгляда и визуальный контакт; выражение глаз; выражение лица; поза (в частности, локализация, смена поз относительно словесного текста); кожные реакции (покраснение, появление пота); дистанция (расстояние до собеседника, угол поворота к нему, персональное

пространство); вспомогательные средства общения, в том числе особенности телосложения (половые, возрастные) и средства их преобразования (одежда, косметика, очки, украшения, татуировка, усы, борода, сигарета и т.п.).

2. Акустические (звуковые) средства общения: паралингвистические, т.е. связанные с речью (интонация, громкость, тембр, тон, ритм, высота звука, речевые паузы и их локализация в тексте); экстралингвистические, т.е. не связанные с речью (смех, плач, кашель, вздохи, скрежет зубов, «шмыганье» носом и т.п.).

3. Тактильно-кинестезические средства общения: физическое воздействие (ведение слепого за руку, контактный танец и др.); такесика (пожатие руки, хлопанье по плечу).

4. Ольфакторные средства общения: приятные и неприятные запахи окружающей среды; естественный и искусственный запахи человека.

На невербальные средства накладывает сильный отпечаток каждая конкретная культура, поэтому нет общих норм для всего человечества. Невербальный язык другой страны приходится учить так же, как и словесный.

Невербальные средства общения нужны для того, чтобы: регулировать течение процесса общения, создавать психологический контакт между партнерами; обогащать значения, передаваемые словами, направлять истолкование словесного текста; выражать эмоции и отражать истолкование ситуации.

Общение чрезвычайно многогранно и может быть различных **видов**:

– **межличностное и массовое общение.** Межличностное общение связано с непосредственными контактами людей в группах или парах, постоянных по составу участников. Массовое общение — это множество непосредственных контактов незнакомых людей, а также коммуникация, опосредованная различными видами средств массовой информации.

– **межперсональное и ролевое общение.** В первом случае участниками общения являются конкретные личности, обладающие специфическими индивидуальными качествами, которые раскрываются по ходу общения и организации совместных действий. В случае ролевой коммуникации ее участники выступают как носители определенных ролей (покупатель—продавец, учитель—ученик, начальник—подчиненный).

– **доверительным и конфликтным.** Первое отличается тем, что в его ходе передается особо значимая информация (ведутся переговоры, решаются интимные вопросы). Конфликтное общение характеризуется взаимным противостоянием людей, выражениями недовольства и недоверия.

– **личным и деловым.** Личное общение — это обмен неофициальной информацией, а деловое — процесс взаимодействия людей, выполняющих совместные обязанности или включенных в одну и ту же деятельность.

– **прямое и опосредованное.** Прямое (непосредственное) общение — исторически первая форма общения людей друг с другом. Опосредованное общение — это взаимодействие при помощи дополнительных средств (письма, аудио- и видеотехники).

– **монологическое и диалогическое.** Диалогическое общение — это равноправное субъект-субъектное взаимодействие, имеющее целью взаимное познание, самопознание партнеров по общению. Оно позволяет достичь глубокого взаимопонимания, самораскрытия партнеров, создает условия для взаимного развития. Монологического общения - рассматривает другого как объект своего воздействия (н-р, императивная и манипулятивная формы общения), по сути дела общается сам с собой, не видя истинного собеседника, игнорируя его как личность.

Общение может различаться и по его **формам**:

Императивное общение — это авторитарная, директивная форма взаимодействия с партнером по общению с целью достижения контроля над его поведением, установками и мыслями, принуждения его к определенным действиям или решениям. Партнер по общению в этом случае выступает пассивной стороной. В качестве средств оказания влияния используются приказы, предписания и требования (отношения «начальник—подчиненный», воинские уставные отношения, работа в экстремальных условиях, в чрезвычайных обстоятельствах). Применение императива неуместно в интимно-личностных и супружеских отношениях, детско-родительские контакты, а также вся система педагогических отношений.

Манипулятивное общение — это форма межличностного взаимодействия, при которой влияние на партнера по общению с целью достижения своих намерений осуществляется скрытно. Вместе с тем манипуляция предполагает объективное восприятие партнера по общению, скрытым же выступает стремление добиться контроля над поведением и мыслями другого человека. Однако человек, выбравший в качестве основного именно этот тип общения с другими, в итоге часто сам становится жертвой собственных манипуляций.

Манипуляция используется непорядочными людьми в бизнесе и других деловых отношениях, а также в средствах массовой информации, когда реализуется концепция «черной» и «герой» пропаганды. Сильнее всего разрушаются от манипуляции отношения, построенные на принципах порядочности, любви, дружбы и взаимной привязанности.

Общение как коммуникация, его особенности и структура.

Барьеры коммуникации

Общение может выступать в форме коммуникации. Коммуникация между людьми имеет ряд специфических особенностей. *Во-первых*, в ней обязательно должны присутствовать два индивида, каждый из которых — активный субъект. При этом их взаимное информирование предполагает налаживание совместной деятельности. *Во-вторых*, должна присутствовать возможность взаимного влияния партнеров друг на друга посредством системы знаков. Другими словами, обмен информацией в этом случае предполагает воздействие на поведение партнера и изменение состояния участников коммуникативного процесса. *В-третьих*, влияние в коммуникации может

осуществляться лишь при наличии единой или схожей системы кодификации и декодификации у коммуникатора (человека, направляющего информацию) и реципиента (человека, принимающего ее). В-четвертых, всегда возможно возникновение коммуникативных барьеров. В этом случае четко выступает связь, существующая между общением и отношением.

Распространение информации в обществе проходит через своеобразный «фильтр доверия-недоверия». Подобный фильтр действует так, что истинная информация может оказаться не принятой, а ложная — принятой. Кроме того, существуют средства, способствующие принятию информации и ослабляющие действие фильтров. Совокупность этих средств называют **фасцинацией**. Примером фасцинации может быть музыкальное, пространственное или цветковое сопровождение речи.

Информация как таковая может быть двух типов:

Побудительная информация проявляется в форме приказа, совета или просьбы. Она призвана стимулировать какое-то действие. Стимуляцию подразделяют на активизацию (побуждение к действию в заданном направлении), интердикцию (запрет нежелательных видов деятельности) и дестабилизацию (рассогласование или нарушение некоторых автономных форм поведения или деятельности).

Констатирующая информация проявляется в форме сообщения и не предполагает непосредственного изменения поведения.

Структура коммуникации. Модель коммуникативного процесса обычно включает в себя пять элементов: коммуникатор-сообщение (текст)—канал—аудитория—обратная связь.

Можно выделить три позиции коммуникатора во время коммуникативного процесса: **открытую** (когда коммуникатор не скрывает, что является сторонником излагаемой точки зрения, оценивает различные факты в ее подтверждение); **отстраненную** (когда коммуникатор держится подчеркнуто нейтрально, сопоставляет противоречивые точки зрения, не исключая ориентации на одну из них, но не заявленную открыто); **закрытую** (когда коммуникатор умалчивает о своей точке зрения, даже прибегает иногда к специальным мерам, чтобы скрыть ее).

В процессе коммуникации осуществляются: взаимное влияние людей друг на друга, а также обмен различными идеями, интересами, настроениями, чувствами. Чтобы описать процесс взаимовлияния, недостаточно знать только структуру коммуникативного акта. Необходимо проанализировать также мотивы общающихся, их цели, установки и т.п.

Должное внимание следует уделять также таким коммуникативным навыкам, как **нерефлексивное** и **рефлексивное** слушание. **Нерефлексивное слушание** — или внимательное молчание — применяется на этапах постановки проблемы, когда она только формируется говорящим, а также тогда, когда цель общения со стороны говорящего — «излить душу», эмоционально разрядиться. **Рефлексивное слушание** используется в ситуациях, когда говорящий нуждается не столько в эмоциональной поддержке, сколько в помощи при решении определенных проблем. В данном случае обратная связь дается

слушающим в речевой форме через следующие приемы: задавание открытых и закрытых вопросов по теме разговора, перефразирование слов собеседника, позволяющее изложить ту же мысль другими словами (парафраз), резюмирование и изложение промежуточных выводов по ходу беседы.

Специфика межличностной коммуникации раскрывается также в ряде процессов и феноменов: психологической обратной связи, наличии коммуникативных барьеров.

Основная цель информационного обмена в общении — выработка общего смысла, единой точки зрения и согласия по поводу различных ситуаций или проблем. Для него характерен механизм обратной связи. Содержание данного механизма состоит в том, что в межличностной коммуникации процесс обмена информацией как бы удваивается и, помимо содержательных аспектов, информация, поступающая от реципиента к коммуникатору, содержит сведения о том, как реципиент воспринимает и оценивает поведение коммуникатора.

Выделяют прямую и косвенную обратную связь. Косвенная обратная связь — это завуалированная форма передачи партнеру психологической информации. В ходе нее обычно используются различные риторические вопросы, насмешки, иронические замечания, неожиданные для партнера эмоциональные реакции. Коммуникатор в этом случае должен сам догадываться, что именно хотел сказать ему партнер по общению, какова же на самом деле его реакция и его отношение к коммуникатору.

В процессе передачи информации люди воспринимают не только содержание вербальной и невербальной информации, но и способ, которым она передается, т.е. стиль общения, указывающий на то, как смысл послания должен быть подлинно интерпретирован и понят.

Обычно выделяют десять основных **коммуникативных стилей**, которые представляют собой способы взаимодействия с другими людьми в процессе общения: *доминантный* (стратегия, направленная на снижение роли других в коммуникации); *драматический* (преувеличение и эмоциональная окраска содержания сообщения); *спорный* (агрессивный или доказывающий); *успокаивающий* (расслабляющая стратегия, направленная на снижение тревожности собеседника); *впечатляющий* (стратегия, нацеленная на то, чтобы произвести впечатление); *точный* (нацеленный на точность и аккуратность сообщения); *внимательный* (высказывание интереса к тому, что говорят другие); *воодушевленный* (частое использование невербального поведения — контакт глаз, жестикуляция, движение тела и т.д.); *дружеский* (тенденция поощрения других и заинтересованность в их вкладе в общение); *открытый* (тенденция выражать свое мнение, чувства, эмоции, личностные аспекты своего «я»).

В процессе коммуникации перед участниками общения стоит задача не только обменяться информацией, но и добиться ее адекватного понимания партнерами. То есть в межличностной коммуникации как особая проблема выделяется интерпретация сообщения, поступающего от коммуникатора к реципиенту. Во-первых, форма и содержание сообщения существенно зависят от личностных особенностей самого коммуникатора, его представлений о

реципиенте и от отношения к нему, а также от всей ситуации, в которой протекает общение. Во-вторых, посланное им сообщение не остается неизменным — оно трансформируется, изменяется под влиянием индивидуально-психологических особенностей личности реципиента, а также отношения последнего к автору, самому тексту и ситуации общения.

Коммуникативный барьер — это психологическое препятствие на пути адекватной передачи информации между партнерами по общению. В ходе коммуникации могут возникать барьеры. Можно говорить о существовании барьеров понимания, барьеров социально-культурного различия и барьеров отношения.

Возникновение **барьера понимания** может быть связано с рядом причин как психологического, так и иного порядка. Барьер фонетического непонимания порождает такой фактор, как невыразительная быстрая речь, речь-скороговорка и речь с большим количеством звуков-паразитов. Семантические барьеры непонимания, связанные, прежде всего, с различиями в системах значения (тезаурусах) участников общения. Стилистический барьер, возникающий при несоответствии стиля речи коммуникатора и ситуации общения или стиля речи и актуального психологического состояния реципиента и др. Логического барьера непонимания, возникает когда логика рассуждения, предлагаемая коммуникатором либо слишком сложна для восприятия реципиента, либо кажется ему неверной, либо противоречит присущей ему манере доказательства. Можно говорить о существовании «женской» и «мужской» психологической логики, о «детской логике» и т.д.

Причиной непонимания могут служить **барьеры социально-культурного различия**. Это социальные, политические, религиозные и профессиональные различия, которые приводят к разной интерпретации тех или иных понятий, употребляемых в процессе коммуникации. В качестве барьера может выступать и само восприятие партнера по общению как лица определенной профессии, определенной национальности, пола и возраста. Например, большое значение для уменьшения барьера играет авторитетность коммуникатора в глазах реципиента. Чем выше авторитет, тем меньше преград на пути усвоения предлагаемой информации.

Барьеры отношения — это чисто психологически феномен, возникающий в процессе общения коммуникатор и реципиента. Речь идет о возникновении чувства неприязни недоверия к своему коммуникатору, которое распространяется и на передаваемую им информацию.

Любая поступающая к реципиенту информация несет в себе тот или иной элемент воздействия на его поведение, мнение, установки и желания с целью их частичного или полного изменения. В этом смысле коммуникативный барьер — это форма психологической защиты от постороннего психологического воздействия, проводимого в процессе обмена информацией между участниками.



Схема 1. Средства общения

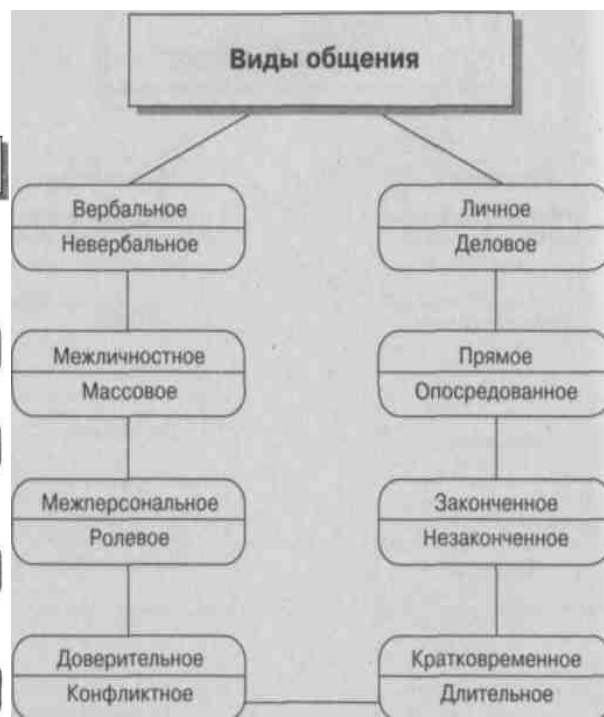


Схема 2. Виды общения

1.3 ОБЩЕНИЕ КАК ВОСПРИЯТИЕ ЛЮДЬМИ ДРУГ ДРУГА

Вопросы:

- 1 Понятие межличностного восприятия.
- 2 Механизмы социальной перцепции.
- 3 Психологические особенности межличностного взаимопонимания

Понятие межличностного восприятия

В процессе взаимодействия огромную роль играют восприятие и взаимопонимание людьми друг друга. От того, насколько они эффективны, зависят результаты и содержание совместной деятельности.

Межличностное восприятие (синоним — **социальная перцепция**) представляет собой сложный процесс: а) восприятия внешних признаков других людей; б) последующего соотнесения полученных результатов с их действительными личностными характеристиками; в) интерпретации и прогнозирования на этой основе возможных их поступков и поведения.

В социальном восприятии в целом всегда присутствует оценка других людей и формирование отношения к ним в эмоциональном и поведенческом плане, в результате чего и осуществляется построение их собственной стратегии деятельности.

Обычно выделяют четыре основные **функции** межличностного восприятия:

- познание себя, являющееся начальной базой для оценки других людей;
- познание партнеров по взаимодействию, дающее возможность сориентироваться в социальном окружении;
- установление эмоциональных отношений, обеспечивающее выбор наиболее надежных или предпочтительных партнеров;
- организация совместной деятельности на основе взаимопонимания, позволяющая достигать наибольшего успеха.

Эталоны и стереотипы взаимного познания формируются через общение с непосредственным окружением человека в тех общностях, с которыми он связан жизнью. Прежде всего это семья и этнос. Вместе с этими шаблонами поведения человек усваивает политико-экономические, социально-возрастные, эмоционально-эстетические, профессиональные и другие эталоны и стереотипы познания человека человеком.

Особенности воспринимающего зависят от его объективных и субъективных характеристик. Они влияют на глубину, всесторонность, объективность и скорость познания другого человека. К ним относятся пол, возраст, национальность, темперамент, социальный интеллект, психические состояния, состояние здоровья, установки, опыт общения, профессиональные и личностные особенности и пр.

С особенностями межличностного восприятия связан и ряд *психологических эффектов*.

Эффект новизны при восприятии людьми друг друга заключается в том, что по отношению к знакомому человеку наиболее значимой оказывается последняя, т.е. более новая информация о нем. А по отношению к незнакомому человеку более значима первая информация.

Эффект первичности состоит в том, что вероятность припоминания нескольких первых элементов однородного материала более высока, чем средних (при этом чем объемнее предъявляемый материал и чем выше темп его предъявления, тем меньшее количество первых элементов припоминается).

Эффект ореола — это распространение первичной общей оценки человека (людей) на восприятие его (их) поступков и личностных качеств. Так, если первое впечатление о человеке в целом благоприятно, то в дальнейшем все его поведение, черты и поступки начинают переоценивать в положительную сторону. В них выделяют и преувеличивают лишь положительные моменты, а отрицательные как бы недооценивают или вообще не замечают.

Если же общее первое впечатление о каком-либо человеке (людях) оказалось отрицательным, то даже положительные его (их) качества и поступки в последующем не замечают либо недооценивают на фоне гипертрофированного внимания к недостаткам.

Механизмы социальной перцепции

Обычно выделяют ряд психологических механизмов, обеспечивающих сам процесс восприятия и отношение к другому человеку и позволяющих осуществлять переход от внешне воспринимаемого к оценке и прогнозу. Это:

восприятие других людей (стереотипизация); познание и понимание людьми друг друга (идентификация, эмпатия, аттракция); познание самого себя (рефлексия) в процессе общения; прогнозирование поведения партнера по взаимодействию (каузальная атрибуция).

Под **социальным стереотипом** понимается устойчивый образ или представление о каких-либо явлениях или людях, свойственное представителям той или иной социальной группы. Многие стереотипы возникают стихийно и спонтанно из-за неизбежной потребности экономии внимания в процессе усвоения опыта других людей. Явление стереотипизации тесно связано со стремлением человека «рассортировать» полученную им информацию, «разложить ее по полочкам» в сознании. Естественно, что для подобной сортировки необходимы определенные критерии - наиболее характерные, броские, «лежащие» на поверхности черты объекта, явления и т.п. Сознание человека неизменно стремится упрощать эти критерии, с тем чтобы расширить рамки категорий, в которые можно было бы вместить как можно больше явлений. Человеку вообще свойственно искать общее в разном, «суммировать» познание, обобщать.

Стереотип однозначен: он делит мир лишь на две категории — «знакомое» и «незнакомое». «Знакомое» становится синонимом «хорошего», а «незнакомое» — синонимом «плохого». Стереотипы выделяют объекты таким образом, что слегка знакомое видится как очень знакомое, а мало знакомое воспринимается как остро враждебное. Следовательно, стереотип несет в себе оценочный элемент.

Оценочный элемент выступает в виде установки, в виде эмоционального соотношения к явлению. Причем выражая чувства личности, ее систему ценностей, стереотип всегда соотносит их с групповыми чувствами и ценностями. И, наконец, стереотип наиболее распространен при характеристике представителей различных социальных групп, прежде всего национальных и этнических.

Наиболее известны *этнические стереотипы* — образы типичных представителей определенных наций, которые наделяются фиксированными чертами внешности и особенностями характера (например, стереотипные представления о чопорности и худобе англичан, легкомысленности французов, эксцентричности итальянцев, холодности немцев).

Эмпатия — это эмоциональное сопереживание другому человеку. Она проявляется в форме отклика одного человека на переживание другого. Эмпатия основана на умении правильно представлять себе, что происходит внутри другого человека, что он переживает, как оценивает окружающий мир.

В процессе эмпатического взаимодействия формируется система ценностей, которая в дальнейшем определяет поведение личности по отношению к другим людям. Выраженность эмпатии и ее форма (сочувствие, сопереживание) зависят как от природных особенностей личности, например таланта, так и от условий воспитания, жизнедеятельности человека, его эмоционального опыта. Чем теснее связи между людьми (например, друзьями, супругами), тем большая эмпатия возможна между ними. Более того, форма

тоже зависит от типа межличностных отношений. Если когнитивная и эмоциональная эмпатия возможна при любых типах отношений, даже между незнакомыми людьми, то поведенческая, действенная эмпатия характерна для близких людей.

Эмпатия возникает и формируется во взаимодействии, в общении. В основе этого процесса лежит механизм осознанной или неосознанной идентификации — способности сравнивать себя, свою личность, поведение, состояние с личностью, поведением, состоянием других людей.

Аттракция представляет собой познание другого человека, основанное на формировании устойчивого позитивного чувства к нему. В этом случае понимание партнера по взаимодействию возникает благодаря появлению привязанности к нему, дружеского или более глубокого интимно-личностного отношения.

При прочих равных условиях люди легче принимают позицию того человека, к которому испытывают эмоционально положительное отношение. Происходит это следующим образом. Всякий сигнал, поступающий к человеку через его органы чувств, может исчезнуть без следа, а может сохраниться в зависимости от его значимости и эмоционального заряда. Эмоционально значимый сигнал, «минуя» сознание, остается в сфере бессознательного. В этом случае человек, оценивая свое отношение к другим людям, говорит, что не знает, почему он относится так, а не иначе.

Формирование аттракции происходит, если в процессе общения посылать партнеру сигналы таким образом, чтобы: во-первых, сигнал был эмоционально значимым; во-вторых, его значение было положительным; в-третьих, чтобы этот сигнал не осознавался, тогда партнер будет утверждать, что общение было приятным, а собеседник человеком, к себе располагающим.

Рефлексия — это механизм самопознания в процессе межличностного восприятия, в основе которого лежит способность человека представлять себе то, как он воспринимается его партнером. Это не просто знание или понимание партнера, а знание того, как партнер понимает меня, своеобразный удвоенный процесс зеркальных отношений друг с другом.

Каузальная атрибуция (стремление к выяснению причин поведения субъекта) — механизм интерпретации поступков и чувств другого человека.

Исследования показывают, что у каждого человека есть свои «излюбленные» схемы причинности, т.е. привычные объяснения чужого поведения: 1) люди с *личностной атрибуцией* в любой ситуации склонны находить виновника случившегося, приписывать причину произошедшего конкретному человеку; 2) в случае пристрастия к *обстоятельственной атрибуции* люди склонны прежде всего винить обстоятельства, не утруждая себя поисками конкретного виновника; 3) при *стимульной атрибуции* человек видит причину случившегося в предмете, на который было направлено действие (ваза упала потому, что плохо стояла), или в самом пострадавшем (сам виноват, что попал под машину).

При изучении процесса каузальной атрибуции выявлены различные закономерности. Например, причину успеха люди чаще всего приписывают

себе, а неудачу — обстоятельствам. Характер приписывания зависит также и от меры участия человека в обсуждаемом событии. Оценка будет различна в случаях, если он был участником (соучастником) или наблюдателем. Общая закономерность состоит в том, что по мере роста значимости случившегося испытуемые склонны переходить от обстоятельственной и стимульной атрибуции к личностной (т.е. искать причину случившегося в осознанных действиях личности).

Психологические особенности межличностного взаимопонимания

Для эффективной совместной деятельности одного понимания человека человеком недостаточно. Нужно нечто такое, что обеспечивало бы психологическое единство их взаимодействия. Таким фактором как раз и выступает взаимопонимание.

Существует множество подходов к осмыслению и трактовке феномена взаимопонимания у отечественных ученых (Андреевой Г.М., Бодалева А.А., Давыдова Г.А., Обозова Н.Н. и др.) - Обобщая все имеющиеся точки зрения, можно прийти к выводу, что **взаимопонимание** — это социально-психологический феномен, сущность которого проявляется: 1) в согласовании индивидуального осмысления предмета общения; 2) взаимоприемлемой двусторонней оценке и принятии целей, мотивов и установок партнеров по взаимодействию, в ходе которых наблюдается близость или схожесть (полная или частичная) когнитивного, эмоционального и поведенческого реагирования на приемлемые для них способы достижения результатов совместной деятельности.

Для взаимопонимания недостаточно совместной деятельности — нужно взаимодействие. Оно исключает свой антипод — взаимодействие, с появлением которого возникают недопонимание, а потом и непонимание человека человеком.

Источниками (причинами) **недопонимания** могут быть: отсутствие или искажение восприятия людьми друг друга; различия в структуре подачи и восприятия речевых и иных сигналов; дефицит времени для умственной переработки получаемых и выдаваемых сведений; умышленное или случайное искажение передаваемой информации; отсутствие возможности исправить ошибку или уточнить данные; отсутствие единого понятийного аппарата для оценки личностных качеств партнера, контекста его речи и поведения; нарушение правил взаимодействия в процессе выполнения конкретной задачи; потеря или перенос на другую цель совместных действий и др.

Для достижения взаимопонимания и его прогнозирования необходимо создавать специальные условия:

- понимание речи взаимодействующей личности. Оно начинается с восприятия и понимания отдельных слов (фонем), которые являются лексическими единицами речи. Под фонемой обычно понимается кратчайшая смысловозначительная (фонологическая) единица языка. Она должна быть воспринята партнером. Восприятие, а значит, и понимание произойдет в том

случае, если у человека уже имеется система психологических признаков, по которым воспринимаются и запоминаются фонемы;

- осознание проявляющихся качеств взаимодействующей личности. Люди различаются по убеждениям, потребностям, интересам, идеалам, чувствам, чертам характера, способностям и т.д. Эти и другие качества партнеру часто приходится оценивать, непосредственно наблюдая человека, который вступил во взаимодействие с ним. Сделать это можно лишь путем изучения действий, поступков, в целом его деятельности. В действиях и деятельности личность проявляет себя, т.е. раскрывает для других свои качества. Оценка качеств позволяет судить о мотивах и целях человека. Последние дают возможность сделать вывод о том, на что идет партнер — на содействие или противодействие. Такое заключение необходимо для установления взаимопонимания между людьми;

- выявление влияния на личность ситуации взаимодействия с партнером. Под ситуацией понимаются объективно складывающиеся обстоятельства и обстановка, которые благоприятствуют или препятствуют взаимодействию индивидов. Обстановка складывается из предметов, вещей, средств и орудий, которыми пользуются взаимодействующие личности и в окружении которых они находятся. Количество и качество элементов обстановки, их размещение в пространстве и изменение во времени создают конкретные обстоятельства-взаимодействия. Обстоятельства нередко побуждают людей изменять свое поведение, иногда даже таким образом, что его психологическое содержание теряется за внешней стороной поступков. В процессе общения с окружающими у нас вырабатывается определенный более или менее автоматически функционирующий психологический подтекст к их поведению;

- выработка соглашения и практическое его выполнение по установленным правилам. Официальное заявление взаимодействующих лиц о согласии понимать и действовать по определенным правилам ко многому обязывает. Они вынуждены выполнять взятые на себя обязательства, ибо расхождение слов с делами свидетельствует о нарушении взаимопонимания, а этого скрыть нельзя.

Соблюдение правил взаимопонимания на практике, в жизни является критерием достигнутого взаимопонимания. Оно будет тем выше, чем более приемлемы для совместной деятельности разработанные правила. Они не должны сковывать партнеров. Для этого их необходимо периодически исправлять, т.е. согласовывать свои действия. Лучше всего это делать в ситуации равноправного положения индивидов.

1.4 КАУЗАЛЬНАЯ АТРИБУЦИЯ

Вопросы:

- 1 Основные теории каузальной атрибуции
- 2 Ошибки атрибуции

Основные теории каузальной атрибуции

В социальной психологии возникает особое направление исследований, посвященных анализу того, каким образом люди интерпретируют причины поведения другого человека в условиях недостаточности информации об этих причинах. При наличии достаточной информации поступки других людей тоже, конечно, интерпретируются, но здесь предполагается, что причины известны. Когда же они неизвестны, средством причинного объяснения выступает **приписывание**, т.е. осуществляется своеобразное достраивание информации. При этом сфера приписывания становится значительно более широкой — причины приписываются не только поведению отдельного человека, но вообще различным социальным явлениям.

1. Теория наивного психолога Ф. Хайдера

Разработка этой проблематики не означает исследования процесса приписывания причин поведения другому человеку, как это следует делать, а, напротив, как это на самом деле делается обычным человеком, которого **Ф. Хайдер** назвал **«наивным психологом»** (наивного ученого). Хайдер отмечал, что люди в своих обыденных поступках, в обыденной жизни всегда не просто наблюдают явления, но анализируют их с целью осмысления сути происходящего. Отсюда их стремление прежде всего понять причины поведения другого человека, и если не хватает информации относительно этих причин, то люди приписывают их. Обычно они стремятся приписать стабильные, достаточно широко распространенные и типичные причины, хотя по-разному оценивают намеренное и ненамеренное поведение.

Чтобы определить в каждом конкретном случае, какую причину следует приписать, необходимо знать **возможные типы причин**. Для Хайдера — это причины личностные (т.е. когда причина приписывается действию субъекта) и причины, коренящиеся в «среде» (т.е. такие, которые приписываются обстоятельствам).

Это были первые «наброски» теорий каузальной атрибуции. Впоследствии теории эти были значительно обогащены, так что сегодня иногда говорят даже не об атрибутивной теории, а о «психологическом объяснении». Поскольку проблематика атрибуции связана с процессом объяснения человеком окружающего мира, необходимо развести понятия «научное объяснение» и «обыденное объяснение».

При анализе атрибутивного процесса нужно иметь в виду отличия, которые существуют между научным и обыденным объяснением.

Научное объяснение выступает как бы **«бессубъектным»**: неважно, кто объясняет, важен результат. Однако, у всякого ученого, осуществляющего научное объяснение, свое «личное уравнение», свой «жизненный мир», то есть своя интерпретация объяснимого. Именно это и служит причиной многочисленных ошибок, известных в истории науки.

Обыденное объяснение, напротив, целиком **«субъективно»**: здесь

познает и, значит, объясняет конкретный «наивный субъект», который всегда находится в общении с другим, то есть они объясняют в конце концов вместе, привнося в этот процесс всю совокупность своих отношений. В отличие от научного объяснения, где сначала получается знание и лишь затем оно «накладывается» на действительность, в случае обыденного объяснения оно немедленно, несмотря на свою несовершенную форму, схватывает значение, то есть «подводит его под эталоны» и высвечивает смысл. Поэтому это весьма специфическая форма объяснения, которая существует в виде «приписывания» — *атрибуции*.

2. Теория каузальной атрибуции Г. Келли

Вопрос о различных типах причин, которые могут быть приписываемы объекту восприятия, это вопрос о том, «откуда» вообще берутся приписываемые причины. В этой теории разбираются два случая.

1. Когда воспринимающий черпает информацию из **многих** источников и имеет возможность различным образом комбинировать поведение объекта и его причины, выбрав **одну** из них.

Например, вы пригласили кого-то в гости, а тот человек отказался. Как объяснить, в вас ли здесь дело или в приглашенном? Если вы знаете, что этот человек отказал в это же время и другим друзьям, а в прошлом вас не всегда отвергал, то вы скорее припишете причину отказа ему, а не себе. Но это возможно лишь в том случае, если у вас есть неоднократные наблюдения.

2. Когда воспринимающий имеет **одно-единственное** наблюдение и тем не менее должен как-то объяснить причину события, которых может быть **несколько**.

В нашем примере о водителе, сбившем пешехода, вы ничего более не знаете ни о водителе (сбивал ли он раньше других пешеходов или это с ним случилось в первый раз), ни о пешеходе (может быть, он так невнимателен, что и раньше много раз становился жертвой автомобилистов). В данном случае воспринимающий, имея лишь одно наблюдение, может допустить много различных причин.

Для каждого из этих двух случаев предназначен специальный раздел теории Г. Келли: первый случай рассматривается в «*модели анализа вариаций*» (ANOVA), второй — в *теории каузальных схем*.

Модель анализа вариаций содержит перечень структурных элементов атрибутивного процесса: Субъект, Объект, Обстоятельства. Соответственно называются три вида причин (а не два, как у Хайдера): **личностные, объектные, обстоятельственные**.

Сущность процесса приписывания причин заключается в том, чтобы находить адекватные варианты сочетания причин и следствий в каждой конкретной ситуации. Лучше всего это пояснить на примере:

Петров сбежал с лекции по социальной психологии. В чем причина этого поступка: в «личности» Петрова, и тогда мы должны приписать личностную причину; в качестве лекции, и тогда мы должны приписать объектную причину;

в каких-то особых обстоятельствах, и тогда мы должны приписать обстоятельственную причину?

Для ответа на этот вопрос необходимо сопоставить данные других наблюдений. Их можно свести в три группы суждений (основанных на предшествующих наблюдениях):

1. а) почти все сбежали с этой лекции; б) никто другой не сбежал с нее.
2. а) Петров не сбежал с других лекций; б) Петров сбежал и с других лекций.
3. а) в прошлом Петров также сбежал с этой лекции; б) в прошлом Петров никогда не сбежал с нее.

Теперь, чтобы правильно подобрать причину, нужно ввести три «критерия валидности»: - **подобия** (консенсус), подобно ли поведение субъекта (Петрова) поведению других людей? - **различия**, отлично ли поведение субъекта (Петрова) к данному объекту от отношения его к другим объектам (лекциям)? - **соответствия**, является ли поведение субъекта (Петрова) одинаковым в разных ситуациях?

В приведенных выше суждениях можно выделить пары пунктов, которые будут являться проверкой на каждый из критериев.

Пункты 1а и 1б — проверка на подобие.

Пункты 2а и 2б — проверка на различие.

Пункты 3а и 3б — проверка на соответствие.

Далее Келли предлагает **«ключ»**, то есть те комбинации, которые позволяют приписывать причину адекватно. «Ключ» представляет собой ряд правил, по которым следует строить заключение. Термины, используемые в данном «ключе», обозначают: «низкое» — место, которое соответствует строке, занимаемой суждением, т.е. суждение, обозначаемое буквой «б»; «высокое» — место (строка) суждения в таблице, обозначаемое буквой «а». Тогда возможные комбинации суждений выглядят следующим образом.

Если: низкое подобие (1б), низкое различие (2б), высокое соответствие (3а), то атрибуция **личностная** (1б—2б—3а).

Если: высокое подобие (1а), высокое различие (2а), высокое соответствие (3а), то атрибуция **объектная** (1а—2а—3а).

Если: низкое подобие (1б), высокое различие (2а), низкое соответствие (3б), то атрибуция **обстоятельственная** (1б—2а—3б).

Вторая часть теории Келли получила название **«принцип конфигурации»**. Его суть в том, что при условии недостаточности информации по критериям подобия, различия и соответствия воспринимающий должен обрисовать для себя всю конфигурацию возможных причин и выбрать одну из них. Для того чтобы облегчить задачу отбора единственной из многих возможных причин, предлагается следующая **классификация причин**: а) обесценивания, б) усиления, в) систематического искажения информации.

В совокупности эти три разновидности причин образуют «принципы конфигурации». Их необходимость продиктована тем, что предложенные в модели ANOVA нормативы оказываются недостаточными. Они представляют собой идеальный образец схемы, по которой должен рассуждать человек. В

действительности, в реальных ситуациях у субъекта часто нет времени на «приложение» схемы и чаще всего он умозаключает о причинах на основании одного единственного следствия, хотя и включает при этом свой прошлый опыт. Именно этот прошлый опыт позволяет ему отдать предпочтение одной из названных выше трех разновидностей причин.

Принцип **обесценивания** означает, что субъект отбрасывает те причины, которым есть альтернатива (ибо таковые причины «обесцениваются»).

Пример приводится в известном эксперименте Тибо и Риккена: демонстрировалась «угодливость поведения» двух людей — с высоким и низким социальным статусом. Испытуемых просили объяснить причины такого поведения. Они выбирали разные причины: для «низкого» по статусу выбиралась как внутренняя причина (его бессилие в жизни), так и внешняя (желание получить помощь). Для «высокостатусного» теоретически можно предположить эти же причины.

Однако испытуемые в данном случае отбрасывали внешнюю причину (так как, по их мнению, высокостатусный не нуждается в помощи): внешняя причина обесценилась наличием альтернативы (сам себе может помочь). Поэтому во втором случае причина приписана внутренним качествам высокостатусного человека (такой уж он есть). Отсюда видно, что относительно первого случая вывод неясен: могут быть справедливы обе причины. Но по противопоставлению второму случаю с высокостатусным низкостатусному в эксперименте чаще приписывалась внешняя причина.

Специфическим вариантом принципа обесценивания является принцип **усиления**. Суть его в том, что чаще приписывается причина, которая чем-нибудь усиливается: например, она кажется более вероятной, потому что встречает препятствие.

Келли приводит такой пример. Фрэнк и Тони выполняют задание. Фрэнк — трудное, Тони — среднее. Оба успешны. Предлагается ответить на вопрос, в чем причина их успеха: в способностях того и другого или во внешних обстоятельствах? Обычно способности (внутренняя причина) приписываются Фрэнку, так как для него препятствие — трудность задания — лишь усиливает предположение о его высоких способностях.

Причина «усиливается» в тех случаях, когда она обладает высокой значимостью для того, кто совершает поступок, или когда ее наличие означает для действующего лица самопожертвование, или когда действие по этой причине связано с риском. Все это необходимо принимать в расчет тому, кто приписывает причину: «Когда принуждение, ценность, жертвы или риск включаются в действие, то оно приписывается чаще деятелю, чем другим компонентам схемы». То есть, когда действие совершается трудно, причина его чаще приписывается субъекту, т.е. имеет место личностная атрибуция.

Но здесь уже вступает в силу третий из предложенных Келли принципов конфигурации — **систематическое искажение суждений о людях**. Но этот принцип удобнее рассмотреть в разделе, посвященном ошибкам атрибуции.

Ошибки атрибуции

Сам термин «ошибка» употребляется в атрибутивных теориях достаточно условно. Здесь было бы точнее употреблять термин «искажение» или «предубеждение», но по традиции в языке атрибутивных теорий сохраняется термин «ошибка».

В результате многочисленных экспериментов были выведены **два класса ошибок атрибуции: фундаментальные и мотивационные.**

Характер фундаментальных ошибок описывают Э. Джонс и Р. Нисбет на таком примере. Когда плохо успевающий студент беседует с научным руководителем о своих проблемах, то часто можно зафиксировать их различные мнения по этому поводу. Студент, естественно, ссылается на обстоятельства: здоровье, стресс, домашние дела, потеря смысла жизни и пр. Научный руководитель хочет верить в это, но в душе не согласен, так как прекрасно понимает, что дело не в обстоятельствах, а в слабых способностях или лени, неорганизованности студента и т.п. Позиции в данном случае различны у участника события (студент) и наблюдателя (преподаватель).

Фундаментальная ошибка атрибуции заключается в переоценке личностных и недооценке обстоятельственных причин.

Л. Росс обрисовал условия возникновения таких ошибок.

1. *«Ложное согласие»* выражается в том, что воспринимающий принимает свою точку зрения как «нормальную» и потому полагает, что другим должна быть свойственна такая же точка зрения. Если она иная, значит дело в «личности» воспринимаемого. Феномен «ложного согласия» проявляется не только в переоценке типичности своего поведения, но и в переоценке своих чувств, верований и убеждений. Некоторые исследователи полагают, что «ложное согласие» вообще является главной причиной, по которой люди считают собственные убеждения единственно верными. Легко увидеть, насколько распространен такой подход в обыденной жизни.

2. *«Неравные возможности»* отмечаются в ролевом поведении: в определенных ролях легче проявляются собственные позитивные качества, и апелляция совершается именно к ним. Здесь воспринимающий легко может переоценить личностные причины поведения, просто не приняв в расчет ролевую позицию действующего лица.

Л. Росс продемонстрировал это положение при помощи такого эксперимента. Он разделил группу испытуемых на «экзаменаторов» и «экзаменуемых». Первые задавали различные вопросы, и «экзаменуемые», как могли, отвечали на них. Затем Росс попросил испытуемых оценить свое поведение. «Экзаменаторы» оценили и себя и «экзаменуемых» достаточно высоко, а вот последние приписали большую степень осведомленности «экзаменаторам», их личности. В данном случае не было учтено то обстоятельство, что по условиям эксперимента «экзаменаторы» выглядели «умнее» просто потому, что это было обусловлено их ролевой позицией. В обыденной жизни именно этот механизм включается при приписывании причин в ситуации начальник — подчиненный.

3. *«Большее доверие вообще к фактам, чем к суждениям»*, проявляется в том, что первый взгляд всегда обращен к личности. В наблюдаемом сюжете личность непосредственно дана: она — безусловный «факт», а обстоятельство еще надо «вывести».

4. *«Легкость построения ложных корреляций»*. Состоит в том, что наивный наблюдатель произвольно соединяет какие-либо две личностные черты как обязательно сопутствующие друг другу. Особенно это относится к неразрывному объединению внешней черты человека и какого-либо его психологического свойства (например: *«все полные люди — добрые»*, *«все мужчины невысокого роста — властолюбивы»* и пр.). «Ложные корреляции» облегчают процесс атрибуции, позволяя почти автоматически приписывать причину поведения наблюдаемой личности, совершая произвольную «связку» черт и причин.

5. *«Игнорирование информационной ценности неслучившегося»*. Основанием для оценки поступков людей может явиться не только то, что «случилось», но и то, что «не случилось», т.е. и то, что человек «не сделал». Однако при наивном наблюдении такая информация о «неслучившемся» нередко опускается. Поверхностно воспринимается именно «случившееся», а субъект «случившегося» — личность. К ней прежде всего и апеллирует наивный наблюдатель.

Мотивационные ошибки атрибуции — это различные виды «защиты», пристрастия, которые субъект атрибутивного процесса включает в свои действия.

Значительная разработка этой проблемы принадлежит **Б. Вайнеру**. Он предложил рассматривать три измерения в каждой причине: внутреннее — внешнее; стабильное — нестабильное; контролируемое — неконтролируемое.

Различные сочетания этих измерений дают восемь возможных наборов атрибуций:

- 1) внутренняя — стабильная — неконтролируемая;
- 2) внутренняя — стабильная — контролируемая;
- 3) внутренняя — нестабильная — неконтролируемая;
- 4) внутренняя — нестабильная — контролируемая;
- 5) внешняя — стабильная — неконтролируемая;
- 6) внешняя — стабильная — контролируемая;
- 7) внешняя — нестабильная — неконтролируемая;
- 8) внешняя — нестабильная — контролируемая.

Вайнер предположил, что каждое сочетание включает в себя различную мотивацию. Это можно пояснить следующим примером.

Ученик плохо ответил урок. В разных случаях он по-разному объясняет свое поведение: если он сослался на низкие способности к данному предмету, то он избирает ситуацию 1; если он признает, что ленился, то, возможно, выбирает ситуацию 2; если сослался на внезапную болезнь перед ответом, то выбирает ситуацию 3; если отвлекся на просмотр телепередачи — ситуацию 4; если обвинил школу в слишком высокой требовательности, то выбирает ситуацию 5; если учитель оценивается как плохой — то ситуацию 6; если

просто «не везет», то ситуацию 7; если сосед ремонтирует дом и постоянно стучит, мешая заниматься, то это будет уместно объяснить, ситуацией 8.

Как видно, процесс объяснения причин здесь включает в себя представление о достигаемой цели, иными словами, связан с *мотивацией достижения*.

Более конкретная связь установлена Вайнером между выбором причины и успешностью или неуспешностью действия. Идея эта поясняется при помощи эксперимента: испытуемым обрисован гипотетический человек, который был либо успешен, либо неуспешен в каком-либо задании. Трудность задания при этом обозначалась как «внешняя» причина, а способности человека — как «внутренняя» причина. Выявлено, что если человек более способный, то его успех приписывается внутренней причине, а неуспех — причине внешней. Напротив, для человека менее способного успех приписывается внешней причине (задание не слишком сложное), а неуспех — внутренней причине (такой уж он).

Этот же эффект был установлен и относительно статуса человека: один тип объяснения давался для высокостатусного и другой тип — для низкостатусного. Это подтверждено в эксперименте Тибо и Риккена (1995): «наивному субъекту» предъявляются два «конфедерата» (лица, находящиеся в сговоре с экспериментатором). Один из них парадно одет, о нем сказано, что он только что защитил диссертацию. Другой одет кое-как, и сказано, что он студент первого курса. Экспериментатор дает «наивному субъекту» задание — произнести речь в пользу донорства и убедить двух «конфедератов» тотчас же сдать кровь в качестве доноров. «Конфедераты» слушают речь и вскоре сообщают, что они убедились и идут сдавать кровь. Тогда экспериментатор просит «наивного» объяснить, почему они так поступают? Ответ различен в двух случаях: «наивный» полагает, что защитивший диссертацию, по-видимому, высокосознательный гражданин и сам принял такое решение, студент-первокурсник же принял такое решение, конечно, под влиянием «речи», то есть воздействия со стороны «наивного». Локус причинности в первом случае внутренний, во втором — внешний. Очевидно, такое распределение локусов связано со статусом воспринимаемого лица.

Как мы видели, приписывание внутренних или внешних причин зависит от статуса воспринимаемого, в случае же оценивания своего поведения — от самооценки. Приписывание стабильных — нестабильных причин особенно тесно связано с признанием успеха — неудачи.

Если объединить все эксперименты, касающиеся использования этих двух пар причин, то результат везде однозначен: ***в случае успеха себе приписываются внутренние причины, в случае неуспеха — внешние (обстоятельства)***; напротив, при объяснении причин поведения другого возникают разные варианты, которые только что рассматривались.

Итак, атрибутивный процесс начинается с мотивации индивида понять причины и следствия поступков других людей, то есть в конечном счете понять смысл человеческих отношений. Причем у человека всегда присутствует как потребность понять эти отношения, так и потребность предсказать дальнейший

ход этих отношений. В отличие от теорий когнитивного соответствия, в теории каузальной атрибуции достижение когнитивного соответствия не есть необходимый и желаемый результат когнитивной «работы». Соответствие здесь есть скорее критерий для понимания того, когда причинное объяснение кажется достаточным. Причина, которую индивид приписывает явлению (или человеку), имеет важные последствия для него самого, для его чувств и поведения. Значение события и реакция человека на него детерминированы в большей степени приписанной причиной. Поэтому сам поиск причин, их адекватный выбор в различных ситуациях есть важнейшее условие ориентации человека в окружающем его социальном мире.

1.6 СТИЛИ АТРИБУЦИИ

Вопросы:

- 1 Стиль атрибутирования и особенности его диагностики
- 2 Преодоление наученной беспомощности
- 3 Атрибутивное реструктурирование и педагогический процесс

Стиль атрибутирования и особенности его диагностики

Стиль атрибуции - устойчивая тенденция возложения ответственности за совершенные действия либо на себя, либо на сложившиеся обстоятельства или социальное окружение. Причем эта стилевая тенденция проявляется в том, что человек либо «не видит» собственных заслуг в «очевидном» для других, либо «видит» собственную вину и ответственность во всем происходящем.

Первенство в постановке и исследования проблемы атрибутирования принадлежит **Роттеру** (Rotter, 1966), который считал, что люди различаются по уровню контроля за поощрениями и наказаниями, поступающими извне. *Интерналы* рассматривают себя как контролирующие свои действия и свою судьбу, *экстерналы* более фаталистичны - считая, что возможность контроля над событиями весьма ограничена.

Для диагностики *уровня интернальности и экстернальности* им была разработана специальная двадцати девяти пунктная шкала, предназначенная для определения локуса контроля по отношению к различным типам поведения, включая политические представления, поведение, связанное с достижениями, реакции на болезни и т.п.

Сложность использования данной шкалы связана с тем, что при ее посредстве трудно выделить какую-либо отдельную область (отдельное измерение личности) из измеряемого ряда относительно независимых представлений контролируемых субъектом.

Ряд других опросников был предназначен для определения стилевых особенностей атрибутирования - присущих людям тенденций совершать определенные причинные выводы в различных ситуациях и времени.

Одним из самых известных опросников является разработанный Лейденом

(Layden) опросник ASQ (1982:63-82) и его модификации (Peterson 1982). Он измеряет типы объяснений, которые люди дают вызывающим антипатию событиям по трем измерениям: интернальное - экстернальное, стабильное - нестабильное, глобальное - специфическое.

Люди, проявляющие тенденцию оценивать вызывающие антипатию события как обусловленные интернальными, стабильными и глобальными факторами обладают «депрессивным атрибутивным стилем», отражающим склонность к беспомощности и депрессии и приводящим к возможности заболевания.

Опросник атрибутивного стиля (вариант ASQ Layden, 1982) предполагает выбор ряда причин по отношению к гипотетической ситуации, в которой присутствует либо положительный, либо отрицательный исход в таких плоскостях как интеллектуальная компетентность, межличностные взаимоотношения, ситуации морального выбора, а так же ситуации, связанные с настроением. В каждой ситуации предлагается четыре варианта причин: внутренняя стабильная, внутренняя нестабильная, внешняя стабильная и внешняя нестабильная.

В качестве примера используемых шкал можно привести следующую ситуацию: «В автобусе вы замечаете, что понравились другому человеку». Эта ситуация сопровождается перечнем следующих возможных причин: «Вы являетесь такого типа человеком, который легко нравится людям» (внутренняя стабильная); «Вы пытались понравиться этому человеку» (внутренняя нестабильная); «это такого рода человек, которому нравится большинство людей» (внешняя стабильная); «этот человек просто находится сегодня в лирическом настроении» (внешняя нестабильная).

Использование опросника ASQ позволили установить, что лица с высоким уровнем самоуважения реагировали на позитивный исход, ориентируясь на внутренние причины, в случае же негативного исхода - на внешние. Лица же с низким уровнем самоуважения реже ориентировались на внутренние причины в случае позитивного исхода и чаще выбирали внутренние причины в случае негативного исхода. Выявленные различия в когнитивных стратегиях связаны и с *поведенческими различиями*.

В целом, в исследованиях установлена тенденция людей с низким уровнем самоуважения к поддержанию негативного образа самих себя. Информация, противоречащая негативному самоотношению, либо игнорируется, либо трансформируется таким образом, что бы соответствовать общему негативному образу.

Преодоление наученной беспомощности

Наученная беспомощность - это беспомощность, приобретаемая в случае, когда человек не чувствует возможности контроля над повторяющимися неприятными событиями.

Описание феномена наученной беспомощности в рамках атрибутивного подхода было предложено Абрамсоном, Селигманом и Тисдейлом. Они предположили, что каузальная атрибуция детерминирует реакции на

непреодолимые события, отмечая важность фактора контролируемости событий в возникновении депрессии. Сталкиваясь с многочисленными неудачами, люди впадают в состояние подавленности, депрессии, становятся пассивными, т. к. считают, что все их усилия будут неэффективными, и таким образом формируют готовность к будущим неудачам, что снижет самооффективность и обрекает на новые неудачи.

В рамках данного подхода предлагается выделение трех измерений: локуса контроля, стабильности и глобальности или генерализованности. Каждое из этих измерений может влиять на формирование депрессии. Локус контроля фиксирует связь самооценки с реакцией на негативное событие, Временная стабильность фиксирует степень «зрелости» беспомощности, т.е. ее протяженность во времени. Измерение глобальности или генерализованности фиксирует широту экстраполяции беспомощности. Если негативное событие атрибутируется специфической причине, то последствия не столь разрушительны, если же негативное событие атрибутируется глобальной причине («потому, что я неудачник»), то беспомощность будет генерализована на большой круг ситуаций (т.е., отношений со многими людьми), что приведет к глобальной беспомощности.

Абрамсон с коллегами делают вывод о наличии индивидуальных различий в причинных объяснениях событий, проявляющихся в особенностях стиля атрибутирования. Такая стилистическая особенность, как интернальность, стабильность и глобальность атрибутирования негативных событий и выступает основанием депрессии. Как следствие, терапия такого рода расстройств предполагает изменение внутреннего, стабильного и глобального стиля атрибутирования на более внешний или экстернальный, менее стабильный и глобальный.

Поскольку, одним из основных факторов наученной беспомощности является формирование соответствующей атрибутивной схемы, демобилизующей индивида перед лицом «непреодолимого препятствия», то и преодоление наученной беспомощности становится возможным лишь в результате трансформации данной атрибутивной схемы, т.е. атрибутивного реструктурирования. Если субъект приписывает причинность неконтролируемых событий интернальным, стабильным и глобальным факторам происходит генерализация беспомощности, появляется депрессия и снижается самоуважение. При отсутствии такого рода атрибутирования генерализация не наступает и беспомощность носит ограниченный временной и пространственный характер.

Преодоление наученной беспомощности, таким образом, становится возможным через атрибутивное реструктурирование интернальности, стабильности и глобальности причинности. К. Петерсон предлагает четыре возможные стратегии такого рода реструктурирования:

1. Обогащение окружения. Суть этой стратегии сводится к тому, что ожидание неотвратимых негативных последствий может быть изменено по средством изменения окружения, в котором живет человек. Если социальное

окружение примет участие в оказании помощи, то депрессия может быть быстро преодолена.

2. Обучение личностному контролю. В данном случае предполагается изменение отношения к событиям как не контролируемым на контролируемые.

3. Научение смирению. В этом случае при невозможности радикального преодоления неотвратимости негативных последствий имеет место научение человека столкновению с ними с наименьшими издержками.

4. Переучивание атрибуции или атрибутивное реструктурирование.

Перечисленные стратегии, конечно же, не исчерпывают всех возможностей преодоления наученной беспомощности и депрессии, однако они отражают суть общих подходов к проблемной области.

Атрибутивная реструктурирование и педагогический процесс

В практике образовательного процесса наибольшее распространение получила модель рассмотрения атрибутивного процесса, предложенная Вайнером. Он представил свою модель как атрибутивный анализ поведения, связанный с достижениями.

Первостепенным вопросом является вопрос о том, какие именно причины учащиеся выдвигают в качестве определяющих их достижения. Вайнер определил в качестве таковых собственные диспозиции учащихся и информацию, имеющуюся в их распоряжении.

Категория личностных диспозиций определяется тремя подкатегориями: личностными склонностями; демографическим статусом; каузальными схемами.

Категория наличной информации включает пять подкатегорий: собственные представления; представления других людей; принудительное или самостоятельное принятие задачи на достижение; воздействие со стороны родителей и других референтных лиц; воздействие со стороны учителя.

Личностные диспозиции включают мотивационные предубеждения по отношению к формированию и установлению атрибуций, соответствующих потребностям и желаниям учащихся. Они представляют особые наборы причинностей, обусловленные своеобразием качеств личности, ее демографическим статусом и имеющимися каузальными схемами.

В ряде исследований была установлена связь между личностными характеристиками и своеобразием атрибутирования, в частности, с потребностью в достижениях. Лица с высокой потребностью в достижениях проявляют склонность к приписыванию успехов способностям и прилагаемым усилиям. В то время как лица с низкой потребностью в достижениях не проявляли четкого осознания атрибутивных предпосылок успехов. Дифференциация атрибутирования была зафиксирована и в отношении уровня самоуважения. Лица с низким самоуважением характеризовались большей ответственностью за собственные неудачи, в то время как лица с высоким уважением, наоборот, проявляли тенденцию к нахождению внешне обусловленной причинности. Такие же зависимости

были найдены в отношении локуса контроля, демографических характеристик и своеобразия каузальных схем.

Ряд исследований был проведен в отношении влияния на атрибутирование информации, имеющейся в распоряжении учеников. Особенности атрибутирования во многом обусловлены прошлым опытом учащихся. Соответствие достижений прошлому опыту приводит к увеличению атрибутирования стабильными причинами (например, способностями, сложностью задачи), несоответствие - приводит к увеличению атрибутирования нестабильными причинами (например, отсутствием прилагаемых усилий). Обладание информацией о достижениях других так же является действенным в отношении характера атрибутирования. Когда собственные результаты отличаются от результатов других, это способствует самопознанию. Соответствующие другим результаты создают возможности для оценки уровня сложности решаемой задачи. В частности, была зафиксирована присущая студентам склонность атрибутировать достижения собственными достоинствами (там же, с. 183).

Очевидное влияние на характер атрибутирования учащихся оказывают и значимые другие. Так, родители своими оценочными суждениями формируют у них соответствующие каузальные схемы. Сильное влияние оказывают и оценки учителей, причем они оказываются даже более действенными, чем родительские. В частности, наученная беспомощность учащихся в отношении тех или иных учебных дисциплин является следствием оценочных суждений учителей, не всегда четко осознающих деструктивное влияние их оценок.

Для способствования развитию у учащихся адаптивных атрибутивных моделей педагогам рекомендуется обращать внимание на своеобразие стиля атрибутирования учащихся, по возможности выявляя сформировавшиеся у них каузальные схемы. В любом случае до сознания учеников необходимо доводить связь между прилагаемыми усилиями и результатами. Эта информация не должна носить только характер обратной связи, а должна сопровождаться соответствующей инструктивной работой, оказанием помощи в переатрибутировании и формировании более продуктивных каузальных схем. Любой факт достижений, связанных с приложенными усилиями не должен оставаться без внимания педагога.

Приведенный анализ педагогического аспекта проблемы атрибутирования показывает существенную зависимость процесса обучения от стиля и своеобразия атрибутирования как обучающихся, так и обучаемых. В то же время становится достаточно очевидным и факт не информированности самих педагогов об их неосознанно негативном участии в формировании наученной беспомощности.

1.6 ИНТЕРАКТИВНАЯ СТОРОНА ОБЩЕНИЯ

Вопросы:

1 Социально-психологические подходы к изучению процесса взаимодействия.

2 Структурный анализ личности (Э.Берн)

3 Транзакционный анализ

4 Процедуры и ритуалы

5 Времяпровождение

6 Игры

Социально-психологические подходы к изучению процесса взаимодействия

Интерактивная сторона общения — это условный термин, обозначающий характеристику тех компонентов общения, которые связаны с взаимодействием людей, с непосредственной организацией их совместной деятельности.

В истории социальной психологии существовало несколько попыток описать структуру взаимодействий.

1) теория Т. Парсонса, в которой была предпринята попытка наметить общий категориальный аппарат для описания структуры социального действия. В основе социальной деятельности лежат **межличностные взаимодействия**, на них строится человеческая деятельность в ее широком проявлении, она — результат единичных действий. Единичное действие есть некоторый элементарный акт; из них впоследствии складываются системы действий. Каждый акт берется сам по себе, изолированно, с точки зрения абстрактной схемы, в качестве элементов которой выступают: а) деятель, б) «другой» (объект, на который направлено действие); в) нормы (по которым организуется взаимодействие), г) ценности (которые принимает каждый участник), д) ситуация (в которой совершается действие).

Эта попытка оказалась неудачной: схема действия, раскрывающая его «анатомию», была настолько абстрактной, что никакого значения для эмпирического анализа различных видов действий не имела.

2) Польский социолог Я. Щепаньский. Центральным понятием при описании социального поведения является понятие **социальной связи**. Она может быть представлена как последовательное осуществление: а) пространственного контакта, б) психического контакта (по Щепаньскому, это взаимная заинтересованность), в) социального контакта (здесь это — совместная деятельность), г) взаимодействия (что определяется, как «систематическое, постоянное осуществление действий, имеющих целью вызвать соответствующую реакцию со стороны партнера...»), д) социального отношения (взаимно сопряженных систем действий).

3) Подход к структурному описанию взаимодействия представлен в **транзактном анализе** — направлении, предлагающем регулирование действий участников взаимодействия через регулирование их позиций, а также учет характера ситуаций и стиля взаимодействия (Берн, 1988).

Структурный анализ личности (э.берн)

С точки зрения транзактного анализа каждый участник взаимодействия в принципе может занимать одну из трех позиций, которые условно можно обозначить как Родитель, Взрослый, Ребенок.

Эти позиции ни в коей мере не связаны обязательно с соответствующей социальной ролью: это лишь чисто психологическое описание определенной стратегии во взаимодействии: *позиция Ребенка* может быть определена как позиция «Хочу!», *позиция Родителя* как «Надо!», *позиция Взрослого* — объединение «Хочу» и «Надо»).

Пример. Жена обращается к мужу с информацией: «Я порезала палец» (апелляция к Взрослому с позиции Взрослого). Если он отвечает: «Сейчас перевяжем», то это ответ также с позиции Взрослого (I). Если же следует сентенция: «Вечно у тебя что-то случается», то это ответ с позиции Родителя (II), а в случае: «Что же я теперь должен делать?», демонстрируется позиция Ребенка (III). В двух последних случаях эффективность взаимодействия невелика.

Тут целесообразно поместить рисунок, который называется **структурной диаграммой**. На ней представлены с современной точки зрения все составляющие личности любого индивидуума. Она включает Я-Родителя, Я-Взрослого и Я-Ребенка. Они четко отделены друг от друга, поскольку сильно различаются и порой совершенно несовместимы.

Взрослый необходим для выживания. Он обрабатывает данные и оценивает вероятности, что очень важно для эффективного взаимодействия с окружающим миром. У него собственные проблемы и способы достигнуть удовлетворения. Например, чтобы перейти улицы с сильным движением, придется произвести множество мгновенных расчетов скорости автомобилей и человека; Взрослый будет стоять на тротуаре, пока расчет не покажет высокую вероятность безопасного достижения противоположной стороны. Удовлетворение, которое мы получаем от горных лыж, полетов, плавания под парусом и других видов спорта, связанных с движением, зиждется на умении производить подобного рода расчеты. Другая обязанность Взрослого — регулировать деятельность Родителя и Ребенка и выступать объективным посредником между ними.

У **Родителя** две основные функции. Во-первых, он позволяет взрослому человеку вести себя как родитель по отношению к собственным детям, таким образом способствуя сохранению человечества. Его ценность в этом отношении подтверждается тем, что дети, выросшие сиротами, став взрослыми, испытывают большие трудности при воспитании собственных детей, чем те, кто вырос в семье. Во-вторых, Родитель делает многие наши реакции автоматическими, что сберегает энергию и время. Многие дела так, "потому что так принято".

Ребенок — источник интуиции, творчества, спонтанных порывов и радости.

Приспосабливающийся Ребенок меняет свое поведение под Родительским влиянием. Он ведет себя так, как требует его отец (мать):

например, слушая их во всем или не по летам самостоятельно. Уход в себя или слезы – тоже один из способов приспособления. Таким образом, влияние Родителя является причиной, а приспособляющийся Ребенок – следствием.

Естественный Ребенок выражает себя спонтанно: например, непослушанием или творчеством. Подтверждение структурного анализа можно наблюдать в случаях алкогольного опьянения. Обычно первым отключается Родитель, и тогда приспособляющийся Ребенок освобождается от Родительского влияния и преобразуется в Ребенка естественного.

Маленький профессор – находчивый маленький Ребенок в каждой личности (переживание моментов творчества, энергичность, состояний инсайта, манипуляция).

Таким образом, все три состояния Я чрезвычайно важны для выживания. Вмешательство необходимо только тогда, когда нарушено их нормальное равновесие. В обычной ситуации каждый из них: Родитель, Взрослый и Ребенок – достойны равного уважения и равно необходимы для плодотворной и насыщенной жизни.

Транзакционный анализ

Единица социального взаимодействия называется **транзакцией**. Если два или больше человек соберутся вместе, рано или поздно один из них заговорит или каким-то другим образом покажет, что замечает присутствие остальных. Это называется **транзакционным стимулом**. Другой человек что-нибудь скажет или сделает в ответ на стимул, и это называется **транзакционной реакцией**. Простой транзакционный анализ **определяет**, какое состояние Я породило транзакционный стимул, а какое – транзакционную реакцию.

Берн выделил три типа транзакций: дополняющие; пересеченные; скрытые.

1) Дополняющие – взаимодействие, при котором партнеры адекватно воспринимают позицию друг друга, одинаково понимают ситуацию, оправдывают друг друга (параллельные линии). 2 подтипа:

а) равное взаимодействие – партнеры на одинаковых позициях (простейшие транзакции - в которых и стимул и реакция исходят от Взрослых).

Например, хирург, видя по ходу операции, что сейчас ему понадобится скальпель, протягивает руку. Операционная сестра, верно расшифровав этот жест и точно рассчитав расстояния и мышечные усилия, вкладывает рукоятку скальпеля прямо в ладонь хирурга.

б) неравное общение (чуть сложнее транзакция Ребенок – Родитель).

Больной ребенок просит воды, и заботливая мама приносит ее.

Пока транзакции остаются дополняющими, коммуникация может продолжаться неограниченно долго (неважно, о чем говорят двое людей: ворчат по-стариковски (Родитель – Родитель), решают проблему (Взрослый – Взрослый) или играют друг с другом (Ребенок – Ребенок или Родитель – Ребенок).

2) Пересеченная – возникает в тех случаях, когда на стимул дается неожиданная реакция. Активизируются неподходящие состояния «Я». В случае пересеченной транзакции коммуникация прерывается. Это наиболее распространенная пересеченная транзакция, которая вызывала и всегда будет вызывать наибольшие трудности в общении, идет ли речь о любви, браке, дружбе или работе.

3) Скрытые транзакции – являются более сложными, здесь участвуют одновременно больше двух состояний «Я». А общение происходит на *социальном* и *психологическом* уровнях. Скрытые транзакции делят на угловые и двойные.

а) угловая транзакция - включает 3 состояния «Я». Пример: Продавец. Эта лучше, но не уверен, сможете ли вы ее себе позволить. Покупатель. Вот это я как раз и возьму. Торговец, как Взрослый, утверждает два объективных факта: "Эта вещь лучше" и "Вы не можете позволить ее себе". На видимом, или *социальном*, уровне оба утверждения адресованы Взрослому домохозяйки, чей ответ от имени Взрослого должен был бы звучать так: "Вы правы в обоих отношениях". Однако скрытый, или *психологический*, вектор опытного и хорошо подготовленного продавца нацелен на Ребенка домохозяйки. Правильность этого предположения подтверждается ответом Ребенка, который в сущности говорит: "Независимо от финансовых соображений, я покажу этому высокомерному наглецу, что я не хуже остальных его клиентов". На обоих уровнях транзакции дополняющие, поскольку продавец принимает этот ответ как реакцию Взрослого, решившего совершить покупку.

б) двойная скрытая транзакция связана с участием четырёх состояний Я и обычно встречается в играх флирта: Ковбой. Не хотите ли посмотреть конюшню? Девушка. Ах, я с детства обожаю конюшни! Здесь на *социальном* уровне разговаривают Взрослые о конюшнях, а на *психологическом* – два Ребенка участвуют в сексуальной игре. Внешне кажется, что инициатива принадлежит Взрослому, но, как и в большинстве игр, исход определяется Ребенком, и участников может ожидать сюрприз.

Процедуры и ритуалы

Простейшими формами социальной деятельности являются процедуры и ритуалы.

Процедура – это серия простых дополняющих Взрослых транзакций, направленных на изменение действительности, имеющей два аспекта: статический и динамический.

Статическая реальность включает все возможные распределения материальных объектов во Вселенной. Например, арифметика состоит из набора утверждений о статической действительности. *Динамическая реальность* содержит потенциально возможные взаимодействия всех систем Вселенной, обладающих энергией. Например, химия содержит утверждения относительно динамической реальности.

Ритуал - повторяющаяся серия простых дополняющих транзакций, заданных внешними социальными условиями. *Неформальный ритуал*, например прощание, может в отдельных деталях меняться в зависимости от места, но основные формы остаются одинаковыми. *Формальный ритуал*, например римская католическая месса, предоставляет гораздо меньший выбор. Общая форма ритуала определяется традицией, передающейся от Родителя к Ребенку, на отдельных деталях может сказываться и более позднее Родительское влияние, хотя оно неустойчиво.

В качестве вступления к анализу игр более интересны неформальные ритуалы, например варианты приветствий:

1А. Привет! (Доброе утро)

1Б. Привет! (Доброе утро)

2А. Тепло сегодня, верно? (Как поживаете?)

2Б. Точно. Но, похоже, будет дождь. (Нормально. А вы?)

3А. Ну, счастливо! (Все в порядке.)

3Б. До встречи.

4А. Пока!

4Б. Пока!

Важная особенность как ритуала, так и процедуры – их стереотипность. Как только произошла первая транзакция, легко предсказать все остальные; они будут следовать своим чередом к заранее известному финалу, если не возникнут какие-то особые обстоятельства. Разница в том, чем предопределяется их ход: процедуры программируются Взрослым, а ритуалы следуют схемам, заданным Родителем.

Люди, которые неуютно чувствуют себя при исполнении ритуалов или плохо знакомы с ними, иногда заменяют их процедурами. Таковы, например, гости, которые любят помогать хозяйке готовить и разносить еду и напитки на вечеринках.

Времяпрепровождение

Времяпрепровождение - серия полуритуальных простых дополняющих транзакций, сгруппированных вокруг единой темы, целью которых является структурирование промежутка времени. Начало и конец этого промежутка обычно обозначается процедурами или ритуалами.

Времяпрепровождением обычно занимаются на вечеринках или в период ожидания перед началом официальных встреч и собраний; эти периоды ожидания развиваются по тому же сценарию и в том же темпе, что и сами встречи (вечеринки). Времяпрепровождение может принимать форму "болтовни", а может превратиться в более серьезное, то есть аргументированное обсуждение. Большие приемы с коктейлями часто представляют своего рода галерею разнообразных способов времяпрепровождения. В одном углу группа людей играет в "Родительский комитет", в другом – в "Психиатрию", в третьем – в "Знавал когда-то" или "Подумать только", а в четвертом – в "Дженерал моторс", в то время как буфет

отведен женщинам, которые предпочитают играть в "Кухню" или в "Гардероб". Такие приемы проходят совершенно единообразно, меняются только имена присутствующих. Для разных социальных слоев характерен свой набор форм времяпрепровождения.

Формы времяпрепровождения можно классифицировать по разным признакам.

Внешние параметры определяются *социологически* (пол, возраст, брачный, культурный, расовый или экономический статус). "Мужские разговоры": разговор о машинах и "Кто победил". "Покупки", "Кухня" и "Гардероб" относятся к "женским разговорам". "Ухаживание" – обычное времяпрепровождение для подростков, "Доходы и расходы" – для людей среднего возраста.

Структурно-транзакционная классификация носит более личный характер. Так, в "Родительский комитет" можно играть на трех уровнях. У супружеских пар времяпрепровождение может приобрести вид "Скажи им, дорогой!" в этом случае жена играет Родителя, а муж – не по летам развитого Ребенка.

Еще более убедительна **психологическая классификация** форм времяпрепровождения. Например, и в "Родительский комитет", и в "Психиатрию" можно играть в проецирующей и интроецирующей формах.

Функции времяпрепровождения:

- 1) структурирования времени
- 2) предоставления участникам взаимно приемлемых поглаживаний
- 3) социального отбора
- 4) помогает человеку утвердиться в его роли и укрепить свою жизненную позицию.

Пока продолжается времяпрепровождение, Ребенок каждого из присутствующих тщательно оценивает собравшихся. К концу приема каждый из гостей выбирает нескольких игроков, с которыми хотел бы встретиться еще, отбрасывая других участников, сколь бы искусными или приятными они ни показали себя в ходе времяпрепровождения.

Однако разные формы времяпрепровождения обладают интересной особенностью: обычно они не смешиваются между собой.

Так, например, не смешиваются "мужской разговор" и "женский разговор". Люди, увлеченно играющие в "Знавал когда-то", будут недовольны, если кто-то попытается сыграть в "Что почем" или в "А на следующее утро". Те, кто играет в проецирующий "Родительский комитет", будут сопротивляться вторжению интроецирующего "Родительского комитета", хотя не так сильно, как в противоположной ситуации.

Игры

Игрой Берн называет серию последовательных дополняющих скрытых транзакций, приводящих к четко определенному предсказуемому исходу. Иначе говоря, это набор повторяющихся транзакций, внешне благовидных, с

замаскированной мотивацией, или – серия ходов, содержащих скрытую ловушку или подвох.

Игры четко отличаются от процедур, ритуалов и времяпрепровождения двумя важнейшими *признаками*: 1) скрытыми мотивами, 2) наличием "выигрыша", конечного вознаграждения, ради которого ведется игра.

Процедуры могут быть успешными, ритуалы – эффективными, а времяпрепровождение – выгодным, но все они честны по определению; в них может присутствовать дух соревнования, но не конфликта, и финал может быть неожиданным, но не драматичным. Напротив, каждая *игра* в основе своей нечестна, и финал зачастую бывает драматичным, а не просто захватывающим.

Мы перечислили уже большую часть переменных, используемых при анализе игр и времяпрепровождения, и каждая из них может быть положена в основу систематической *классификации*.

Некоторые наиболее очевидные характеристики *основаны на следующих переменных*:

1. Количество игроков: игры на двоих ("Фригидная женщина"), на троих ("Ну-ка, подеритесь!"), на пятерых ("Алкоголик") и на многих ("Почему бы тебе не..." – "Да, но...").

2. Используемый материал: слова ("Психиатрия"), деньги ("Должник"), части тела ("Мне нужна операция").

3. Клинические типы: истерический ("Насилуют!"), с синдромом навязчивости ("Растяпа"), параноидальный ("Почему со мной всегда так?"), депрессивный ("Опять я за старое").

4. По зонам: оральные ("Алкоголик"), анальные ("Растяпа"), фаллические ("Ну-ка подеритесь").

5. Психодинамические: контрфобия ("Если бы не ты"), проецирующие ("Родительский комитет"), интроецирующие ("Психиатрия").

6. Классификация по инстинктивным влечениям: мазохистские ("Если бы не ты"), садистские ("Растяпа"), фетишистские ("Фригидный мужчина").

Вдобавок при классификации полезно использовать следующие *качества игр*.

1. Гибкость. Некоторые игры, такие как "Должник" или "Мне нужна операция", могут играть только на одном материале, в то время как другие, например эксгибиционистские игры, гораздо гибче.

2. Цепкость. Некоторые легко отказываются от игр, другие привязаны к ним гораздо сильнее.

3. Интенсивность. Некоторые играют расслабленно, другие более напряжены и агрессивны. Игры соответственно бывают легкие и тяжелые.

Эти три характеристики определяют, будет ли игра тихой или буйной. У психически неуравновешенных людей эти свойства проявляются в определенной прогрессии, поэтому можно говорить о стадиях игры. Параноидальный шизофреник может начинать с гибкой, свободной, легкой игры первой стадии "Какой ужас!" и перейти к менее гибкой, тяжелой игре третьей стадии. Различают следующие стадии:

- игра первой стадии, социально приемлемая в данном окружении;

- игра второй стадии, которая не приносит немедленного непоправимого ущерба, но которую игрок предпочитает скрывать;
- игра третьей стадии, которая играется наверняка и до конца и которая может завершиться в операционной, в зале суда или в морге.

Игры можно также классифицировать относительно других их характеристик, упомянутых при анализе ЕНТ: целей, ролей, наиболее очевидных выгод. Наиболее ценной была бы систематическая научная классификация, основанная на экзистенциальной позиции; но поскольку для этого пока нет достаточных сведений, ее придется отложить. Таким образом, наиболее практичной остается социологическая классификация. Ее мы и рассмотрим в следующей части.

Коллекция игр, представленная ниже, была завершена к 1962 году, но она до сих пор продолжает пополняться. Инициатор игры обычно именуется агентом или обозначается именем Уайт, а его партнер по игре – именем Блэк (по-английски это значит Белый и Черный). Иногда, если в игре участвует больше двух игроков, Берн использует и другие "цветные" обозначения, например, Рэд (Красный), Блю (Синий), Браун (Коричневый).

Игры классифицируются *по группам* в соответствии с ситуациями, в которых они чаще всего разыгрываются: "Игры на всю жизнь", "Супружеские игры", "Игры на вечеринках", "Сексуальные игры" и "Игры преступного мира" затем рассматриваются игры профессионалов – "На приеме у психоаналитика", и наконец дается несколько примеров "Хороших игр".

Каждая игра имеет свои выгоды для ее участников:

1. *Внутренняя психологическая* – попытка показать, как игра способствует внутренней психологической стабильности.
2. *Внешняя психологическая* – попытка показать, каких тревожных ситуаций или ситуаций близости избегает при помощи игры ее инициатор.
3. *Внутренняя социальная* – указывается типичная фраза, которая используется в игре с близкими.
4. *Внешняя социальная* – указывается ключевая фраза, используемая при игре не с близкими людьми или при времяпрепровождении, производном от данной игры.
5. *Биологическая* – попытка охарактеризовать тип поглаживания, получаемого каждым, участником игры.
6. *Экзистенциальная* – утверждение позиции, исходя из которой игроки участвуют в данной игре.

Родственные игры. Сообщаются названия дополнительных, родственных игр или игр, содержащих антитезис к данной.

Определяет следующие значения игр:

1. *Историческое*. Игры передаются от поколения к поколению. Любимая игра каждого человека уходит корнями в прошлое – к его родителям, дедушкам и бабушкам, а побегами – в будущее, к его детям; они, в свою очередь, если не последует вмешательства извне, передадут эту игру своим внукам. При передаче от одного поколения к другому, игры могут изменяться или утрачивать интенсивность, но при этом прослеживается отчетливая

тенденция вступать в брак с людьми, играющими в те же или по крайней мере родственные игры.

2. Культурное. Воспитание детей – это преимущественно обучение их тому, в какие игры им следует играть. Сколько есть разновидностей культур и общественных классов, столько существует и излюбленных типов игр; различные племена и семейства, в свою очередь, выбирают из них собственные излюбленные разновидности.

3. Социальное. Игра заполняет промежуток между времяпрепровождением и близостью. Времяпрепровождение от повторения наскучивает, как однообразные приемы с коктейлем. Близость требует особых обстоятельств, причем и Родитель, и Взрослый, и Ребенок обычно настроены против нее. Поэтому, чтобы избежать скуки надоевшего времяпрепровождения и уйти от опасностей близости, большинство людей в качестве компромисса выбирают игры, когда они доступны, и игры занимают большую часть времени общения.

4. Личностное. В качестве друзей, партнеров и родственников обычно выбирают тех, кто играет в такие же игры. Поэтому "типичный представитель" любого общественного круга (аристократия, молодежная банда, клуб, университетский городок и т.д.) покажется чужаком и чудачком членам другого сообщества. Напротив, член определенного общественного круга, который меняет свои игры, рискует стать изгоем, но обнаружит, что его принимают в другом общественном круге.

1.7 ПРОСОЦИАЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ

Вопросы:

- 1 Феномен просоциального поведения.
- 2 Просоциальное поведение как нормативное поведение
- 3 Просоциальное поведение, мотивированное соперничеством

Феномен просоциального поведения

Под оказанием помощи, альтруистическим, или просоциальным, поведением обычно понимаются *любые направленные на благополучие других людей действия*.

Действия эти часто весьма многообразны. Их диапазон может простирается от проявлений любезности, благотворительной деятельности до помощи человеку, оказавшемуся в опасности, попавшему в трудное или бедственное положение, и даже вплоть до его спасения ценой собственной жизни.

Просоциальное поведение может быть оценено и измерено по затратам помогающего. *Например, по интенсивности внимания, объему времени, количеству труда, значительности денежных расходов, отодвигание на задний план или отказу от своих желаний и планов, самопожертвованию.*

Г.Мюррей в своем перечне мотивов ввел для деятельности помощи особый базовый мотив, назвав его *заботливостью* (need nurturance). Отличительные признаки соответствующих ему действий он описывает следующим образом: «Выказывать сочувствие и удовлетворять потребности беспомощного другого – ребенка или любого другого, который слаб, покалечен, устал, неопытен, немощен, унижен, одинок, отвержен, болен, который потерпел поражение или испытывает душевное смятение. Помогать другому в опасности. Кормить, опекать, поддерживать, утешать, защищать, успокаивать, заботиться, исцелять».

В. Мак-Дауголл упоминает своеобразное *«примитивное пассивное сочувствие»*, которое позднее нашло отражение в такой инстинктоподобной мотивационной диспозиции как покровительство и родительская опека (кормление, защита и укрытие младших).

Дж.Макоули и **И.Берковиц** определяют альтруизм как «поведение, осуществляемое ради блага другого человека без ожидания какой-либо внешней награды».

Однако то, что в конечном счете идет на пользу другому и поэтому на первый взгляд представляется деятельностью помощи, может тем не менее определяться совершенно различными движущими силами. В отдельных случаях возникают сомнения в том, насколько оказывающий помощь руководствуется в первую очередь заботой о благе объекта его помощи, т.е. насколько им движут альтруистические побуждения.

Господствовавшие психологические школы, психоанализ и классическая теория научения, достаточно скептически относились к возможности проявления собственно альтруистического поведения, т.к. считали, что даже в конечном счете оно служит достижению тех или иных *собственных целей субъекта*.

Психоанализ искал стоящие за альтруистическим поведением *вытесненные влечения*. Согласно же фундаментальному для теории научения гедонистическому принципу, помогающий субъект всегда должен был иметь *позитивный баланс подкрепления*.

В частности, отмечается феномен, который получил название *«парадокс альтруизма»*. Это обычно действия, когда помогающий причиняет своим действием ущерб себе лично, причем, что особенно примечательно, часто даже предвидя этот ущерб заранее – он не отказывается от оказания помощи.

Возможным объяснением этого может быть то, что при отсутствии внешних подкреплений помогающий (испытывая сочувствие, сострадание, эмпатию) в конечном счете сам подкрепляет себя за свое бескорыстное действие.

Проявление просоциального поведения зависит от многочисленных факторов:

1) *восприятие, оценка и интерпретация ситуации*. Например, исследования показывают, что человек, потенциально являющийся субъектом оказания помощи, первым делом должен ближе познакомиться с ситуацией и разобраться в происходящем, т.е. выяснить, нуждается ли кто-либо в помощи,

какой характер она должна принять и стоит ли вмешиваться ему лично.

Чем больше информации предоставляет просящий, чем выше его «сигнальность», тем выше вероятность интерпретации ситуации как бедственного, требующего оказания помощи положения. Соответственно в этом случае повышается и частота ее предоставления.

В отличие от ситуаций обычной помощи для случаев чрезвычайных характерно одно обстоятельство, затрудняющее адекватное и немедленное оказание помощи. Такие случаи возникают непредвиденно, у человека нет наготове какого-либо подходящего для них плана действий, ибо ситуации несчастья довольно редки, что не позволяет субъекту накопить опыт уместного в них поведения. Кроме того, подобная ситуация может угрожать состоянию, здоровью и самой жизни оказывающего помощь, т. е. затраты могут оказаться несоразмерно высокими по отношению к пользе (в том числе и к пользе для другого человека).

Наконец, бедственная ситуация требует быстрого реагирования и практически не допускает длительного обдумывания возможных действий (многие случаи героической помощи происходили только потому, что помогавший не тратил времени на размышления об опасности, связанной с вмешательством в происходящее).

Таким образом, внезапно возникшая ситуация беды прежде всего должна быть воспринята в качестве таковой; далее, необходимо более точно оценить ее причины и наличные возможности оказания помощи, и только после этого человек может взять на себя ответственность и выбрать из разнообразных возможностей помощи ту, которая представляется наиболее подходящей, чтобы, в конце концов, принять решительные меры. Этот сложный процесс, начинающийся первичным восприятием ситуации и заканчивающийся действием помощи, может на отдельных стадиях различным образом нарушаться или замедляться.

2) **взвешивание затрат и пользы.** В данном случае предпосылкой к просоциальному поведению становится вычисление помогающим субъектом соотношения затрат и пользы действий в случае оказания и неоказания им помощи и сопоставлению между собой полученных знаний. Кроме того, часто случается, что на деле оказывающий помощь принимает также в расчет соотношение затрат и пользы для обратившегося за помощью, особенно, в тех случаях, когда последствия неоказания помощи были бы слишком существенны. Вместе с тем, данные исследований показывают, что человек может проявлять высокую готовность к оказанию помощи даже тогда, когда она ему может дорого обойтись, когда ставка больше, чем жизнь».

Таким образом, следует, вероятно, учитывать **затраты трех типов:** затраты, потерпевшего; затраты помогающего, связанные с риском потерь и лишений; затраты помогающего, связанные с динамикой уровня самооценки и самоуважения. С точки зрения теории каузальной атрибуции, чем менее понятно действие помощи с точки зрения анализа затрат, чем более парадоксальным оно в этом случае кажется, тем скорее оно объясняется особенностями личности оказавшего помощь человека, его бескорыстием.

3) ***присутствие других людей.*** Иногда бывают обстоятельства, когда дело вовсе не сразу доходит до оказания помощи. Нередко возможность помощи реализуется тем меньше, чем больше свидетелей оказывается у ситуации несчастья. Здесь срабатывают так называемые эффекты «множественной неосведомленностью» и «диффузии ответственности».

Множественная неосведомленность характеризует стадию оценивания ситуации. Будучи не один, человек при оценивании ситуации использует реакции окружающих. В то же время каждый из присутствующих сдерживает свою реакцию, чтобы ее чрезмерная сила или поспешность не поставили его в неловкое положение, не привлекли к нему внимание. Но поскольку в такое замешательство, ведущее к задержке реакции, первоначально впадают все присутствующие, то требующая неотложной помощи ситуация несчастья ошибочно интерпретируется как менее критическая. Когда же на следующей стадии человек должен почувствовать себя ответственным за оказание помощи, он ожидает того же от всех присутствующих, в силу чего происходит диффузия, а тем самым и уменьшение ответственности.

Альтернативное объяснение *эффекта свидетелей* дает теория самосознания. Согласно ей, условия ситуации, способствующие переключению внимания с окружающего мира на себя самого (например, когда человек стоит перед зеркалом или же перед аудиторией), ведут к осознанию расхождений между тем, как человек действует или действовал фактически, и тем, как он хотел бы или должен был бы действовать.

Следствием переживания такого расхождения могут оказаться усилия по приближению своего действия к идеальным нормам. В групповой ситуации благоприятным для переключения сознания на себя является такое положение, когда человек в одиночку или в составе небольшой группы противостоит большой группе людей, чего как раз не наблюдается в обычных ситуациях оказания помощи, где на одного нуждающегося в ней приходится несколько свидетелей.

Исследования показали, что в полном соответствии с этой взаимосвязью готовность к оказанию помощи в случае трех нуждающихся в ней и одного потенциального субъекта помощи гораздо выше, чем когда потенциальных субъектов помощи трое, а нуждающийся в ней один.

Просоциальное поведение как нормативное поведение

Сколь бы ни оказалось сильным влияние спровоцированной ситуацией идей о связанных с оказанием помощи затратах на совершение этого действия, их объяснительные возможности неуклонно падают по мере того, как помощь становится все более ориентированной на благо другого человека и дает отрицательный баланс затрат для помогающего субъекта.

Совершенно очевидно, что независимо от затрат, оказание помощи ориентировано также на соблюдение норм или некоторых универсальных правил поведения. Нормы, требующие оказания помощи, многообразно кодифицированы и имеют давнюю традицию.

Вопрос состоит лишь в том, насколько каждый человек присвоил эти конвенциональные нормы, ибо именно от этого зависит их действенность. Чем менее они переживаются личностью как внутренне обязательные стандарты поведения, тем менее радикально их влияние, тем больше они ограничиваются лишь предвосхищением позитивных и негативных санкций, которые будут наложены извне в виде наказания или награды. В этом случае соответствие действия нормам сильно зависит от того, насколько оно доступно последующей оценке и подкреплению другими людьми. Напротив, чем более нормы интериоризованы в качестве стандартов поведения личности, тем сильнее деятельность определяется предвосхищением ее последствий для самооценки и тем меньше она зависит от внешних обстоятельств.

Можно рассмотреть две универсальные нормы, релевантные оказанию помощи: ответственность и взаимность.

Норма социальной ответственности. Эта норма требует оказания помощи во всех случаях, когда нуждающийся в помощи находится в зависимости от потенциального субъекта помощи, например, в силу того, что он слишком стар, болен или беден, а также нет другого человека или социального института, которые взяли бы на себя заботу о нем. Ответственность, основанная на зависимости другого человека, может видоизменяться под влиянием различных факторов, особенно под влиянием каузальной атрибуции возникновения потребности в помощи. Чем больше нуждающимся в помощи человек оказывается виновником своего положения, тем меньше окружающие чувствуют себя ответственными за оказание ему помощи.

В случаях, когда зависимость нуждающегося в помощи человека достигает столь высокой степени, что начинает чересчур сильно ограничивать внутренне переживаемую свободу действий субъекта помощи, может наблюдаться своеобразная «реактивность»: ожидаемое или требуемое оказание помощи представляется субъекту действием слишком обременительным, и он стремится освободиться от него, чем уменьшает свою готовность к помощи.

Акцентировать норму ответственности и тем самым усиливать готовность к помощи может *влияние образца*. Например, если один человек видел, как другому, оказывалась помощь, то он скорее окажет помощь при скорой встрече с новой жертвой. Причем влияние образца бывает более сильным в случае, когда субъект непосредственно видит само действие помощи, а не слушает нравоучительный рассказ о нем.

Норма взаимности. Взаимность часто является универсальным принципом социального взаимодействия и происходящего в обществе обмена материальными благами, действиями, благодеяниями и вредом. Плата как за добро, так и за зло («как ты мне, так и я тебе»), направленное на восстановление равновесия между индивидами и группами, очевидно, представляет собой наиболее распространенный и основополагающий принцип, оцениваемый как справедливость, как компенсирующее равновесие.

Согласно **Л.Колбергу**, следование этому принципу является сравнительно поздней *стадией развития морального суждения*. Если

инициативу в осуществлении нормы социальной ответственности должен взять на себя помогающий, то норма взаимности мотивирует, скорее, ответную реакцию на полученную помощь, т.е. на благодеяние человек отвечает признательностью. Однако, если помощь оказывается по сути с расчетом на взаимность, т.е. с расчетом на будущую компенсацию, то она теряет свой альтруистический характер. Действенность нормы взаимности была подтверждена экспериментально. Так, было определено, что люди значительно больше помогают в выполнении определенной работы другому человеку, если он до того не отказывался помочь им самим. Признательность оказывается особенно сильной, если человек приходит на помощь не вследствие предписания, а по доброй воле.

Помощь, оказываемая с расчетом на взаимность, может преследовать различные **цели**: во-первых, субъект может хотеть получить компенсацию за оказанную помощь, во-вторых, он может рассчитывать, что получивший помощь человека будет помогать или обязательно окажет ему помощь в будущем, и, наконец, помощь может быть оказана с тем, чтобы благодарность как погашение долга получившего помощь человека была возможна лишь в определенной степени.

Мера субъективно переживаемой обязательности выполнения нормы взаимности получившим помощь человеком зависит главным образом от его оценки намерений помогающего и самой оказанной помощи, т. е. от атрибуции мотивации деятельности помощи. Мотивация помогающего воспринимается тем недоверчивее, чем утрированное кажется помочь и чем менее она отвечает реальной, действительной сложности положения попавшего в беду человека. В таких случаях возникает подозрение, что оказывающий помощь преследует корыстные цели, обязывая получающего помощь в соответствии с нормой взаимности компенсировать эту помощь в будущем.

Вместе с тем помощь, не рассчитанная на взаимность, также может вызвать слабую благодарность или даже враждебность. Это происходит, когда получивший помощь чувствует себя чрезмерно обязанным и не имеет возможности отблагодарить за нее.

В данном случае вновь может наблюдаться **эффект «реактивности»** в следствие ограничением свободы действий. Напротив, получивший помощь будет тем сильнее стремиться к взаимности, чем быстрее она последовала и чем больше отвечала ситуации, чем бескорыстнее (не связанными с расчетом на взаимность) были намерения помогающего и чем выше оказались затраты на оказание помощи.

Просоциальное поведение, мотивированное сопереживанием

Нормы могут мотивировать действие помогающего, выступая в качестве подкрепления со стороны других людей, или самоподкрепления.

Однако можно выделить ситуации, когда акт помощи более устойчиво и более непосредственно побуждается мысленным перемещением (проекцией) человека на место нуждающегося в помощи, а также предвосхищением

улучшения его положения в результате собственных действий.

В отличие от простых симпатии и жалости, сопереживание (эмпатия) субъекта за счет стимуляции возникновения позитивного изменения в эмоциональном состоянии нуждающегося в помощи создает своеобразное предвосхищающее замещающее подкрепление, которое могло бы мотивировать деятельность помощи. Чем больше человек способен и склонен к такого рода сопереживанию, тем выше его готовность к помощи в конкретном случае. Такое объяснение обогащает понимание альтруистического деяния, добавляя к внешнему и внутреннему подкреплению еще один мотивационный принцип – ***подкрепление сопереживанием***.

Прежде всего существуют косвенные свидетельства его правомерности. *Сопереживание другому* предполагает, что субъект не слишком поглощен собой и своими стремлениями.

Как отмечает **Л.Берковитц**, в том случае, когда человек в своих переживаниях чрезмерно сосредоточен на себе, его готовность к оказанию помощи на самом деле уменьшается. Вместе с тем радостное настроение, вызванное, например, переживанием успеха («оживляющей теплотой успеха») или внушенным состоянием приподнятости, повышает готовность к помощи.

Существует по крайней мере три основных точки зрения по поводу роли сопереживания в мотивации просоциального поведения.

Первая гласит о том, что в основе альтруистического поведения лежит ***предрасположенность к сопереживанию*** эмоционального состояния другого человека. Предпосылками способности ставить себя на место находящегося в бедственном положении и вмешиваться в ситуацию, бескорыстно оказывая помощь, являются развитие устойчивости личности, принятия ролей (в том числе принятие позиции субъекта морального суждения), а также самоотождествление индивида. Под воздействием индивидуального опыта на этом фундаменте строится в качестве личностной диспозиции самостоятельный альтруистический мотив (мотив помощи).

Другая – что предпосылкой возникновения эмпатии является испытываемое одним человеком (потенциальным субъектом акта помощи), наблюдающим за попавшим в беду или в затруднительное положение другим человеком, ***чувство сопринадлежности***. Переживание сопринадлежности возникает при наличии, по меньшей мере, следующих условий: а) цели обоих субъектов в данной ситуации связаны между собой; б) существует основа для межличностного сближения; в) оба принадлежат к одной и той же социальной группе.

И, наконец, третья гласит, что оказание помощи – это двухступенчатый процесс. Согласно этой позиции, принятие на себя роли нуждающегося в помощи (постановка себя на его место) сначала порождает эмоцию сопереживания, которая, в свою очередь, ведет к осуществлению действия помощи. Как таковая постановка себя на место другого, если она не сопровождается опосредующей эмоцией сопереживания, оказанию помощи не способствует.

Иными словами, активизация поведения помощи наблюдается только

тогда, когда постановка себя на место другого вызывает эмоциональное возбуждение сопереживания, адекватно отражающее бедственное положение нуждающегося в помощи.

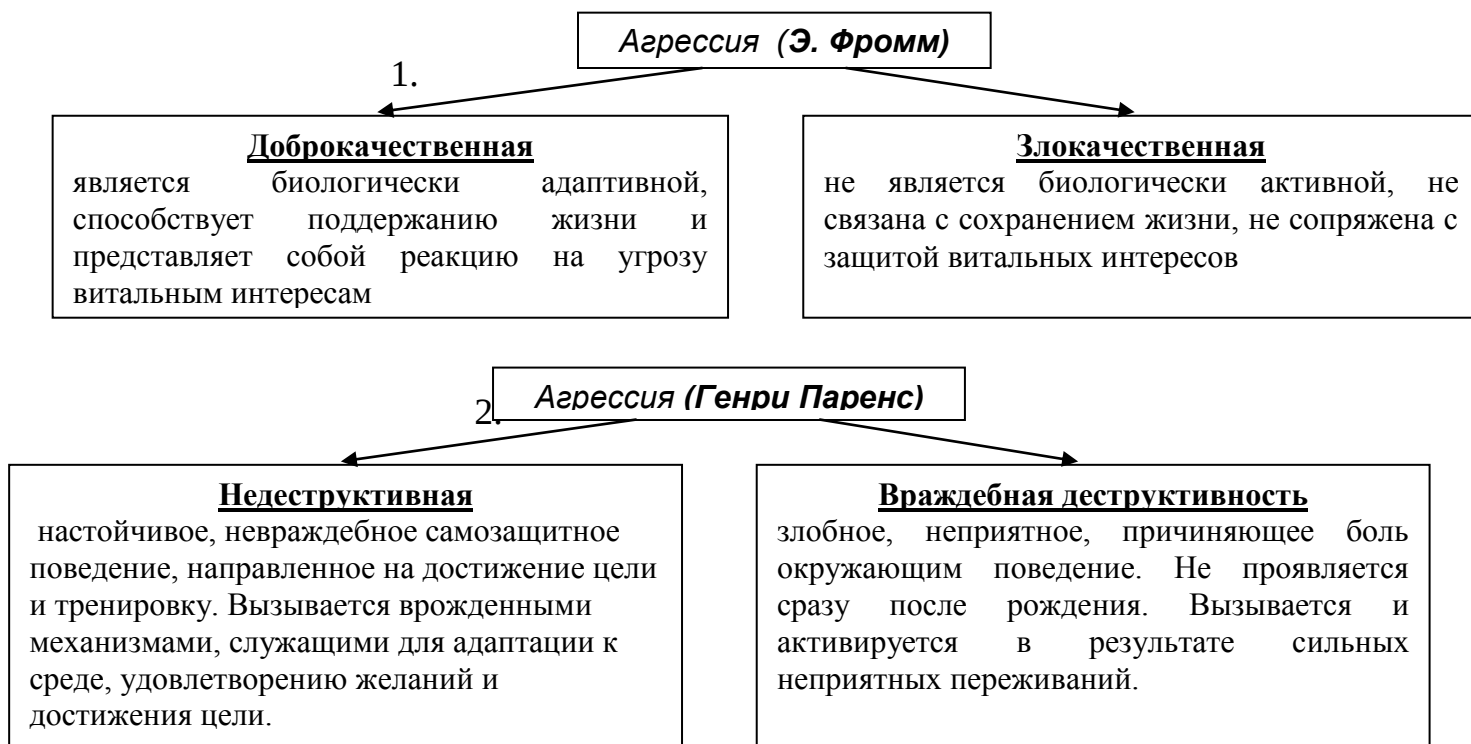
1.8 АГРЕССИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ

Вопросы:

1. Агрессия и агрессивность. Классификации.
2. Теоретические подходы к анализу агрессивного поведения.
3. Социализация агрессивности.
4. Развитие агрессивности в детском возрасте.
5. Ситуативные предпосылки агрессивности.

Агрессия и агрессивность. Классификации.

Агрессия - любые намеренные действия, которые направлены на причинение ущерба другому человеку, группе людей или животному.



Агрессивность - свойство личности, выражающееся в готовности к агрессии.

Существуют различные классификации агрессивности: по направленности на объект - *внешняя* и *внутренняя* (аутоагрессия); по способу выражения - *произвольная* и *непроизвольная*; по конечной цели - *инструментальная*, *враждебная*, *конструктивная*; по форме выражения - *физическая*, *вербальная*, *косвенная*, *негативизм*.

Теоретические подходы к анализу агрессивного поведения

Теория влечений. Основоположник – **З.Фрейд**. Считал, что в человеке два инстинкта: *сексуальный* (либидо) и *инстинкт смерти*. Сексуальный – рассматривался как стремления, связанные с созидательными тенденциями в поведении человека: любовью, заботой, близостью. Инстинкт смерти несет в себе энергию разрушения, т.е. злобу, ненависть, деструктивность.

Взгляды З.Фрейда разделялись и другими психологами, рассматривающими агрессивный компонент мотивации как один из основополагающих в поведении человека. Основоположник этологии **К.Лоренц** утверждал, что агрессивный инстинкт много значил в процессе эволюции, выживания и адаптации человека. Но развитие НТР обогнало естественно текущее созревание человека и привело к замедлению развития тормозных механизмов агрессии.

Фрустрационная теория. Основоположник - **Дж. Доллард**. Теория утверждает, что, во-первых, агрессия всегда есть следствие фрустрации, и, во-вторых, фрустрация всегда влечет за собой агрессию. Схема "фрустрация-агрессия" базируется на четырех основных понятиях: агрессия, фрустрация, торможение, замещение.

Агрессия - понимается как намерение повредить другому своим действием.

Фрустрация - возникает, когда появляется помеха осуществлению условной реакции. Причем величина фрустрации зависит от силы мотивации к выполнению желаемого действия, значительности препятствия к достижению цели и количества целенаправленных действий (попыток), после которых наступает фрустрация. Как, например, родитель-аккуратист и педант приучает своего маленького ребенка поддерживать порядок в детской комнате. Как правило, это ни к чему, кроме появления состояния фрустрации и агрессивных реакций у родителя, не приводит, и на голову ребенка, как из "рога изобилия", сыплются саркастические замечания, обвинения, выговоры и наказания.

Торможение - это тенденция ограничить или свернуть действия из-за ожидаемых отрицательных последствий. Вероятно, поэтому родители, практикующие наказания своих детей за плохие отметки в школе, почти всегда по внешней активности и настроению ребенка безошибочно определяют какую отметку он получил в школе: ребенок приходит домой с чувством вины и стремится уединиться.

Замещение - это стремление участвовать в агрессивных действиях, направленных против какого-либо другого лица, а не истинного источника фрустрации. Ребенок, который не может наказать или "отшлепать" провинившегося старшего брата, со злостью рвет его коллекцию марок или, когда разозленный поведением родителей старший брат бьет ни в чем неповинного младшего. Возможен и другой пример из школьной жизни: когда мальчикам запрещают драться с девочками, они исподтишка дергают их за косички.

Одной из примечательных идей фрустрационной теории агрессии является эффект катарсиса. **Катарсис** (в буквальном смысле "очищение эмоций") – это процесс освобождения возбуждения или накопившейся энергии, приводящий к снижению уровня напряжения. Суть этой идеи состоит в том, что физическое или эмоциональное выражение враждебных тенденций приводит к временному либо длительному облегчению, в результате чего достигается психологическое равновесие и ослабление готовности к агрессии. 3. Фрейд и другие психоаналитики придают большое значение эффекту катарсиса, часто объясняя им потребность человека очиститься от агрессивных тенденций.

В частности существуют данные, которые свидетельствуют о том, что если человек, являясь объектом агрессии, не может ответить тем же, то у него поднимается кровяное давление, тогда как при непосредственном агрессивном ответе оно значительно снижается. Однако установлено, что в ряде случаев агрессивное поведение понижает дальнейшие агрессивные проявления, а в ряде случаев, наоборот, повышает.

Как и предыдущая концепция, фрустрационная теория не избежала замечаний в свой адрес. **Л. Берковитц** модифицировал фрустрационную теорию: он ввел новую дополнительную переменную, характеризующую возможные переживания, возникающие в результате фрустрации – **гнев** как эмоциональную реакцию на фрустрирующий раздражитель; признает, что агрессия не всегда является доминирующей реакцией на фрустрацию и при определенных условиях может подавляться.

В концептуальную схему "фрустрация–агрессия" Л. Берковитц ввел три существенные поправки: а) фрустрация не обязательно реализуется в агрессивных действиях, но она стимулирует готовность к ним; б) даже при состоянии готовности агрессия не возникает без надлежащих условий; в) выход из фрустрирующей ситуации с помощью агрессивных действий воспитывает у индивида привычку к подобным действиям.

Сторонники второго течения создали собственную концепцию фрустрации, в основу которой положен анализ фрустрационных ситуаций, классификации и типологии реакций на фрустрацию. Так, **С. Розенцвейгом** выделяются три типа причин, вызывающих фрустрацию:

1) **лишения** – отсутствие необходимых средств для достижения цели или удовлетворения потребности. В качестве иллюстрации "внешнего лишения", т.е. случая, когда фрустратор находится вне самого человека. С. Розенцвейг приводит ситуацию, когда человек голоден, а пищи достать не может. Примером "внутреннего лишения", т.е. при фрустраторе, коренящимся в самом человеке, может служить ситуация, когда человек испытывает влечение к женщине и вместе с тем сознает, что он настолько непривлекателен, что не может рассчитывать на взаимность.

2) **потери** – утрата предметов или объектов ранее удовлетворяющих потребности. Примеры: смерть близкого человека; сгорел дом, в котором долго жили ("внешняя потеря"); Самсон, теряющий свои волосы, в которых по легенде заключалась вся его сила ("внутренняя потеря").

3) **конфликт** – одновременное существование двух несовместимых друг с другом побуждений, амбивалентных чувств или отношений. Пример "внешнего конфликта": человек, который любит женщину, остающуюся верной своему мужу. Пример "внутреннего конфликта": человек хотел бы соблазнить любимую женщину, но это желание блокируется представлением о том, что было бы, если бы кто-нибудь соблазнил его мать или сестру.

Теория социального научения. Основоположник – **А. Бандура**..

Теория социального научения - изучение человеческого поведения, ориентированного на образец. **Образец** - средство межличностного воздействия, благодаря которому возможно формирование (изменение) отношений или способа действий человека.

Агрессия - усвоенное поведение в процессе социализации через наблюдение соответствующего способа действий и социальное подкрепление.

Другим важным элементом этой теории является **социальное подкрепление** – это неосознанное подкрепление, словесное и несловесное обращение, контролируемое другими людьми. Это может быть хвала и выговор, улыбка и насмешка, дружеские и враждебные жесты. Различают две формы подкрепления: *положительное подкрепление* - это любой стимул, который, следуя за реакцией, усиливает ее или поддерживает на том же уровне; *отрицательное подкрепление* – это стимул, устранение которого усиливает реакцию.

В практике воспитания чаще всего используются четыре разновидности подкрепления:

1) если вслед за реакцией ребенка следует положительное подкрепляющее средство, то результат - **положительное поощрение**. Например, когда родитель или педагог постоянно хвалят ребенка за хорошее, примерное поведение;

2) если положительное подкрепление устраняется после той или иной реакции ребенка, то результат — **отрицательное наказание**. Например, когда ребенок, привыкший к похвале за школьные успехи, вдруг не услышал ее после полученной отличной отметки. Он привык к похвале, а на этот раз ее было. И в результате отсутствие похвалы воспринимается ребенком как наказание;

3) если за реакцией следует отрицательное подкрепление, то результат - **положительное наказание**. К примеру, подросток, испытывающий недостаток внимания и любви со стороны родителей, совершает кражу и получает от них сильную трепку. Эта трепка и есть положительное наказание: он, наконец, привлек внимание родителей.

4) если отрицательное подкрепляющее средство устраняется после реакции, то результат - **отрицательное поощрение**. Например, учащийся, которого педагог в течение года сильно критиковал за слабую учебу, в последней четверти повысил свою успеваемость, за что педагог не похвалил его, но и не сказал ничего плохого. Поэтому отказ от критики рассматривается ребенком как поощрение.

Социализация агрессивности

Социализацией агрессивности можно назвать процесс научения контролю собственных агрессивных устремлений или выражение их в формах, приемлемых в определенном сообществе, цивилизации.

На социализацию агрессии оказывают влияние два основных фактора: образец отношений и поведение родителей; характер подкрепления агрессивного поведения со стороны окружающих.

В социализации агрессии присутствуют два важных момента: снисходительность (степень готовности родителей прощать поступки ребенка); строгость наказания родителями агрессивного поведения ребенка. При этом снисходительность рассматривалась как поведение родителя до совершения поступка (ожидания родителя, предостерегательная тактика в отношении проявления агрессии и др.), а строгость наказания — после совершения поступка (сила наказания за проявленную агрессию).

Формирование агрессивных тенденций происходит несколькими путями:

1. Родители поощряют агрессивность в своих детях непосредственно либо показывают пример (модель) соответствующего поведения по отношению к другим и к окружающей среде. Определено, что дети, наблюдающие агрессивность взрослых, особенно если это значимый и авторитетный для них человек, которому удастся добиться успеха благодаря агрессивности, обычно воспринимают эту форму поведения.

2. Родители наказывают детей за проявление агрессивности. В ряде исследований было установлено, что: а) родители, которые очень резко подавляют агрессивность у своих детей, воспитывают в ребенке чрезмерную агрессивность, которая будет проявляться в более зрелые годы; б) родители, которые не наказывают своих детей за проявление агрессивности, вероятнее всего, воспитывают в них чрезмерную агрессивность; в) родителям, разумно подавляющим агрессивность у своих детей, как правило, удастся воспитать умение владеть собой в ситуациях, провоцирующих агрессивное поведение.

Развитие агрессивности в детском возрасте

Агрессивные действия у ребенка можно наблюдать уже с самого раннего возраста: вспышки злости или гнева, сопровождающиеся криком, брыканием, кусанием, драчливостью. *Причина*: блокирование желаний или намеченной программы действий в результате применения воспитательных воздействий. В более позднем возрасте выдвигаются конфликты и ссоры с ровесниками, связанные с обладанием вещами, игрушками. Более чем в пять раз возрастает использование детьми физического насилия, вспышки ярости становятся более целенаправленными, и в поведении ребенка отчетливо прослеживается реакция нападения. Ребенок 1,5 - 2 лет включает собственные вещи во внутренние границы "Я" и рассматривает их, как части самого себя. Недифференцированность и слияние всех частей "Я" приводит к невозможности установления контакта с окружающими в этой сфере

отношений.

В дальнейшем ребенок постепенно научается контролировать свои агрессивные импульсы и выражать их в приемлемых рамках. Проявления агрессивности зависят от реакции и отношения родителей к тем или иным формам поведения. Позже проявления агрессивности во многом связаны с процессами поло-ролевой идентификации ребенка или особенностями "эдиповой ситуации" в семье. В частности, игра мальчиков отличается больше агрессивностью к куклам, чем игра девочек. Мальчики, имеющие отца, проявляют больше агрессивности, чем мальчики, выросшие без отца. В семьях, где нет отца, основы мужских черт у сыновей возникают медленнее и мальчики - менее агрессивны и более зависимы. В частности, отмечается, что если в 2-летнем возрасте проявлениями агрессивности мальчиков и девочек служат плач, визг и взаимные шлепки, то к 4 годам: мальчики большей частью дерутся, а девочки визжат.

Дошкольники и младшие школьники: у мальчиков преобладает физическая агрессия, у девочек - вербальная. Позднее у мальчиков младшего подросткового возраста: вербальная агрессия становится доминирующей, и, кроме того, они чаще прибегают к словесному способу выражения негативных чувств, чем девочки того же возраста. Однако с возрастом агрессивность детей все больше приобретает враждебную окраску.

При переходе от младшего школьного к юношескому возрасту соотношение таких поведенческих реакций меняется. У мальчиков на протяжении всех возрастных этапов устойчиво доминируют физическая агрессия и негативизм, а у девочек - негативизм и вербальная агрессия. В возрастном аспекте следует отметить общее нарастание агрессивных и негативистских тенденций как у мальчиков, так и у девочек. Вместе с тем примечательно временное снижение физической и вербальной агрессии у мальчиков к 16 годам, а также косвенной агрессии и негативизма к 14 и 16 годам. У девочек - ослабление реакций физической и вербальной агрессии отмечается в 14-летнем возрасте, а косвенная агрессия и негативизм имеют постоянные тенденции к нарастанию.

Ситуативные предпосылки агрессивности

На возникновение агрессии часто оказывают влияние не только факторы, опосредованные особенностями процесса развития в онтогенезе и социализации, но и ситуативные. К числу таких основных факторов можно отнести следующее:

1. Оценка другими людьми. Было установлено, что присутствие других лиц уже само по себе может либо усиливать, либо тормозить агрессию. Однако здесь важную роль играет оценка степени агрессивности наблюдателя.

2. Намеренность агрессии. Существует точка зрения, что для начала агрессии нередко бывает достаточно одного только знания, что другой человек имеет враждебные намерения, хотя непосредственного акта нападения не было. Часто в таких случаях основным запусковым стимулом выступает **гнев**,

возникающий как эмоциональная реакция на планируемое насилие. Однако в тех случаях, когда противник заранее просит извинить его за агрессивное поведение, очень часто гнев не возникает вообще, и ответной агрессии не происходит.

3. Восприятие агрессии. Существуют разные мнения на широкое распространение видео- и телепрограмм с сюжетами насилия и увлечение ими детей. Одни считают, что сцены насилия на экране и фильмы ужасов делают ребенка более агрессивным и жестоким. Другие говорят о том, что в видеофильмах ребенок бессознательно реализует определенные свои потребности иотреагирует аффекты, чему во многом способствуют образы героев фильмов. Поэтому чрезмерное увлечение видео и телевидением возникает только у тех детей, которые испытывают затруднения в адаптации к действительности и не могут решить их в реальной жизни.

В рамках теории социального научения существуют противоположные данные, которые свидетельствуют о том, что переживания, вызываемые пассивным наблюдением агрессии и насилия, происходящих как на экране, так и в реальной жизни, ведут не к катарсическому эффекту, как предполагает теория влечений, а, наоборот, к **возбуждению агрессии**. Это мнение опирается на данные о том, что наблюдатель, особенно если он - ребенок, проявляет тенденцию совершать те же самые действия, как и лицо, за которым он наблюдает. Было установлено, что зрители с высоким уровнем агрессивности в большей степени интересуются видеонасилием, в то время как малоагрессивные поверхностно просматривают такие фильмы и не концентрируются на сценах подстрекательства и ответного насилия.

4. Желание возмездия. Часто агрессия, особенно в детском возрасте, может возникать как ответная реакция на неприемлемое поведение окружающих, то есть как акт возмездия за что-либо. Так, например, ребенок, часто подвергавшийся наказаниям, усваивает, что человек сам должен наказывать, если другие совершают неблагоприятные поступки. Ответное причинение страданий своему обидчику (явное, косвенное или в фантазиях) и наблюдение его страданий ослабляют у ребенка реакцию гнева и удовлетворяют его потребность в агрессии.

1.9 СОЦИАЛЬНАЯ УСТАНОВКА

Вопросы:

1. Определение понятия социальная установка (аттитюд)
2. Система социальных установок и их структура
3. Функции аттитюда
4. Измерение социальной установки

Определение понятия социальная установка (аттитюд)

Социальная установка — одна из основных категорий социальной

психологии. Два обстоятельства объясняют непреходящий, несмотря на временные спады интерес к социальной установке и огромное многообразие мнений и суждений по поводу той психической структуры, которая этим понятием обозначена. Во-первых, это исключительная важность данной структуры для понимания социальной сути и жизни человека и, во-вторых, ее трудно-преодолеваемая сложность. Важность связана с тем, что социальная установка призвана объяснить все социальное поведение человека, то есть, как он воспринимает окружающую его действительность, почему он так, а не иначе поступает в конкретных ситуациях, каким мотивом при этом руководствуется, почему одним мотивом, а не другим, по каким основаниям выбирает способ действий и т. д.

В английском языке социальной установке соответствует понятие «**аттитюд**», и ввели его в научный обиход в 1918-1920 гг. У. Томас и Ф. Знанецкий. Они же дали первое и одно из наиболее удачных определение аттитюда, который понимался ими как «состояние сознания, регулирующее отношение и поведение человека в связи с определенным объектом в определенных условиях, и психологическое переживание им социальной ценности, смысла объекта».

Здесь выведены на первый план важнейшие **признаки аттитюда**, или социальной установки, а именно: социальный характер объектов, с которыми связаны отношение и поведение человека; осознанность этих отношений и поведения; их эмоциональный компонент; регулятивная роль социальной установки.

Социальные объекты понимаются в данном случае в самом широком смысле: ими могут быть институты общества и государства, явления, события, нормы, группы, личности и т. д. Названные признаки предопределили разработанную позже **структуру социальной установки**, а также объяснили ее принципиальное отличие от простой установки (по теории Д. Н. Узнадзе), которая лишена *социальности, осознанности и эмоциональности* и отражает прежде всего психофизиологическую готовность индивида к определенным действиям.

Нельзя при этом забывать, что понятия, которыми мы пользуемся, служат лишь целям организации наших знаний, а явления, обозначаемые этими понятиями, происходят в жизни в единой системе взаимосвязей и взаимозависимостей. Установка и социальная установка очень часто оказываются неразрывно переплетенными компонентами одной ситуации и одного действия. Простейший случай: спортсмен на старте забега в соревнованиях. Его социальная установка - добиться какого-то результата, его простая установка — психофизиологическая готовность организма к усилиям и напряжению доступного ему уровня. Нетрудно увидеть, насколько тесно взаимосвязаны и взаимозависимы здесь социальная установка и простая установка.

Для понимания сущности аттитюдов следует обратить внимание также на **логические предпосылки**, из которых исходили Томас и Знанецкий. По их убеждению, исследование взаимоотношений личности и общества должно

основываться на анализе социальных ценностей самого общества и отношения к ним со стороны индивидов. Только с этих позиций можно объяснить их социальное поведение.

Нет необходимости приводить примеры из множества различных определений аттитюда, или социальной установки. Общая их особенность в том, что различные авторы делают акценты на разных компонентах обсуждаемой психологической структуры. У одних это состояние готовности, у других - стабильность реагирования на социальные объекты, у третьих - мотивационные функции и т.д. При этом сущность социальной установки в целом оставалась нераскрытой.

В отечественной психологии есть ряд концепций и понятий, которые близки к идее социальной установки, хотя и возникли вне рамок этой проблемы. К ним можно отнести *категорию отношения* в концепции В. Н. Мясищева, которая понималась им как система связей личности с действительностью; *понятие личностного смысла* у А. Н. Леонтьева, выделявшего прежде всего личностный характер восприятия человеком объектов реального мира и его отношения к ним; *направленность личности* в работах Л. И. Божович. Все эти понятия отражают в той или иной степени отдельные свойства социальной установки.

Система социальных установок и их структура

Важно подчеркнуть также, что когда речь идет о регулирующей функции социальной установки, имеется в виду ее связь с «собственным» для данной установки социальным объектом. Сами же социальные установки оказываются взаимосвязанными, взаимозависимыми и нередко противоречивыми компонентами сложной системы. Именно эта система социальных установок выполняет функцию регуляции социального поведения человека в целом, его взаимодействия с социальной средой во всех возможных проявлениях. Противоречивость социальной действительности неизбежно порождает противоречия в системе социальных установок и даже борьбу между ними. Этот факт позволяет объяснить, в частности, давно обсуждаемую в социальной психологии проблему несоответствия между социальной установкой, выраженной вербально, и реальным поведением человека.

В подтверждение обычно приводится классический **эксперимент Лапьера**, проведенный в 1934 году, в котором выяснилось, что свыше двухсот менеджеров и владельцев гостиниц, беспрекословно принявших и обслуживших Лапьера и двух его спутников, китайцев по национальности, во время их поездки по США (реальное поведение), через полгода на письменный запрос Лапьера принять их снова ответили отказом (вербальное выражение установки по отношению к китайцам).

«**Парадокс Лапьера**» породил длительную дискуссию и даже поставил под сомнение вообще полезность теории социальной установки. На самом деле противоречие имело место не между аттитюдами и поведением, а между самими социальными установками менеджеров, которое нашло отражение в их

действиях. С одной стороны, они испытывали предрассудки по отношению к китайцам и не хотели бы их принимать, а с другой, в действие вступили их социальные установки по отношению к общественному мнению и собственной репутации. Если бы они отказали китайцам, уже появившимся в гостинице, это могло иметь какие-то негативные для их репутации последствия, а отказ под каким-либо предлогом в письменном ответе ни к чему не обязывал.

В связи с противоречиями внутри системы социальных установок возникли некоторые дополнительные понятия, отражающие не различный характер самих установок, а лишь причины возможных противоречий между ними. Так, аттитюды тех же гостиничных менеджеров по отношению к китайцам можно назвать *установкой на объект*, а соображения, которыми они руководствовались, принимая китайцев, — *ситуативной установкой*.

Выделяется также *перцептивная установка*, означающая предрасположенность к определенной интерпретации воспринимаемых элементов действительности.

При восприятии социальных объектов характер перцептивной установки зависит от других аттитюдов личности.

Яркой иллюстрацией может служить эксперимент С. Аша, проведенный в 1952г. В двух группах испытуемых поставили вопрос - согласны они или нет со следующим утверждением. «Я считаю, что маленький бунт время от времени - полезная вещь и необходим в политическом мире, как гроза в мире физическом» Но при этом автором утверждения в первой группе называли Томаса Джефферсона, одного из первых президентов США, а во второй — В. И. Ленина. Большинство испытуемых в первой группе выразили согласие с утверждением, понимая «маленький бунт» буквально, как не несущий с собой большой опасности. Большинство во второй группе с утверждением не согласилось, ассоциируя «маленький бунт» с кровавой революцией. Таким образом, социальные установки испытуемых по отношению к Джефферсону и Ленину (и связанным с ними событиями) предопределили разный характер их перцептивных установок при восприятии одного и того же утверждения.

В 1942 г. М. Смит внес ясность в структуру социальной установки, выделив три известных компонента: *когнитивный*, содержащий знание, представление о социальном объекте; *аффективный*, отражающий эмоционально-оценочное отношение к объекту; *конативный* (поведенческий), выражающий потенциальную готовность личности реализовать определенное поведение по отношению к объекту.

Как мы уже видели, будет или не будет реализовано поведение, соответствующее когнитивному и аффективному компонентам данной установки, зависит от ситуации, то есть взаимодействия с другими аттитюдами.

Функции аттитюда

Несмотря на различие, все функции установок можно сгруппировать по видам или блокам. Впервые такую классификацию осуществил Д.Катц (1967) и

выделил пять основных функций установок, которые соответствуют, по его мнению, основным потребностям личности.

Функция эго защиты. Работа Д. Катца начинается с психоаналитической истории вопроса, в которой для того, чтобы описать эту функцию установки, используются концепции таких защитных механизмов, как рационализация или проекция. Установки в этой функции способствуют разрешению внутренних конфликтов личности. Человек прибегает к механизмам эго-защиты для регулирования самооценки. Как легче всего поднять самооценку? За счет унижения или принижения других людей. Таким образом, потребность в повышении СО приводит к формированию соответствующих установок - ксенофобии, расизма, сексизма, национализма, классовой ненависти. Страх, зависть, чувство своей ничтожности вызывают к жизни установку стремления к власти, богатству, порождают высокомерие, пренебрежение, чванство (начальственное, национальное, социальное).

Как правило, люди используют не один, а сразу множество механизмов Эго-защит. Рационализация идет бок о бок с проекцией (это не я, а это он такой, первый). Проекция сопровождается отрицанием. Установки могут, например, защищать кого-то от негативных чувств по отношению к себе или по отношению к собственной социальной группе через проекции этих чувств на других людей, например, как членов национальных меньшинств.

Ценностно-экспрессивная функция и функция самореализации. Установки, выражающие ценности человека, обычно удовлетворяют его потребность в самопрезентации (в управлении впечатлениями И.Гофман). Д. Катц признавал, что людям необходимо выражать установки, которые отражают их основные ценности и составляют их представления о себе. Образ и стиль жизни, манера одевать, тип прически, обладание теми или иными вещами, высказываемые мнения, взгляды, поведение - всем этим человек выражает свое Я.

Инструментальная (адаптивная или утилитарная) функция. Установки направляют субъекта к тем объектам, которые служат достижению его целей. Установки помогают людям добиваться желаемых целей, таких, как награда, или избегание нежелательных результатов, таких, как наказание. Поэтому считается, что люди выражают (приобретают) положительные установки по отношению к тем объектам, которые удовлетворяют их желаниям (к полезным для себя стимулам, ситуациям), а негативные установки - по отношению к объектам, которые ассоциируются с фрустрацией или с негативным подкреплением.

Функции познания (или экономии). Установки также служат функциям, которые организуют или структурируют окружающий хаотичный мир. Установки помогают нам распределять по категориям входящую информацию по установленной шкале ценностей, а это позволяет нам упростить и понять сложный мир, в котором мы живем. Они упорядочивают картину мира в нашем сознании. Не имея готовых когнитивных схем, в том числе и установок, мы вообще вряд ли смогли бы жить, т.к. все происходящее представлялось бы нам сплошным хаосом. Таким образом, установки помогают нам организовать мир,

используя принцип экономии мышления, избегая опасностей информационных, когнитивных перегрузок.

Социально-регулятивная функция. Взаимодействуя с другими людьми, мы вольно или невольно составляем о них свое представление, иначе говоря, формируем в их отношении установки. Одни люди нам нравятся, другие - нет. Наши установки в отношении окружающих помогают или препятствуют нашим социальным отношениям.

Следует подчеркнуть, что аттитюды не узкоспециализированны, а полифункциональны, т.е. выполняют не одну, а несколько функций и, соответственно, удовлетворяют одновременно несколько потребностей.

Измерение социальной установки

Большинство методов измерения установки основаны на предположении, что этого можно добиться, если выяснить мнения или убеждения людей относительно объекта установки (Лайкерт, 1932; Тернстоун, 1931), в то время, как другие методы направлены главным образом на определение оценочного характера установки (Осгуд, Танненбаум, 1957). Поэтому такие процедуры называются измерениями, основанными на самоотчетах, или прямыми измерениями. С другой стороны, исследователи пытаются измерять установки и непрямые (косвенными) методами, не привлекая к этому человека, который фиксирует установку, что влияет на процедуру измерения. Преимущество таких методов состоит в том, что они менее чувствительны к социальной мотивации или мотивам самовыражения.

Измерения установок, основанных на самоотчете.

Однопунктная шкала оценок. Это простой метод - самый экономный способ измерения установок во многих репрезентативных исследованиях, таких, например, как опрос общественного мнения. Исследователи придумывают простой вопрос, из ответов на который они надеются получить прямую оценку установки. Это вопрос затем связывается с многопозиционной рейтинговой шкалой: например, «Удовлетворены ли вы своей жизнью?» Возможные варианты ответов ранжируются от «совсем неудовлетворен» (= 1) до «очень удовлетворен» (=7).

Большинство проблем, возникающих при работе с такой однопунктной шкалой оценок, заключено в том, что потенциально они способны исказить реальность: ответы на данные вопросы могут даваться под влиянием контекста (других заданных вопросов), порядка следования вопросов, настроения отвечающего, других посторонних факторов. Чтобы преодолеть эту проблему низкой достоверности, создаются более сложные формы шкал установок.

Шкала оценок Лайкерта - одна из наиболее популярных стандартных шкал установок была создана Лайкертом в 1932 г.

1. Первый этап построения шкалы Лайкерта состоит в создании очень большого количества утверждений (около 100), релевантных (соответствующих) данной установке. Эти утверждения должны ясно выражать положитель-

ное или отрицательное отношение или мнение относительно рассматриваемого объекта установки.

2. На втором этапе опрашивается большая выборка из респондентов, представляющих популяцию людей, чьи установки требуется оценить, с тем, чтобы выявить совокупность пунктов по пятипозиционной рейтинговой шкале.

3. На третьем этапе вычисляется предварительная установочная оценка путем суммирования ответов опрашиваемых субъектов по различным пунктам. Для того, чтобы убедиться, что все утверждения отражают одну выявляемую установку, они подвергаются анализу путем соотнесения каждого из них с общей оценкой по всем пунктам. В силу того, что только те пункты, которые высоко коррелируют с общей установочной оценкой, рассматриваются как индикаторы лежащих в их основании установок, утверждения, не отвечающие этому требованию, исключаются из окончательной шкалы. И тогда эта окончательная шкала соответствует критерию Лайкерта на внутреннюю согласованность (высокие корреляции каждого отдельного пункта (утверждения) с общей оценкой).

4. Окончательная оценка установки выводится из суммирования ответов в соответствии с баллами слева от них.

Шкалы Лайкерта очень популярны в психологических исследованиях. Однако проблема состоит в двусмысленности умеренных тестовых оценок. Неясно, как интерпретируются умеренные оценки, т.к. они могут отражать как умеренность ответов всей выборки, так и в равной степени наличие очень противоречивых примеров ответов.

Семантический дифференциал был предложен в работе Осгуда, Сючи и Танненбаума (1957), предоставляет возможность измерения разных установок одной и той же шкалой. Разрабатывая семантический дифференциал, Осгуд и его соавторы предъявляли своим испытуемым определенные понятия, такие, как «отец», «политика», «я» и т.п. Затем их просили оценить каждое понятие по различным биполярным оценочным шкалам, на полюсах которых были расположены такие биполярные прилагательные, как «приятный /неприятный», или «сильный/слабый». Используя факторный анализ, Осгуд и его соавторы выделили три базисных направления, в соответствии с которыми можно описывать все понятия: оценка, сила и активность. Итоговая установка вычисляется путем суммирования оценок по каждому пункту шкалы, которые обычно варьируются в пределах от +3 до -3.

Проблемы рассмотренных шкал состоят в том, что все измерения, которые основываются на самоотчетах, начинаются с предположения, что респондент имеет мотивы и в состоянии раскрыть истинную установку. Но существует много данных, доказывающих, что люди часто *не имеют установок и дают социально ожидаемые ответы*.

Измерения установок, не основывающиеся на самоотчете

1) *Физиологические показатели* (реакции) такие, как реакция кожного покрова, частота пульса и расширение зрачков и т.д. отражают эмоциональные реакции. Поэтому есть смысл рассматривать их в качестве более объективных индикаторов установки. Например, гальванические кожные реакции. Гальвано-

метром измеряется электрическое сопротивление кожи, которое меняется, когда человек эмоционально возбуждается. Поэтому ГКР-измерения позволяют исследователям оценить эмоциональную реакцию субъекта по отношению к объекту установки. Главная проблема с психофизиологическими индикаторами типа ГКР заключается в том, что эти измерения оценивают интенсивность эмоциональных реакций, а не их направленность. Более того, измерения эти зависят от многих иных особенностей стимулов установки: новизна смысла вопросов и неожиданность их предъявления.

Объективным индикатором установки является *лицевая электромиограмма*. В работах Шварца и др. показано, что при положительных реакциях и состояниях определенные лицевые мышцы активизируются сильнее, а другие - слабее, чем при отрицательных реакциях и состояниях.

Измерения установок, связанные с физиологией человека, используются на практике не очень часто, т.к. такое оборудование не просто применять в полевых условиях, а также из-за нечувствительности приборов к качеству установочных реакций.

2) *Наблюдение за поведением и нереактивные измерения*. В большинстве случаев наблюдений за поведением субъекты знают, что за ними наблюдают. Однако при нереактивном измерении они подвергаются наблюдению, не зная этого. В исследовании Кэмпбелла делаются выводы относительно расовых установок студентов из схемы рассаживания в аудиториях колледжа. При этом наблюдали, на каком расстоянии сидели афроамериканцы и белые студенты друг от друга. Другими индикаторами межперсональных установок служили зрительные контакты и позы, принимаемые при общении.

Хорошим примером метода ненавязчивого наблюдения является так называемый *метод потерянного письма*, который описан в работе Милграма, Манна и Хартера. Для того чтобы измерить политические установки горожан из разных районов города, исследователи «теряли» готовые к отправке и оплаченные письма, которые были адресованы в разные организации: коммунистическая студенческая организация, детский фонд и т.п. В соответствии со скоростью, с которой эти письма приходили в определенные организации (а все письма действительно оказывались в почтовых ящиках, взятых в аренду исследователями), были сделаны выводы о том, насколько популярна та или иная организация, а стало быть и идеология в той или иной части города.

И, наконец, следует упомянуть *метод фиктивного канала информации*. В отчете Джоунса и Сигалла (1971) описано, что этим методом исследователи смогли выявить установки, которые никаким другим методом не могли быть обнаружены, т.к. смущали испытуемых. Испытуемые подсоединялись электродами к некоей аппаратуре, которая могла, по словесному утверждению экспериментатора, точно предсказать их установки по отношению к данным объектам, производя измерения, связанные с физиологией испытуемых. Как только студенты поверили (их «убедили» с помощью манипуляций) в то, что от этой машины невозможно скрыть свои мысли, прибор был спрятан и им стали задавать вопросы об их отношении к американцам африканского происхождения,

и просили угадать показания датчиков. По сравнению со студентами, отвечавшими на привычные опросники, они продемонстрировали более негативное отношение. По-видимому, они считали, что лучше сказать правду, чем экспериментатор подумает, что они не в ладах с самими собой.

1.10 ФОРМИРОВАНИЕ И ИЗМЕНЕНИЕ АТТИТЮДОВ

Вопросы:

1. Общие принципы формирования установок
2. Факторы эффективности убеждающего воздействия
3. Влияние поведения на установки

Общие принципы формирования установок

Практически все теоретики формирования аттитюдов утверждают, что установки, сложившиеся на основе личного опыта, формируются в соответствии с принципом научения (Чалдини Р., Зибардо Ф., Ляйппе, Штребе В., Джоунас К. и др.).

Как утверждают бихевиористские теории научения, подавляющее число наших реакций, в том числе и установочных, формируется в определенном (и прежде всего социальном) контексте, а, следовательно, они формируются в соответствии с принципом классического обусловливания, открытым И.П. Павловым и Э. Торндайком.

В случае с научением в социальном контексте тоже происходит обусловливание, только оно гораздо сложнее, хотя в его основе лежит все тот же классический принцип - обусловливание с использованием ассоциаций с социальными стимулами (например, политическая или коммерческая реклама).

При классическом обусловливании организм играет пассивную роль. Он не контролирует реакцию, которая изначально возникает через безусловное, а позже через условное реагирование. Появившаяся у человека привычка, формирует у него впоследствии тип установки, названный А. Стаатсом «обусловленно-оценочной реакцией на объект». При оперантном или инструментальном обусловливании организм в первую очередь проявляет реакцию до того, как она закрепится. **Оперантное обусловливание** - форма научения с помощью положительного или отрицательного подкрепления (в виде похвалы, одобрения, какого-то иного психологического или материального вознаграждения). Для получения вознаграждения человек научается усваивать, но главное, высказывать те установки, которые нравятся окружающим, и получает с их стороны положительное подкрепление. Объясняя действие оперантного подкрепления в конкретных социальных ситуациях, Р. Чалдини и Ч. Инско разработали двухфакторную модель социального подкрепления. Они полагают, что положительная реакция социальной модели выполняет две функции:

1) служит подсказкой для человека относительно той установки, которой необходимо придерживаться;

2) порождает взаимопонимание и симпатию между моделью и подражателем.

Таким образом, один фактор - информация, другой - поощрение, одобрение, симпатия.

Викарное научение. Еще один типичный механизм формирования установок описывает теория социального научения Альберта Бандуры, согласно которой мы учимся не только через последствия собственных поступков, но и наблюдая за окружающими, слушая, читая, и таким образом косвенно учимся повторять за другими то, что имеет позитивные последствия, и не делать того, что приведет к неприятностям, болезням, травмам, отверженности обществом. Установки, демонстрируемые и высказываемые социальными моделями, интернализуются наблюдателем. Заимствованные, приобретенные этим способом установки являются едва ли не более распространенными, чем установки, выработанные посредством прямого подкрепления.

Таким образом, обусловливание, ассоциирование, инструментальное и социальное научение лежат в основе тех механизмов, посредством которых установки вырабатываются. Об этом необходимо знать и помнить, поскольку возможность выявления, а тем более воздействия на установки, часто зависит от того, каким образом и откуда они у человека появились.

Факторы эффективности убеждающего воздействия

Результатом работы Йельской группы (К. Ховланд, Г. Лассуелл и др.) по исследованию коммуникации помимо создания модели последовательных стадий, стал также тщательный анализ элементов, из которых, соответственно, и складывается процесс убеждения. Основная формула данного подхода: «Кто и что сказал, кому, каким образом и с каким результатом?». Соответственно, исследуемыми независимыми переменными выступали - *источник информации* («кто?», т.е. специалист или неспециалист), *сообщение* («что?», включая содержание и структуру сообщения), *свойства реципиента* («кому?», например, самооценка и уровень интеллекта) и *канал коммуникации* (передано ли сообщение письменно или устно).

Эффективность процесса воздействия зависит как от характеристик каждого из названных элементов, так и от их сочетания, то есть от тех конкретных ситуаций, в которых агент влияния пытался убеждать реципиента.

1. Коммуникатор (агент влияния). Доверие, вызываемое источником информации, может стать для человека основным побудительным мотивом для формирования новой установки или изменения старой. К характеристикам агента влияния, вызывающими доверительное отношение аудитории, авторитета, обычно относят *привлекательность, обаяние, сходство с реципиентом*. Все вместе и каждая по отдельности эти характеристики способствуют именно периферийному способу восприятия информации, а не центральному, основному.

2. **Характеристика убеждающего сообщения.** Эффект убеждения зависит от содержания сообщения, от того, как оно сформулировано и в какой форме преподнесено. Процесс убеждения предполагает рационально-взвешенное, эмоционально-нейтральное изложение и восприятие информации. Но разума без чувств не существует. Поэтому даже апелляция к разуму обязательно вызывает чувства. Поэтому воздействие на установки чаще всего происходит с использованием явных или замаскированных угроз, призванных вызвать у людей чувство тревоги и страха, чтобы сделать их более внушаемыми. Психологические исследования влияния утверждают, что обращение к чувству страха приводит к неоднозначным результатам. Низкий уровень страха не производит должного эффекта. Чрезвычайно угрожающая реклама включает у зрителей и слушателей защитные механизмы, вызывая отторжение и неприятие, так что сообщение все равно не доходит до большинства аудитории.

Рональд Роджерс предложил учитывать следующие четыре условия, которые должны соблюдаться в содержащем запугивание сообщении.

1. Указание на вероятность опасных последствий, если не будут выполнены рекомендации.

2. Соблюдение меры при описании этих негативных последствий.

3. Наличие в сообщении информации о том, как избежать грядущей опасности.

4. Возникновение у реципиента (аудитории) уверенности в том, что предлагаемые рекомендации выполнимы, так что каждый человек может ими воспользоваться.

Эффект хорошего настроения. Информация становится более убедительной, когда она ассоциируется с позитивными чувствами, т.к. стимулирует позитивное мышление. В хорошем настроении люди принимают более быстрые, более импульсивные решения, в большей степени полагаются на косвенные намеки. В плохом настроении - дольше раздумывают, прежде чем решиться на что-то новое.

3. **Канал коммуникации** - способ, которым передается сообщение. Действенность сообщения зависит от того, какие средства используются для его передачи. Выбор средств предопределяется теми целями, которые ставит перед собой агент влияния. Наиболее эффективно - личное влияние, личный контакт. Если он хочет что-то внушить или просто познакомить аудиторию с какой-то точкой зрения, тогда лучше использовать визуальные (видеозапись, телетрансляцию) или аудиальные средства. Если же сообщение содержит сложную для понимания информацию и ставится цель убедить или переубедить людей, то есть основательно сформировать или изменить установки, тогда лучше использовать письменную форму передачи сообщений.

4. **Реципиент.** Попытки выявить связь между личностными особенностями и восприимчивостью к влиянию часто приводили исследователей к неоднозначным результатам. Тем не менее, некоторым психологам удалось обнаружить в высокой степени достоверную зависимость между определенными личностными чертами людей и их восприимчивостью к

определенному типу воздействия. Так, например, люди с *высоким уровнем самомониторинга*, будучи более чуткими к требованиям ситуации, легче поддаются косвенному способу убеждения, в которой превалирует образность. Более того, люди такого типа не только предпочитали эмоциональную рекламу, но и старались поскорее попробовать эмоционально рекламируемую продукцию, даже переплачивая за нее. И наоборот, *люди с низким уровнем самомониторинга*, больше полагающиеся на собственные убеждения и мнения, то есть на себя самих, предпочитали в рекламе не образность, а информацию о качествах товаров, о характере продукции, т.е. лучше реагируют на прямой способ убеждения.

Уровень интеллекта — еще одна личностная черта, оказывающая влияние на восприятие содержания убеждающего сообщения. Интеллектуально развитые люди легче, чем мало интеллектуальные, понимают сложные сообщения. Кроме того, интеллектуалы вообще менее склонны соглашаться с убеждающими сообщениями, поскольку они более уверены в своей позиции. Таким образом, люди с высоким уровнем интеллекта поддаются убеждению лишь тогда, когда сообщение хорошо, всесторонне аргументировано, в том числе с использованием сложных доказательств. И наоборот, мало интеллектуальные люди легко поддаются убеждению и переубеждению, даже если сообщение малоубедительно, то есть логически слабо аргументировано.

До сих пор остается открытым вопрос о том, в одинаковой или различной степени восприимчивы к убеждению и переубеждению мужчины и женщины? Столь же неоднозначно мнение психологов относительно различий в податливости влиянию людей с низкой и высокой самооценкой. С одной стороны, исследования Ирвина Джениса и Пола Филда (1959) показало, что установки легче изменяются у индивидов с низкой, чем с высокой самооценкой. С другой стороны, более поздние исследования, где применялся более широкий набор тестов, показали, что это не так и что уровень самооценки не всегда влияет на степень подверженности убеждению и внушению.

Возраст. Социальные и политические установки людей сильно отличаются в зависимости от возраста. Эти различия объясняются последствиями смены поколений: установки людей более старшего возраста, усвоенные ими в молодости, практически не меняются, поэтому они серьезно отличаются от тех, которые усваиваются молодежью сегодня; наблюдается разрыв поколений. Это связано с тем, что подростковый возраст и начальный период зрелости являются очень важными для формирования жизненных установок (Krosnick & Alwin, 1989). Взгляды и позиции, сформированные в этот период жизни, имеют тенденцию оставаться неизменными.

Влияние поведения на установки

Теория когнитивного диссонанса (мотивированного самооправдания). Л. Фестингер одним из первых высказал неожиданную для многих психологов мысль, что не только установки влияют на поведение, но и поведение, в свою очередь, влияет на установки. И даже более того, воздействие поведения на

установочную систему настолько сильно, что способно радикально изменить ее.

Л. Фестингер считал, что люди испытывают дискомфорт от любой непоследовательности - даже противоречия, которые существуют только внутри собственной когнитивной системы индивидуума вызывают душевное беспокойство. Для обозначения внутренних противоречий, которые возникают в сознании человека между различными когнитивными элементами, Фестингер ввел понятие «когнитивный диссонанс». Как утверждает теория диссонанса, что-то обязательно должно измениться, потому что когнитивные противоречия вызывают дискомфорт, и у людей возникает естественное желание (мотивация) избавиться от него, т. е. уменьшить диссонанс. Когда поведение нельзя изменить, а уже произведенное действие — отменить, можно попытаться изменить одно или несколько противоречащих ему (диссонирующих) мнений или установок; например, курильщик мог бы решить: «Я не верю в то, что курение способно вызывать рак». Можно также увеличить количество консонансных когниций: «Курение помогает мне похудеть». Таким образом, одним из способов уменьшения диссонанса является изменение установок, позволяющих ему считать свое нынешнее или прошлое поведение последовательным, разумным и оправданным.

Условия, необходимые для возникновения диссонанса:

1. Для возникновения когнитивного диссонанса необходима воспринимаемая свобода выбора.

2. Последствия действий или поведения индивида должны быть неприятными или неприемлемыми для него самого, т.е. человек должен совершить что-то такое, что заставило бы его переживать, мучиться, стыдиться, досадовать и т. д. Диссонанс появляется тогда, когда человек ощущает свою ответственность за результаты, не согласующиеся с его образом «Я», когда из этих результатов следует, что этот человек «плохой» или что ценности, которые он исповедует, и ценности, которых он придерживается на деле, - это далеко не одно и то же.

3. Третьим фактором, является признание человеком собственной ответственности за нежелательные последствия своего поведения. Диссонанс возникает, когда человек объясняет свои поступки личными, диспозиционными причинами, а не прибегает к ситуационной атрибуции.

Эффект недостаточного оправдания - уменьшение диссонанса путем внутреннего оправдания своего поведения, когда внешние оправдания недостаточны. Чем слабее побудительные факторы, тем сильнее изменяются установки.

Фестингер и Карлсмит продемонстрировали принцип «меньше — значит больше» в одном из своих классических экспериментов. Студенты колледжа в течение целого часа выполняли скучные, монотонные задания. Они складывали катушки на поднос, потом высыпали их и начинали все сначала; еще они периодически поворачивали квадратные фишки каждый раз на четверть оборота, — в то время как экспериментатор якобы наблюдал за их работой. Мягко выражаясь, скучное занятие. Позднее экспериментатор предложил некоторым испы-

туемым по 1 доллару за то, чтобы они сообщили (в интересах научных исследований) следующим испытуемым, что экспериментальные задания интересны, а их выполнение доставляет удовольствие. Другим испытуемым за такую же ложь было предложено по 20 долларов. Несмотря на разницу в размере вознаграждения, почти все испытуемые согласились солгать, т. е. совершить поступок, противоречащий их установкам. Хотя доли согласившихся (среди студентов, получивших по 1 и по 20 долларов) были примерно одинаковыми, последствия этой лжи в смысле ее влияния на установки оказались различными. Солгавшие испытуемые затем проходили индивидуальное интервью, которое с ними проводил человек, по их мнению, не имевший отношения к эксперименту. Интервьюер просил их оценить, насколько им самим понравилось выполнять экспериментальные задания. Испытуемые, которым заплатили по 20 долларов, оценивали задания как относительно неинтересные. Их оценки были весьма близки к оценкам испытуемых из контрольной группы, которые просто выполняли задания, а потом оценивали свое отношение к ним. Те, кто получил только по 1 доллару, наоборот, выражали более позитивное отношение: они оценивали задания как доставляющие удовольствие. Похоже, что студенты, получившие по 20 долларов, испытывали слабый диссонанс. Полученное ими вознаграждение в размере 20 долларов служило оправданием лжи — тем более, что это была незначительная ложь, санкционированная авторитетным лицом (исследователем). Один доллар, впрочем, труднее считать достаточной платой за то, чтобы обмануть своего брата-студента. Поэтому испытуемые, получившие по 1 доллару, испытывали диссонанс, для избавления от которого они изменяли свои установки так, чтобы они не противоречили их неблагоприятному поступку.

Кроме того, у испытуемых возникала иллюзия выбора. Поскольку один доллар - сумма пустяковая, у испытуемых создавалось крайне важное в смысле оказываемого им влияния впечатление, что они якобы сами решили сообщить ложную информацию другим испытуемым. На самом же деле все они находились во власти искусственно созданной исследователями «иллюзии выбора»: экспериментаторы взяли на вооружение то, что люди не замечают трудно уловимых ситуативных факторов. Истинные причины поведения испытуемых заключаются в том, что в эксперименте присутствовали мощные ситуативные «ловушки», — настолько сильные, что солгать согласились 90 % испытуемых, которым предложили по одному доллару. Авторитетный человек (экспериментатор) вежливо, но настойчиво и аргументировано просил оказать ему услугу: обмануть следующего испытуемого во благо науки. Давление, вынудившее испытуемых согласиться, настолько трудноуловимо, что в отсутствие очевидного стимула (к примеру, 20 долларов вознаграждения) испытуемым показалось, что они приняли решение свободно, не испытывая никакого давления.

Результат описанного эксперимента (формулируемый просто: «чем слабее побудительные факторы, тем сильнее изменяются установки») с тех пор многократно подтверждался и другими исследованиями, которые получили название «исследования вынужденного согласия», поскольку их цель - склонить людей к поступкам, противоречащим имеющимся у них установкам, используя при этом лишь необходимый минимум побудительных факторов.

Проустановочное поведение и изменение установки

Теория самовосприятия Д.Бема. Бем утверждает, что люди имеют весьма смутное представление о том, кто они такие и почему совершают те или иные действия. Поэтому установки не могут влиять на их поведение, не могут выступать причинами поведения. Связь здесь скорее обратная: поведение, став предметом собственного наблюдения и рассуждения человека, выявляет установку. Таким образом, о своих установках, предпочтениях, симпатиях или антипатиях, вообще о своих личных диспозициях люди узнают не до того, как что-то сделают, а уже после того, как они это «что-то» совершили и проанализировали, с одной стороны, свое поведение, а с другой — те условия, в которых это поведение осуществлялось.

Эффект сверхоправдания. Суть его в том, что люди объясняют свое и чужое поведение теми условиями, в которых оно осуществляется. Теория самовосприятия исходит из повседневных представлений и утверждает, что если вознаграждать людей за то, что и без того приносит им удовольствие, то постепенно они перестанут это удовольствие испытывать. Таким образом, вознаграждая людей за действия, приносящие им удовлетворение, вы тем самым можете заставить их объяснять свое поведение оплатой, а не полученным удовольствием.

Теория управления впечатлением (самопрезентации) Дж. Тедешии.

Самопрезентация - процесс, посредством которого при взаимодействии с другими люди стараются создать желаемый образ себя.

Сторонники теории полагают, что люди стараются сформировать непротиворечивый образ себя в глазах других. То есть, как и в теории диссонанса, признается наличие стремления к согласованности, однако, оно приписывается объяснению своей установки экспериментатору (публичный уровень коммуникации), а не внутренним обоснованиям собственных когний (приватный уровень). Другими словами, испытуемые «подгоняют» установку к не соответствующему ей собственному поведению, а вовсе не меняют ее «в действительности». Согласно логике теории *самопрезентации*, изменений в установке не будет обнаружено, если (1) установка оценивается анонимно и респонденты уверены, что их ответы не будут ассоциироваться с ними лично, или (2) испытуемые верят, что экспериментатор может отследить их «истинную установку» и не прибегают к ее «подгонке».

Результаты экспериментальных проверок справедливости теории управления впечатлением неоднозначны. Ученые предполагают, что аргументы в пользу теорий когнитивного диссонанса и теории управления впечатлением скорее дополняют друг друга, нежели обнаруживают противоречия. Самопрезентация и стремление к согласованности своих знаний могут влиять на изменение установки в различной степени, в зависимости от особенностей ситуации.

1.11 ПСИХОЛОГИЯ МАЛОЙ ГРУППЫ

Вопросы:

- 1 Определение понятия «малая группа».
- 2 Классификация малых групп.
- 3 Структура психологии малой группы.
- 4 Психологическая структура малой группы.

Определение понятия «малая группа»

Человек живет и трудится совместно с другими людьми, образуя с ними разнообразные общности, которые в обычной жизни представлены в виде многочисленных социальных общностей. Малая группа является начальной ячейкой человеческого общества и первоосновой всех других его составных элементов. В ней объективно проявляется реальность жизни, деятельности и взаимоотношений большинства людей, и задача состоит в том, чтобы правильно понимать, что происходит с человеком в малых группах, а также четко представлять те социально-психологические явления и процессы, которые в них возникают и функционируют.

Малая группа как самостоятельный субъект деятельности и специального анализа может быть охарактеризована с точки зрения: а) содержания ее психологии; б) своеобразия ее социально-психологической структуры; в) динамики социально-психологических процессов, происходящих в ней.

Зарубежные и отечественные ученые, долгое время изучая малую группу, пришли к выводу, что ей обязательно должны быть присущи такие конкретные **черты и признаки**, как: наличие двух и более людей; осуществление непрерывных контактов и общение между ними; наличие общей цели и совместной деятельности; возникновение взаимных эмоциональных и других связей; проявление чувства принадлежности к данной группе; осознание членами группы себя как «мы», а других как «они»; формирование приемлемых для всех членов группы общих норм и ценностей; функционирование качественной организационной структуры и системы руководства (власти); наличие достаточного времени взаимного существования людей.

Таким образом, *малая группа* — это немногочисленная по составу, хорошо организованная, самостоятельная единица социальной структуры общества, члены которой объединены общей целью, совместной деятельностью и находятся в непосредственном личном контакте (общении) и эмоциональном взаимодействии продолжительное время.

Количественные характеристики малой группы. В литературе довольно давно идет дискуссия о нижнем и верхнем пределах малой группы. В большинстве исследований число членов малой группы колебалось между 2 и 7. Этот подсчет совпадает с представлением, имеющим широкое распространение, о том, что наименьшей малой группой является группа из двух человек — так называемая «диада».

Практически все равно приходится считаться с тем фактом, что малая группа

«начинается» либо с диады, либо с триады. В пользу диады высказывается до сих пор большое направление исследований, именуемое теорией «диадического взаимодействия».

Не менее остро стоит вопрос и о «верхнем» пределе малой группы. Были предложены различные решения этого вопроса.

Достаточно стойкими оказались представления, сформированные на основе открытия **Дж.Миллером** «*магического числа*» 7 ± 2 при исследованиях объема оперативной памяти (оно означает количество предметов, одновременно удерживаемых в памяти). Для социальной психологии оказалась заманчивой определенность, вносимая введением «магического числа», и долгое время исследователи принимали число 7 ± 2 за верхний предел малой группы. Хотя выдвигались известные аргументы в пользу такого определения (поскольку группа контактна, необходимо, чтобы индивид одновременно удерживал в поле своих контактов всех членов группы - 7 ± 2 членов), они оказались не подтвержденными экспериментально.

Если обратиться к практике исследований, то там находим самые произвольные числа, определяющие этот верхний предел: 10, 15, 20 человек. В некоторых исследованиях Морено, автора социометрической методики, рассчитанной именно на применение в малых группах, упоминаются группы и по 30—40 человек, когда речь идет о школьных классах.

Исходя из различных точек зрения - логично не устанавливать какой-то жесткий «верхний» предел ее, а принимать за таковой реально существующий, данный размер исследуемой группы, продиктованный потребностью совместной групповой деятельности.

Классификация малых групп

Малые группы делятся на условные и реальные, формальные и неформальные, слаборазвитые и высокоразвитые, диффузные, референтные и нереферентные.

Условные группы — это группы, объединенные по какому-то общему признаку, например по возрасту, полу и т.д.

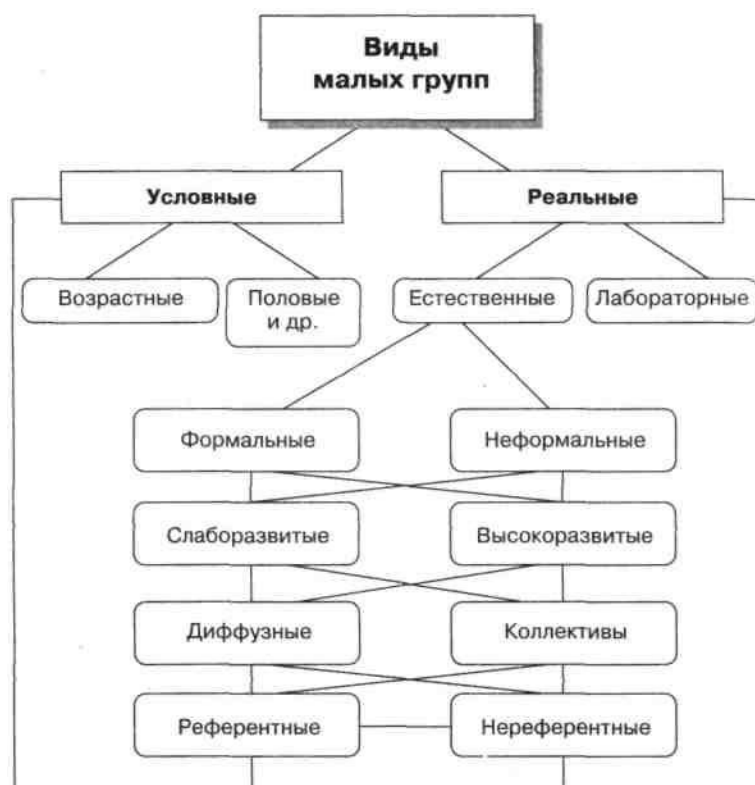
Реальные группы — это группы, в которых люди постоянно находятся в повседневной жизни и деятельности. Они бывают: *естественными* — это группы, реально существующие в обществе и *лабораторными* — это группы, созданные в интересах их научного изучения.

Второе из исторически предложенных делений малых групп — это деление их на формальные и неформальные. Впервые это деление было предложено **Э. Мэйо**.

Формальные группы — это группы, которые имеют официально заданную извне структуру.

Неформальные группы — это группы, которые образуются на основе личностных предпочтений. Формальная группа функционирует в соответствии с заранее установленными, обычно общественно фиксируемыми целями, положениями, инструкциями, уставами. Неформальная группа складывается на

основе личных симпатий и антипатий ее членов.



Так же выделяют: *слаборазвитые группы* — это группы, находящиеся на начальном этапе своего существования; *высокоразвитые группы* — это группы давно созданные, отличающиеся наличием единства целей и общих интересов, высокоразвитой системы отношений, организации, сплоченности и т.д.; *диффузные группы* — это группы случайные, в которых люди объединены лишь общими эмоциями и переживаниями.

Третья классификация разводит так называемые группы членства и референтные группы. Она была введена **Г. Хайменом**, которому принадлежит открытие самого феномена «*референтной группы*» - такие группы, в которые индивиды не включены реально, но нормы которых они принимают.

Референтные (эталонные) группы — это группы, на которые люди ориентируются в своих интересах, личностных предпочтениях, симпатиях и антипатиях. *Нереферентные* группы (группы членства) — это группы, в которых люди реально включены и трудятся.

Психология малой группы в тот или иной промежуток времени характеризуется определенным состоянием, настроением, своеобразной атмосферой, которые и определяют эффективность и направленность устремлений членов группы, а также ее влияние на личность и в целом на действия и поведение людей.

Структура психологии малой группы

Основой психологии малой группы выступают такие социально-

психологические явления, как внутригрупповые межличностные отношения, групповые устремления, групповое мнение, групповые настроения, групповые традиции, являющиеся непосредственным отражением реальной жизни и деятельности ее членов.

Взаимоотношения в малой группе — это субъективные связи, возникающие в результате взаимодействия ее членов и сопровождаемые различными эмоциональными переживаниями индивидов, в них участвующих.

Взаимоотношения в малой группе бывают разных видов. *Общественно-политические взаимоотношения* — возникают и функционируют в процессе подготовки и проведения общественных и других мероприятий в группе. *Служебные взаимоотношения* — складываются в процессе совместной профессиональной деятельности членов малой группы при решении различного рода задач, достижения важных для ее членов целей. *Внеслужебные взаимоотношения* — складываются между членами малой группы вне их служебной (профессиональной) деятельности: в часы досуга, в процессе совместного отдыха и т.д.

Взаимоотношения в малой группе должны отвечать **требованиям определенных принципов**. *Принцип уважения и субординации* предполагает создание таких взаимоотношений в малой группе, которые соответствуют: нормам общественной морали и нравственности, традициям, установленным в интересах общения и взаимодействия людей; предусматривают учет индивидуально- и социально-психологических особенностей всех ее членов, внимательное отношение к их интересам, склонностям и запросам. *Принцип сплоченности* членов группы предполагает формирование у всех ее членов взаимопомощи, поддержки, взаимодействия и взаимопонимания. *Принцип гуманизма* предполагает чуткость, отзывчивость, справедливость и человечность во взаимоотношениях в малой группе, которые должны характеризоваться доверием, искренностью, доступностью.

Система межличностных отношений в силу своей внутренней психологической обусловленности (симпатия или антипатия; безразличие или неприязнь; дружба или вражда и другие психологические зависимости между людьми в малой группе) складывается порою стихийно. Она в большинстве случаев организационно не оформлена, особенно в начальный период существования. Между тем значение ее очень велико, поэтому следует изучать ее и осмысливать, поскольку на основе межличностных отношений формируются все остальные компоненты психологии малой группы: взаимные требования и нормы совместной жизни и деятельности; постоянные межличностные оценки, сопереживания и сочувствия; психологическое соперничество и соревнование, подражание и самоутверждение. Все они обуславливают стимулы совместной деятельности и поведения людей, механизмы формирования и саморазвития малой группы.

В ходе межличностных отношений осуществляются *самоутверждение личности в группе*, оценка своих достоинств в сравнении с достоинствами остальных членов группы с целью раскрыть свои возможности, проявить себя, определить свою роль в группе.

На основе и в ходе межличностных отношений формируются **групповые устремления** — цели, задачи, потребности, мотивы (интересы, ценности, идеалы, склонности, убеждения), лежащие в основе поведения и совместных усилий членов малой группы.

В системе совместной деятельности членов малой группы устремления выполняют определенные **функции**: ценностно-нормативную, свидетельствующую о возможности групповых устремлений отражать запросы всех членов группы; организационно-функциональную, в ходе реализации которой групповые устремления в контексте средств и условий их реализации выступают в качестве способа организации внутри- и межгруппового взаимодействия; индивидуально-мотивационную, фиксирующую личностный смысл и значимость совместной деятельности для членов малой группы.

Одним из структурных элементов психологии малой группы является (являются) **групповое мнение** (групповые мнения) — совокупность оценочных суждений, в которых выражается общее или преобладающее отношение ее членов к определенным фактам, событиям или явлениям, имеющим место как внутри, так и за ее пределами.

Групповое мнение выступает показателем развитости группы, ее сплоченности, эффективности совместных усилий ее членов, а в некоторых случаях и идеологической направленности ее психологии. Групповое мнение выполняет определенные **функции**: информационную, показывающую, на каком этапе своего развития находится малая группа, какова ее сплоченность, каков характер взаимоотношений между ее членами и т.д.; функцию воздействия, посредством которой оказывается влияние на всех членов группы в интересах совместной деятельности, выработки общих мнений и суждений и т.д.; оценочную, с помощью которой члены группы выражают свое отношение к тем или иным событиям и явлениям, происходящим внутри малой группы и вне ее.



В процессе формирования и развития групповое мнение проходит три

этапа. На *первом этапе* члены группы непосредственно переживают конкретное событие, высказывают свои личные суждения и отношения к нему. На *втором* они обмениваются своими представлениями, взглядами, оценками и чувствами и в результате группового обсуждения приходят к общей точке зрения. На *третьем этапе* осуществляется выработка четкой и ясной групповой позиции по предмету обсуждения, которая принимается всеми членами группы.

Важнейшей составной частью психологии малой группы являются **групповые настроения** — сложные эмоциональные состояния, общий эмоциональный настрой членов группы, совокупность переживаний, овладевших в определенный период ими и в значительной степени определяющих направленность, ориентацию и характер всех проявлений психологии группы и отдельных ее членов. К ним обычно относятся: совместные переживания конкретных событий, фактов; сходные эмоциональные состояния, овладевшие на какое-то время группой или ее частью; устойчивый настрой эмоций и чувств, опосредующий действия и поведение всех членов группы.

Групповые настроения усиливают чувства отдельных людей, влияют на их жизнь и деятельность, т.е. проявляется общая закономерность общественной психологии, состоящая в том, что слияние отдельных настроений в одно общее создает новое целое, которое значительно отличается от суммы его составляющих. И это совместное настроение (общие переживания и чувства) часто выступает очень сильной движущей силой.

Значимым элементом психологии малой группы являются **традиции** — сложившиеся на основе длительного опыта совместной деятельности ее членов и прочно укоренившиеся в их жизни нормы, правила и стереотипы поведения и действий, повседневного общения между людьми, соблюдение которых стало потребностью каждого члена малой группы.

Любая группа имеет ту или иную структуру — определенную совокупность относительно устойчивых взаимосвязей между ее членами. Особенности этих взаимосвязей обуславливают всю жизнедеятельность группы, включая продуктивность и удовлетворенность ее членов.

Психологическая структура малой группы

Всестороннее изучение психологии малой группы предполагает осмысление прежде всего ее социально-психологической структуры, которая, как правило, включает в себя следующие подструктуры: композиционную, межличностных предпочтений, коммуникативную, функциональных отношений.

Социально-психологическая структура малой группы есть производное от ее официальной (деловой) и неофициальной (неформальной, эмоциональной) структур.

Композиционная подструктура малой группы — это совокупность устойчивых социально-психологических характеристик членов группы,

чрезвычайно значимых с точки зрения состава группы как целого. Необходимо принимать во внимание количество членов группы, от которого зависит функционирование в ней многих социально-психологических процессов, — таких, например, как сплочение и руководство, распределение ролей и функций ее членов и т.д.

Очень важно иметь четкие представления о национальности, социально-демографических особенностях членов малой группы и их социальном положении, которые влияют на характер межличностных отношений между ними, своеобразие образования неформальных микрогрупп, статус и позиции многих людей в них.

Подструктура межличностных предпочтений в малой группе — это проявление совокупности реальных межличностных связей ее членов, существующих между людьми симпатий и антипатий.

Они первоначально очень быстро фиксируются с помощью *метода социометрии*.

Указанный метод позволяет определить четкую систему межличностных и эмоциональных отношений в малой группе, поскольку дает возможность определить количество предпочтений, отданных тому или иному человеку, отразить их качественные характеристики, проявляющиеся в межличностной взаимности.

Социометрия также дает возможность выявить группы взаимного предпочтения, на основе чего можно строить предположения о том, на какие из них ориентированы конкретные личности, как в этих микрогруппах сосуществуют люди с различными ролями, каковы взаимоотношения между ними и т.д.

Последующее, более тщательное изучение характера взаимосвязей членов малой группы с помощью методов наблюдения и эксперимента позволяет составить уже полную картину межличностных отношений в ней.

Коммуникативная подструктура малой группы — это совокупность позиций членов малой группы в системах информационных потоков, существующих как между ними самими, так и во внешней среде, и отражающих, кроме того, концентрацию у них того или иного объема различных сведений и знаний. Владение последними — важный показатель положения члена группы, так как доступ к получению и хранению информации обеспечивает ему в ней особую роль, дополнительные привилегии.

При анализе информационных групповых связей часто используют термин «коммуникативная сеть», подразумевая, что она может быть двух типов:

Централизованные коммуникативные сети характеризуются тем, что в них один из членов группы находится в центре информационных потоков и играет ключевую роль в организации обмена информацией и межличностного взаимодействия. Через него осуществляется общение остальных участников деятельности, которые непосредственно контактировать между собой не могут.

Децентрализованные сети в них присутствует «коммуникативное равенство» всех членов малой группы, при котором каждый из них обладает

одинаковыми со всеми остальными возможностями принимать, передавать и перерабатывать информацию, вступая в прямое общение с участниками совместной деятельности.

Обращение к анализу существующих в малой группе коммуникативных сетей особенно важно в тех случаях, когда необходимо выяснить эффективность совместной деятельности или наличие негативного эмоционального фона во взаимоотношениях между ее членами.

Подструктура функциональных отношений в малой группе — это совокупность проявления различных взаимозависимостей, являющихся следствием способности членов группы играть определенную роль. Группа представляет собой чрезвычайно сложный организм, в котором люди занимают в силу специфики функционирования их индивидуально- и социально-психологических качеств разное положение. Упомянутый уже метод социометрии позволяет быстро выявить социометрический статус каждого члена малой группы, отражающий его реальную роль внутри нее, а также дающий определенное представление об общем статусе его личности.

Как правило, в группе выделяют:

- 1) социометрических «звезд», которыми являются наиболее предпочитаемые члены группы, стоящие на вершине иерархии;
- 2) высокостатусных, среднестатусных и низкостатусных индивидов, определяемых по числу положительных выборов и не имеющих большого числа отрицательных выборов;
- 3) изолированных членов группы, у которых отсутствуют любые выборы (как положительные, так и отрицательные);
- 4) членов группы, которыми пренебрегают, имеющих большое количество отрицательных выборов и малое число — положительных;
- 5) отверженных членов группы («изгоев»), обладающих по результатам социометрии только отрицательными выборами.

Социометрический статус члена группы — величина достаточно устойчивая. Он не только имеет тенденцию сохраняться в данной конкретной группе, но очень часто «переходит» с человеком в другую группу. Объясняется это тем, что статус — категория групповая и вне группы не существует, человек привыкает выполнять роли, предписываемые ему его постоянным статусным положением. В поведении закрепляются определенные привычные формы реагирования на слова и поступки других. Мимика, позы, жесты и прочие невербальные реакции тоже «подстраиваются» под определенную роль.

В силу сложившихся ролевых отношений в малой группе можно говорить о существовании в ней нескольких элементов подструктуры функциональных отношений.

Во-первых, четко выделяются руководитель (руководители) и лидер (лидеры), которые составляют управленческое ядро. Между ними есть определенная разница.

Руководитель всегда выступает официальным лицом, реализующим функции управления в малой группе.

Лидер же — это лицо, завоевавшее авторитет и право на влияние на

других членов малой группы. Он является порождением структуры взаимоотношений данной конкретной общности. Эта структура определяется целями группы, ценностями и нормами, в ней функционирующими.

Наличие и четкое очертание социально-психологической структуры малой группы обеспечивают реализацию ею своих функций:

1) социализации — только в группе человек может обеспечить свое выживание и воспитание подрастающих поколений, именно в ней он овладевает всесторонними необходимыми социальными навыками и умениями;

2) инструментальной, состоящей в осуществлении той или иной совместной деятельности людей. Многие виды деятельности невозможны в одиночку. Кроме того, она, как правило, обеспечивает человека материальными средствами к жизни, предоставляет ему возможности самореализации;

3) экспрессивной, состоящей в удовлетворении потребностей людей в одобрении, уважении и доверии. Эту функцию выполняют часто первичные и неформальные группы. Будучи их членом, индивид получает удовольствие от общения с психологически близкими ему людьми;

4) поддерживающей, проявляющейся в том, что люди стремятся к объединению в трудных для них ситуациях. Они ищут психологическую поддержку в группе, чтобы ослабить неприятные чувства.

Все составляющие компоненты социально-психологической структуры малой группы могут в определенной степени видоизменяться, что во многом зависит от особенностей протекания и развития социально-психологических процессов в ней.

1.12 СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ В МАЛОЙ ГРУППЕ

Вопросы:

1. Образование и развитие малой группы.
2. Руководство и принятие решений в малой группе.
3. Сплочение малой группы.
4. Групповое давление.
5. Понятие группового решения.
6. Эффекты внутригруппового взаимодействия

Образование и развитие малой группы

Малая группа постоянно пребывает в непрерывной динамике. Характер изменений в ней определяют такие социально-психологические процессы, как: ее образование и развитие; руководство и принятие решений; сплочение; групповое давление; конфликты. Образование и развитие малой группы обычно включает в себя *несколько стадий*.

На первой стадии осуществляется процесс знакомства ее членов. Они изучают друг друга, в том числе и индивидуально- и социально-

психологические качества каждого, в результате чего формируются начальные представления людей друг о друге. Общение протекает на основе взаимных пристрастий, в ходе него и осуществляется первичная адаптация людей друг к другу. В это же время проходит ознакомление с целями и задачами совместной деятельности, перспективами совместного сотрудничества.



Вторая стадия обычно является периодом первичного взаимного сближения членов группы, образования основы системы межличностных отношений, формирования групповых норм, возникновения группового самосознания. В процессе более интенсивных и продуманных контактов люди начинают вырабатывать общие правила поведения, ценностные ориентации. В это же время группе присуща лишь формальная (внешняя) целостность, а это значит, что могут обостряться межличностные отношения, а также появиться эмоционально-психологический дискомфорт, возникать на различной почве конфликты. Однако в процессе развития группы появляются зачатки неформальной структуры, определяются взаимные пристрастия и антипатии.

На третьей стадии отношения между членами малой группы постепенно нормализуются, начинает формироваться ее актив. Общение между людьми становится более открытым и конструктивным, начинает проявляться групповая солидарность и сплоченность, формируется подструктура добросовестных исполнителей, которые твердо осознают свои обязанности и необходимость совместной деятельности. Постепенно оформляется групповое мнение, появляются действительно общие настроения и совместные переживания людей.

На четвертой стадии группа полностью консолидируется, становится общностью с ярко выраженным чувством «мы», определяются поддерживаемые всеми единые групповые цели и интересы. В группе в это время складываются условия для проявления самых различных взаимоотношений и разрешения любых проблем и конфликтов. При этом может присутствовать расхождение во взглядах, но только до тех пор, пока не

выработана общая точка зрения на проблему, не достигнут социально-психологический и эмоциональный консенсус. Групповое мнение должно быть адекватно индивидуальным суждениям. Социально-психологический климат и атмосфера взаимоотношений в группе в этот период полностью способствует совместной деятельности, наблюдается полное единство воли, установок и интересов всех ее членов.

В итоге на высшем этапе своего развития малая группа *превращается в коллектив*, которому присущи строгая организация и регламентация жизни и деятельности, наличие пользующегося уважением руководителя, отсутствие конфликтов, высокий моральный и нравственный климат, добропорядочные отношения и сплоченность между его членами. В коллективе человек развивается всесторонне и творчески.

Важным показателем эффективности процесса образования и развития группы выступает ее **социально-психологический климат** — качественная сторона межличностных отношений в группе, проявляющаяся в виде совокупности психологических условий, способствующих или препятствующих продуктивной совместной деятельности и всестороннему развитию людей в группе.

Социально-психологический климат группы представляет собой такое состояние ее психики, которое обусловлено особенностями жизнедеятельности данной группы. Это своеобразный сплав эмоционального и интеллектуального — установок, отношений, настроений, чувств, мнений членов группы. Социально-психологический климат — это всегда отраженное, субъективное образование в отличие от отражаемого — объективной жизнедеятельности данной группы и условий, в которых она протекает. Конечно, отражаемое и отраженное в сфере общественной жизни диалектически взаимосвязаны, но в то же время они не тождественны.

Важнейшие **признаки** благоприятного социально-психологического климата: доверие и высокая требовательность членов группы друг к другу; доброжелательная и деловая критика; свободное выражение собственного мнения при обсуждении вопросов, касающихся всей группы; отсутствие давления руководителей на подчиненных и признание за ними права принимать значимые для группы решения; достаточная информированность членов группы о ее задачах и о состоянии дел; удовлетворенность принадлежностью к группе; высокая степень эмоциональной включенности и взаимопомощи в ситуациях, вызывающих фрустрацию (колебание) у кого-либо из членов группы; принятие на себя ответственности за состояние дел в группе каждым из ее членов; высокая сплоченность всех членов группы.

Руководство и принятие решений в малой группе

Руководство — процесс управления группой, осуществляемый руководителем как посредником между социальной властью (государством) и членами общности на основе правовых полномочий и норм, данных ему. Оно обеспечивает выполнение группой таких задач, как: целеполагание (выработка

ближайших и отдаленных целей своей деятельности); поддержание взаимопонимания членов группы по важнейшим для них проблемам; информирование (передача членам группы необходимого объема сведений и сбор информации, поступающей от них); принятие решений (обеспечивает процесс формирования единого мнения группы по важнейшим вопросам реализации стоящих задач); контроль за деятельностью группы в важнейших сферах.

Различают три стиля руководства: демократический, авторитарный и либеральный.

Демократический стиль характеризуется привлечением большинства членов группы к обсуждению основных вопросов и проблем, принятию определенных решений; взаимным распределением прав и обязанностей для развития самостоятельности и инициативы людей; расширением взаимного контроля и другой деятельности.

Авторитарный стиль связан с чрезмерным повышением роли руководителя. Последний обычно сам решает все вопросы, при этом он может учитывать, а может и не учитывать мнения других. Налицо постоянная повышенная требовательность ко всем членам группы, которая ограничивает их инициативу и самостоятельность. Авторитарность часто сопровождается грубостью, запугиванием. Такое руководство исключает разъяснение и убеждение и сводится лишь к требованиям.

Либеральный стиль характерен для руководителей, которые не вмешиваются в деятельность и взаимоотношения членов малой группы, предоставляя последним самим решать свои проблемы. Руководители в этом случае не требуют ответственности за невыполнение задач членами малой группы, пускают развитие событий в ней на самотек.

Исследования, проведенные к настоящему времени в нашей стране, показывают, что у различных людей стиль руководства, как правило, представляет собой сочетание указанных трех основных типов.

Кроме того, на основе указанных стилей принято выделять две основные модели руководства — директивную и кооперативную. В основе **директивной модели** лежат единоначалие (давление, диктат) руководителя, структурная простота и возможность оперативного управления всеми людьми. **Кооперативная модель** включает в себя возможности: активного коммуникативного и межличностного взаимообмена между членами группы и их руководителем, решения сложных задач небольшим числом подчиненных; взаимопонимания между руководителем и подчиненными; низкой конфликтности между людьми.

В своей жизнедеятельности, развитии и в процессе руководства группа постоянно сталкивается с ситуациями, требующими группового обсуждения с целью прояснения позиций ее членов, оценки различных ситуаций, поиска возможных путей выхода из них, выработки единой точки зрения. Совокупность всех перечисленных действий и составляет **процесс принятия группового решения**.

Можно выделить ряд последовательных этапов данного процесса.

Прежде всего, это этап **информационно-поисковый**, включающий выявление и уяснение истинной сущности возникшей проблемы. Ее могут четко охарактеризовать или руководитель группы, или сами ее члены. В это время осуществляется сбор дополнительной информации, ее соответствующая подготовка и осмысление.

На **промежуточном этапе** формулируется возникшая задача, ставятся цели, выявляются альтернативные действия для ее достижения.

На третьем этапе — **оценочно-прогностическом** — осуществляется обмен мнениями, включающий всестороннее обсуждение способов решения поставленной задачи, выработка общей точки зрения, путей достижения намеченной цели. Он может проходить в разных формах — дискуссии, «мозгового штурма», интервью и т.д.

На этом этапе, как отмечает американский психолог, могут проявляться особенности тех, кто участвует в принятии решения:

- 1) некоторые люди склонны говорить больше, чем другие;
- 2) индивиды с высоким статусом оказывают большее влияние на решение, чем индивиды с низким статусом;
- 3) группы часто тратят значительную долю времени на устранение межличностных разногласий;
- 4) группы могут упустить из виду свою цель и отделаться несообразными выводами;
- 5) члены группы часто испытывают исключительно сильное давление, побуждающее их к конформности.

На **заключительном этапе** происходит окончательный выбор и принятие такого решения, которое получило бы наивысшую оценку и признательность всех членов малой группы.

Выше приведена лишь самая общая схема деятельности по принятию решения. Каждый из указанных этапов можно еще детализировать.

Процесс принятия группового решения может иметь определенные плюсы и минусы. Американские психологи обнаружили, что групповое обсуждение порождает в два раза больше идей по сравнению с ситуациями, когда те же самые люди работают единолично. При этом решения, принятые группой, отличаются большей точностью, чем индивидуальные решения. Это объясняется тем, что группа в целом обладает большим количеством знаний, нежели один индивид. Причем эта информация более разносторонняя, что обеспечивает большее разнообразие подходов к решению проблемы.

Однако группы обычно не способствуют проявлению творческих сил при принятии решений. Чаще всего группа подавляет творческие порывы отдельных ее членов. Принимая решения, группы могут следовать привычным образцам в течение долгого периода. С другой стороны, группы лучше отдельных индивидов могут оценить новаторскую идею. Таким образом, группу порой используют для того, чтобы вынести суждение о новизне и оригинальности той или иной идеи.

Процесс принятия группового решения является важным элементом руководства и управления малой группы. Он зависит от многих факторов —

характера взаимоотношений внутри нее, авторитетности и стиля руководства, социально-психологического климата и др.

Сплочение малой группы

Сплочение малой группы — это процесс формирования такого типа связей и отношений между ее членами, которые позволяют достигать ценностно-ориентационного единства, наилучших результатов в совместной деятельности, избегать конфликтов и конфронтации.

Термин **«ценностно-ориентационное единство»** введен в отечественную социальную психологию **А.В. Петровским** и означает, что отношения между членами группы носят опосредованный совместной деятельностью характер, выражением чего является совпадение для членов группы ориентации на социальные ценности совместной деятельности.

Сплоченность как черта психологии группы, выражающая степень единомыслия и единодействия ее членов, является обобщенным показателем их духовной общности и единства. Для членов малой группы сама по себе сплоченность — привлекательная цель и ценность, групповое состояние, к которому надо стремиться.

Процесс сплочения членов малой группы осуществляется на всех этапах ее развития и проходит три ступени.

Сначала члены группы воспринимают друг друга в соответствии с общечеловеческими нормами поведения и, как правило, по внешним, поверхностным и несущественным признакам. В ходе общения (в основном эмоционального) складываются симпатии или антипатии, доверие или недоверие и т.п. Таким образом, осуществляются так называемая первичная психологическая дифференциация группы и интеграция неформальных микрогрупп в ней.

Затем по мере осознания и внутреннего принятия людьми целей и задач совместной деятельности, понимания ими своей роли и ответственности за их достижение складывается новый характер отношений между членами малой группы. Новые системы ценностей и возникающие на их основе взаимоотношения как бы накладываются на уже существующие, а их согласование и адаптация проходят уже безболезненно.

И, наконец, в процессе дальнейшей совместной деятельности продолжается упрочение системы ценностно-ориентационного взаимодействия, а деловое и эмоциональное единство членов малой группы становится фактором развития психологии малой группы.

Групповое давление

В ходе развития в малой группе естественно и закономерно формируются и закрепляются нормы, которые представляют собой общие для всех требования, разработанные ее членами и принятые ими в интересах регулирования взаимоотношений. Нормы группы связаны с ценностями, так

как любые требования могут приниматься лишь на основе каких-либо социальных предпочтений, складывающихся на базе выработки определенного отношения к социальной действительности.

Нормы и ценности группы должны принимать и соблюдать все. На тех, кто им не подчиняется или игнорирует их, оказывается психологическое или иное воздействие, которое проявляется как **групповое давление**. Можно выделить следующие **функции** такого давления:

- 1) стремление обеспечить достижение групповых целей;
- 2) сохранение группы как целого;
- 3) разъяснение членам группы тех принципов жизни и деятельности, на которые они должны ориентироваться;
- 4) определение членами группы своего отношения к социальному окружению.

Давление — важный механизм поддержания внутренней однородности и целостности малой группы.

Значение его в том, что оно служит поддержанию общего постоянства и сплоченности в изменяющихся условиях совместной деятельности.

Осуществляется групповое давление *в форме санкций*, применяемых к тем членам группы, которые не соблюдают общепринятых норм или ведут себя вызывающе, конфликтно по отношению ко всем другим. Санкции обычно бывают двух видов — **поощрительные** и **запретительные**.

Возможны четыре варианта поведения человека в группе:

- сознательное, свободное принятие норм и ценностей группы;
- вынужденное подчинение группе под угрозой санкций;
- демонстрация антагонизма по отношению к группе;
- свободное, осознанное отвержение групповых норм.

Наиболее распространенным является второй вариант поведения человека по отношению к группе. Феномен вынужденного принятия человеком норм и ценностей группы под угрозой потери членства или устойчивого положения в ней получил название **конформизма** и его можно считать одним из важнейших факторов поддержания целостности группы, укрепления единства в ее рядах.

Понятие группового решения

Проблема принятия единого решения по определенным важным для группы вопросам - актуальная и сложная для любой реальной малой группы. Не только в социальной психологии, но и в повседневной практике разработаны различные методы принятия групповых решений.

Групповая дискуссия - метод группового обсуждения, позволяющий не только выявить весь спектр мнений членов группы и возможные пути решения, но и найти общее групповое решение проблемы. На экспериментальном уровне эта проблема, как и другие вопросы групповой динамики, была изучена **Левиним**.

Были выявлены две важные закономерности: 1) групповая дискуссия позволяет столкнуть противоположные позиции и тем самым помочь участникам увидеть разные стороны проблемы, уменьшить их сопротивление новой информации; 2) если решение инициировано группой, то оно является логическим выводом из дискуссии, поддержано всеми присутствующими, его значение возрастает, так как оно превращается в групповую норму.

В исследованиях по проблемам групповых решений выдвинуты и новые формы групповых дискуссий. Одна из них, введенная А. Осборном, получила название «**брейнсторминг**» («мозговая атака»). Суть дискуссии такого плана заключается в том, что для выработки коллективного решения группа разбивается руководителем на две части: «генераторов идей» и «критиков». На первом этапе дискуссии действуют «генераторы идей», задача которых состоит в том, чтобы набросать как можно больше предложений относительно решения обсуждаемой проблемы. Предложения могут быть абсолютно неаргументированными, даже фантастическими, но обязательно условие, что на этом этапе их никто не подвергает критике.

На втором этапе в дело вступают «критики», они начинают сортировать поступившие предложения: отсеивают совершенно непригодные, откладывают спорные, безусловно принимают очевидные удачные. При повторном анализе спорные предложения обсуждаются, и из них удерживается также максимум возможного. В конечном итоге группа получает довольно богатый набор различных вариантов решения проблемы. Метод «брейнсторминга» некоторое время тому назад считался очень популярным, завоевавшим признание, особенно при выработке различных технических решений.

Эффекты внутригруппового взаимодействия

Классификация, разработана Д. Хакменом и Ч. Моррисом, включает следующие типы **групповых задач**:

- 1) продукционные - их решение ведет к получению оригинальных, творческих продуктов, например, к генерированию новых идей;
- 2) дискуссионные - требуют от членов группы дискуссии по поводу конкретного вопроса и выработки согласованного решения;
- 3) проблемные - они требуют спецификации процесса, развертываемого с целью решения некоторой проблемы.

Типология групповых задач или, по иной терминологии, моделей совместной деятельности предложена Л. И. Уманским. Описываемые им разновидности моделей совместной деятельности характеризуются как совместно индивидуальная, совместно последовательная и совместно взаимодействующая деятельность.

Важный вопрос - влияние характеристик задачи на групповой процесс. Решение проблемных задач характеризовалось сильной ориентацией на действие, продукционных задач — значительным уровнем оригинальности выдвигаемых идей, а дискуссионных задач — высокой степенью включенности испытуемых в обсуждаемый вопрос. Кроме того, было установлено, что лидеры

экспериментальных групп проявляли наибольшую активность в решении проблемных задач.

Влияние типа задачи, или формы организации (модели) совместной деятельности, на групповой процесс отчетливо обнаружено и в цикле исследований, проведенных Л. И. Уманским с сотрудниками в естественных группах. Оказалось, например, что по мере организации совместной деятельности, т.е. при переходе ее от совместно индивидуальной модели к совместно взаимодействующей, возрастают положительные проявления межличностного общения, выражаемые позитивными речевыми реакциями партнеров.

Феномен социальной фасилитации - улучшение деятельности в присутствии других людей. Обратное явление, то есть ухудшения деятельности, было названо Ф. Олпорт **социальным торможением** (ингибацией).

Теории социального воздействия. Латанэ утверждает, что сила влияния других людей объясняется действием нескольких факторов: 1) числом людей; 2) их пространственной близостью; 3) их авторитетом и статусом.

Исходя из бихевиористской формулы поведения ($P = C - R$), Зайонц предположил, что присутствие других людей является для индивида сильным стимулом — источником общего возбуждения. Повышенное возбуждение улучшает выполнение простых задач и ухудшает выполнение сложных.

С другой стороны, Николас Коттрелл выступил с альтернативным объяснением эффекта аудитории. По его мнению, данный феномен объясняется тем, что люди, занятые какой-то деятельностью в присутствии других людей (на людях), ожидают оценки со стороны зрителей и обеспокоены тем, как их оценят.

Когда люди работают группой, а тем более большей группой, возрастает вероятность того, что снизятся индивидуальные усилия и люди станут работать не в полную силу. Это явление получило в социальной психологии название **социальной лениности**.

Условия снижения социальной лениности:

1. Неординарно трудные проблемы, которые могут сплотить группу и побудить каждого ее члена трудиться с полной отдачей.
2. Заинтересованность всех членов группы в конечном результате совместных усилий.
3. Наличие в группе хороших деловых отношений.
4. Учет и оценка вклада каждого члена группы в совместный труд, то есть отсутствие обезличивания.
5. Наличие специальной договоренности в группе работать в полную силу.
6. Наличие общегруппового эталона деятельности и продуктивности, которому все члены группы стремятся соответствовать.
7. Наличие не только трудной, но и интересной для всех задачи.

Эффект групповой поляризации. Суть этого эффекта в том, что если до обсуждения какого-то вопроса в группе, у ее членов могли быть разные мнения, то после обсуждения мнения всех как бы сливаются в единое мнение. Ранее разнородные взгляды приобретают однозначность и закрепляются на одном

«полюсе». Иными словами, победившая точка зрения, или достигнутое согласие взглядов, после обсуждения становится жестче и однозначнее, чем до обсуждения. Выработанная общая позиция теперь уже никем не оспаривается, принятое решение превращается в неукоснительно соблюдаемое руководство к действию для всех членов группы.

Сдвиг риска. Все предшествующее открытию этого феномена изучение малых групп использовало установленный факт, что группа обладает свойством быть своеобразным модератором индивидуальных мнений и суждений ее членов: она отбрасывает наиболее крайние решения и принимает своего рода среднее от индивидуальных решений. В установлении этого факта сыграли свою роль и исследования по конформизму в их традиционном варианте, и исследования по образованию групповых норм, и многое другое. Этот процесс усреднения групповых решений был назван *процессом нормализации группы*. Исходя из этой традиции, можно было предположить, что и при изучении механизма групповых решений должен быть зафиксирован такой же факт нормализации, т.е. групповое решение должно оказаться своеобразным усреднением решений отдельных членов группы. Однако это положение не подтвердилось в тех случаях, когда принимаемое решение включало в себя момент риска. В 1961 г. Дж. Стоунер показал, что групповое решение включает в себя в большей мере момент риска, чем индивидуальные решения. В эксперименте испытуемым (группы по 5-7 человек) предлагался набор дилемм для выбора одной из них: либо той, где высока вероятность успеха, но низка его ценность («синица в руке»), либо той, где вероятность успеха низкая, но зато привлекательность — ценность — высока («журавль в небе»). Примеры дилемм: перейти — без гарантий — на новую, высокооплачиваемую работу или остаться на старой, среднеоплачиваемой, но зато без риска; сыграть среднему шахматисту в престижном турнире и предпочесть почетное поражение или совершить рискованный ход, за которым может последовать грандиозный успех или полный провал. Члены групп сначала индивидуально выполняли задания, а затем проводили групповую дискуссию и решение принимали коллективно. Было выявлено, что во втором случае «рискованная» альтернатива выбиралась гораздо чаще.

Однако, групповая дискуссия не обязательно ведет к усилению риска. В зависимости от типа и содержания экспериментальной задачи (например, при обсуждении гипотетической ситуации, связанной с угрозой здоровью или жизни испытуемых) возможен сдвиг в сторону осторожности принимаемого группой решения. И, кроме того, групповая дискуссия вообще не обязательно должна иметь своим следствием более рискованные или более осторожные решения. Она, как показали в своих признанных ныне классических экспериментах С. Московиси и М. Заваллони, может вызвать просто *сдвиг во взглядах участников дискуссии, состоящий в том, например, что их преддискуссионные мнения усиливаются, экстремизируются в первоначально обозначенном направлении*. Фактически при принятии различных решений и в различных контекстах группы демонстрируют четко выраженную тенденцию

склоняться к более экстремальным по сравнению с изначальными мнениями точкам зрения.

Это явление известно как **групповая поляризация**, и основные результаты его влияния таковы: какие бы симпатии или предпочтения группа ни выражала до обсуждения, эти мнения только усиливаются во время групповой дискуссии. Не только группа склоняется к более экстремальным взглядам — сами члены по отдельности также зачастую демонстрируют такую склонность.

Наиболее интересным исключением такого рода является открытый в 70-е годы И. Джэнисом феномен groupthink (**огруппления мышления**). Groupthink определяется как *«стиль мышления людей, которые полностью включены в единую группу; в этой группе стремление к единомыслию важнее, чем реалистическая оценка возможных вариантов действий»*.

Когда подобное коллективное состояние разума имеет место, группа уже не хочет, а, вероятно, и не способна, изменить направление своих действий, даже если внешние события свидетельствуют о том, что принятое решение было неверным. По мнению Джэниса, в группе вскоре вырабатываются нормы, активно мешающие ее членам прорабатывать альтернативные направления действий. Группа рассматривается, как неспособная совершать ошибки, и любой, кто хоть немного в этом сомневается, быстро замолкает как под давлением группы, так и под действием собственного желания подчиниться.

Данные исследований показывают, что в «огрупплении» мышления могут играть ведущую роль два фактора.

Первый — высокий уровень сплоченности между членами группы. Группы, которые становятся жертвами «огруппленного» мышления, обычно состоят из людей, близких по своему положению и идеологии.

Второй фактор — это определенный тип групповых норм, утверждающих, что группа является непогрешимой и морально правой, из чего следует, что в дальнейшем обсуждении этих вопросов нет необходимости: решение было принято, и теперь единственная задача — поддерживать его как можно увереннее.

«Огруппленное» мышление может быть тесно связано с другой опасностью группового принятия решений — коллективной ловушкой — тенденцией групп упрямо сохранять верность неудачным решениям или действиям даже перед лицом непреодолимых доказательств, что эти решения неудачны.

Предотвращение «огруппленного» мышления.

Наиболее эффективными являются следующие процедуры.

Во-первых, группы, желающие избежать влияния группового мышления, должны практиковать проведение открытых опросов и поощрять скептицизм среди своих членов. Лидеры группы должны приветствовать тщательное рассмотрение любой альтернативы или стратегии и, если это необходимо, играть роль «адвоката дьявола», намеренно находя недостатки в различных вариантах выбора.

Во-вторых, когда решение принято, членам группы полезно встречаться, чтобы обсудить вопрос повторно; на этих встречах члены группы могут высказать любые сомнения.

В-третьих, нередко полезным оказывается проведение опросов различных групп людей, помимо той, что принимала первоначальное решение, на тему, следует ли придерживаться этого решения. Поскольку эти группы не принимали первоначального решения, они не испытывают необходимости оправдывать изначальный выбор; в этом случае давление коллективной ловушки уменьшается, и одна важная составляющая «огруппленного» мышления может быть устранена.

1.13 ГРУППОВАЯ ДИНАМИКА

Вопросы:

1. Понятие групповой динамики и ее механизмы
2. Модели развития малой группы
3. Групповая сплоченность: сущность, проявление и особенности измерения
4. Понятие групповой динамики и ее механизмы.

Понятие групповой динамики и ее механизмы

Впервые термин «групповая динамика» был использован **Куртом Левин**ом. Группа понималась им как «динамическое целое». Для описания свойств этого динамического целого Левин использовал два основных закона гештальтпсихологии.

Закон *«Целое доминирует над частями»* приводит к следующим социально- психологическим следствиям:

- группа не может быть рассмотрена как сумма индивидов, так как она способна изменять их индивидуальное поведение;
- оказывать влияние извне легче на группу в целом, нежели чем на поведение отдельных ее членов;
- каждый член группы признает свою зависимость от других ее членов.

Закон *«Отдельные элементы объединяются в целое»* приводит к таким свойствам группы:

- основа группы — не в сходстве, а во взаимозависимости членов группы;
- человек склонен становиться членом той группы, с которой он себя отождествляет, а не той, от которой внешне зависит;
- человек остается среди тех, к кому он чувствует себя принадлежащим, даже если их поведение и давление недружественны.

Сегодня термин «групповая динамика» используется весьма широко. Как отмечает Г. М. Андреева: «Групповая динамика, в отличие от статики группы,

это и есть совокупность тех динамических процессов, которые одновременно происходят в группе в какую-то единицу времени и которые знаменуют собой движение группы от стадии к стадии, т.е. ее развитие.» Среди наиважнейших традиционно рассматриваются такие групповые процессы, как нормативное влияние, развитие и сплочение, принятие групповых решений. Развитие группы в широком значении — это и есть групповая динамика.

Механизмы групповой динамики. Выделяют, по меньшей мере, три таких механизма: разрешение внутригрупповых противоречий, «идиосинкразический кредит» и психологический обмен.

Разрешение внутригрупповых противоречий. А. Г. Кирпичник обратил внимание на противоречия, во-первых, между возрастающими потенциальными возможностями группы и ее актуальной деятельностью и, во-вторых, между растущим стремлением членов группы к самореализации и самоутверждению и одновременно усиливающимися тенденциями включения личности в групповую структуру, интеграции ее с группой. Обнаружилось, что «переход группы с одного уровня развития на другой происходит скачкообразно в результате обострения противоречий и их последующего разрешения.

Ф. Шамбо утверждает, что развитие группы есть результат столкновения противоречивых тенденций, периодически возникающих в ней вследствие рассогласования поведения лидера с ожиданиями, связываемыми с его действиями последователями. Подобное рассогласование приводит группу к дестабилизации и конфликту. Разрешение конфликта заканчивается наступлением «фазы гармонии», характеризующейся стабилизацией отношений и оптимистической направленностью межличностного восприятия, после чего вновь появляются «возмущения» в системе, связанные с очередными противоречиями между лидером и последователями. Лишь по мере прохождения группой целой серии конфликтных фаз и выработки у ее членов общих «культурных» критериев оценки действительности структура группы окончательно стабилизируется.

Идиосинкразический кредит. Традиционно считается, что чем выше статус человека в группе, тем в большей степени он ориентирован на ее нормы и ценности, более последовательно реализует их в своем поведении. То есть чем выше статус, тем выше нормативность поведения. Ненормативное поведение наказывается снижением статуса. Однако если он, благодаря своему вкладу в жизнь группы, занимает в ней лидерское положение, он в определенной степени освобождается от необходимости вести себя строго нормативно, он получает право отклоняться от групповых норм (естественно, чисто психологически, никакими «верительными грамотами» это не подтверждено). Это явление Холландер назвал *идиосинкразическим кредитом* лидера, а поведение, отклоняющееся от групповых норм, — *идиосинкразическим*. Для группы это возможность развития, изменения. Если новшество, которое привнесет лидер, окажется неэффективным, вредным, можно отказаться от него (вместе с лидером чаще всего). Если же эксперимент окажется удачным, новый вариант отношений, достижения групповых целей

могут способствовать развитию группы. Через некоторое время он превратится в групповую норму.

Психологический обмен. Механизм его заключается во взаимном влиянии членов группы на ценности друг друга. Межличностное взаимодействие в группе активизирует процессы обмена взглядами, интересами, принципами, что влияет на ценностно-смысловую сферу каждого члена.

Модели развития малой группы

Существует несколько подходов к выделению *этапов развития* малой группы.

Модель Л. И. Уманского. В ее основе лежит ряд параметров, для достижения группой высшей ступени развития (ценностная направленность группы, организационное и социально-психологическое единство группы, компетентность ее членов в достижении групповых целей).

Групповое развитие начинается с конгломерата. **Конгломерат** — это совокупность незнакомых друг с другом людей. Далее развитие группы может происходить в обоих направлениях: к коллективу и антиколлективу. Путь к коллективу лежит через стадии кооперации и автономизации. Кроме того, перед стадией кооперации в развитии группы в ряде случаев можно выделять также промежуточные стадии: номинальной группы и группы-ассоциации.

Номинальная группа: формальная группа, имеющая название, внешне заданную цель и структуру. Пока только это и объединяет ее членов.

Группа-ассоциация: заданные извне цели, способы и виды деятельности приняты членами группы. Возникает первичная межличностная интеграция.

Группа-кооперация: стадия, на которой группа функционирует в основном в инструментальной плоскости. Хорошо развита структура деловых отношений; члены группы ориентированы на сотрудничество в решении целевых вопросов.

Группа-автономия: ориентирована на экспрессивную сферу. Формируется чувство «мы», групповые эталоны и нормы. Группа ориентирована на себя, свои внутренние отношения.

Группа-коллектив: высшая стадия развития группы. Широкая кооперация с другими социальными группами; внутренняя сплоченность, кооперативность в инструментальной сфере.

Стратометрическая теория коллектива А. В. Петровского. В качестве критериев построения типологии групп выступают, во-первых, степень опосредствованности межличностных отношений в группе содержанием совместной деятельности и, во-вторых, общественная значимость совместной деятельности. Исходя из предложенных критериев, развитие группы описывается как движение в своеобразном континууме, положительным и отрицательным полюсами которого являются соответственно *коллектив* (высокие позитивные показатели по обоим критериям); *корпорация* (высокий позитивный показатель по первому и высокий негативный показатель по второму критериям); в центральной точке располагается так называемая

диффузная группа (общность, в которой практически отсутствует совместная деятельность); а промежуточное положение между диффузной группой и положительным и отрицательным полюсами континуума занимают соответственно *просоциальная и асоциальная ассоциации*, т. е. группы с низкой степенью опосредствования межличностных отношений совместной деятельностью

Модель Б.Такмена. Б. Такмен рассматривает развитие группы в рамках двухфакторной модели. Он выделил две сферы групповой активности: деловую (ее содержание обусловлено необходимостью решения групповой задачи) и межличностную (отражает развитие групповой структуры). Автор считает, что в каждой из этих сфер группа проходит четыре стадии.

В сфере межличностной активности группа проходит: стадию «проверки и зависимости» (оценка каждым членом группы характера действий других членов и поиски взаимоприемлемого поведения в группе); стадию «внутреннего конфликта» (при нарушении взаимодействия членов группы); стадию «развития групповой сплоченности» (постепенная гармонизация отношений, угасание межличностных конфликтов); стадию «функционально-ролевой соотнесенности» (образование ролевой структуры группы как своеобразного резонатора, посредством которого и проигрывается решение групповых задач).

В сфере деловой активности малая группа, по мнению Б. Такмена, эволюционирует через следующие стадии: стадию «ориентировки в задаче» (поиск членами группы оптимального способа решения общей задачи); стадию «эмоционального ответа на определенные требования» (противодействие членов группы общим требованиям, предъявляемым им вследствие несовпадения личных намерений и предписаний); стадию «открытого обмена релевантными интерпретациями» (этап групповой жизни, на котором имеет место максимальный информационный обмен, позволяющий партнерам глубже проникнуть в намерения друг друга и предложить альтернативную трактовку информации); стадию «принятия решений» (конструктивные попытки решить общую задачу).

Групповая сплоченность: сущность, проявление и особенности измерения

Понятие «сплоченность» используется для обозначения таких социально-психологических характеристик малой группы, как степень психологической общности, единства членов группы, теснота и устойчивость межличностных взаимоотношений и взаимодействия, степень эмоциональной привлекательности группы для ее членов.

Проблема групповой сплоченности также имеет солидную традицию ее исследования, которая опирается на понимание группы, прежде всего, как некоторой системы межличностных отношений, имеющих эмоциональную основу. Несмотря на наличие разных вариантов интерпретации сплоченности, эта общая исходная посылка присутствует во всех случаях. Так, в русле социометрического направления сплоченность прямо связывалась с таким уровнем развития межличностных отношений, когда в них высок процент

выборов, основанных на взаимной симпатии. Социометрия предложила специальный «индекс групповой сплоченности», который вычислялся как отношение числа взаимных положительных выборов к общему числу возможных выборов.

Другой подход был предложен **Л. Фестингером**, когда сплоченность анализировалась на основе частоты и прочности коммуникативных связей, обнаруживаемых в группе. Буквально сплоченность определялась как «сумма всех сил, действующих на членов группы, чтобы удерживать их в ней».

Т. Ньюком вводит особое понятие «согласия» и при его помощи пытается интерпретировать сплоченность. Он выдвигает новую идею необходимости возникновения сходных ориентации членов группы по отношению к каким-то значимым для них ценностям. Несомненная продуктивность этой идеи, к сожалению, оказалась девальвированной, поскольку дальнейшее ее развитие попало в жесткую схему теории поля.

В отечественной социальной психологии новые принципы исследования сплоченности разработаны **А.В. Петровским**. Они составляют часть единой концепции, названной ранее «стратометрической концепцией групповой активности», а позднее — «теорией деятельностного опосредования межличностных отношений в группе». Основная идея заключается в том, что всю структуру малой группы можно представить себе как состоящую из трех (в последней редакции четырех) основных слоев, или, в иной терминологии, «страт»: внешний уровень групповой структуры, где даны непосредственные эмоциональные межличностные отношения, т.е. то, что традиционно измерялось социометрией; второй слой, представляющий собой более глубокое образование, обозначаемое термином «ценностно-ориентационное единство» (ЦОЕ), которое характеризуется тем, что отношения здесь опосредованы совместной деятельностью, выражением чего является совпадение для членов группы ориентации на основные ценности, касающиеся процесса совместной деятельности. Третий слой групповой структуры расположен еще глубже и предполагает еще большее включение индивида в совместную групповую деятельность: на этом уровне члены группы разделяют цели групповой деятельности. Этот третий слой отношений был назван «ядром» групповой структуры.

Три слоя групповых структур могут одновременно быть рассмотрены и как три уровня развития группы, в частности, три уровня развития групповой сплоченности. На первом уровне (что соответствует поверхностному слою внутригрупповых отношений) сплоченность действительно выражается развитием эмоциональных контактов (В). На втором уровне (что соответствует второму слою — ЦОЕ) происходит дальнейшее сплочение группы, и теперь это выражается в совпадении у членов группы основной системы ценностей, связанных с процессом совместной деятельности (Б). На третьем уровне интеграция группы (а значит, и ее сплоченность) проявляется в том, что все члены группы начинают разделять общие цели групповой деятельности (А).

Существенным моментом при этом выступает то обстоятельство, что развитие сплоченности осуществляется не за счет развития лишь коммуника-

тивной практики (как это было у Ньюкома), но на основе совместной деятельности.

1.14 ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ

Вопросы:

1. Понятие и виды психологического воздействия.
2. Закономерности психологического воздействия.
3. Методы психологического воздействия.

Понятие и виды психологического воздействия

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

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

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

Информационно-психологическое воздействие (часто его называют информационно-пропагандистским, идеологическим) — это воздействие словом, информацией. **Цель:** формирование определенных идеологических (социальных) идей, взглядов, убеждений. Оно вызывает у людей положительные или отрицательные эмоции, чувства и даже бурные массовые реакции, формирует устойчивые образы-представления.

Психогенное воздействие является следствием: 1) физического воздействия на мозг индивида, в результате которого наблюдается нарушение нормальной нервно-психической деятельности. Например, человек получает травму головного мозга, в результате которой он теряет возможность рационально мыслить, у него пропадает память и т.п. Либо он подвергается воздействию таких физических факторов (звука, освещения, температуры и др.), которые через определенные физиологические реакции изменяют состояние его психики;

2) шокового воздействия окружающих условий или каких-то событий на сознание человека, в результате чего он не в состоянии рационально

действовать, теряет ориентацию в пространстве, испытывает аффект или депрессию, впадает в панику, в ступор и т.д. Например, картин массовых разрушений, многочисленных жертв и т.п. Например, влияние цвета на психофизиологическое и эмоциональное состояние человека. Так, экспериментально установлено, что при воздействии пурпурного, красного, оранжевого и желтого цветов учащается и углубляется дыхание и пульс человека, повышается его артериальное давление, а зеленый, голубой, синий и фиолетовый цвета оказывают обратный эффект. Первая группа цветов является возбуждающей, вторая — успокаивающей.

Психоаналитическое (психокоррекционное) воздействие — это воздействие на подсознание человека терапевтическими средствами, особенно в состоянии гипноза или глубокого сна. Например, в процессе звукового управления психикой людей и их поведением словесные внушения (команды) в закодированной форме выводятся на любой носитель звуковой информации (аудиокассеты, радио- или телепередачи, шумовые эффекты). Человек слушает музыку или шум прибора в комнате отдыха, следит за диалогами персонажей фильма и не подозревает, что в них содержатся невоспринимаемые сознанием, но всегда фиксируемые подсознанием команды, заставляющие его впоследствии делать то, что предписано.

Нейролингвистическое воздействие (НЛП) — вид психологического воздействия, изменяющий мотивацию людей путем введения в их сознание специальных лингвистических программ. При этом основным **объектом воздействия** является нейрофизиологическая активность мозга и возникающие благодаря ей эмоционально-волевые состояния. Главным **средством воздействия** выступают специально подобранные вербальные (словесные) и невербальные лингвистические программы, усвоение содержания которых позволяет изменить в заданном направлении убеждения, взгляды и представления человека (как отдельного индивида, так и целых групп людей).

Субъектом нейролингвистического воздействия выступает специалист (инструктор). Он сначала выявляет находящиеся в психике противоречивые (конфликтующие) взгляды и убеждения, а также возникающие из-за этого и беспокоящие людей отрицательные эмоциональные состояния (переживания, настроения, чувства). На следующем этапе инструктор посредством специальных приемов помогает им осознать дискомфортность их реального состояния (социально-экономического, культурного, физического и как следствие — психологического) и вносит изменения в сознание, заставляющие людей по-другому воспринимать жизненные ситуации и строить отношения с другими людьми.

Интересно, что после того, как под воздействием инструктора человек «понял», что ему «требуется», он самостоятельно (но под влиянием заложенного в его сознание стереотипа восприятия) начинает собирать информацию о своей повседневной деятельности, о своих состояниях и переживаниях. Сравнивая свое реальное, присутствующее в данный момент состояние с желаемым (возможным), он определяет, какие собственные ресурсы ему нужно мобилизовать и что конкретно надо сделать, чтобы достичь

комфортности чувств и настроений.

Психоаналитический и нейролингвистический виды воздействий полезны тогда, когда они используются в гуманных целях. Если же их применяют для завоевания и обеспечения господства над другими людьми, то они представляют собой *средства психологического насилия*.

Психотронное (парапсихологическое, экстрасенсорное) воздействие — это воздействие на других людей, осуществляемое путем передачи информации через внечувственное (неосознаваемое) восприятие.

В данной связи необходимо отметить, что телевизионные и другие массовые сеансы якобы экстрасенсорного воздействия (например, Кашпиоровского, Чумака и других «волшебников») являются яркими примерами самого обыкновенного обмана. Отчасти здесь имеет место массовый гипноз, но в гораздо большей мере — *массовая истерия* и *массовое психическое заражение*.

Что же касается психотронного воздействия, то известны факты работ по созданию генераторов высокочастотной и низкочастотной кодировки мозга, биолокационных установок, по использованию химических и биологических средств в целях стимулирования определенных психологических реакций. Психотроника ориентируется преимущественно на методы, связанные с применением технических средств воздействия на сознание.

Например, используется эффект, вызываемый цветовыми пятнами, встроенными в компьютерный вирус, обозначенный апокалипсическим «числом зверя» — 666 (V666). Этот вирус способен негативно воздействовать на психофизиологическое состояние оператора персональной ЭВМ (вплоть до смертельного исхода). Принцип его действия основан на феномене так называемого 25-го кадра, являющегося весьма мощным средством внушения.

«Феномен 25-го кадра» связан с тем, что человек имеет не только сенсорный (осознанный) диапазон восприятия, но и субсенсорный (неосознанный), в котором информация усваивается психикой, минуя сознание.

Например, если в течение фильма к двадцати четырем кадрам в секунду добавить еще один — 25-й — с совершенно иной информацией, то зрители его не замечают, но на их эмоциональное состояние и поведение он ощутимо воздействует. Многочисленные эксперименты показали, что в течение одной секунды центры головного мозга успевают принять и обработать 25-й сигнал. Более того, информация, предъявляемая в субсенсорном режиме восприятия, усваивается человеком с эффективностью, превышающей обычную норму. Ученые связывают это с тем, что примерно 97% психической деятельности «среднего» человека протекает на уровне подсознания и только 3% — в осознаваемом режиме.

Итак, V666 выдает на экран монитора в качестве 25-го кадра специально подобранную цветовую комбинацию, погружающую человека в своего рода гипнотический транс. Через определенные промежутки времени картинка меняется. По расчетам создателей вируса подсознательное восприятие нового изображения должно вызывать изменение сердечной деятельности: ее ритма и силы сокращений. В результате появляются резкие перепады артериального

давления в малом круге кровообращения, которые приводят к перегрузке сосудов головного мозга человека. По данным специального исследования, за последние несколько лет только в странах СНГ зафиксированы 46 случаев гибели операторов, работающих в компьютерных сетях, от подобного вируса.

Аналогичным примером психотронного воздействия стала массовая «телевизионная эпидемия», вспыхнувшая в Японии 1 декабря 1997 г. после демонстрации очередной серии популярного мультфильма «Покемон» (Pocket monsters — «Карманные чудовища»).

Более 700 детей были доставлены в больницу с симптомами эпилепсии. По мнению психиатров, массовый недуг вызвали эпизоды, сопровождавшиеся многочисленными ослепительными разноцветными вспышками. Медики доказали, что мерцание красного цвета с частотой от 10 до 3030 вспышек в секунду вызвало сначала раздражение глазных нервов и частичный спазм сосудов головного мозга, а затем потерю сознания, судороги и даже спазматическое прекращение дыхания (удушьё).

Психотронное воздействие — это воздействие на психику людей с помощью медицинских препаратов, химических или биологических веществ.

Сильно воздействуют на психику, например, некоторые пахучие вещества.

Американский психиатр А. Хирш достаточно давно установил, что определенные запахи вызывают конкретные действия и поведение человека. Начиная с простого, но очень выгодного для бизнеса дела. Он распространял специально разработанную им эссенцию в различных секциях магазинов и установил, что там резко возрастает продажа товаров по сравнению с неопыленными секциями.

Потом он набрал 3193 добровольцев, страдающих избытком веса и заставил их за полгода похудеть в среднем на 12,7 кг. Все было очень просто — как только люди чувствовали голод, Хирш разрешал им есть, но предлагал при этом понюхать специальный ароматизатор. Чем чаще испытуемые нюхали его, тем больше веса они сбрасывали. Некоторые худели настолько интенсивно, что их пришлось вывести из эксперимента.

И, наконец, исследователь установил, что запахи влияют на производительность труда. По его мнению, запах — это что-то вроде пульта управления, который руководит человеческими эмоциями и через них поступками людей. С помощью запахов можно повышать или понижать кровяное давление, замедлять или ускорять сердцебиение, возбуждать или, наоборот, — усыплять. Установлено, что некоторые запахи снимают депрессию у больных, улучшают их настроение.

Клинические эксперименты показали, что аромат лаванды, ромашки, лимона и сандалового дерева ослабляет активность головного мозга быстрее, чем любой депрессант. А жасмин, роза, мята и гвоздика возбуждают.

Закономерности психологического воздействия

Выделяют три этапа психологического воздействия:

- 1) **операциональный**, когда осуществляется деятельность его субъекта;
- 2) **процессуальный**, когда имеет место принятие (одобрение) или неприятие (неодобрение) данного воздействия его объектом;
- 3) **заключительный**, когда проявляются ответные реакции как следствие перестройки психики объекта воздействия.

Перестройка психики под влиянием психологического воздействия может быть различной как по широте, так и по временной устойчивости. По первому критерию различают парциальные изменения, т.е. изменения какого-нибудь одного психологического качества (например, мнения человека о конкретном явлении), и более общие изменения психики, т.е. изменения ряда психологических качеств индивида (или группы). По второму критерию изменения могут быть кратковременными и длительными.

Психологическое воздействие оказывается на **конкретные сферы психики** отдельного человека, групп людей и общественного сознания в целом:

- потребностно-мотивационную (знания, убеждения, ценностные ориентации, влечения, желания);
- интеллектуально-познавательную (ощущения, восприятия, представления, воображение, память и мышление);
- эмоционально-волевую (эмоции, чувства, настроения, волевые процессы);
- коммуникативно-поведенческую (характер и особенности общения, взаимодействия, взаимоотношений, межличностного восприятия).

Это означает, что психологическое воздействие только тогда дает наибольший реальный эффект, когда учитываются присущие этим конкретным сферам особенности функционирования индивидуального, группового и общественного сознания.

Психологическое воздействие имеет свои **закономерности**:

- если оно направлено в первую очередь на потребностно-мотивационную сферу людей, то его результаты сказываются в первую очередь *на направленности и силе побуждений* (влечений и желаний) людей;
- когда под прицелом оказывается эмоциональная сфера психики, то это отражается на *внутренних переживаниях*, а также на *межличностных отношениях*;
- сочетание воздействий на обе названные сферы позволяет влиять на *волевою активность* людей и таким образом *управлять их поведением*;
- влияние на коммуникативно-поведенческую сферу (специфику взаимоотношений и общения) позволяет создавать *социально-психологический комфорт и дискомфорт*, заставлять людей *сотрудничать либо конфликтовать* с окружающими;
- в результате психологического воздействия на интеллектуально-познавательную сферу человека изменяются в нужную сторону его представления, характер восприятия вновь поступающей информации и в итоге его «картина мира».

Человеческая психика (т.е. объект психологического воздействия) может функционировать уравновешенно или же с перекосом в существующих

взаимосвязях. Определяется то и другое эффектом когнитивного диссонанса.

Когнитивный диссонанс — это такое явление, которому свойственны следующие характеристики: а) между интеллектуально-познавательными и всеми остальными компонентами психики имеет место диссонанс, т.е. несогласованность, противоречивость; б) его существование вызывает у человека стремление уменьшить или хотя бы воспрепятствовать дальнейшему увеличению диссонанса; в) проявление данного стремления выглядит как: недоверчивое отношение к новой информации; изменение поведения в соответствии с новой информацией; переосмысление прежней информации в новом ракурсе.

В соответствии со сказанным для того, чтобы оказать психологическое воздействие, необходимо сначала спровоцировать сбои и перекосы в функционировании отдельных компонентов психики объекта воздействия. Динамическое равновесие между ними нарушится и он начнет переживать состояние когнитивного диссонанса. После этого можно побудить его к восстановлению душевного равновесия за счет изменения своих прежних, привычных для него взглядов, убеждений и отношений, а затем и стереотипов поведения.

Результативность психологического воздействия зависит также от *особенностей механизмов трансформации убеждений, стереотипов и установок людей.*

Механизм трансформации убеждений.

Убеждения — это осмысленные, устойчивые мотивы деятельности людей, имеющие обычно идеологическую основу и проявляющиеся в их действиях, поступках и поведении. Например, в любой стране обычно культивируют так называемые вечные ценности — любовь к своей стране и всем ее представителям, миролюбие, доверие к ее руководству, гордость за него и т.д., якобы лишенные политической направленности. Это приносит свои плоды. Поэтому зачастую действия людей базируются в основном на внутреннем принятии этих «вечных ценностей», а также на чувстве долга и ответственности, гордости за свою страну, личном тщеславии и стремлении проявить свои возможности как представителя этого государства. Однако реальная жизнь в стране и отношения между людьми в ней могут часто изменяться. При этом в соответствии с закономерностями когнитивного диссонанса сложившиеся убеждения подвергаются колебаниям. Поэтому целенаправленное психологическое воздействие извне способствует их ослаблению, нейтрализации или замене на противоположные.

Механизм трансформации стереотипов.

Стереотипы представляют собой распространенные в определенных социальных и этнических группах схематизированные представления о фактах действительности, обуславливающие весьма упрощенные (как правило, неадекватные реальности) оценки и суждения представителями этих групп. Они формируются в результате неоднократного смыслового и эмоционального акцентирования сознания людей на тех или иных явлениях и событиях, многократного их восприятия и запечатления в памяти.

Стереотипы чаще всего отражают не существенные (глубинные), а внешние, наиболее заметные, наиболее яркие черты явления или события. Любая оценка последних, соответствующая стереотипу, обычно принимается без доказательств и считается самой правильной, тогда как всякая другая подвергается сомнению. Важно отметить, что стереотипы возникают в индивидуальном, групповом и общественном сознании в результате воздействия не только окружающей действительности, но и вследствие восприятия опыта, мнений, суждений других людей.

Именно поэтому стереотипы могут становиться объектом психологического воздействия. Их трансформация является одновременно и предпосылкой эффективности такого воздействия, и условием, соблюдение которого позволяет в итоге изменить поведение людей.

Так, государство формирует стереотип положительного отношения народа к политическому руководству своей страны. Однако оппозиционные силы в ней всегда стремятся изменить его.

Механизм трансформации установок.

Установка — это состояние внутренней готовности (настроенности) людей на специфическое для них проявление чувств, интеллектуально-познавательной и волевой активности, динамики и характера общения, предметно-практической деятельности и т.д., соответствующее имеющимся у них потребностям. Возникновение установки обычно предшествует осознанию людьми определенной потребности и тех условий, в которых эта потребность может быть удовлетворена. Целенаправленное психологическое воздействие создает такую ситуацию, в которой наличная потребность удовлетворяется предоставлением людям конкретной информации, преподнесенной определенным образом. Благодаря ей установка формируется, закрепляется, заменяется или изменяется в сознании людей.

Существуют **закономерности формирования и проявления установок**, среди которых наиболее важны следующие:

- если психологическое воздействие имеет целью формирование новых убеждений, взглядов, ценностных ориентации, а человек в это время элементарно голодает, не устроен, не имеет крыши над головой, болен и т.п., то такое воздействие не приведет к их изменению в желаемом направлении;
- независимо от мастерства подачи и особенностей содержания психологического воздействия, оно не будет эффективным, если не соответствует внутренним потребностям человека.

Процесс изменения установок тоже подчиняется определенным закономерностям:

- 1) человеку необходимо объяснить общую направленность процесса изменения его установок;
- 2) трансформация установок успешно проходит тогда, когда психологическое воздействие, осуществляемое в этих целях, соответствует потребностям и мотивам человека;
- 3) изменение установок более вероятно, если содержание воспринятой в ходе психологического воздействия информации соответствует сложившимся

нормам группового и индивидуального поведения людей, а источник информации вызывает доверие и является достаточно компетентным;

4) изменение установок оказывается более устойчивым, если окружающая человека действительность подтверждает содержание воспринятой в ходе психологического воздействия информации;

5) трансформация установок тем эффективнее, чем активнее используются различные способы психологического воздействия.

Психологическое воздействие позволяет частично или полностью изменять (ослаблять, усиливать) ранее усвоенные установки и формировать новые. Возможны **малые изменения** установок, под которыми понимается частичная трансформация какого-либо их компонента: интеллектуально-познавательного (информационного), эмоционально-оценочного или коммуникативно-поведенческого. **Кардинальное изменение** ранее сложившихся установок с помощью психологического воздействия достигается достаточно редко. Дело в том, что установка формируется в течение долгого времени, связана с системой ценностей человека, носит устойчивый характер. Для того чтобы трансформировать установки, необходимо: продолжительное время осуществлять непрерывное психологическое воздействие; неоднократно использовать разные аргументы, подкрепленные реальными фактами; систематически усиливать убедительность аргументации.

Методы психологического воздействия

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

Специфика применения убеждения.

Убеждение — это метод воздействия на сознание людей, обращенный к их собственному критическому восприятию. Используя метод убеждения, психологи исходят из того, что оно ориентировано на интеллектуально-познавательную сферу человеческой психики. Его суть заключается в том, чтобы с помощью логических аргументов сначала добиться от человека внутреннего согласия с определенными умозаключениями, а затем на этой основе сформировать и закрепить новые установки (или трансформировать старые), соответствующие поставленной цели.

Убеждая, необходимо следовать определенным **правилам**:

- логика убеждения должна быть доступной интеллекту объекта воздействия;
- убеждать надо доказательно, опираясь на факты, известные объекту;
- помимо конкретных фактов и примеров (без них нельзя убедить тех, кому недостает широты кругозора, развитого абстрактного мышления), информация должна содержать и обобщенные положения (идеи, принципы);

- убеждающая информация должна выглядеть максимально правдоподобной;

- сообщаемые факты и общие положения должны быть такими, чтобы вызывать эмоциональную реакцию объекта воздействия.

Критерием результативности убеждающего воздействия является **убежденность** - это глубокая уверенность в истинности усвоенных идей, представлений, понятий, образов.

Она позволяет принимать однозначные решения и осуществлять их без колебаний, занимать твердую позицию в оценках тех или иных фактов и явлений. Благодаря убежденности формируются установки людей, определяющие их поведение в конкретных ситуациях. Важная характеристика убежденности — ее **глубина**. Она прямо связана с предыдущим воспитанием людей, их информированностью, жизненным опытом, способностью анализировать явления окружающей действительности. Глубокая уверенность характеризуется большой устойчивостью.

Эффективность убеждения зависит от многих факторов.

Во-первых, от того, насколько оно доказательно и убедительно. Доказательность основывается на логичности, правдоподобию и непротиворечивости изложенного материала. Иначе говоря, важно не только то, что сообщается, но и то, каким образом это делается. Убедительность зависит в большой степени от учета присущих объекту воздействия установок, убеждений, интересов, потребностей, его образа мышления, национально-психологических особенностей и своеобразия языка.

Во-вторых, влияние убеждающего воздействия во многом зависит от того, как подобрана, построена и подана его аргументация.

В-третьих, эффективность убеждающего воздействия во многом зависит от правильного выбора его формы. Этот выбор обусловлен его целями и задачами, конкретными условиями обстановки и некоторыми другими факторами.

Так, радиовещание гарантирует высокую оперативность, легкость восприятия информации, однако возможности для ее восприятия существуют далеко не всегда. Печатную продукцию можно хранить длительное время, неоднократно изучать (что способствует лучшему запоминанию), передавать из рук в руки. Однако она значительно уступает в оперативности.

В-четвертых, эффективность убеждающего воздействия зависит от ситуации информирования - те условия, в которых оно осуществляется, а также характер реакции объекта на содержание сообщения.

Для получения **максимального эффекта** убеждающее воздействие должно соответствовать определенным требованиям.

1. Быть правильно сориентированным и плановым. Убеждающее воздействие надо проводить в соответствии с целями конкретных мероприятий на основе тщательно продуманных планов.

2. Быть направленным на конкретный объект. Убеждающее воздействие должно готовиться и осуществляться на определенные группы населения, с учетом их важнейших индивидуальных, социальных, религиозных,

национальных и культурных характеристик.

3. Быть ориентированным преимущественно на интеллектуально-познавательную сферу психики объекта. Убеждающее воздействие должно строиться путем логичного изложения материала, убедительной аргументации, с опорой на достоверные факты.

4. Быть направленным на инициирование определенного поведения. Конечной целью убеждающего воздействия является формирование такого поведения (действия или бездействия) людей, которое отвечает целям психологического воздействия.

Специфика применения внушения.

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

При внушении сначала происходит восприятие информации, содержащей готовые выводы, а затем на ее основе формируются мотивы и установки определенного поведения. В процессе внушения интеллектуальная (аналитико-синтезирующая) активность сознания либо отсутствует, либо она значительно ослаблена, а восприятие информации, настроений, чувств, шаблонов поведения базируется на механизмах заражения и подражания.

Внушению должны быть присущи следующие **характеристики**.

1. Целенаправленность и плановость. Внушающее воздействие осуществляется на основе конкретных целей и задач, соответствующим планам его организаторов и тем условиям, в которых они проводятся.

2. Конкретность объекта внушения. Внушающее воздействие эффективно в отношении строго определенных групп и слоев населения, при обязательном учете их важнейших социально-психологических, национальных и других особенностей.

3. Некритическое восприятие информации объектом внушения. Внушающее воздействие предполагает очень низкий уровень критичности и сознательности объекта. В отличие от убеждения, внушение основывается не на логике и разуме человека, а на его способности воспринимать слова другого лица как должное, как инструкцию к действию. Поэтому оно не нуждается ни в системе логических доказательств, ни в активной мыслительной деятельности.

4. Определенность инициируемого поведения. Конечной целью внушения является формирование определенных реакций и поступков людей, соответствующих намерениям его инициаторов.

Эффективность внушающего воздействия обычно зависит:

а) от способностей субъекта к внушению, связанных с такими его качествами, как: интеллект и находчивость; воля и уверенность в себе; кругозор и компетентность; доброжелательность к объекту; собственная убежденность в том, что внушается;

б) от содержания внушения, определяемого: характером внушаемой информации; ее местом в информационном потоке (если внушаемая информация расположена в его начале, то восприимчивость к внушению условно можно оценить в 50%, в середине — в 30, в конце — в 70%);

в) от внушаемости объекта воздействия, связанной с отношением объекта к субъекту. Объект внушения всегда изучает субъект (большей частью неосознанно), причем в следующей последовательности: сначала происходит оценка качеств субъекта, определяющих его способность внушать (т.е. его интеллекта, компетентности, находчивости, воли, доброжелательности, убежденности), на основе которой устанавливается мера «доверия-недоверия» к нему; затем объект как бы выясняет для себя, имеет ли субъект психологическое превосходство над ним (установлено, что при общем положительном отношении к субъекту объект может приписывать ему даже такие психологические качества, которыми тот в действительности не обладает, а при общем отрицательном отношении объект «лишает» субъекта и тех качеств, которые ему действительно присущи).

Внушение основано на использовании **внушаемости (суггестивности)** людей. Это свойство психики, проявляющееся в ее податливости психологическому воздействию. Оно связано с *возрастными* (дети более внушаемы, чем взрослые), *половыми* (женщины более внушаемы, чем мужчины), *индивидуальными* психическими особенностями людей, с их *силой воли, жизненным опытом*, а также с *широтой кругозора, компетентностью* и рядом других факторов. По мере накопления жизненного опыта, научных и профессиональных знаний восприимчивость человека к внушению снижается, однако и в зрелом возрасте люди в той или иной мере подвержены ему.

Внушаемость также разделяют на индивидуальную и групповую. **Групповая внушаемость** обеспечивается взаимовнушением (заражением) между членами группы. Под **психическим заражением** понимают процесс передачи эмоционального состояния от одного индивида к другому на психофизиологическом уровне контакта — помимо смыслового воздействия или дополнительно к нему. Например, посредством заражения передается такое психическое состояние, как паника, в результате которой организованная группа превращается в неуправляемую толпу. В процессе заражения на каждого члена группы действует не только внушающий субъект, но и другие члены группы, что заметно увеличивает общий эффект внушения.

Объект может оказывать сопротивление внушающему воздействию субъекта, которое называется **контрсуггестией**. Способность к нему зависит от особенностей интеллектуальной и эмоционально-волевой сфер личности.

Сопротивляемость внушению изменчива. Один и тот же объект обнаруживает разную степень сопротивляемости внушению по отношению к разным субъектам внушения и разному содержанию внушаемой информации.

В сложном акте взаимодействия субъекта и объекта внушения обычно выделяют **два этапа**: подготовительный и исполнительный. На подготовительном этапе субъект воздействия сначала психологически готовит объект к восприятию последующего содержания внушения, т.е. снижает его сопротивляемость внушению и повышает внушаемость. Для этого он использует приемы релаксации (психофизического расслабления), а также опирается на нечто жизненно значимое для объекта внушения, укоренившееся в его психике. Потом субъект «вводит» в психику объекта и закрепляет в ней

нужные ему образцы мышления, психических состояний, поведения.

Основным содержанием психологического воздействия в этом случае является использование способов и приемов специфического и неспецифического внушения.

Специфическое внушение осуществляется посредством распространения конкретных идей, представлений, образов и другой информации с целью замещения существующей установки и провоцирования определенной поведенческой реакции объекта воздействия. При специфическом внушении используют только вербальные (речевые) средства влияния, и оно обычно является составной частью убеждения, значительно усиливающего его эффективность.

Неспецифическое внушение осуществляется путем провоцирования у объекта воздействия отрицательных психических состояний, вызывающих определенное поведение. В процессе его осуществления речевые (вербальные) факторы сочетаются с неречевыми (невербальными). Основная цель неспецифического внушения — формирование у объекта воздействия астенических состояний.

В основе формирования астенических состояний лежит **феномен фрустрации**. Под ним понимают переживание неудачи, возникающее при наличии реальных или мнимых непреодолимых препятствий на пути к цели. Фрустрация возникает у людей вследствие реального или кажущегося неудовлетворения их потребностей в физической и социальной безопасности, в общении, в пище, в бытовых удобствах и т.д.

Цель неспецифического внушения как раз и заключается в том, чтобы посредством акцентирования фрустрации спровоцировать у объекта астенические психологические состояния (беспокойство, депрессию, страх, панику и т.д.). Основными способами неспецифического внушения выступают устрашение, эмоциональное подавление, инициирование агрессивных эмоциональных состояний.

Устрашение (инициирование страха) — это формирование состояний беспокойства, депрессии или апатии; пробуждение чувства страха перед реальной или вымышленной опасностью, а также перед неизвестностью. Необходимо различать страх перед реальной и вымышленной опасностью. Страх перед реальной опасностью (допустим, перед угрозой гибели или превращения в калеку) глубже, так как базируется на определенном жизненном опыте. Однако страх перед вымышленной опасностью также может существенно снизить состояние уверенности людей.

Эмоциональное подавление используется в основном для формирования у людей таких астенических психических состояний, как тревога, депрессия, апатия.

Тревога — это эмоциональное состояние, возникающее в ситуациях с неясным исходом и связанное с ожиданием неблагоприятного развития событий. Тревога может проявляться как ощущение беспомощности, неуверенности в себе, бессилия перед внешними факторами, как преувеличение их могущества и опасности. Поведенческие проявления тревоги заключаются в

общей дезорганизации деятельности, нарушающей ее направленность и продуктивность.

Депрессия — это аффективное эмоциональное состояние, характеризующееся отрицательным фоном. Человек в состоянии депрессии испытывает тяжелые, мучительные переживания подавленности, тоски, отчаяния. Его влечения, мотивы, волевая активность, самооценка резко снижены. Измененным оказывается и восприятие времени, которое течет мучительно медленно. Для поведения людей в состоянии депрессии характерны замедленность, безынициативность, быстрая утомляемость, что в совокупности приводит к резкому падению продуктивности деятельности.

Апатия — это эмоциональное состояние, возникающее вследствие потери перспектив, эмоциональной подавленности, утраты веры в конечные цели, в руководство, в успех кампании и т.д. Апатия характеризуется эмоциональной пассивностью, безразличием, равнодушием к событиям окружающей действительности и развивается на фоне снижения физической и психической активности.

Способы специфического и неспецифического внушения применяются людьми в корыстных целях, в интересах завоевания власти над ними или из политических соображений. То же самое относится и к использованию особых способов и приемов воздействия, к которым относятся дезинформирование (обман) и манипулирование, распространение слухов и мифов.

Особенности манипулирования. **Манипулирование** представляет собой способ психологического воздействия, нацеленный на изменение направления активности других людей и осуществляемый настолько искусно, что остается незамеченным ими. Манипулирование в то же время — это такое применение власти, при которой обладающий ею влияет на поведение других, не объясняя им, чего он от них ожидает.

Манипуляция сознанием — это своеобразное господство над духовным состоянием людей, управление путем навязывания людям идей, установок, мотивов, стереотипов поведения, выгодных субъекту воздействия.

Выделяют три уровня манипулирования:

- первый уровень — усиление существующих в сознании людей нужных манипулятору идей, установок, мотивов, ценностей, норм;
- второй уровень связан с частными, малыми изменениями взглядов на то или иное событие, процесс, факт, что также оказывает воздействие на эмоциональное и практическое отношение к конкретному явлению;
- третий уровень — коренное, кардинальное изменение жизненных установок путем сообщения объекту.

Манипулирование осуществляется при помощи следующих *приемов*:

- дозирования информации (сообщается только часть сведений, а остальные тщательно скрываются, в результате картина реальности искажается в ту или иную сторону либо вообще становится непонятной);
- смешивания истинных фактов со всевозможными предположениями, допущениями, гипотезами, слухами (в этом случае становится невозможным отличить правду от вымысла);

- затягивания времени (все сводится к тому, чтобы под различными предлогами оттягивать обнародование действительно важных сведений до того момента, когда будет уже поздно что-то изменить);

- ответного удара (вымышленную версию тех или иных событий через подставных лиц распространяют в органах СМИ, нейтральных по отношению к обеим конфликтующим сторонам; пресса обычно повторяет эту версию, так как она считается более «объективной», чем мнения прямых участников конфликта);

- своевременной лжи (способ заключается в сообщении совершенно лживой, но чрезвычайно ожидаемой в данный момент информации; чем больше содержание сообщения отвечает настроению объекта, тем эффективнее его результат; потом обман раскрывается, но за это время острота ситуации спадает либо определенный процесс принимает необратимый характер).

Манипулирование сознанием людей обычно используется в корыстных целях или же это имеет место в ходе политических и избирательных кампаний, когда «грязные технологии» применяются для победы или завоевания власти любым способом.

2 ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ ЭУМК

2.1 Задания к практическим занятиям по социальной психологии

Практическое занятие №1

Тема: Каузальная атрибуция

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие каузальной атрибуции, теоретические подходы к процессу атрибутирования.
2. Ошибки и тенденциозности в процессе атрибуции и их источники.
3. Стил ь атрибутирования и особенности его диагностики.

Вопросы для самоконтроля и повторения:

1. Для чего Фриц Хайдер вводит теоретическую модель «человека как наивного ученого»?
2. В чем заключается своеобразие ковариационного подхода к атрибутированию Келли?

Практическое занятие №2

Тема: Стили атрибуции

Вопросы для обсуждения:

1. В чем своеобразие атрибутивного подхода к объяснению социально-психологической феноменологии?
2. Что обуславливает формирование наученной беспомощности?
3. Какие стратегии преодоления наученной беспомощности используются в психокоррекционной работе и в чем заключается их своеобразие?
4. В чем заключается смысл атрибутивной терапии? Какие сложности присущи процессу атрибутивной терапии и с чем они связаны?

Задания:

Задание 1. В русских народных сказках описывается влияние на героя «приворотного зелья». В инструкции по применению указывается, что после употребления зелья герой влюбится в первую встретившуюся ему девушку. Объясните механизм действия приворотного зелья, используя понятие фундаментальной ошибки каузальной атрибуции.

Задание 2. Проанализируйте статью Эдварда Э. Джонса и Ричарда Э. Нисбета «Действующее лицо и наблюдатель: различия в восприятии причин поведения» (Пайнс Э., Маслач К. Практикум по социальной психологии. – СПб.: Питер, 2001. – С. 149–163).

Задание 3. Ознакомьтесь с исследованиями К. Двек по атрибуции учебных успехов и неудач в школе (Росса Л., Нисбет Р. Человек и ситуация. Перспективы социальной психологии. – М., 1999) и разработайте программу «атрибутивного реструктурирования» учебных неудач студентов.

Практическое занятие №3

Тема: Интерактивная сторона общения

Вопросы для обсуждения:

1. Структура и типы взаимодействия.
2. Транзактный анализ.
3. Подходы к изучению взаимодействия.
4. Анализ игр.

Практическое задание: тест «транзактный анализ общения»

Транзакция — единица акта общения, в течение которой собеседники находятся в одном из трех состояний «Я».

В процессе взаимодействия могут в большей или меньшей мере проявляться такие состояния человека: состояние «родителя», «взрослого», «ребенка». Эти три состояния сопровождают человека всю жизнь. Зрелый человек умело использует разные формы поведения, гибко проявляя себя в том или ином состоянии в зависимости от его целей и жизненных обстоятельств.

Инструкция: Попробуйте оценить, как сочетаются эти три «Я» в вашем поведении. Для этого оцените приведенные высказывания в баллах от 0 до 10.

1. Мне порой не хватает выдержки.
2. Если мои желания мешают мне, то я умею их подавлять.
3. Родители как более взрослые люди должны устраивать семейную жизнь своих детей.
4. Я иногда преувеличиваю свою роль в каких-либо событиях.
5. Меня провести нелегко.
6. Мне бы понравилось быть воспитателем.
7. Бывает, мне хочется подурочиться, как маленькому.
8. Думаю, что правильно понимаю все происходящие события.
9. Каждый должен выполнять свой долг.
10. Нередко я поступаю не как надо, а как хочется.
11. Принимая решение, я стараюсь продумать его последствия.
12. Младшее поколение должно учиться у старших, как ему следует жить.
13. Я, как и многие люди, бываю обидчив.
14. Мне удастся видеть в людях больше, чем они говорят о себе.
15. Дети должны безусловно следовать указаниям родителей.
16. Я — увлекающийся человек.
17. Мой основной критерий оценки человека — объективность.
18. Мои взгляды непоколебимы.
19. Бывает, что я не уступаю в споре лишь потому, что не хочу уступать.
20. Правила оправданны лишь до тех пор, пока они полезны.
21. Люди должны соблюдать все правила независимо от обстоятельств.

Обработка результатов тестирования—самотестирования.

Подсчитайте отдельно сумму баллов по строкам:

I (состояние «ребенок»): 1, 4, 7, 10, 13, 16, 19.

II (состояние «взрослый»): 2, 5, 8, 11, 14, 17, 20.

III (состояние «родитель»): 3, 6, 9, 12, 15, 18, 21.

Если у вас получится формула **II, I, III**, то это значит, что вы обладаете

чувством ответственности, в меру импульсивны и не склонны к назиданиям и поучениям.

Если у вас получилась формула **III, I, II**, то для вас характерна категоричность в суждениях и действиях, возможно излишнее проявление самоуверенности при взаимодействии с людьми, чаще всего говорите без сомнения то, что думаете или знаете, не заботясь о последствиях ваших слов и действий. Если на первом месте в формуле состояние **I** («ребенок»), то вы можете проявлять склонность к научной работе, хотя и не всегда умеете управлять своими эмоциями.

Практическое занятие №4

Тема: Агрессивное поведение

Вопросы для самоконтроля и повторения:

1. Выделите наиболее характерные признаки агрессивного поведения
2. Охарактеризуйте основные типы агрессивного поведения
3. В чем причина агрессии с точки зрения психоаналитического подхода?
4. Раскройте происхождение агрессии на примере фрустрационной теории?

Вопросы для размышления и обсуждения:

В чем причины воздействия сцен насилия в СМИ на агрессию?

Какова роль общества и семьи в снижении агрессии?

Практическое задание. Изучение методики диагностики показателей и форм агрессии А. Басса и А. Дарки.

Практическое занятие №5

Тема: Формирование и изменение аттитюдов

Вопросы для обсуждения:

1. Аттитюд: определение и концептуальные особенности.
2. Социальная установка как функциональная система.
3. Измерение социальной установки.
4. Влияние аттитюда на поведение и опосредующие факторы.

Вопросы для самоконтроля и повторения:

1. Охарактеризуйте трехкомпонентную и одномерную модели структуры установки.

2. В чем преимущества и невыгодность измерений установок, основанных на самоотчете, и измерений иного вида, например, физиологические признаки?

3. Какие функции выполняют установки индивида? Приведите примеры для каждой функции установок.

Практическое задание:

1. Опишите собственную систему установок относительно какого-либо значимого для вас объекта. Определите каждый из пяти компонентов и объясните, каким образом эта установка может сыграть позитивную роль в формировании образа вашего «Я».

2. Представьте, что перед Вами стоит задача составить и подготовить к публикации сообщение, которое призывает бросить курить. Опишите, как

будет строится ваше сообщение. Кто донесет его до людей? Какие психологические законы и процессы необходимо учитывать при его составлении? Кто наиболее заинтересуется этим сообщением? Какие средства массовой информации и какое «сопровождение» следует использовать и почему?

Практическое занятие №6

Тема: Социально-психологические процессы в малой группе

Вопросы для обсуждения:

1. Принятие группового решения. "Сдвиг к риску" и групповая поляризация.
2. Формирование и развитие малых групп. Стадии и уровни группового развития. Двухфакторные модели развития группы. Группа. Коллектив. Команда.
3. Принцип деятельности и развитие малой группы (А.В. Петровский, Л.И. Уманский).
4. Теории происхождения лидерства. Функции руководства. Стилль руководства и способы его измерения.

Вопросы для самоконтроля и повторения:

1. Укажите основные феномены процесса принятия группового решения. Объясните причины их появления. Сравните индивидуальное и групповое решение на предмет их эффективности.
2. Опишите процесс развития группы. Приведите различные точки зрения на проблему развития малой группы.
3. Дайте сравнительную характеристику лидера и руководителя. Приведите примеры.
4. Охарактеризуйте проблему эффективности групповой деятельности. От чего зависит эффективность руководителя? Приведите примеры.

Практическое занятие №7

Тема: Групповая динамика

Вопросы для обсуждения:

1. Групповое давление (конформизм) и групповая сплоченность.
2. Лидерство и руководство в малых группах.
3. Теории происхождения лидерства. Стили лидерства.
4. Процесс принятия групповых решений.

Практические задания:

1. Подберите или смоделируйте определенный тип социальной ситуации, в которой для описания лидера или руководителя можно было бы использовать одну из теорий лидерства.
2. Опишите ситуации, в которых было бы целесообразным доминирование какого-либо одного стиля лидерства.
3. Опишите психологические статусы членов вашей группы.

4. Изучите методики исследования сплоченности и ценностно-ориентационного единства.

Практическое занятие №8

Тема: Психологическое воздействие

Вопросы для обсуждения:

1. Что такое психологическое воздействие?
2. Какие виды психологического воздействия вы знаете?
3. Какие способы убеждения вам известны?
4. Что вы знаете о приемах внушения?
5. Что такое манипулирование?
6. Что вы знаете о приемах манипулирования?

Практические задания:

1. Подумайте и опишите, как лично вы обычно убеждаете других людей.
2. Попробуйте понять, в каких случаях вы поддаетесь внушению со стороны других людей.
3. Осмыслите способы противодействия специфическому и неспецифическому внушению.
4. Постарайтесь определить, кто вы: манипулятор или человек, относящийся к другому типу личности.

2.2 ЗАДАНИЯ К СЕМИНАРСКИМ ЗАНЯТИЯМ ПО СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ

Семинарское занятие №1

Тема: Психология общения людей

Вопросы для обсуждения:

1. Природа и структура общения.
2. Специфика обмена информацией в коммуникативном процессе.
3. Средства коммуникации. Вербальная и невербальная коммуникация.
4. Проблема эффективности коммуникативного воздействия.
5. Особенности массовой коммуникации.

Основная литература

1. Андреева Г.М. Социальная психология. – М.: Аспект Пресс, 2008, с. 82-100.
2. Богомолова Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации. – М.: Аспект Пресс, 2008. с. 11-29.
3. Майерс Д. Социальная психология. – СПб.: Питер, 1997, с. 315-339 или Социальная психология. Хрестоматия / Составители Е.П. Белинская, О.А. Тихомандрицкая. – М.: Аспект Пресс, 1999, с. 49-71

Дополнительная литература

1. Аронсон Э., Пратканис Э. Р. Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление. – СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2003, с. 49-55, 64-82.

2. Лабунская В.А. Психология экспрессивного невербального общения: основные понятия // Лабунская В.А. Экспрессия человека: общение и межличностное познание. – Ростов-на-Дону, 1999.

3. Богомолова Н.Н. Современные когнитивные модели убеждающей коммуникации // Мир психологии. 1999, № 3, с.46-52 или Социальная психология. Хрестоматия / Составители Е.П. Белинская, О.А. Тихомандрицкая. – М.: Аспект Пресс, 2008, с. 74-79.

Контрольные вопросы и задания

1. Можно ли использовать проксемические, кинетические и паралингвистические сигналы для выявления лжи? Назовите, какие именно, и объясните, чем они могут быть полезны.

2. Опишите специфику массовой коммуникации; проанализируйте пример реальной пропаганды.

Семинарское занятие №2

Тема: Общение как восприятие людьми друг друга

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие и типы социальной перцепции. Специфика анализа перцептивных процессов в социальной психологии.

2. Эффекты, феномены и механизмы межличностного восприятия.

Основная литература:

1. Андреева Г.М. Социальная психология. – М.: Аспект Пресс, 2008, с. 116-134.

2. Крижанская Ю.С., Третьяков В.П. Грамматика общения. – Л.: ЛГУ, 1990, с. 9-34, 43-63.

3. Финчем Ф., Хьюстон М. Феномен атрибуции: теория и исследования (от фундаментальных к прикладным) // Введение в социальную психологию / Под ред. М. Хьюстона и В. Штребе. – М.: Юнити, 2004, с. 189-230.

Дополнительная литература:

1. Буунк Б.П. Аффилиация, аттракция и близкие отношения // Введение в социальную психологию / Под ред. М. Хьюстона и В. Штребе. – М.: Юнити, 2004, с. 361-388.

2. Майерс Д. Социальная психология. – СПб.: Питер, 2008, с. 99-117.

3. Росс Л., Нисбет Р. Человек и ситуация. – М.: Аспект Пресс, 1999, с.146-162.

Контрольные вопросы и задания

1. Охарактеризуйте основные феномены межличностного восприятия.

2. Есть ли способы решить проблему точности межличностного восприятия?

3. Опишите основные признаки аффилиации, аттракции и других форм близких отношений.

Семинарское занятие №3

Тема: Каузальная атрибуция

Вопросы для обсуждения:

1. Каузальная атрибуция. Виды и ошибки каузальной атрибуции.
2. Межличностная аттракция.
3. Проблема точности межличностного восприятия.
4. Цели и результаты исследования теории атрибуции

Основная литература:

1. Бэрн, Р.С. Социальная психология: ключевые идеи / Р.С. Бэрн, Б. Джонсон, Д. Бирн. 4-е изд. - СПб: Питер, 2003. - 512 с.
2. Финчем Ф., Хьюстон М. Феномен атрибуции: теория и исследования (от фундаментальных к прикладным) // Введение в социальную психологию / Под ред. М. Хьюстона и В. Штребе. – М.: Юнити, 2004, с. 189-230.
3. Янчук В.А. Введение в современную социальную психологию: учебное пособие / В.А. Янчук. — Мн.: Асар, 2005. — 767с.

Дополнительная литература:

1. Майерс Д. Социальная психология. – СПб.: Питер, 2008.
2. Социальная психология. Хрестоматия / Составители Е.П. Белинская, О.А. Тихомандрицкая. – М.: Аспект Пресс, 1999.

Контрольные вопросы и задания

1. Дайте определение и приведите примеры фундаментальной ошибки атрибуции.
2. Опишите мотивационные ошибки атрибуции.
3. Поясните, каким образом атрибутивное реструктурирование может способствовать эффективности педагогического процесса.

Семинарское занятие №4

Тема: Социальная установка

Вопросы для обсуждения:

1. Соотношение понятий установка в социальной и общей психологии.
2. Аттитюд: определение, структура и функции. Социальная установка и реальное поведение.
3. Иерархическая структура диспозиций личности (концепция В.Я. Ядова).
4. Проблема изменения социальных установок.

Основная литература:

1. Андреева Г.М. Социальная психология. – М.: Аспект Пресс, 2008, с.278-293.
2. Майерс Д. Социальная психология. – СПб.: Питер, 1997, с. 153-195 или Социальная психология. Хрестоматия / Составители Е.П. Белинская, О.А. Тихомандрицкая. – М.: Аспект Пресс, 1999, с. 393-416
3. Шихирев П.Н. Современная социальная психология. – М.: Ин-т психологии РАН, 1999, с. 100-120.

Дополнительная литература:

1. Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р. Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме. – СПб.: прайм – ЕВРОЗНАК, 2004, с. 216-224, 224-231 (убеждающая коммуникация), 231-241.

2. Зимбардо Ф.Д., Эббесен Э.Б., Маслач К. Практическое применение принципов изменения установок и поведения // Практикум по социальной психологии / Под ред. Э. Пайнс и К. Маслач. – СПб: Питер, 2000, стр.79-92.

3. Фестингер Л., Рикен Г., Шехтер С. Когда пророчества не исполняются // Практикум по социальной психологии / Под ред. Э. Пайнс и К. Маслач. – СПб: Питер, 2000, с. 93-105.

Контрольные вопросы и задания:

1. Охарактеризуйте трехкомпонентную структуру социальной установки.

2. Какие функции выполняют установки индивида? Приведите примеры для каждой функции установок.

3. При каких условиях установки успешно предсказывают поведение?

Семинарское занятие №5

Тема: Психология малой группы

Вопросы для обсуждения:

1. Определение малой группы. Основные направления исследования малых групп в западной и отечественной социальной психологии. Классификация малых групп.

2. Формально-структурные и социально-психологические характеристики групп.

3. Групповая сплоченность. Подходы к изучению групповой сплоченности.

4. Групповое давление. Экспериментальные исследования конформности. Условия, определяющие конформность. Механизмы влияния группового меньшинства.

Основная литература:

1. Андреева Г.М. Социальная психология. – М.: Аспект Пресс, 2008, с. 180-229.

2. Майерс Д. Социальная психология. – СПб.: Питер, 1997, с. 271-309, 373-383.

3. Милграм С. Эксперимент в социальной психологии. – СПб.: Питер, 2000, с. 127-188.

Дополнительная литература:

1. Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р. Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме. – СПб.: прайм – ЕВРОЗНАК, 2004, с. 250-294.

2. Аш С. Влияние группового давления на модификацию и искажение суждений // Практикум по социальной психологии / Под ред. Э. Пайнс и К. Маслач. – СПб: Питер, 2000, с. 210-224.

3. Домс М., Московичи С. Инновация и влияние меньшинства // Социальная психология / Под ред. С. Московичи. – СПб.: Питер, 2007, с. 61-99.

Контрольные вопросы и задания:

1. Охарактеризуйте основные направления изучения малых групп (в западной и отечественной социальной психологии).
2. Дайте интерпретацию понятия «сплочённость» с позиции социометрического, психодинамического, когнитивного, деятельностного подходов.
3. Приведите примеры проявления феноменов группового давления. Опишите основные экспериментальные исследования данного феномена.

Семинарское занятие №6

Тема: Психологическое воздействие

Вопросы для обсуждения:

1. Методы психологического воздействия.
2. Эффективность воздействия.
3. Система основных принципов психологического воздействия.
4. Особенности и уровни манипулирования.

Основная литература:

1. Грачев Г.В., Мельник И.К. Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия. М.: ИФ РАН, 1999;
2. Крысько В.Г. Социальная психология: словарь-справочник. Минск: Харвест, М.: АСТ, 2001 (Библиотека практической психологии).
3. Почепцов Г.Г. Психологические войны. М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2000;
4. Янчук В.А. Введение в современную социальную психологию: учебное пособие / В.А. Янчук. — Мн.: Асар, 2005. — 767с.

Дополнительная литература:

1. Крысько В.Г. Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт) / Под общ. ред. А.Е. Тараса. Минск: Харвест, 1999;
2. Прокофьев В.Ф. Тайное оружие информационной войны. М.: СИНТЕГ, 1999 (Серия «Информатизация России на пороге XXI века»).

Контрольные вопросы и задания:

1. Опишите способы неспецифического внушения: устрашение, эмоциональное подавление, инициирование агрессивных эмоциональных состояний.
2. Опишите способы манипулирования, к которым чаще всего прибегают педагоги при работе с детьми.

2.3 ВОПРОСЫ КРУГЛЫХ СТОЛОВ

Тема 1. Общение как восприятие людьми друг друга

1. Определение средств невербального общения по книге А.Пиза «Язык телодвижений».
2. Анализ форм и способов коммуникативного воздействия.
3. Роль и значение барьеров общения в повседневной жизни и деятельности людей.

Тема 2. Просоциальное поведение

1. Феномен просоциального поведения и психологические факторы, от которых зависит его проявление.
2. Просоциальное поведение как нормативное поведение.
3. Просоциальное поведение, мотивированное сопереживанием.
4. Психологические теории просоциального поведения.

Тема 3. Социальная установка

1. Социальная установка (аттитюд): определения и концептуальные особенности
2. Социальная установка как функциональная система
3. Измерения аттитюда
4. Влияние установок на поведение и опосредующие факторы

Тема 4. Групповая динамика

1. Подходы к пониманию малых групп и их особенностей, существующие в западной психологической науке.
2. Проанализировать, какие традиции проявляются в вашей малой группе.
3. Определить особенности структуры межличностных предпочтений в вашей группе.
4. Исследовать специфику коммуникативного поведения всех представителей малой группы, в которой вы являетесь постоянным членом.

2.4 ТЕМЫ КОНФЕРЕНЦИЙ

Тема 1. Агрессивное поведение

1. Особенности проявления агрессивности в дошкольном возрасте.
2. Особенности проявления агрессивности в школьном возрасте.
3. Половозрастная динамика особенностей агрессивного поведения.
4. Роль семьи и поведения родителей в развитии детской агрессивности.
5. Ситуативные психосоциальные факторы развития агрессивности.

Основная литература:

- 1 Бандура, А. Подростковая агрессивность. Изучение влияния воспитания и семейных отношений / А.Бандура, Р. Уолтерс. - М.: Апрель Пресс, Изд-во ЭКСМО-Пресс, 1999. - 512 с.
- 2 Берковиц, Л. Агрессия: причины, последствия и контроль /Л.Берковитц. - СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2001. - 512 с.
- 3 Лоренц, К. Агрессия /К. Лоренц. - М.: Прогресс, 1994. - 272 с

Дополнительная литература:

- 1 Фурманов, И.А. Агрессия и насилие: диагностика, профилактика и коррекция / И.А. Фурманов. – СПб. : Речь, 2007. – 480 с.
- 2 Шнейдер, Л.Б. Основы семейной психологии : учеб. пособие / Л.Б. Шнейдер. М : Изд-во Московского психолого-социального института, 2005. – 928 с.
- 3 Коломинский, Я.Л. Психология взаимоотношений в малых группах: общие и возрастные особенности / Я.Л. Коломинский. – Мн.: Тетра Систем, 2001. – 432с.

Тема 2. Психология малой группы

1. Структура психологической власти в малой группе
2. Стилль лидерства и эффективность групповой деятельности
3. Эффекты группового взаимодействия
4. Методы принятия групповых решений

Основная литература:

- 1 Андреева, Г. М. Социальная психология : учебник для высш. учеб. заведений / Г. М. Андреева. - М. : Аспект Пресс, 2000. - 376 с .
- 2 Коломинский, Я.Л. Психология взаимоотношений в малых группах / Я.Л. Коломинский. - Мн.: НТОО «ТетраСистемс», 2001. - 431 с.
- 3 Милгрэм, С. Эксперимент в социальной психологии / С. Милгрэм. - СПб. : Питер, 2000. - 336 с.

Дополнительная литература:

- 1 Аронсон, Э. Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме / Э. Аронсон, Т. Уилсон, Р. Эйкерт. - СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2002. - 560 с.

2 Аш С. Влияние группового давления на модификацию и искажение суждений // Практикум по социальной психологии / Под ред. Э. Пайнс и К. Маслач. – СПб: Питер, 2000.

3 Домс М., Московичи С. Инновация и влияние меньшинства // Социальная психология / Под ред. С. Московичи. – СПб.: Питер, 2000.

4 Майерс, Д. Социальная психология / Д. Майерс. - СПб. : Питер Ком, 1998. - 688 с.

2.5 СЦЕНАРИИ ДЕЛОВЫХ ИГР

Игра «Кто я?»

Цель: Упражнение особенно подходит для первого занятия и является хорошим способом "сломать лед" и быстро познакомить участников друг с другом.

Необходимое время: 30 минут.

Материалы: Бумага, карандаши, ручки.

Подготовка: Специальной подготовки не требуется.

Процедура: Каждому члену группы даются карандаш и бумага. Участники получают следующую инструкцию.

Напишите в столбик цифры от 1 до 10 и десять раз ответьте письменно на вопрос: "Кто я?" Используйте характеристики, черты, интересы и чувства для описания себя, начиная каждое предложение с местоимения ("Я – ...").

После того как закончите составлять этот перечень, приколите листок бумаги на видном месте на груди. Затем начинайте медленно ходить по комнате, подходите к другим членам группы и внимательно читайте то, что написано на листке у каждого. Не стесняйтесь комментировать перечни других участников. В качестве варианта каждый член группы может громко прочесть свой перечень остальной группе.

Игра «Разыгрывание скетчей»

Цель: Упражнение используется для отработки коммуникативных умений в группе, а также для овладения навыками высказывания и принятия обратных связей.

Необходимое время: 1 час.

Материалы: Нет.

Подготовка: Специальной подготовки не требуется.

Процедура: Три члена группы добровольно вызываются участвовать в упражнении. Каждый доброволец выбирает один из коммуникативных стилей, описанных семейным терапевтом Вирджинией Сатир (Satir, 1972).

1. *Умиротворяющий* – угождающий и соглашающийся человек, непрестанно извиняющийся и старающийся любой ценой не вызвать волнения. Умиротворяющий чувствует свою бесполезность, выглядит беспомощным.

2. *Обвиняющий* – противоположен умиротворяющему, упрекает, провоцирует, считает других виновными. Обвиняющий действует высокомерно и объясняет объективными причинами свои недостатки. Говорит громким, властным голосом, мышцы лица и тела напряжены.

3. *Человек-компьютер* – ультрарассудительный, спокойный, холодный и собранный человек, избегающий выражать чувства, демонстрировать эмоции и переживания. Говорит монотонно, абстрактно, выглядит негибким и зажатым.

4. *Уводящий в сторону* – высказывает нерелевантные и приводящие в недоумение суждения. Позы тела кажутся неуклюжими, интонации могут не соответствовать словам.

Добровольцы, демонстрируя определенный коммуникативный стиль, включаются в дискуссию друг с другом. Остальные члены группы наблюдают взаимодействие; такая форма выполнения упражнения получила название "круглый аквариум". Через пять минут наблюдателей приглашают прокомментировать свое восприятие дискуссии. Затем добровольцы делятся с группой впечатлениями, возникшими в данной ситуации. Экспериментируя с альтернативными способами общения, участники могут научиться подходить друг к другу в более соответствующей и менее защитной манере.

Теперь повторите процедуру с тремя новыми участниками. Постарайтесь дать каждому члену группы возможность поучаствовать хотя бы один раз.

Другие коммуникативные умения могут быть исследованы в скетче в той же форме "круглого аквариума": несколько участников демонстрируют различные виды поведения, в то время как остальная группа наблюдает. Упражняйтесь в описании поведения, выбирая четверых или пятерых участников, которые принимают на себя конкретные роли в изображаемом взаимодействии на данную тему. Руководитель может попросить одного участника защищать позицию, прямо противоположную своей; другого – поддерживать доминирующего члена дискуссии; третьего – попытаться изменить тему дискуссии; четвертого – опровергнуть идеи доминирующего участника. Количество ролей, которые могут быть приняты, зависит только от вашего собственного воображения и воображения руководителя.

Дискуссия между четырьмя или пятью участниками может предоставить группе данные для отработки умения описывать поведение, избегая ярлыков и приписывания мотивов. Продолжайте так до тех пор, пока каждый член группы не получит возможность принять участие в скетче.

Игра «Потерпевшие кораблекрушение»

Цель: Упражнение используется для исследования процесса принятия решения группой; учит эффективному поведению для достижения согласия при решении групповой задачи; предоставляет информацию относительно стереотипов коммуникации, руководства и доминирования в группе и может внести вклад в сплоченность членов группы.

Необходимое время: 1,5 часа.

Материалы: Копии инструкций, большие бумажные листы и карандаши.

Подготовка: Руководитель должен иметь навыки исследования группового процесса.

Процедура: Каждому члену группы дают следующую инструкцию и просят выполнить задание в течение 15 минут.

Вы дрейфуете на яхте в южной части Тихого океана. В результате пожара большая часть яхты и ее груза уничтожена. Яхта медленно тонет. Ваше местонахождение неясно из-за поломки основных навигационных приборов, но примерно вы находитесь на расстоянии тысячи миль к юго-западу от ближайшей земли.

Ниже дан список 15 предметов, которые остались целыми и не поврежденными после пожара. В дополнение к этим предметам вы

располагаете прочным надувным спасательным плотом с веслами, достаточно большим, чтобы выдержать вас, экипаж и все перечисленные ниже предметы. Имущество оставшихся в живых людей составляют пачка сигарет, несколько коробков спичек и пять однодолларовых банкнот...

Ваша задача – классифицировать 15 нижеперечисленных предметов в соответствии с их значением для выживания. Поставьте цифру 1 у самого важного предмета, цифру 2 – у второго по значению и так далее до пятнадцатого, наименее важного для вас: секстант, зеркало для бритья, пятигаллоновая канистра с водой, противомоскитная сетка, одна коробка с армейским рационом США, карты Тихого океана, подушка (плавательное средство, санкционированное береговой охраной), двухгаллоновая канистра нефтегазовой смеси, маленький транзисторный радиоприемник, репеллент, отпугивающий акул, двадцать квадратных футов непрозрачного пластика, одна кварта пуэрто-риканского рома крепостью 80°, пятнадцать футов нейлонового каната, две коробки шоколада, рыболовная снасть.

После того как завершена индивидуальная классификация, группе дается 45 минут для выполнения общего задания. Это упражнение на групповое принятие решений. Ваша группа, руководствуясь принципом достижения согласия при принятии совместного решения, должна прийти к единому мнению относительно места в классификации каждого из пятнадцати предметов, прежде чем оно станет частью группового решения. Достичь согласия трудно, поэтому не каждая оценка будет получать полное одобрение всех участников. Группа старается каждую оценку дать так, чтобы все члены группы могли с ней согласиться хотя бы отчасти. Используйте следующие рекомендации для достижения согласия:

1. Избегайте защищать свои индивидуальные суждения. Подходите к задаче логически.
2. Избегайте менять свое мнение только ради достижения согласия, не старайтесь уклониться от конфликта. Поддерживайте только те решения, с которыми вы можете согласиться хотя бы отчасти.
3. Избегайте таких методов "уменьшения конфликта", как голосование, компромиссные решения с целью достижения согласия при решении групповой задачи.
4. Рассматривайте различие мнений как помощь, а не как помеху при принятии решений.

После того как группа проранжировала 15 предметов в зависимости от их важности, посмотрите правильный порядок классификации, приведенный в Приложении к данному упражнению.

Здесь вы можете сравнить данные индивидуального ранжирования с данными, к которым пришла группа в результате согласия. Затратьте дополнительно какое-то время для обсуждения процесса принятия решений. Какие виды поведения помогали или мешали процессу достижения согласия? Какие появились стереотипы лидерства? Кто участвовал, а кто нет? Кто оказывал влияние? Почему? Какова была атмосфера в группе во время дискуссии? Оптимально ли использовались возможности группы? Какие

действия предпринимали участники группы для "протаскивания" своих мнений? Как улучшить принятие решения группой?

В качестве варианта один или несколько наблюдателей, не принимающих участия в групповом процессе, могут предоставить после выполнения задачи обратную связь о групповом или индивидуальном поведении.

Ответы и их обоснование

Эксперты считают, что главным для потерпевших крушение посреди океана является то, что может привлечь к ним внимание, и то, что может поддержать их существование, пока не появится помощь. Навигационные приборы и спасательные шлюпки особого значения не имеют. Даже если небольшой спасательный плот и может доплыть до ближайшего берега сам по себе, необходимые запасы продовольствия на нем не уместятся. Поэтому первостепенную важность приобретают зеркальце для бритья и канистра с горючей смесью. И то и другое можно использовать для сигнализации. Менее важны запасы воды и пищи, например ящик с армейским рационом питания.

Ниже ранжирование оставшихся на яхте предметов приводится вместе с его обоснованием. Краткие пояснения, разумеется, не исчерпывают всех способов применения каждого предмета, а отмечают только самые главные из них.

1) Зеркальце для бритья. Чрезвычайно важное средство привлечения внимания воздушной службы спасения.

2) Двухгаллоновый баллон дизельного топлива. Важное средство сигнализации: пятно горючей смеси будет держаться на поверхности воды, где его можно поджечь с помощью спичек и долларовых банкнот.

3) Пятигаллоновый бочонок воды. Необходим для восполнения потери жидкости в организме в результате потоотделения и т.п.

4) Одна коробка с армейским рационом питания. Основной запас питания.

5) Двадцать квадратных футов светонепроницаемого пластика. Можно использовать для сбора дождевой воды и для защиты от непогоды.

6) Две коробки шоколада. Резервный запас питания.

7) Набор рыболовных принадлежностей. Поставлен ниже шоколада, потому что "синица в руках лучше журавля в небе". Рыбу еще поймать надо.

8) Пятнадцать футов нейлоновой веревки. Веревкой можно привязать нужные вещи, чтобы они не свалились за борт.

9) Подушка сиденья (одобрена как плавсредство службой спасения на водах).

Если кто-то окажется за бортом, ее можно использовать как спасательное средство.

10) Репеллент для отпугивания акул. Можно использовать в качестве репеллента, чтобы отпугивать акул.

11) Одна кварта пуэрто-риканского рома. 80% крепость достаточна, чтобы использовать ром как антисептик в случае травмы. Во всех остальных отношениях он бесполезен. Прием рома внутрь вызовет ненужную жажду.

12) Транзисторный приемник. Бесполезен, потому что не укомплектован передатчиком и находится вне зоны приема коротковолновых радиостанций.

13) Карты Тихого океана. Бесполезны в отсутствие другого навигационного оборудования. И вообще не важно, где находитесь вы. Важно, где находятся спасатели.

14) Противомоскитная сетка. Посреди Тихого океана москитов не бывает.

15) Секстант. Без навигационных таблиц и хронометра бесполезен.

Основное соображение, на основании которого средства сигнализации помещены выше средств поддержания жизни (пища и вода), состоит в том, что без средств сигнализации практически нет шансов быть замеченными и спасенными. Более того, практика показывает, что в большинстве случаев спасение происходит в пределах первых полутора суток после катастрофы, а в течение этого времени можно продержаться без воды и пищи.

Игра «Роли по решению задач и оказанию поддержки»

Цель: В этом упражнении членов группы обеспечивают обратной связью относительно их обычного поведения во взаимодействии. Роли по решению задач и оказанию поддержки определяются для того, чтобы дать возможность участникам оценить свой вклад в группу. Участники узнают, какое поведение в группе представлено чрезмерно, а какое недостаточно.

Необходимое время: 60 минут.

Материалы: Описание поведения по решению задач и оказанию поддержки.

Подготовка: Специальной подготовки не требуется.

Процедура: Половина группы садится в круг в центре комнаты; остальные располагаются вокруг. Каждому участнику во внешнем круге предлагают наблюдать за поведением какого-нибудь участника в центре. Участникам дается следующая инструкция.

Если вы находитесь во внутреннем круге, то в течение 15-20 минут ведите дискуссию. Подходит любая тема, но лучше всего – открытая. Во время дискуссии за вами будет наблюдать участник, находящийся во внешнем круге.

Если вы находитесь во внешнем круге, отмечайте, как часто ваш партнер демонстрирует разные виды поведения по решению задачи или оказанию поддержки. (Описание всех этих видов поведения дано в 1-й главе.) Отмечайте, являются ли продуктивными или непродуктивными для целей группы эти виды поведения. Регистрируйте специфические непродуктивные виды поведения: избегание, смену тем, поиск признания, доминирование, агрессию, склонность к разрушительности или нерелевантности. Через 15-20 минут поделитесь с партнером своими наблюдениями относительно его поведения в группе.

Затем, когда партнеры поменяются ролями, процесс повторяется. В заключение обсудите, с какой частотой и как распределяются в группе различные виды поведения по решению задач и оказанию поддержки.

3 РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ ЭУМК

3.1 Вопросы к экзамену по дисциплине «Социальная психология»

- 1 История становления и развития социально-психологических идей.
- 2 Экспериментальный период развития социальной психологии.
- 3 Основные направления современной зарубежной социальной психологии (их сущностная характеристика).
- 4 Особенности и тенденции развития отечественной социальной психологии на современном этапе.
- 5 Предмет и задачи социальной психологии.
- 6 Общая характеристика основных методов социальной психологии и их значение для деятельности социальных педагогов (социальных работников).
- 7 Конкретные методики социально-психологического исследования.
- 8 Проблема соотношения качественных и количественных методов.
- 9 Этика социально-психологического исследования.
- 10 Понятие общения. Функции и структура общения.
- 11 Общение как обмен информацией.
- 12 Вербальная и невербальная коммуникация.
- 13 Основные социально-психологические барьеры на пути прохождения информации.
- 14 Приемы управления вниманием.
- 15 Общение как восприятие людьми друг друга.
- 16 Механизмы социальной перцепции. Стереотипизация. Идентификация. Эмпатия. Рефлексия.
- 17 Каузальная атрибуция. Ошибки атрибуции (фундаментальная, мотивационная).
- 18 Особенности межличностного взаимопонимания.
- 19 Общение как взаимодействие. Структурный анализ личности.
- 20 Общение как восприятие и взаимопонимание людьми друг друга.
- 21 Транзакционный анализ общения.
- 22 Позиции и типы транзакций во взаимодействии (по Э. Берну).
- 23 Процедуры и ритуалы. Времяпровождение. Игры.
- 24 Манипуляторы и их типы. Причины манипуляций. Манипулятор и актуализатор.
- 25 Эффекты межличностного восприятия в общении и пути их преодоления.
- 26 Значение теории общения для деятельности социального педагога (социального работника).
- 27 Агрессия и агрессивность.
- 28 Теоретические подходы к анализу агрессивного поведения.
- 29 Социализация агрессивности. Развитие агрессивности в детском возрасте.
- 30 Способы воздействия на человека в процессе общения (заражение, внушение, убеждение).

- 31 Социально-психологическая установка.
- 32 Функции и компоненты аттитюда.
- 33 Роль установки в формировании первого впечатления о человеке.
- 34 Влияние аттитюдов на поведение.
- 35 Причины влияния поведения на аттитюды: теории когнитивного диссонанса, самовосприятия, самопрезентации.
- 36 Феномен просоциального поведения.
- 37 Просоциальное поведение как нормативное.
- 38 Просоциальное поведение, мотивированное сопереживанием.
- 39 Понятие о группах и коллективах. Классификация малых групп.
- 40 Структура малой группы.
- 41 Образование и развитие малой группы.
- 42 Руководство и принятие решений в малой группе.
- 43 Сплочение малой группы.
- 44 Групповое давление и конфликт в малой группе.
- 45 Понятие конформизма, его виды и причины.
- 46 Лидерство и руководство в малых группах.
- 47 Процесс принятия групповых решений. Феномен «сдвиг риска».
- Групповая поляризация.
- 48 Межличностные отношения в групповом процессе.
- 49 Социальный статус. Статусная структура группы.
- 50 Взаимосвязь личности и группы.
- 51 Понятие и виды психологического воздействия.
- 52 Закономерности психологического воздействия.
- 53 Этапы и методы психологического воздействия.
- 54 Специфика применения убеждения и внушения.
- 55 Значение изучения социально-психологических качеств личности для деятельности социального педагога (социального работника).
- 56 Возрастание роли социальной психологии в деятельности социального педагога (социального работника).
- 57 Методика диагностики показателей и форм агрессии А. Басса и А. Дарки.
- 58 Теория Роттера. Локус контроля.
- 59 Методики изучения межличностных отношений. Социометрия.
- 60 Референтометрия.
- 61 Аутосоциометрические тесты. Аутосоциоматрица.
- Аутосоциограмма.
- 62 Методика исследования сплоченности.
- 63 Методика исследования мотивационного ядра выбора.
- 64 Методики определения самооценки личности.

4 ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ ЭУМК

4.1 Учебно-тематический план переподготовки слушателей специальности 1- 03 04 71 «Социальная педагогика» заочной формы обучения по дисциплине «Социальная психология»

Наименование тем и форм текущей аттестации	Количество учебных часов										Этапы	Кафедра
	Всего	Распределение по видам занятий										
		аудиторные занятия								Самостоятельная работа		
		Лекции	практические занятия	семинарские занятия	Круглые столы,	Лабораторные занятия	Деловые игры	Тренинги	Конференции			
3.2 Социальная психология	130	30	16	12	8				4	60		кафедра социально-гуманитарных дисциплин
3.2.1 Структура современной социальной психологии	6	2								4		
3.2.2 Психология общения людей	8	2		2						4		
3.2.3 Общение как восприятие людьми друг друга	10	2		2	2					4		
3.2.4 Каузальная атрибуция	10	2	2	2						4		
3.2.5 Стили атрибуции	8	2	2							4		
3.2.6 Интерактивная сторона общения	8	2	2							4		
3.2.7 Просоциальное поведение	8	2			2					4		
3.2.8 Агрессивное поведение	12	4	2						2	4		
3.2.9 Социальная установка	10	2		2	2					4		
3.2.10 Формирование и изменение аттитюдов	8	2	2							4		
3.2.11 Психология малой группы	10	2		2					2	4		
3.2.12 Социально-психологические процессы в малой группе	10	2	2							6		
3.2.13 Групповая динамика	10	2	2		2					4		
3.2.14 Психологическое воздействие	12	2	2	2						6		
Форма итоговой аттестации		Экзамен									2	

4.2 Учебная программа по дисциплине «Социальная психология» по специальности 1- 03 04 71 «Социальная педагогика»

Учреждение образования «Гомельский государственный университет имени Ф.Скорины»

УТВЕРЖДАЮ
Директор ИПК и ПК
Ю.В.Кравченко
2014

УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«Социальная психология»
по специальности «Социальная педагогика»
в соответствии с типовым учебным планом
переподготовки, утвержденным
12.05.2014 25-13/584

Гомель, 2014

ВВЕДЕНИЕ

Дисциплина «Социальная психология» занимает центральное место в системе подготовки педагогов-психологов и социальных педагогов, поскольку приобретаемые в ходе ее освоения знания являются фундаментом для приобретения квалификации в целом, и для успешного усвоения других общепрофессиональных и специальных курсов, составляющих основу теоретико-практической подготовки будущего специалиста.

Социальная психология изучает закономерности возникновения, функционирования и проявления психологических явлений, представляющих собой результат взаимодействия людей и их групп как представителей различных общностей.

Курс «Социальная психология» состоит из объективных научных данных и теоретических обобщений. Социальная психология – это культурный феномен, представленный на современном этапе развития человеческой цивилизации такими формами, как житейская социальная психология, социальная психология как наука, социальная психология как мыслительная парадигма и социальная психология как совокупность психотехнических приёмов.

Данная дисциплина нацелена на аналитическую работу слушателей, а именно: анализирование и синтезирование; сравнение и сопоставление; классифицирование и обобщение теоретического и практического материала курса.

Целью дисциплины является овладение слушателями основами социальной психологии.

Задачами дисциплины являются:

- анализ социально-психологических феноменов, а также причин, условий, закономерностей и механизмов их проявления;
- усвоение основных категорий и теоретических моделей социального поведения;
- ознакомление слушателей с методологией академических и прикладных исследований в области социальной психологии;
- формирование умений и навыков проведения прикладных социально-психологических исследований;
- активизация мыслительных процессов слушателей, мотивировка их дальнейшего самостоятельного обучения.

В результате изучения курса слушатель:

должен знать:

- основные понятия социальной психологии;
- основные теоретические подходы к объяснению социально-психологических процессов и явлений;

- методологию и методы социально-психологического исследования;
- основные направления и области социально-психологических исследований;
- особенности и закономерности социально-психологических процессов и явлений.

должен уметь:

- оперировать основными социально-психологическими понятиями;
- объяснять социально-психологические процессы и явления;
- планировать и проводить исследование в области социальной психологии;
- использовать полученные теоретические знания на практике;
- уметь строить относительно логические и последовательные частные суждения на основе общего подхода.

должен владеть:

- социально-психологическими подходами к изучению процесса межличностного взаимодействия;
- представлениями о предмете социальной психологии в разных традициях и школах зарубежной психологии;
- навыками и умениями в решении практических задач, направленных на изучение и выявление личностных качеств в ходе практической деятельности;
- техниками вербального и невербального общения;
- техникой эмпатического слушания;
- навыками ассертивного поведения;
- техниками противоманипулятивной защиты;
- стратегиями и техниками снижения агрессивности.

должен иметь опыт:

- решения конфликтных и деловых задач;
- использования рекомендаций для улучшения делового общения;
- применения стратегий и тактик общения в ходе межличностного взаимодействия;
- проведения психодиагностических методик, направленных на выявление основных характеристик личности;
- работы в группе и др.

Содержание программного материала связано со следующими учебными дисциплинами: «Общая психология», «Психология развития», «Конфликтология», «Психология общения» и др.

Содержание программы

Тема 1 Структура современной социальной психологии

Предмет социальной психологии и её связь с другими науками. Специфика места, занимаемого социальной психологией в системе научного знания. Взаимоотношения социальной психологии с социологией и общей психологией. Отсутствие единого понимания предмета социальной психологии.

Представления о предмете социальной психологии в разных традициях и школах зарубежной психологии. Основные разделы социальной психологии. Основные методы социальной психологии. Специфика социально-психологического исследования.

Классификации методов социальной психологии: количественные и качественные методы. Специфика и ограничения экспериментального метода в социальной психологии. Наблюдение, требования к наблюдению. Методы опроса: анкетирование и интервьюирование. Тест как объективированное и стандартизированное измерение выборки поведения. Этические требования к социально-психологическому исследованию.

Тема 2 Психология общения людей

Межличностное общение, его функции и структура. Понятие общения. Функции общения. Общение как форма существования и проявления человеческой сущности. Общение как способ организации совместной деятельности. Общение как важнейшая жизненная потребность человека, условие его формирования и развития. Психотерапевтическая функция общения.

Структура общения: коммуникативная, перцептивная и интерактивная стороны общения. Общение как обмен информацией. Каналы передачи информации. Вербальная коммуникация. Знаковые системы невербальной коммуникации: оптико-кинестическая система знаков, экстралингвистическая и паралингвистическая, проксемика. Конгруэнтность вербальной и невербальной коммуникации.

Тема 3 Общение как восприятие людьми друг друга

Познание и понимание людьми друг друга в процессе общения. Понятие социальной перцепции. Виды социальной перцепции. Особенности социальной перцепции. Механизмы социальной перцепции. Стереотипизация. Функции стереотипов. Эффект ореола. Факторы возникновения оценочной ошибки: превосходства партнера, привлекательности, отношения

воспринимаемого лица к наблюдателю. Эффекты первичности и новизны. Идентификация и эмпатия. Рефлексия как механизм взаимопонимания.

Тема 4 Каузальная атрибуция

Атрибутирование как процесс объяснения причинности наблюдаемого. Теоретические подходы к процессу атрибутирования. Модель наивного ученого Ф.Хайдера. Ошибки атрибуции. Фундаментальная ошибка атрибуции (Ли Росс). Объяснительные схемы фундаментальной ошибки атрибуции. Теория самовосприятия Деррила Бема и процесс самоатрибуции.

Тема 5 Стили атрибуции

Стили атрибуции. Индивидуальные различия в области атрибутирования. Стил атрибутирования и особенности его диагностики. Локус контроля (Дж. Роттер). Атрибутивная теория мотивации и эмоций Вайнера. Атрибуция и наученная беспомощность (М. Селигман). Депрессивный и оптимистический стили атрибуции. Самоэффективность (А. Бандура). Атрибутивная терапия: сущность, подходы, процедура и возможности. Атрибутивное реструктурирование и педагогический процесс.

Тема 6 Интерактивная сторона общения

Взаимодействие в процессе общения. Место и роль взаимодействия в структуре человеческого общения. Социально-психологические подходы к изучению процесса взаимодействия. Анализ взаимодействий в рамках традиционного транзакционного анализа Э. Берна: понятия «состояния эго» и «транзакция». Три состояния эго: ребенок, родитель, взрослый. Транзакция как взаимодействие партнеров по общению, находящихся в определенном состоянии эго. Виды транзакций: дополнительные, пересекающиеся, скрытые и т.д. Игры, виды игр. Транзакционный анализ игр. Стили общения: ритуальное, манипулятивное, гуманистическое. Противоманипулятивная защита. Ассертивность.

Тема 7 Просоциальное поведение

Понятие просоциального поведения. Альтруизм. Теории альтруизма: теория социального обмена, теория социальных норм, эволюционная теория.

Просоциальное поведение, мотивированное сопереживанием. Альтруизм как нормативное поведение: нормы социальной ответственности и взаимности. Эмпатия как источник подлинного альтруизма.

Психологические детерминанты альтруистического поведения.

Ситуационные факторы оказания помощи. Личностные влияния на проявление альтруизма: чувства, черты личности, установки. Гендерные особенности просоциального поведения.

Тема 8 Агрессивное поведение

Понятие агрессии. Агрессия и агрессивное поведение.

Теоретические подходы к анализу агрессивного поведения. Агрессия как инстинкт. Психоаналитический подход З. Фрейда. Этологический подход К. Лоренца. Фрустрационная модель агрессии Дж.Долларда. Теория фрустрации-агрессии Л.Берковитца. Теория социального научения А.Бандуры. Психологические особенности процесса научения агрессивному поведению.

Формы агрессивного поведения: явные и латентные. Агрессивные аффекты: раздражение, зависть, злость, ненависть. Ситуативные агрессивные реакции. Пассивное агрессивное поведение. Активное агрессивное поведение. Признаки агрессивного поведения.

Условия формирования агрессивного поведения личности. Типы агрессивного поведения: враждебная и инструментальная. Условия снижения агрессивности.

Тема 9 Социальная установка

Социальная установка (аттитюд). Когнитивный, эмоциональный и поведенческий компоненты аттитюда. Функции социальной установки (Д. Катц). Измерения аттитюда - прямые и косвенные.

Социальная установка и поведение. Парадокс Лапьера. Причины рассогласования аттитюдов и поведения. Факторы соответствия установочных и поведенческих показателей. Легкодоступность и сила аттитюда (Р.Фазио, М. Занна).

Тема 10 Формирование и изменение аттитюдов

Общие принципы формирования установок. Классическое и инструментальное обусловливание установок, викарное научение. Процесс формирования установок.

Убеждение. Факторы эффективности убеждающего воздействия. Агент влияния (источник сообщения), авторитетность, привлекательность, сходство с реципиентом. Контекст или условия, в которых осуществляется коммуникация. Личностные особенности реципиента - уровень самомониторинга, интеллекта, самооценки. Изменение аттитюдов.

Влияние поведения на установки. Теория когнитивного диссонанса Л.Фестингера. Эффект «Утверждение становится убеждением». Эффект вживания в роль. Эффект недостаточного оправдания. Самоубеждение. Теория самовосприятия Д.Бема. Эффект сверхоправдания. Теория управления впечатлением (самопрезентации).

Тема 11 Психология малой группы

Понятие малой группы и ее характеристики. Виды малых групп: формальная и неформальная, референтная группа и группа членства.

Структурные характеристики малой группы. Эмоциональная (социометрическая) структура группы. Социометрический статус. Методы изучения межличностных отношений в группе. Социометрия. Референтометрия. Динамические характеристики малой группы.

Феномен группового давления (конформизм). Экспериментальные исследования конформности С.Аша. Уровни конформности (Г. Келмен): подчинение, идентификация, интернализация. Факторы, влияющие на конформное поведение: единодушие и численность большинства, особенности ситуации и группы, индивидуальные особенности испытуемых и значимость ситуации для них. Социальное влияние авторитета. Ситуационные детерминанты подчинения. Нормативное влияние меньшинства. Функциональная модель взаимодействия меньшинства и большинства С. Московичи.

Тема 12 Социально-психологические процессы в малой группе

Лидерство как функция группы. Внутригрупповая власть. Влияние. Понятия лидерства и руководства. Функции лидера. Теории происхождения лидерства: теория черт, ситуативная, синтетическая.

Руководство как феномен влияния. Формы власти: принуждения, вознаграждения, референтная, экспертная, закона. Механизмы влияния. Стили руководства (лидерства): авторитарный, демократический, либеральный. Особенности педагогического руководства.

Принятие решений в группе. Групповая задача. Феноменология решения групповой задачи. Социальная фасилитация и социальная ингибция. Социальная леность - сущность и возможности преодоления. Феномен «сдвига риска». Групповой консенсус и групповая поляризация. Феномен огруппления мышления (И. Джанис). Методы принятия группового решения: групповое интервью, мозговой штурм, групповая дискуссия.

Тема 13 Групповая динамика

Понятие групповой динамики. Возникновение и развитие малой группы. Детерминанты возникновения малой группы. Групповые процессы. Модели развития малой группы. Этапы развития малой группы: стадия проверки и зависимости; стадия внутреннего конфликта; стадия развития групповой сплоченности; стадия функционально-ролевой соотнесенности. Социально-психологические характеристики сложившейся группы. Групповая сплоченность: сущность, проявление и особенности измерения. Групповая сплоченность как межличностная аттракция, результат мотивации группового членства, ценностно-ориентационное единство.

Тема 14 Психологическое воздействие

Понятие и виды психологического воздействия. Закономерности психологического воздействия. Этапы психологического воздействия. Механизм трансформации убеждений. Механизм трансформации стереотипов. Механизм трансформации установок. Методы психологического воздействия. Специфика применения убеждения. Основные категории аргументов для убеждения. Ситуация информирования: индивидуальная и массовая. Специфика применения внушения. Способы неспецифического внушения: устрашение, эмоциональное подавление, инициирование агрессивных эмоциональных состояний. Особенности манипулирования. Приемы манипулирования.

Материалы для итоговой аттестации

Вопросы к экзамену по курсу «Социальная психология»

1. История становления и развития социально-психологических идей.
2. Экспериментальный период развития социальной психологии
3. Основные направления современной зарубежной социальной психологии (их сущностная характеристика).
4. Особенности и тенденции развития отечественной социальной психологии на современном этапе.
5. Предмет и задачи социальной психологии.
6. Общая характеристика основных методов социальной психологии и их значение для деятельности социальных педагогов (социальных работников).
7. Конкретные методики социально-психологического исследования.
8. Проблема соотношения качественных и количественных методов
9. Этика социально-психологического исследования.
10. Понятие общения. Функции и структура общения.
11. Общение как обмен информацией.
12. Вербальная и невербальная коммуникация.
13. Основные социально-психологические барьеры на пути прохождения информации.
14. Приемы управления вниманием.
15. Общение как восприятие людьми друг друга.
16. Механизмы социальной перцепции. Стереотипизация. Идентификация. Эмпатия. Рефлексия.
17. Каузальная атрибуция. Ошибки атрибуции (фундаментальная, мотивационная).
18. Особенности межличностного взаимопонимания.
19. Общение как взаимодействие. Структурный анализ личности.
20. Общение как восприятие и взаимопонимание людьми друг друга.
21. Транзакционный анализ общения.
22. Позиции и типы транзакций во взаимодействии (по Э. Берну).
23. Процедуры и ритуалы. Времяпрепровождение. Игры.
24. Манипуляторы и их типы. Причины манипуляций. Манипулятор и актуализатор.
25. Эффекты межличностного восприятия в общении и пути их преодоления.
26. Значение теории общения для деятельности социального педагога (социального работника).
27. Агрессия и агрессивность.
28. Теоретические подходы к анализу агрессивного поведения.
29. Социализация агрессивности. Развитие агрессивности в детском возрасте.

30. Способы воздействия на человека в процессе общения (заражение, внушение, убеждение).
31. Социально-психологическая установка.
32. Функции и компоненты аттитюда.
33. Роль установки в формировании первого впечатления о человеке
34. Влияние аттитюдов на поведение.
35. Причины влияния поведения на аттитюды: теории когнитивного диссонанса, самовосприятия, самопрезентации.
36. Феномен просоциального поведения.
37. Просоциальное поведение как нормативное.
38. Просоциальное поведение, мотивированное сопереживанием.
39. Понятие о группах и коллективах. Классификация малых групп.
40. Структура малой группы.
41. Образование и развитие малой группы.
42. Руководство и принятие решений в малой группе.
43. Сплочение малой группы.
44. Групповое давление и конфликт в малой группе.
45. Понятие конформизма, его виды и причины.
46. Лидерство и руководство в малых группах.
47. Процесс принятия групповых решений. Феномен «сдвиг риска». Групповая поляризация.
48. Межличностные отношения в групповом процессе.
49. Социальный статус. Статусная структура группы.
50. Взаимосвязь личности и группы.
51. Понятие и виды психологического воздействия.
52. Закономерности психологического воздействия.
53. Этапы и методы психологического воздействия.
54. Специфика применения убеждения и внушения.
55. Значение изучения социально-психологических качеств личности для деятельности социального педагога (социального работника).
56. Возрастание роли социальной психологии в деятельности социального педагога (социального работника).
57. Методика диагностики показателей и форм агрессии А. Басса и А. Дарки.
58. Теория Роттера. Локус контроля.
59. Методики изучения межличностных отношений. Социометрия.
60. Референтометрия.
61. Аутосоциометрические тесты. Аутосоциоматрица. Аутосоциограмма.
62. Методика исследования сплоченности.
63. Методика исследования мотивационного ядра выбора.
64. Методики определения самооценки личности.

Список рекомендуемой литературы:

основная

- 1 Андреева, Г. М. Социальная психология : учебник для высш. учеб. заведений / Г. М. Андреева. – М. : Аспект Пресс, 2000. – 376 с .
- 2 Андриенко, Е. В. Социальная психология: Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / Е. В. Андриенко.- М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 264 с.
- 3 Аронсон, Э. Общественное животное: введение в социальную психологию / Э.Аронсон. - М. : Аспект Пресс, 1998. – 517 с.
- 4 Битянова, М.Р. Социальная психология: наука, практика и образ мыслей: учеб. пособие / М.Р. Битянова. - М. : ЭКСМО-Пресс, 2001. – 576 с.
- 5 Битянова, М. Р. Социальная психология: Учебное пособие / М. Р. Битянова. – СПб.: Питер, 2008. – 358 с.
- 6 Бэрн, Р. Социальная психология группы : процессы, решения, действия / Р. Бэрн, Н. Керр, Н. Миллер. - СПб. : Питер, 2003. – 272 с.
- 7 Коломинский, Я. Л. Социальная психология школьного класса: Науч.-метод. пособие для педагогов и психологов / Я. Л. Коломинский. – Мн.: ООО «ФУ Аинформ», 2003. – 312 с.
- 8 Крысько, В.Г. Социальная психология : курс лекций / В.Г. Крысько. – М. : Рмега-Л, 2006. – 352 с.
- 9 Майерс, Д. Социальная психология / Д.Майерс. – СПб. : Питер Ком, 1998. – 688 с.
- 10 Милгрэм, С. Эксперимент в социальной психологии / С.Милгрэм. – СПб. : Питер, 2000. – 336 с.
- 11 Пайнс, Э. Практикум по социальной психологии / Э. Пайнс, К. Маслач. – СПб. : Питер, 2000. – 528 с.
- 12 Перспективы социальной психологии / редакторы-составители: М.Хьюстон, В. Штребе, Дж. М. Стефенсон. - М. : ЭКСМО – Пресс, 2001. – 688 с.
- 13 Платонов, Ю.П. Основы социальной психологии / Ю.П.Платонов. – СПб. : Речь, 2004. – 624 с.
- 14 Рахматшаева, В.А. Грамматика общения / В.А. Рахматшаева. – М.: Семья и школа, 1995. – 186 с.
- 15 Социальная психология : учеб. пособие /отв. ред. А.Л. Журавлев. – М. : ПЕРСЭ, 2002. – 351 с.
- 16 Шевандрин, Н.И. Социальная психология в образовании : учеб. пособие. Ч.1. Концептуальные и прикладные основы социальной психологии / Н.И. Шевандрин. – М. : ВЛАДОС, 1995. – 544 с.
- 17 Шибутани, Т. Социальная психология. Пер. с англ. В.Б.Ольшанского / Т.Шибутани. – Ростов н/Д. : «Феникс», 1998. – 544 с.
- 18 Шихирев, П.Н. Современная социальная психология / П.Н. Шихирев. – М. : ИП РАН, 1999. – 448 с.

19 Шнейдер, Л.Б. Основы семейной психологии : учеб. пособие / Л.Б. Шнейдер. М : Изд-во Московского психолого-социального института, 2005. – 928 с.

20 Эриксон, Э. Идентичность: юность и кризис / Э. Эриксон. – М.: Издательская группа «Прогресс», 1996. – 344 с.

21 Янчук, В.А. Введение в современную социальную психологию: учеб пособие для вузов / В.А. Янчук. – Мн. : АСАР, 2005. – 768 с.

дополнительная

1 Берн, Ш. Гендерная психология / Ш. Берн. – СПб. : прайм – ЕВРОЗНАК, 2002. – 320 с.

2 Берн, Э. Лидер и группа / Э. Берн. – Екатеринбург : «Литур», 2000. – 320 с.

3 Берн, Э. Игры, в которые играют люди: Психология человеческих взаимоотношений: Пер. с англ. / Общ. ред. М. С. Мацковского. – М.: Центр общечеловеческих ценностей, 1996. – 336 с.

4 Берн, Э. Трансактный анализ и психотерапия / Э. Берн. – СПб.: Братство, 1994. – 223 с.

5 Берковиц, Л. Агрессия: причины, последствия и контроль / Л. Берковиц. – СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2001. – 512 с.

6 Большой психологический словарь / Сост. и общ. ред. Б. Г. Мещеряков, В. П. Зинченко. – СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2007. – 672 с.

7 Бэндлер, Р. Из лягушек в принцы / Р. Бэндлер, Дж. Гриндер. – Воронеж: НПО «Модек», 1993.

8 Горянина, В. А. Преображение жизненных ситуаций. Эффективные психосоциальные технологии / В. А. Горянина, И. К. Масалков. – М.: Изд-во «Совершенство», 1999. – 400 с.

9 Зимбардо, Ф. Социальное влияние / Ф. Зимбардо, Л. Майкл. – СПб. : Питер, 2000. – 448 с.

10 Ильин, Е.П. Дифференциальная психофизиология мужчины и женщины / Е.П. Ильин. – СПб. : Питер, 2002. – 544 с.

11 Коломинский, Я.Л. Психология взаимоотношений в малых группах: общие и возрастные особенности / Я.Л. Коломинский. – Мн.: Тетра Систем, 2001. – 432с.

12 Левин, К. Теория поля в социальных науках / К. Левин. – СПб. : «Сенсор», 2000. – 368 с.

13 Пиз, А. Язык телодвижений / А. Пиз. – М.: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2000. – 272 с.

14 Психология социальных ситуаций / Сост. и общ. ред. Н.В. Гришиной. – СПб. : Питер, 2001. – 416 с.

15 Росс, Л. Человек и ситуация. Уроки социальной психологии / Л. Росс, Р. Нисбет. – М. : Аспект Пресс, 1999. – 429 с.

- 16 Семечкин, Н.И. Психология социального влияния / Н.И. Семечкин. – СПб. : Речь, 2004. – 304 с.
- 17 Фурманов, И.А. Агрессия и насилие: диагностика, профилактика и коррекция / И.А. Фурманов. – СПб. : Речь, 2007. – 480 с.
- 18 Хьелл, Л. Теории личности/ Л. Хьелл, Д. Зиглер. – СПб.: Питер Ком, 1999.– 608с.
- 19 Чалдини, Р. Психология влияния / Р. Чалдини. – СПб. : Питер, 2001. – 288с.