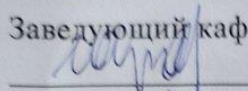


Учреждение образования  
«Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины»

Кафедра переподготовки и повышения квалификации

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой

 Ю.В. Кравченко

24.09.23 2023

СОГЛАСОВАНО

Директор ИДО

 А.В. Клименко

2023



УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС  
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ  
«СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ»

для специальности переподготовки  
1-03 04 72 «Практическая психология»

Составитель:

Корсак Н.В., старший преподаватель

Рассмотрено

на заседании кафедры переподготовки и повышения квалификации

04.09.2023, протокол № 1

Рассмотрено и утверждено

на заседании научно-методического  
совета университета 24.09.2023  
протокол № 2

Гомель, 2023

Министерство образования Республики Беларусь  
Учреждение образования  
«Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины»  
Институт дополнительного образования



УТВЕРЖДАЮ

Ректор ГГУ имени Ф.Скорины  
С.А.Хахомов

## **УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

**«Социальная психология»**

**специальности переподготовки**

1-03 04 72 «Практическая психология»  
(квалификация: педагог-психолог)

в соответствии с типовым учебным планом переподготовки, утвержденным  
24.09.2020, регистрационный №25-13/123

Гомель, 2022

## СОДЕРЖАНИЕ

### Пояснительная записка

1 Теоретический раздел ЭУМК. Тексты лекций по учебной дисциплине «Социальная психология»

1.1 Философско-методологические основания современной социальной психологии. Многообразие парадигмальных координат в современной социальной психологии.

1.2 Личность как объект социально-психологического анализа.

1.3 Структура, содержание и особенности формирования самости.

1.4 Социализация личности.

1.5 Социально-познавательная активность. Теория социальных репрезентаций. Межличностная аттракция.

1.6 Социальное объяснение. Атрибутирование.

1.7 Межличностное взаимодействие.

1.8 Малая группа. Процесс группового функционирования и управления им. Межгрупповые отношения.

1.9 Большие группы и массы.

1.10 Прикладные социально-психологические исследования.

### 2 Практический раздел ЭУМК

2.1 Вопросы к семинарским занятиям по дисциплине «Социальная психология»

2.2 Задания к практическим занятиям по дисциплине «Социальная психология»

2.3 Задания к лабораторным занятиям по дисциплине «Социальная психология»

2.4 Вопросы и задания к конференции по дисциплине «Социальная психология»

### 3 Раздел контроля знаний ЭУМК

3.1 Вопросы к экзамену по учебной дисциплине «Социальная психология»

### 4 Вспомогательный раздел ЭУМК

4.1 Учебно-тематический план переподготовки слушателей специальности 1–03 04 72 «Практическая психология» по учебной дисциплине «Социальная психология»

4.2 Учебная программа по учебной дисциплине «Социальная психология» для специальности 1–03 04 72 «Практическая психология».

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Социальная психология» разработана в соответствии с образовательным стандартом переподготовки руководящих работников и специалистов, имеющих высшее образование по специальности «Практическая психология». Социальная психология, как учебная дисциплина, занимает центральное место в системе подготовки педагогов-психологов, поскольку приобретаемые в ходе ее освоения знания являются фундаментом для приобретения квалификации в целом, и для успешного усвоения других общепрофессиональных и специальных дисциплин, составляющих основу теоретико-практической подготовки будущего специалиста. Данная дисциплина представлена тремя разделами – проблема личности в современной социальной психологии, закономерности общения и взаимодействия людей, группа как объект социальной психологии. Каждый из предлагаемых разделов содержит теоретический и практический компоненты изучаемой дисциплины.

Электронный учебно-методический комплекс позволит улучшить усвоение учебной дисциплины «Социальная психология», так как она носит практико-ориентированный характер, и обеспечивает формирование у слушателей переподготовки теоретических и научно-психологического знаний, а также наделяет их практическими навыками, необходимыми для решения различных направлений социальной психологии.

Данный ЭУМК содержит разделы: теоретический (курс лекций по всем изучаемым темам), практический (вопросы к семинарским и задания к практическим и лабораторным занятиям), контроля знаний (список вопросов к экзамену), вспомогательный (учебно-тематический план переподготовки слушателей, учебная программа по дисциплине «Социальная психология», список рекомендуемой литературы). ЭУМК предназначен для слушателей переподготовки специальности 1–03 04 72 «Практическая психология» очной (вечерней) и заочной формы получения образования.

# 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ ЭУМК

Тексты лекций по дисциплине «Социальная психология» для слушателей специальности 1–03 04 72 «Практическая психология», очной (вечерней) и заочной формы получения образования.

## 1.1 ФИЛОСОФСКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ СОВРЕМЕННОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ

*Вопросы для изучения:*

- 1) Краткая история развития социальной психологии.
- 2) Предмет и основные объекты исследования в социальной психологии
- 3) Методы социально-психологического исследования

### 1. 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. Так выделяют следующие этапы развития социальной психологии.

**Донаучный этап.** 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.

**Философский этап.** 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.

**Описательный этап.** 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. Сигеле и Г. Лебон), «инстинктов социального поведения» (В. Макдауголл), 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.

**Научный этап.** 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.

**Отечественная СП** возникла на рубеже 19 и 20 вв. Путь ее становления имеет ряд стадий:

- зарождение СП в общественных и естественных науках,
- отпочкование от родительских дисциплин (социологии и психологии) и
- превращение в самостоятельную науку, возникновение и развитие экспериментальной СП.

К сожалению, в СССР социальная психология в 1930-1950-е гг. по политическим причинам практически не развивалась.

**Первый период** (60-е гг. 19 в. - начало 20 в.). Социально-психологические идеи в этот период успешно развивались представителями общественных наук, прежде *всею социологами*. (П.Л. Лавров, Н. И. Кареев, М.М. Ковалевский, Н.К. Михайловский). Михайловскому принадлежит разработка *психологии массовых социальных движений*, одной из разновидностей которых являются *революционные движения*. В.М. Бехтерев - фундаментальный труд *«Коллективная рефлексология»* (1921), который можно рассматривать как первый в России учебник по СП.

**Второй период** (20-е годы - первая половина 30-х гг. 20 в.). Одним из направлений в СП 20-30 гг. было исследование проблемы коллектива. Обсуждался вопрос о природе коллективов. В результате борьбы мнений закрепилось понимание *СП как науки о социальной детерминации психики*.

**Третий период** (вторая пол. 30-х гг. - вторая половина 50-х гг. XX века). Началась изоляция отечественной науки от западной психологии. Перестали публиковаться переводы трудов западных авторов. Внутри страны возрос идеологический контроль за наукой. Наступил перерыв в развитии российской СП. Работы А.С. Макаренко - *единство коллектива и личности*.

**Четвертый период** (вторая половина 50-х - первая половина 70-х гг. XX века). В 1962 году организована первая в стране лаборатория СП в ЛГУ; в 1968 г. - первая кафедра СП в том же университете; в 1972 г. - аналогичная кафедра в МГУ. В институте психологии АН СССР в 1972 г. создан первый в стране сектор СП.

**Становление и развитие белорусской социальной психологии**

Начала формироваться в 1960-х годах, с работ доктора психологических наук **Я.Л. Коломинского** по проблеме взаимоотношений между учениками в классе, внедрение зарубежного социометрического подхода.

Другое направление - межличностное понимание в общении изучалось доктором психологических наук **С.В. Кондратьевой**, работы по социальной перцепции и перцептивно-рефлекторной регуляции поведения субъекта познания. Ее учениками изучались возрастные, половые, профессиональные, индивидуально-психологические особенности социально-перцептивной активности субъекта.

С 1990-х годов начинается активный период развития белорусской социальной психологии. В центре психолого-педагогических проблем Чернобыля, возглавлявшегося доктором психологических наук **Л.А. Пергаменщиком**, занимающимся проблемой социально-психологической адаптации человека к кризисным событиям жизненного пути.

Исследования агрессивного поведения стали предметом научных интересов доктора психологических наук **И.А. Фурманова**, внесшего большой вклад в разработку проблематики детской, подростковой и юношеской агрессивности и ее коррекции.

Проблематика социально-психологических особенностей дошкольников изучалась доктором психологических наук **Т.В. Сенько**, исследовавшей базисную структуру межличностного взаимодействия в старшем дошкольном возрасте, а также взаимодействия ребенка со сверстниками и взрослыми. Проблематика социальной психологии личности и трудового коллектива изучалось под руководством доктором психологических наук **В.И. Секуном** с 1990 г. (исследования научных, учебных, производственных и армейских коллективов).

В 2005 году издается учебное пособие «Введение в современную социальную психологию» автор - доктор психологических наук, профессор **В.А. Янчук**.

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.

## **2. ПРЕДМЕТ И ОСНОВНЫЕ ОБЪЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ В СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ**

### **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, трудовой коллектив, 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.).

### **Отрасли социальной психологии**

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.

### 3. МЕТОДЫ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

**Социально-психологическое исследование** — вид научного исследования с целью установления в поведении и деятельности людей психологических закономерностей, обусловленных фактом включения в социальные (большие и малые) группы, а также психологических характеристик самих этих групп.

**Методы сбора социально-психологических данных** - это совокупность приемов, процедур и операций, с помощью которых эти данные могут быть установлены и подвергнуты первичному анализу.

Среди них выделяют количественные и качественные методы исследования. К **количественным** относятся методы (эксперимент, тест), для которых основными являются процедуры: измерения, категоризации, кодирования. Для **качественных методов** характерно представление информации в виде описаний, значений и т.д. К ним относят:

- опросники, составленные из открытых вопросов,
- нестандартизированное интервью,
- включенное и несистематическое наблюдение,
- метод репертуарных решеток,
- дискурсный анализ.

#### **Количественные методы социально-психологического исследования**

**Эксперимент** - определенным образом организованное исследование, когда экспериментатор осуществляет планомерное манипулирование одной или несколькими переменными (факторами) и регистрирует эффекты, производимые этими воздействиями на другие переменные.

Это исследование, в котором исследователь изучает влияние одного класса переменных (независимых) на другой класс переменных (зависимых).

**Лабораторный эксперимент** позволяет осуществлять строгий контроль всех случайных воздействий. Достоинства лабораторного эксперимента:

- когда необходимо точное измерение, которое можно осуществить только в лаборатории с использованием технических средств.
- такие гораздо легче воспроизвести, а это важное условие для построения научных теорий в социальной психологии.
- позволяет осуществлять строгий контроль всех случайных воздействий и в большей мере приблизиться к идеальному эксперименту.

В качестве недостатков лабораторного эксперимента называют:

- узость независимой и зависимой переменной (низкая конструктивная валидность).
- низкая экологическая валидность - невозможность обобщения результатов.

- проблема репрезентативности. В эксперименте участвует ограниченное число испытуемых, но полученные выводы обычно распространяются на более широкую популяцию.
- искусственность условий.
- влияние личностных особенностей экспериментатора и исследуемого, взаимодействия между ними, которые проявляются только в ходе эксперимента.

*Естественный эксперимент* (полевой), который проводится в естественном окружении: в школе, больнице или на улице, во время профессиональной деятельности, общения и взаимодействия с другими людьми. Основными недостатками естественного эксперимента являются:

- 1) невозможность контролировать побочные переменные,
- 2) трудность изменения независимой переменной и измерения зависимой.

**Тест** - это стандартизированное испытание, предназначенное для объективной оценки индивидуально- психологических различий.

Имеется большое количество тестов, оценивающих различные социально-психологические переменные, такие как способности руководителя или взаимоотношения в коллективе. Что касается личностных тестов, то в социальной психологии они чаще всего используются в сочетании с другими методами, например, для оценки независимой переменной.

### **Качественные методы социально-психологического исследования**

**Наблюдение** - это метод, состоящий в преднамеренном, систематическом и целенаправленном восприятии психических явлений. Основные требования: наличие ясно осознанной цели; составление плана наблюдения, выделение отдельных категорий наблюдения.

Основным видом является *структурированное наблюдение* - используются строгие процедуры фиксации и кодирования. Для описания данных обычно используют *сетку категорий* или *единиц наблюдения*. В социальной психологии очень известной является система категорий, отражающих основные типы взаимодействия, разработанная Р.Бейлсом.

К *несистематическому наблюдению* можно отнести биографический метод. Этот метод использовал Ф. Пиаже, наблюдая за развитием собственных детей.

Другими видами наблюдения являются *включенное* и *невключенное* наблюдение. Основным преимуществом включенного наблюдения является его гибкость, так как исследователь не устанавливает жестких рамок в отношении того, что собирается изучать. Иногда невозможно изучать некоторые группы другими методами или получить необходимую информацию. Кроме того, это возможность получать надежные данные.

Основные трудности включенного наблюдения связаны с этическими проблемами, например, с обманом испытуемых, которые не предполагают, какую роль играет исследователь. Кроме того, из-за присутствия нового члена группы, может измениться поведение участников группы. Далее, сам

наблюдатель, почувствовав себя членом группы, может необъективно оценивать ситуацию. Следующая сложность связана с тем, что нельзя фиксировать данные непосредственно в момент наблюдения, поэтому он может что-то забыть. И, наконец, полученные данные обычно нельзя распространить на другие популяции.

Что касается надежности данных, полученных с помощью наблюдения, то не всегда можно говорить об объективности исследования, так как возможны следующие ошибки. Во-первых, восприятие каждого человека является уникальным, и на него влияет множество факторов. Так, внимание привлекают обычно выдающиеся события, а другие можно просто не заметить. Большое влияние оказывает установка, когда исследователь склонен видеть то, что соответствует гипотезе, и не замечать события, опровергающие ее. Часто говорят о логических ошибках, когда, например, по умению красноречиво говорить делается вывод о высоком уровне интеллекта.

**Контент-анализ** - (буквально - «анализ содержания»). Метод анализа документов, когда в тексте выделяются специальные «единицы», а затем подсчитывается частота их употребления.

Сформировался в 40-50-е годы для исследования содержания продуктов деятельности человека, заключающийся в выделении и подсчете частоты встречаемости или объема смысловых единиц. Это метод наблюдения не людей, а того, что они производят. Первоначально метод, названный контент-анализом, использовался для анализа сообщений печати, известных речей и так далее. Сейчас его широко используют в социальной психологии для различных целей:

- как вспомогательный метод при анализе ответов на открытые вопросы анкет,
- для анализа данных, полученных в ходе интервью, или
- как дополнительный инструмент в проективных методах.
- как первый этап исследования, необходимый для формулирования гипотез.
- как главный метод в тех случаях, когда исследование объекта невозможно другими способами.
- в сочетании с другими методами для изучения общения, ценностных ориентаций, взаимодействия в группе.

Можно условно выделить следующие этапы проведения контент-анализа. Первоначально формулируется *гипотеза*, на основе которой определяются *объект* исследования и *основные категории*. В качестве категорий могут выступать различные виды деятельности, социально-психологические феномены. Одна из самых важных *задач* осуществить репрезентативный выбор материала. Если мы изучаем телевидение, то необходимо выбрать какие программы, в какое время будет исследователь смотреть. Затем единицы анализа:

- *качественные единицы* - это содержательные элементы, которыми могут быть отдельные слова, темы, целые сообщения, поведенческие акты;

- *количественные* - частота встречаемости объем, продолжительность и т.д.

**Метод опроса** или *метод самоотчета*, когда основная информация берется из ответов испытуемых. Основными видами опроса являются анкетирование и интервью. Если проводится *анкетирование*, то испытуемому предъявляются вопросы в письменном виде, на которые необходимо ответить. Используются, когда необходимо опросить большое количество людей, когда необходимо выяснить отношение людей к интимным или острым проблемам. Вопросы, использующиеся в опросниках, могут быть открытыми и закрытыми.

*Интервью* - это устный опрос, предполагающий общение «лицом к лицу», когда интервьюер сам задает вопросы и фиксирует ответы.

*Свободное, неуправляемое интервью* - когда респондент рассказывает о чем угодно, а исследователь не раскрывает тему интервью, задает вопросы и направляет беседу в нужное русло. Основная задача: помочь респонденту приблизиться к собственным проблемам и рассказать о них.

*Стандартизированное интервью* - интервьюер предъявляет точно установленные закрытые вопросы в определенном порядке, на которые респондент может отвечать любым образом.

Качественные методы дают богатый материал, но подвержены влиянию субъективных факторов, поэтому с их помощью нельзя получать объективные данные, как при использовании количественных методов. Кроме того, ход исследования трудно повторить и получить такие же данные.

**Методы шкалирования.** Одной из важных задач в социальной психологии является измерение аттитюдов, установок. Для этого обычно используются опросники, содержащие утверждения, с которыми испытуемый должен либо согласиться или нет, либо оценить их правильность, используя значения от 1 до 5 (до 3, 7, 11). Сюда можно отнести:

- метод равных интервалов, разработанный Терстоуном,
- метод суммарного рейтинга, разработанный Лайкертом,
- метод семантического дифференциала Ч. Осгуда.

**Социометрический метод** предназначен для изучения взаимосвязей между членами малых групп. С его помощью можно описать структуру группы на основе различия в статусе, выделить отдельные группировки, а также измерить степень сплоченности.

## 1.2 ЛИЧНОСТЬ КАК ОБЪЕКТ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

*Вопросы для изучения:*

- 1) Функции и структура Я-концепции
- 2) Принципы формирования Я-концепции личности
- 3) Механизмы поддержания устойчивости личности
- 4) Когнитивные стратегии улучшения и защиты образа «Я»

## 1. ФУНКЦИИ И СТРУКТУРА Я-КОНЦЕПЦИИ

Как научное понятие Я-концепция вошла в обиход специальной литературы сравнительно недавно, может быть потому в литературе, как отечественной, так и зарубежной, нет единой его трактовки; ближе всего по смыслу к нему находится *самосознание*. Но Я-концепция - понятие менее нейтральное, включающее в себя оценочный аспект самосознания.

Я-концепция - это динамическая система представлений человека о самом себе, в которую входит как собственно осознание своих физических, интеллектуальных и других качеств, так и самооценка, а также субъективное восприятие влияющих на данную личность внешних факторов. Я-концепция возникает у человека в процессе социального взаимодействия как неизбежный и всегда уникальный результат психического развития, как относительно устойчивое и в то же время подверженное внутренним изменениям и колебаниям психическое приобретение. Первоначальная зависимость Я-концепции от внешних влияний бесспорна, но в дальнейшем она играет самостоятельную роль в жизни каждого человека.

❖ **Концепция Р. Бернса.** Наиболее комплексное и максимально «удобное» с социально- психологической точки зрения видение проблемы структурных составляющих «Я» представлено в концепции Р. Бернса (1986). Он предлагает рассматривать *Я-концепцию как совокупность установок, направленных на самого себя*. В Я-концепции выделяются три составляющие:

- 1) образ «Я» — представления индивида о самом себе;
- 2) самооценка — аффективная оценка этого представления, обладающая различной степенью интенсивности в зависимости от уровня принятия тех или иных самохарактеристик;
- 3) поведенческая реакция — те действия, которые вызываются образом «Я» и самооценкой.

### 1. *Когнитивная составляющая Я-концепции или Образ Я.*

Представление индивида о самом себе, как правило, кажутся ему убедительными независимо от того основываются они на объективном знании или субъективном мнении. Предметом восприятия человека могут, в частности, стать его тело, его способности, его социальные отношения и множество других личностных проявлений. Описывая самого себя человек прибегает обычно к помощи прилагательных: “надежный”, “общительный”, “сильный”, “красивый” и т.д., которые, по сути, являются абстрактными характеристиками, которые никак не связаны с конкретным событием, тем самым человек в словах пытается выразить основные характеристики своего привычного самовосприятия. Такого рода самоописания - это способ охарактеризовать себя, неповторимость каждой личности через сочетания ее отдельных черт.

### 2. *Эмоционально-оценочная составляющая Я-концепции или самооценка.*

**Самооценка** - это личностное суждение о собственной ценности,

которое выражается в установках, свойственных индивиду. Самооценка отражает степень развития у человека чувства самоуважения, ощущение собственной ценности и позитивного отношения ко всему тому, что входит в сферу его “Я”. Потому низкая самооценка предполагает неприятие себя, самоотрицание, негативное отношение к своей личности. Можно выделить несколько источников формирования самооценки, которые меняют вес значимости на разных этапах становления личности:

- оценка других людей;
- круг значимых других или референтная группа;
- актуальное сравнение с другими;
- сравнение реального и идеального Я;
- измерение результатов своей деятельности.

Верная самооценка дает человеку нравственное удовлетворение и поддерживает его человеческое достоинство.

**3. Поведенческая составляющая Я-концепции** заключается в потенциальной поведенческой реакции, то есть конкретных действиях, которые могут быть вызваны образом Я и самооценкой. Всякая *установка* - это эмоционально окрашенное убеждение, связанное с определенным объектом. Особенность Я-концепции заключается в том, что, как в комплексе установок, объектом в данном случае является сам носитель установки. Благодаря этой самонаправленности все эмоции и оценки, связанные с образом Я, являются очень сильными и устойчивыми, что оказывает очень сильное влияние на деятельность человека, его поведение, взаимоотношения с окружающими.

Каждый из этих трех установочных компонентов может быть представлен в следующих модальностях:

- **реальное «Я»**, отражающее те установки, которые связаны с актуальными способностями, ролями, статусами («Я на самом деле»);
- **социальное «Я»**, отражающее те установки, которые связаны с мнением человека о том, как его видят другие («Я глазами Других»);
- **идеальное «Я»**, отражающее установки, которые связаны с представлениями человека о желаемом «Я» («Я каким бы я хотел быть»);
- **конструктивное «Я»**, пронизано действенными мотивами и они больше соответствуют признаку “стремлюсь”. В Я-конструктивное трансформируются те элементы, которые личность принимает и ставит для себя как достижимую реальность. («Я в будущем»).

❖ **Модель М.Розенберга.** Рассмотрение Я-концепции как системы представлений человека о самом себе, по мнению М. Розенберга, предполагает вычленение следующих составляющих.

**Компонентами Я-концепции** являются части, элементы или единицы, составляющие ее. Лингвистически они распадаются на

- существительные (мальчик, рабочий, отец и т.п.) и
- прилагательные (умный, красивый, завистливый и т.д.).

Первые отвечают на вопрос «**Кто я?**», вторые – на вопрос «**Какой я?**».

Общее число слов, которыми люди описывают себя и других, огромно. Собственно психологических, личностных терминов, разумеется, меньше. Тем не менее, перечень одних только оценочно-положительных качеств личности, составленный группой киевских ученых, насчитывает 582 наименования. Но компоненты самоописаний сочетаются друг с другом не как попало, и изучать их можно лишь в определенном порядке.

**Структура.** Категория «структура» отражает взаимоотношения между элементами. Не все компоненты равноположны. Некоторые являются *основополагающими*, другие – *периферическими*. Вместе с тем крайне важно выяснение того, насколько характерен тот или иной компонент для данной личности, особенно, какой из них является наиболее значимым.

**Измерения** отражают отдельные компоненты или «образ Я» в целом. Примерами измерений являются

- *устойчивость* (стабильность или изменчивость представления индивида о себе и своих свойствах),
- *уверенность в себе* (ощущение возможности достичь поставленных перед собой целей),
- *самоуважение* (принятие себя как личности, признание своей социальной и человеческой ценности),
- *кристаллизацию* (легкость или трудность изменения индивидом представления о себе).

**Фокусы внимания** позволяют выявить место, которое занимают «самость» или ее отдельные свойства в сознании индивида: сосредоточено ли его внимание преимущественно на себе или на внешнем мире, озабочен ли он своими внутренними качествами или производимым на других впечатлением и т.д. Фокусы внимания ассоциируются с такими категориями как «самоосведомленность», «самонаправляемое внимание» и «самофокусирование».

**Области самости.** Области Я-концепции включают ее широкие пласты или сферы, к которым относят «телесное» и «социальное»; «внутреннее» и «внешнее»; «сознательное» и «бессознательное»; «аутентичное» и «неаутентичное»; «эго» и «эго-протяженность» и т.п.

Особый интерес представляют области аутентичного - неаутентичного и эго-протяженности. *Аутентичное (подлинное)* обычно определяется как осознаваемое человеком как относящееся к его самости. Это своеобразное искреннее согласие человека с тем, что такого рода особенности присутствуют в структуре его Я-концепции. Причем, аутентичное далеко не всегда ассоциируется с положительными характеристиками. Человек может осознавать свою неискренность, необязательность, несдержанность, непунктуальность и т.п. Точно так же обстоит дело и с *неаутентичным* – осознаваемым человеком как не характерное для себя, но предъявляемым в соответствии с ситуативно решаемыми задачами. Примером чего является повышенная интеллигентность в присутствии особо значимого лица. Предъявляя это идеальное Я, человек может осознавать, что в реальной жизни и при других обстоятельствах он далеко не всегда соответствует данному

идеалу, и это-то осознание собственной неаутентичности может вносить в сознание элементы эмоционального напряжения.

Область *эго-протяженности* охватывает круг объектов (одушевленных и неодушевленных) сопричастных к самости человека и косвенно характеризующих ее. Это и родители, и родственники, и ВУЗ, квартира, книги, увлечения, горд и многое, многое другое, оказывающее определенное влияние на становление личности и косвенно характеризующее его внутренние психологические особенности.

**Планы (или уровни)** Я-концепции обозначают степень ее осмысленности. Человек рассматривает себя, как и других, одновременно с точки зрения реального, возможного, воображаемого, желаемого, должного и изображаемого. Соответственно различаются образы наличного (реального), возможного, воображаемого, желаемого, должного и «представляемого», изображаемого «Я»:

- каким человек видит себя в данный момент;
- какое «Я» кажется ему возможным;
- кем он воображает себя; каким он хотел бы стать;
- каков образ его идеального, должного «Я»;
- какое «Я» он «представляет», разыгрывает для окружающих.

Каждый такой образ своеобразная когнитивная схема, имеющая свою собственную систему отсчета. Плоскости могут пересекаться друг с другом, входить в конфликты друг с другом. Из наиболее распространенных конфликтов такого рода является конфликт морального или идеального Я с Я-реальным. Особую роль играет плоскость исполняемого или самопрезентации - образ, представляемый для окружающих. Он строится, как правило, с учетом особенностей саморефлексирования, идентификации с адресатом предъявления и часто рассогласовывается с Я-реальным.

**Мотивы,** эмоциональные импульсы, побуждающие человека действовать во имя своих представлений о себе, также многообразны. Стремление к *положительному образу «Я»* – один из главных мотивов человеческого поведения. Отношение человека к себе никогда не бывает безразлично-нейтральным, незаинтересованным, причем эмоциональная тональность, направленность (являются ли они положительными или отрицательными) и интенсивность, сила этих чувств пронизывают все сферы человеческой жизнедеятельности. Самый устойчивый и, возможно, сильнейший мотив такого рода – *самоуважение*.

Второй специфический мотив – *чувство «постоянства Я»*, побуждающее индивида поддерживать и охранять устойчивость однажды сложившейся «схемы самости», даже если она не вполне удовлетворительна. Именно стабильность и представляет своеобразную основу для прогнозирования своего поведения, ориентирования в будущем развитии событий.

## 2. ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ Я-КОНЦЕПЦИИ ЛИЧНОСТИ

Формирование Я-концепции является весьма сложным процессом, рассматриваемым с позиций различных теоретических подходов, выдвигающих в качестве базовых те или иные принципы. Современная психология сводит их к четырем основным принципам:

**Принцип интериоризации чужих оценок** (*зеркальное отражение*). Появляясь на белый свет, человек не обладает какой-либо системой критериев оценки самого себя. Он усваивает эти оценки от других и формирует на этой основе собственную систему критериев и представлений. В многочисленных исследованиях, проведенных по данному вопросу показана зависимость Я-концепции от отношений с первичными воспитателями, ровесниками и иными значимыми другими. Это влияние со стороны значимых других особенно возрастает в отношении тех компонентов Я-концепции, для которых не имеется достаточных оснований для собственных заключений. При чем, это влияние особенно возрастает при единодушии оценивающих значимых других.

**Социальное сравнение.** С течением времени, по мере формирования собственной системы критериев самооценивания, человек начинает все больше внимания уделять сравнению себя с другими. Л. Фестингер показал, что, сравнивая себя с другими, индивид получает возможность оценки собственных способностей, привлекательности, качеств личности и корректности поведения или взглядов, не только о его достоинствах и недостатках, но и об уникальности. Л. Фестингер выделяет две функции сравнения себя с другими: *нормативную и сравнительную*. В нормативном сравнении индивид научается нормам, ценностям и аттитюдам, которые могут быть интернализированы и стать регуляторами поведения. Сравнительная функция предоставляет человеку информацию о своих способностях, характеристиках и атрибутах.

**Самоатрибуция.** По мере накопления человеком некоторой суммы представлений о себе и об окружающем мире Я-концепция стабилизируется и человек в большей степени начинает полагаться либо на собственное мнение, либо на устойчивые оценочные шаблоны, зафиксированные в его опыте. Наша Я-концепция в определенной степени есть результат наблюдения собственных действий: у нас часто нет четкого и ясного представления о том, чем мы являемся, и в этом случае мы смотрим на свои действия и обстоятельства, в которых они происходят, а затем делаем вывод о собственных мотивах и аттитюдах, стоящих за поведением, в результате приходя ко все более ясному пониманию самих себя.

**Смысловая интеграция жизненных переживаний.** Перечисленные принципы не функционируют по отдельности, что они связаны друг с другом и доминирование одного из них соответствующим образом сказывается на других. Хотя интериоризация внешних оценок, социальное сравнение и самоатрибуция - психологически разные процессы, они взаимосвязаны и часто переходят друг в друга на основе принципа смысловой интеграции «образа Я».

### 3. МЕХАНИЗМЫ ПОДДЕРЖАНИЯ УСТОЙЧИВОСТИ ЛИЧНОСТИ

У.Джеймс считал, что центральное, глобальное «Я» к тридцати годам застывает, как штукатурка», но у нас также есть множество различных социальных «Я», которые мы проявляем в различных социальных взаимодействиях.

Одной из важнейших функций Я-концепции является - *обеспечение внутренней согласованности*. Чем сложнее и многообразнее деятельность индивида, чем более дифференцированным и тонким становится его самосознание, тем труднее поддержание внутренней согласованности и устойчивости «Я». Человеческая психика имеет для этой цели целый ряд средств самоподдержания, которые З.Фрейд, впервые обративший на них серьезное внимание, назвал *защитными механизмами*, с помощью которых из сознания вытесняется неприемлемая для него информация о мире и о самом себе.

Многие психологи (Г.Олпорт, Э.Хилгард, Г.Мёрфи и другие) полагают, что одним из центральных объектов психологической защиты является именно «образ Я», причем защищать его приходится не только в чрезвычайных, стрессовых ситуациях, но постоянно, ежечасно. Если новый опыт, полученный индивидом, согласуется с существующими представлениями о себе, он легко ассимилируется, входит в Я-концепцию. Если новый опыт не вписывается в существующие представления, противоречит уже имеющейся Я-концепции, он может отторгаться. Противоречивый опыт может усваиваться с помощью защитных механизмов (т.е. избирательного, субъективного интерпретирования новой информации), которые позволяют удерживать Я-концепцию в уравновешенном состоянии, поддерживает ее устойчивость даже если реальные факты ставят ее под угрозу.

К конкретным *механизмам*, которые обеспечивают устойчивость Я-концепции, относятся следующие:

**Вытеснение** - подавление, исключение из сознания информации, вносящей напряжение и тревогу в сознание. Сталкиваясь с тревожной информацией человек предпринимает целенаправленные неосознаваемые усилия для того, чтобы «честно» забыть ее, обеспечивая сохранение позитивного самоотношения. Примером применения такого рода защиты является целенаправленное выталкивание из сознания собственных негативных действий, а так же событий, отрицательно характеризующих личность.

**Подавление** - блокирование неприятной, нежелательной информации, осуществляемое при переводе ее из воспринимающей системы в память, либо при выводе из памяти. Нежелательная информация маркируется таким образом, что бы в последующем не воспроизводиться. Исследования когнитивных психологов показали наличие существенных сложностей связанных с припоминанием информации, вызывающей отрицательные эмоции.

**Отрицание** - стремление избежать новой информации, несовместимой со сложившимися представлениями. Человек становится невосприимчив к тем граням своей жизни, которые чреваты для него неприятными ощущениями. В данном случае имеет место своеобразная «страусиная» стратегия, выражающаяся в том, что человек ничего не хочет видеть и слышать, неосознаваемо тревожась, что выстроенный им иллюзорный мир рухнет.

**Избегание** - тенденция избегания фрустрирующей ситуации или объектов, ассоциирующихся с неприятными воспоминаниями. Этот механизм проявляется в стремлении людей не встречаться со знакомыми, оказавшимися свидетелями их негативных проявлений, а так же мест, напоминающих о неприятных событиях.

**Обособление** - изоляция, обособление внутри сознания особых зон, связанных с травмирующими факторами, часто ведущие к расщеплению, диссоциации личности. В рамках сохранения «собственного лица» люди часто как бы обособливают свои негативные действия, объясняя себе их тем, что они вынуждены экстраординарными обстоятельствами. В обычных обстоятельствах эти действия просто не имели бы места. Так, человек, совершивший хамский поступок, вызвавший осуждение, начинает выгораживать себя, ссылкой на вынудившие его обстоятельства.

**Рационализация** - самообман, попытка рационально обосновать абсурдный импульс или идею. Примером рационализации является стремление найти у несимпатичного человека уймы несуществующих недостатков. Причем рационализация может быть как негативно, так и позитивно валентной. Примером позитивно валентной рационализации является кумирозация или идеализация героя, вождя, идола и т.п. В частности, влюбленные часто приписывают друг другу набор качеств объективно не присутствующих, что часто создает основу для последующих разочарований. Логика тут простая - моим избранником может быть только идеал, а следовательно у него должен быть такой набор позитивных характеристик.

**Проекция** - бессознательный перенос собственных чувств, влечений, качеств на другое лицо. Нечистый на руку рассматривает и всех остальных как таких же. Курильщик снимает тревогу находя себе подобных. Двоечник восстанавливает позитивное самоотношение в случае нахождения «друзей по несчастью». Как и в случае рационализации можно говорить о позитивно и негативновалентных разновидностях. В случае позитивновалентной проекции человек начинает проецировать свои позитивные качества на избранного другого, забывая, что присутствие их вовсе не является нормой.

**Идентификация** - разновидность проекции, неосознаваемое отождествление себя с другим человеком и перенос на себя желательных свойств и качеств. Особенно характерна для младшего возраста, в котором часты случаи ролевой идентификации с героем. Ребенок начинает верить в то, что он Рембо и ощущает себя сильным и уверенным.

**Конверсия** - изменение значения, содержания явления на более приемлемое. Человек обозначает то или иное негативное деяние более мягким термином, тем самым уменьшая остроту переживаний. Не украл, а взял, не сбежал,

а ушел и т.п. Причем, конверсия часто используется и для успокоения общественного самосознания.

**Регрессия** - замена значимой, но труднодостижимой цели на менее значимую, но легче достижимую. В данном случае человек, опасаясь возможной неудачи в решении сложной задачи (например, поступления в престижный ВУЗ) выбирает задачу попроще, а для себя рассказывает «сказку» о том, что образование можно получить везде, прилагая соответствующие усилия и обладая способностями, в наличии которых у себя он не сомневается.

**Компенсация** - неудачи в одной сфере деятельности компенсируются сверхдостижениями в другой. Примером компенсации является «уход» в работу, семью и т.п.

**Фантазия** - использование в качестве заместителей достижений их образов. Человек достигает в мечтах глобальных целей и удовлетворяется. Примером такого рода является маниловщина.

**Формирование реакций** - включает подчеркивание представлений и характеристик, противоположных наличным недостаткам. Например, мать, неосознаваемо ненавидящая ребенка, всячески демонстрирует свою любовь к нему, человек, склонный к гомосексуализму - становится Доном Жуаном.

**К. Роджерс** предложил только два механизма защиты, которые используются человеком для сведения к минимуму осознания несоответствия внутри «Я» или между «Я» и переживанием:

- **искажение восприятия** имеет место, когда несоответствующее переживание допускается в сознание, но только в форме, которая делает его совместимым с каким-либо аспектом Я- образа человека. Роджерс иногда объясняет такое выборочное восприятие как рационализацию. Переживание воспринимается сознанием, но его истинный смысл остается непонятым. В случае отрицания, менее встречаемой, с точки зрения Роджерса, защитной реакции, человек сохраняет целостность своей Я- структуры, полностью уходя от осознания угрожающих переживаний.

- **отрицание** встречается каждый раз, когда человек отказывается признать себе, что переживание имело место. Если стратегия отрицания доведена до крайности, могут иметь место тяжелые психологические последствия. Роджерс указывал, что отрицание может привести к паранойе, бреду и к множеству других психических расстройств. По К. Роджерсу, если между «Я» и текущими переживаниями существует значительное несоответствие, то защита «Я» может стать неэффективной. В таком состоянии несоответствующие переживания точно символизируются в сознании, и самооценка разрушается.

#### **4. КОГНИТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ УЛУЧШЕНИЯ И ЗАЩИТЫ ОБРАЗА «Я»**

Люди хотят видеть себя в положительном свете по крайней мере по двум причинам. Во-первых, положительное мнение о себе приносит веру в то, что они эффективны, а эта вера помогает аккумулировать энергию, необходимую

для того, чтобы этих целей достигнуть (**Бандура, 1977**). С этой точки зрения позитивный взгляд на себя ведет к успеху. Во-вторых, отношение к самим себе показывает, насколько хорошо идут дела в социальной жизни.

**Л. Фестингер (теория социального сравнения)** к когнитивным стратегиям, которые люди используют для того, чтобы улучшить или защитить свой образ, относит социальное сравнение. Как известно, **социальное сравнение** — это один из способов формирования и развития Я-концепции, но оно может быть использовано и с целью представить самих себя в лучшем свете. Для этого можно использовать **нисходящее социальное сравнение**, то есть сравнение себя с кем-то, кто менее удачлив, менее способен, менее привлекателен и т.д. Нисходящее сравнение может улучшить или защитить «образ Я» только тогда, когда другой человек находится в положении явно менее благополучном. Поэтому люди часто ищут способы принизить других людей или поставить себя выше их. Иногда люди могут формировать положительный взгляд на себя с помощью **восходящего социального сравнения** — сравнивая себя с теми, кто находится в относительно лучшем положении. Эта стратегия может быть и опасной для человека. С одной стороны, она может принести пользу, побуждая улучшать собственные достижения. С другой стороны, такая стратегия несет в себе риск, поскольку может снизить самооценку. Поэтому они стараются убедить себя, в том, что находятся примерно на том же уровне.

Существует несколько свидетельств, подтверждающих гипотезу о том, что люди испытывают желание связать себя с теми, кто кажется им более состоятельным. Для этого они часто подчеркивают, что они имеют какое-то отношение к тем, кто уже добился успеха и уважения, или повышают статус людей или событий, с которыми ощущают себя прочно связанными (видят в выгодном свете своих друзей, родственников и социальные группы, к которым принадлежат).

Таким образом, желание улучшить и защитить собственный внутренний образ влияет на то, к кому обращается наше внимание и что мы о них думаем. Применяя стратегию нисходящего сравнения, мы фокусируем внимание на тех, кто в чем-то хуже нас, и думаем о них как об отступающих от нас и менее достойных уважения людях. Иногда мы используем также стратегию восходящего сравнения, сосредоточивая свое внимание на тех, кто в чем-то лучше нас, в надежде, что нам удастся воспользоваться «отраженной славой».

**Д. Майерс** отмечает еще один ресурс поддержания позитивного самоотношения или оправдания собственных деяний - возможность множественной интерпретации событий, наделение их самыми разнообразными смыслами (особенности атрибутирования).

Эта возможность переинтерпретации в целях сохранения позитивного самоотношения, а в конечном итоге устойчивости Я-концепции, обозначается Д. Майерсом как **самоудовлетворяющие предубеждения или тенденции**. К ним относятся:

- готовность человека воспринять все то, что говорится о его успехах, отнеся успех на счет собственных способностей и усилий, а неудачи

приписать влиянию внешних факторов — например, невезению или изначальной «неразрешимости» проблемы;

- приписывание большего значения тому, что хорошо получается;
- эффект ложного консенсуса - переоценка количества людей, которые мыслят и поступают так же, как и мы.

- склонность выдвигать в качестве критериев оценки других людей собственных сильных сторон. Чем выше мы оцениваем какие-то свои способности и качества (ум, настойчивость, чувство юмора), тем чаще используем именно их в качестве основы для оценки других;

- объяснение причинности, направленное на поддержание самоудовлетворенности (человек отбирает причины, устраивающие его, и игнорирует - не устраивающие);

- сравнения в собственную пользу (избирается устраивающая система координат или эталонов и провозглашается единственно верной);

- переоценка желательности именно совершенных действий в данной ситуации (я не мог поступить иначе);

- забывание прошлого в выгодном для себя свете;

- стремление к нахождению дополнительных возможностей самооправдания при невозможности избавиться от воспоминаний о совершенных негативных действиях;

- преувеличение объективности результатов проверки собственных действий в случае их позитивности;

- склонность к эгоцентризму, проявляющаяся в преувеличении собственной ответственности за действия других людей при объективно весьма незначительной роли для них (стремление дать совет при отсутствии просьбы о нем);

- склонность к рассмотрению собственных поведенческих мотивов как более позитивных, а мотивов других людей - как менее позитивных (я помог по причине собственной альтруистичности, он - из-за корысти);

- нереалистичский оптимизм в отношении будущего развития событий.

Общая направленность перечисленных самоудовлетворяющих предубеждений очевидна - сохранение позитивного самоотношения.

### 1.3 СТРУКТУРА, СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ САМОСТИ

*Вопросы для изучения:*

- 1) Понятие самости
- 2) Теоретические подходы к описанию структуры и содержания самости

#### 1. ПОНЯТИЕ САМОСТИ

Не смотря на довольно широкую представленность категории самости в психологической литературе определение содержания данного понятия связано с определенными трудностями. Широкая популярность термина «самость» в социально-психологической литературе сопровождается не менее широкими дискуссиями, от признания ее центральной категорией до ее полного игнорирования. Согласие теоретиков достигнуто лишь в том, самость не является однородной, константной, полностью последовательной и унитарной. Постоянно отражая себя, люди в каждый конкретный момент времени схватывают лишь микрочастицу этой своей бесконечной сущности, более того, подавляющая ее часть, подобно айсбергу, остается за пределами осознания.

В бихевиоризме самость рассматривается как *поведенческая категория*, которую можно уловить только в действиях, поступках. Когнитивная психология считает самость *познавательной схемой*, благодаря которой индивид перерабатывает информацию о себе, организуя ее в особые понятия и образы. Психоанализ и эго-психология видят в самости *мотивационный феномен*, основу которого составляют влечения и потребности. Для интеракционизма самость – *продукт межличностного взаимодействия и коммуникации*. Экзистенциальная психология усматривает сущность самости в *процессах самоактуализации*, актах творчества и т.д.

В западной психологической традиции принято определение самости как *сложного, динамического единства, отражающего реализующееся поведение и опосредующее и регулирующее его*.

В отечественной традиции самость определяется как *интегральная целостность*, «одноличие», «подлинность» индивида, его *тождественность самому себе, на основании которой он отличает себя от внешнего мира и от других людей*.

Многоаспектность использования термина «самость» привело к его частому отождествлению с понятиями «Я», «Я-концепция», самосознание, идентичность. Часто представленные попытки отождествления этих родственных понятий ошибочны. Если самость включает все аспекты человеческой сущности, в том числе и неосознаваемые, то Я-концепция – только осознаваемые, фиксируемые человеком и выступающие для него в качестве ориентиров для самооценки, саморазвития и т.п.

Полное понимание самости связано с обязательным прослеживанием физического тела, социально определяемой идентичности (включая роли и взаимоотношения), личность, а так же ее знания о собственной самости (т.е., Я-концепцию). Самость так же может пониматься и как активная сущность, принимающая решения и иницилирующая действия.

## 2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПИСАНИЮ СТРУКТУРЫ И СОДЕРЖАНИЯ САМОСТИ

**Самость в теории Ч. Кули.** Согласно Ч. Кули, человеческая природа, которая проявляется в человеческой самости, есть процесс развития социальной группы. Ч. Кули предложил *теорию «зеркального Я»*, где главным ориентиром для самости является представление индивида о том, что о нем думают другие. Самость рассматривается как отражение мыслей других людей по поводу самого себя, т.е. *самость – это образ личности о себе самой, создаваемый на основе осознания реакции других.*

Самость состоит из 3-х компонентов:

- представление о том, каким я кажусь другим людям;
- представление об оценке, которую дает человек моему образу.
- чувство гордости или унижения.

**Теория самости Дж. Мид.** Дж. Мид полагал, что самосознание индивида – это результат социального взаимодействия, в ходе которого человек приучается смотреть на себя как на объект. Он считал, что в результате взаимодействия возникает (me), т.е. обобщенная оценка индивида другими людьми – его социальное Я.

Me состоит из усвоенных человеком установок.

I(ай) – это то, как человек воспринимает свое социальное Я (me).

I и me образуют *интегральное Я* или *самость*.

Дж. Мид считал, что самость в своем развитии проходит ряд стадий:

- *стадия подражания*: ребенок копирует поведение окружающих, не понимая смысла. Ребенок на этой стадии не отделяет себя от окружающих;
- *стадия проигрывания*: роли, которые ребенок проигрывает не интегрированы в определенную систему, здесь отсутствует идентификация.
- *стадия коллективной, организованной игры*: ребенок принимает роль. Он смотрит на себя не глазами отдельных людей, а глазами определенного. Здесь формируется установка на себя, человек ценит себя в той мере, в какой его оценивают окружающие.

**Подход к рассмотрению самости Г. Олпорта.** Г. Олпорт утверждал, что личность – это единство структуры, интеграция всех аспектов, которые предают человеку своеобразие. Существует некий принцип, который организует эти установки, мотивы в единое целое.

*Проприум* или *самость* – это позитивное, творческое, стремящееся к росту, развивающееся свойство человеческой природы.

Г. Олпорт выделил 7 аспектов самости, которые участвуют в ее развитии с детства до зрелости:

– *Ощущение своего тела* или телесная самость: ощущение, которое исходит из мышц, связок, сухожилий, внутренних органов. Телесная самость на протяжении всей жизни остается опорой для самосознательности.

– *Ощущение самоидентичности*: когда ребенок по средствам языка осознает самого себя, как определенного важного лица, особую важность играет свое имя, одежда, игрушки, все вещи, которые усиливают его чувство идентичности.

– *Чувство самоуважения*: чувство гордости, когда ребенок выполняет что – то самостоятельно, т.е. самоуважение зависит от того, насколько человек выполняет самостоятельно действия.

– *Расширение самости* (с 4 – 5 лет.): проприум развивается путем расширения границ самости.

– *Образ себя* (5 – 6 лет ): понимает что от него хотят, что такое хорошо и что такое плохо.

– *Рациональное управление собой*: находит рациональное решение проблем (6 – 12).

– *Проприотивное стремление*, выбор жизненных целей, понимание того, что будущее нужно планировать.

Познание самого себя стоит над всеми аспектами и объединяет их.

**Самость в теории К.Г. Юнга.** Наряду с «Я» (эго) как субъектом сознания Юнг выделяет «самость» как субъект «тотальной психики», включающей и сознательное и бессознательное.

Термина «личность» Юнг старается избегать; зато вводит несколько новых категорий, подчеркивающих многоликость и многоуровневость «самости». «Тень» характеризует ее негативную сторону – все низменное, животное, примитивное, что дремлет на дне души. «Персона» – «Лицо» маска, которую индивид выставляет напоказ, для других, чисто объектное отношение, за которым скрыта подлинная индивидуальность. «Душа» – внутренняя сторона личности, в противоположность внешней, «Персоне», существует как женское начало – «Душа» (Anima) и мужское начало – «Дух» (Animus), причем в первом сильнее выражен Эрос, а во втором – Логос.

#### **Современные концепции самости.**

**Концепция возможных самостей** была разработана Х.Маркус и П.Нуриус (1986).

*Возможные «Я»* содержат знания индивида о себе в сослагательном залоге, с точки зрения его (или ее) возможностей, надежд и страхов. Это идеальные «Я», какими мы *хотели бы* стать («богатый», «известный»); «Я», какими мы *могли бы* стать в будущем («профессионал», «имеющий детей»); «Я», какими мы *боимся стать* («бездомный», «алкоголик»).

Репертуар возможных «Я» отражает динамическую природу знаний человека о себе, в нем когнитивно представлены цели, устремления, мотивы и опасения. В отличие от иных составляющих возможные самости не проверены социальным опытом и поэтому не кристаллизовались в устойчивые аффективно-когнитивные структуры. Это самая изменчивая, экспериментирующая часть Я-концепции.

*Развитие человека* можно представить себе как процесс приобретения, достижения или сопротивления некоторым возможным самостям, процесс, которым управляет «автор» проекта – самость человека. Динамично обновляемый репертуар возможных «Я» служит не только генеральным планом личного развития, но и основой для оценки и объяснения текущих знаний о себе.

Для изучения роли возможных самостей необходимо одновременно измерять другие, связанные с ними компоненты:

- прошлое «Я», из которого черпаем строительный материал для наших мечтаний;
- будущие самости, отражающие культурные нормы и наличные ресурсы;
- текущие, настоящие «Я», которые важны в качестве точек отсчета, как некая мера «истинного Я».

Возможные самости являются результатом конструктивной работы «Я», социальных и культурных влияний. Соотношение различных компонентов в возможных «Я» позволяет судить о доле творческого вклада человека в свою жизнь.

Маркус и Нуриус предположили, что возможные «Я» в состоянии объяснить значительную долю изменчивости индивидуального поведения. Исследователи отмечают мотивирующую функцию как позитивных, так и негативных «возможных Я»: образ себя успешного в будущем или представление о себе как о потенциальном неудачнике «творит» реальный успех или неудачу, что, впрочем, давно известно в социальной психологии как феномен «самоосуществляющегося пророчества».

**Концепция самоидентификаций Б. Членкера** фокусируется на *проблематике социальной идентичности*, определяя ее как «теорию самости (или схемы) формируемой и сохраняемой посредством актуального или воображаемого согласия в отношении того, какой должна быть самость. В рамках идентичности у человека формируется ряд самоидентификаций, позволяющих ему приспосабливаться к различным обстоятельствам и их динамике. По его мнению в структуре самости существуют многочисленные, часто противоречащие друг другу, самоидентификации, связанные с оптимальным приспособлением к различного рода ситуативным контекстам.

Желаемые социальные идентичности привязаны, прежде всего, к требованиям конкретных ситуаций, социального окружения и преследуемым целям. В конечном итоге они выступают в качестве представлений человека о том, что он должен делать в той или иной ситуации, какие последствия его ожидают, как избежать негативных результатов.

В схеме, предлагаемой Членкером, люди рассматриваются как мультимотивированные, активно работающие над самосответствием, развивающие позитивный образ собственного Я, прилагающие усилия для преодоления ситуаций, представляющих угрозу для самоидентичности.

Осуществляемый в межличностном взаимодействии процесс соотнесения Я – другие также таит в себе многочисленные ограничения для

самоидентификации и самопрезентации. Процесс адаптации к идентичностям часто строится по схеме **теории обмена** – взвешивание затрат и получаемых выгод от взаимодействия личных и социальных императивов. Причем не только индивид взвешивает последствия проявления той или иной идентичности, но и социум включает свои регулятивы для стимулирования желательных ему самоидентичностей.

**Концепция саморуководств Т. Хиггинса** рассматривает человека как

- репрезентирующего для себя актуальное (чем мы действительно являемся),

- возможное Я,

- будущее Я.

Возникающие между ними противоречия влияют на эмоциональное состояние человека, а как следствие — вызывают определенные психические расстройства. В частности, утверждается, что тревога или депрессия — результат противоречий между тем, чем мы действительно являемся, и тем, чем, по нашему мнению мы должны быть или ожидаем, что будем.

Последние представления Т. Хиггинс называет **«проводниками Я»** (self-guides). Т. Хиггинс выделяет следующие «проводники Я»:

- наши собственные «долженствования» — те черты, которыми мы, по нашему мнению, должны обладать;

- наши представления о том, чем мы хотели бы быть (что очень близко по смыслу с «позитивными возможными Я» Х. Маркус);

- наши «долженствования», связанные с другими, указывающие на то, что, по нашему мнению, другие ожидают от нас;

- наши идеалы, связанные с другими, отражающие то, что другие, по нашему мнению хотят от нас.

Будущие «я» очень важны, потому что они помогают определить наши цели и направляют наши действия. Например, когда нам становится ясно, что наши настоящие «я» — те, кем мы, как нам кажется, являемся на самом деле, — не дотягивают до наших идеальных «я» — тех, кем мы должны быть, — мы начинаем тревожиться и эта тревога может мотивировать нас прилагать больше усилий для достижения наших целей.

Тип противоречия между этими двумя конструктами определяет **тип эмоционального дискомфорта**. Если противоречие возникает между Я-концепцией и «долженствованиями», то результатом будет тревожное состояние, если же основное противоречие лежит между Я-концепцией и идеалами (нашими собственными или идеалами других), то результатом будут депрессивные состояния. На сегодняшний день получен целый ряд экспериментальных подтверждений большинства положений Т. Хиггинса, в результате чего данная концепция активно используется не только в социально-психологическом, но и клиническом анализе личности.

**Когнитивно-жизненно-переживаемой теория самости С. Епстейна.** Согласно ей, люди автоматически конструируют **имплицитную «теорию реальности»**, которая включает два основных блока:

- теорию самости и теорию окружающего мира, а также
- репрезентации отношений между Я и миром.

В теории личности Эпштейна интегрируются психодинамические и бихевиоральные теории, феноменологические представления о личности и современные когнитивные теории переработки информации. *Первое положение* Эпштейна состоит в том, что люди постигают реальность двумя основными способами: экспериментальным (с помощью опыта) и рациональным.

В данном случае Эпштейн предлагает метафору «сердце и голова», подчеркивая, что существует огромная разница между тем, как человек приобретает знание в случае интеллектуальной работы и в ситуации инсайта. Знания, полученные на лекции, усваиваются совершенно не так, как знания, полученные посредством опыта. Отличие информации, усвоенной экспериментально, состоит в том, что она имеет определенный эмоциональный заряд и фиксируется гораздо более прочно, чем информация, полученная в результате интеллектуальных действий.

Таким образом, личность имеет две адаптивные системы: экспериментальную и рациональную. Согласно Эпштейну,

- конструкторы, которые люди строят при помощи рациональной системы, называются *убеждениями*, а
- конструкторы, которые формируются в экспериментальной системе, называются *имплицитными убеждениями*, или *схемами*.

Эти схемы лежат в основе теории реальности, составляют ее фундамент. Они формируются в результате процесса генерализации личностью эмоционально значимого опыта при взаимодействии с окружающим миром и проявляются в поведении человека автоматически, предшествуя по времени произвольным рациональным процессам. При этом непроизвольные автоматические процессы, по Эпштейну, гораздо более адаптивны, нежели рациональные.

*Второе положение* теории личности Эпштейна касается *базисных потребностей человека*. Проанализировав работы известных теоретиков психологии личности, он выделил четыре вида базисных потребностей, стремление к удовлетворению которых детерминирует поведение индивида: индивид стремится,

- во-первых, максимизировать удовольствие и минимизировать боль (З. Фрейд);
- во-вторых, обрести связную и стабильную концепцию окружающего мира (К. Роджерс);
- в-третьих, обрести объект привязанности (Дж. Боулби, Р. Фейрберн);
- в-четвертых, повысить чувство самоуважения (А. Адлер, Г. Олпорт, Х. Кохут).

Удовлетворение данных потребностей производится с помощью как экспериментальной, так и рациональной систем. При этом Эпштейн

обосновывает необычный взгляд на роль предсознательных процессов и эмоций на адаптивность личности: он считает, что экспериментальная система содержит в себе больше адаптивных сил, нежели рациональная. В качестве подтверждения этого постулата Эпстейн приводит данные **С. Тейлор**, которая показала наличие у хорошо адаптированных и успешных индивидов нерациональных позитивных иллюзий, касающихся собственного Я и окружающего мира.

В соответствии с основными потребностями личности, Эпстейн выделяет четыре базисных убеждения, или схемы, составляющие **имплицитную личностную теорию реальности**:

- 1) убеждение о доброжелательности окружающего мира;
- 2) убеждение о справедливости окружающего мира;
- 3) убеждение в том, что окружающим людям можно доверять;
- 4) убеждение в собственной значимости.

Эти схемы определяют своеобразие само- и мироощущения субъекта; изменение каждого из них приводит к существенному дестабилизирующему эффекту в отношении всей действующей структуры.

Поведение представляет компромисс четырех базовых мотивов: самоудовлетворенности; поддержания стабильности концептуальной системы; поддержания взаимоотношений с другими; укрепления самооценки. Нарушение баланса приводит к колебанию системы в целом, что чревато кризисными последствиями для личности. Оперирование концептуальной системой жизненных переживаний осуществляется по следующей схеме – сталкиваясь с ситуацией, требующей некоторого рода реагирования, индивид, в зависимости от предшествующего опыта, начинает испытывать определенные чувства. Если они положительны, поведение направлено на их поддержание, если негативны – наоборот. Причем это касается как чувств, так и характера мышления.

## 1.4 СОЦИАЛИЗАЦИЯ ЛИЧНОСТИ

*Вопросы для изучения:*

- 1) Понятие социализации.
- 2) Теоретические подходы к проблеме социализации
- 3) Факторы социализации личности.
- 4) Механизмы социализации личности

### 1. ПОНЯТИЕ СОЦИАЛИЗАЦИИ

С первых дней своего существования человек окружен другими людьми. С самого начала жизни он включен в социальное взаимодействие. В процессе взаимоотношений с людьми человек приобретает определенный социальный опыт, который, будучи субъективно усвоенным, становится неотъемлемой частью его личности. Одними из важнейших социально-психологических

вопросов является, вопрос о том, как человек развивается и как он входит в социальную жизнь? В социальной психологии данная проблематика обычно ассоциируется с категорией «социализация». Само понятие «социализации» было введено в социальную психологию в 1940-50 годы в работах **А. Бандуры** и **Дж. Колемана**, которые изучали особенности формирования социального опыта личности.

**Социализация** — это процесс, посредством которого люди усваивают правила поведения, а также системы убеждений и установок, позволяющие индивиду успешно действовать в качестве члена общества (М. Хьюстон, В. Штрёбе, 2004).

**Г.М.Андреева** определяет **социализацию** как процесс трансляции норм и ценностей, позволяющих формировать и расширять социальные связи личности с миром в трех основных сферах – предметной деятельности, общении и самосознании. Важнейшие трансляторы норм и ценностей – большие и малые группы.

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

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

а) нормы, правила, ценности, отношения и т.п. социальной среды (этап общей социализации личности);

б) культура труда производственной и других видов деятельности (этап профессиональной социализации личности).

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

Усвоение социального опыта всегда субъективно. Одни и те же социальные ситуации по-разному воспринимаются и по-разному переживаются различными личностями. А потому они оставляют неодинаковый след в психике, в душе, в личности разных людей. Таким образом, лежащее в основе процесса социализации усвоение социального опыта становится и источником индивидуализации личности, которая не только субъективно усваивает этот опыт, но и активно его перерабатывает.

Личность выступает в качестве активного субъекта социализации. Процесс социализации не завершается по достижении человеком взрослого возраста. Социализация личности осуществляется в процессе адаптации к окружающей среде и к социальным отношениям.

Адаптированность личности может быть:

- **внутренней**, проявляющейся в форме перестройки ее функциональных структур и систем личности при определенной

трансформации и среды ее жизни и деятельности. В таком случае и внешние формы поведения, и деятельность личности видоизменяются и приходят в соответствие с ожиданиями среды, с идущими извне требованиями. Происходит полная, генерализованная адаптация личности;

- **внешней** (поведенческой, приспособительской), когда личность внутренне содержательно не перестраивается и сохраняет себя, свою самостоятельность. В результате имеет место так называемая инструментальная адаптация личности;

- **смешанной**, при которой личность частично перестраивается и подстраивается внутренне под среду, ее ценности, нормы, в то же время частично адаптируясь инструментально, поведенчески сохраняя и свое «я», и свою самостоятельность.

Основные *направления социализации*, соответствуют ключевым сферам жизнедеятельности человека: поведенческой, эмоционально-чувственной, познавательной, бытийной, морально-нравственной, межличностной.

Таким образом, в процессе социализации люди обучаются тому, как себя вести, как эмоционально реагировать на различные ситуации, переживать и проявлять различные чувства; каким образом познавать окружающий социальный и физический мир; как организовывать свой быт; каких морально-этических ориентиров придерживаться; как эффективно участвовать в выстраивании формальных и неформальных взаимоотношений и многое, многое другое. От того, каков будет процесс социализации, во многом определяется и последующая гармония или дисгармония социального бытия человека.

## 2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ПРОБЛЕМЕ СОЦИАЛИЗАЦИИ

Поскольку сегодня нельзя говорить о наличии какого-либо общепризнанного подхода к социализации, целесообразно рассмотрение обозначенной проблемной области посредством представления широкого спектра подходов, наработанных в разных психологических традициях.

### ➤ *Психодинамический подход*

**Психоаналитическая теория** развития **З. Фрейда** основывается на 2-х предпосылках.

Первая, или *генетическая*, делает упор на том, что переживания раннего детства играют критическую роль в формировании взрослой личности. З. Фрейд был убежден, что основной фундамент личности закладывается в очень раннем возрасте, до 5-ти лет.

Вторая предпосылка состоит в том, что человек рождается с определенным количеством *сексуальной энергии* (либидо), которая затем проходит в своем развитии через несколько психосексуальных стадий.

**Фрейд** выделяет *два важных фактора развития* – фрустрация и сверхзаболевательность. В случае фрустрации психосексуальные потребности ребенка (например, сосание, кусание или жевание) пресекаются родителями,

воспитателями и др. и поэтому не находят оптимального удовлетворения. При сверхзаботливости со стороны родителей ребенку предоставляется мало возможностей (или вообще нет) самому управлять своими внутренними функциями. В результате у ребенка формируется чувство зависимости и некомпетентности.

В любом случае, как считал Фрейд, в результате происходит чрезмерное скопление либидо в той стадии, на которую пришлось фрустрация или сверхзаботливость, и происходит **фиксация** – задержка или остановка на определенной психосексуальной стадии. В зрелые годы это может выразиться в виде «остаточного» поведения, т.е. будут сформированы определенные черты характера, ценности, установки. Например, упорное сосание пальца 10-летним мальчиком свидетельствует о фиксации на оральной стадии.

Таким образом, дети проходят ряд стадий психосексуального развития. На каждой стадии интересы ребенка и окружающих его людей (родителей, педиатров, родных, учителей и т.д.) сосредоточены вокруг какой-то определенной части тела (эrogenной зоны), которая служит источником получения удовольствий. Для каждой стадии характерен конфликт между стремлением к удовольствию и ограничениями, накладываемыми сначала родителями, а потом и «Суперэго».

По его мнению социализация начинается с момента подавления обществом инстинктивных мотивов к достижению удовольствия. Проблемы во взаимоотношениях ребенка с родителями и определяют своеобразие последующего развития.

Фрейд выделил четыре последовательных стадии развития личности: оральную, анальную, фаллическую и генитальную. В эту схему развития Фрейд включил и латентный период, который в норме приходится на промежуток между 6 и 7 годами жизни ребенка и началом половой зрелости (6-12 лет).

**Психосоциальная теория Э. Эриксона.** Последователи Фрейда не были столь категоричны в выдвижении сексуальности в качестве ведущего мотива. Э. Эриксон в своих теоретических построениях уделял больше внимания социальным, культурным историческим факторам и выделил ряд **стадий психосоциального развития** личности.

**1. Доверие – недоверие** (грудной возраст). Развитие ребенка определяется почти исключительно общением с ним взрослых людей, в первую очередь, матерью. Уже здесь могут возникать предпосылки к проявлению в будущем стремления к людям или отстраненность от них. Нормальная линия развития – *доверие к людям* как взаимная любовь, привязанность, взаимное признание родителей и ребенка, удовлетворение потребностей детей в общении и их жизненно важных потребностей. Аномальная линия развития – *недоверие к людям* как результат плохого обращения матери с ребенком, игнорирования, пренебрежения им, лишение любви. Слишком раннее или резкое отлучение от груди, его эмоциональная изоляция.

**2. Автономия – стыд и сомнения.** (1-2года). Определяет формирование у ребенка таких личностных качеств, как самостоятельность и уверенность в себе. Их становление опять же зависит от характера общения и обращения взрослых с ребенком. Нормальная линия развития - ребенок смотрит на себе как на *самостоятельного, но еще зависимого* от родителей человека. Аномальная линия – *сомнение* в себе или *гипертрофированное чувство стыда*. Ребенок чувствует свою неприспособленность, сомневается в своих способностях, испытывает лишения, недостатки в развитии элементарных двигательных навыков (например, хождение). Слабо развита речь, сильное желание скрыть свою ущербность от окружающих людей. Чувство стыда.

**3. Инициатива – чувство вины** (3-5 лет). Нормальное развитие – *активность*, живое воображение, активное изучение окружающего мира, подражание взрослым, включение в полоролевое поведение, инициативность. Аномальное развитие – *пассивность*. Вялость, отсутствие инициативы, инфантильное чувство зависти к другим детям и людям, подавленность, уклончивость, отсутствие признаков полоролевого поведения, чувство вины.

**4. Трудолюбие – неполноценность** (5-11 лет). Нормальное развитие - *выраженное чувство долга и стремление к достижениям*, развитие познавательных и коммуникативных умений и навыков. Постановка перед собой и решение реальных задач, нацеленность фантазии и игры на лучшие перспективы, активное усвоение инструментальных и предметных действий, ориентация на задачу. Аномальное развитие – *чувство собственной неполноценности*. Слабо развитые навыки, избегание сложных заданий, ситуаций соревнования с другими, чувство обреченности на то, чтобы всю жизнь оставаться посредственностью. Конформность, рабское поведение, чувство тщетности прилагаемых усилий при решении разных задач.

**5. Становление индивидуальности (идентификация) – ролевая диффузия (юность)** (11-20 лет). Нормальное развитие – *жизненное самоопределение*. Развитие временной перспективы – планов на будущее, самоопределение в вопросах: каким быть? Кем быть? Четкая половая поляризация в формах поведения. Формирование мировоззрения. Взятие на себя лидерства в группах сверстников и при необходимости подчинение им. Аномальное развитие – *путаница ролей*. Смещение и смешение временных перспектив: мысли не только о будущем, но и о прошлом. Сильно выраженное стремление разобраться в самом себе в ущерб отношениям с внешним миром. Полоролевая фиксация. Смещение форм полоролевого поведения, ролей в лидировании. Потеря трудовой активности. Путаница в моральных и мировоззренческих установках.

**6. Интимность – одиночество** (начало взрослого периода, 20-40-45 лет). Нормальное развитие - *близость к людям*, стремление к контактам с людьми, желание посвятить себя другим людям. Рождение и воспитание детей. Любовь и работа. Удовлетворенность личной жизнью. Аномальное развитие – *изоляция от людей*. Избегание близких, интимных отношений с людьми. Трудности характера, неразборчивые отношения и непредсказуемое

поведение. Непризнание, изоляция, первые симптомы отклонений в психике. Состояние одиночества.

**7. Творческая активность – застой** (средний возраст – 40-45- 60 лет). Нормальное развитие – *творчество*. Продуктивная и творческая работа над собой и с другими людьми. Зрелая, полноценная и разнообразная жизнь, удовлетворенность семейными отношениями, гордость за своих детей. Обучение и воспитание нового поколения. Аномальное развитие – *застой*. Эгоизм, эгоцентризм, непродуктивность в работе. Ранняя инвалидность. Исклнительная забота о самом себе, всепрощение себя.

**8. Умиротворение – отчаяние** (старость – свыше 60 лет). Нормальное развитие – *полнота жизни*. Постоянные раздумья о прошлом, его спокойная взвешенная оценка. Принятие прожитой жизни. Способность примириться с неизбежным. Понимание того, что смерть не страшна. Состояние умиротворения. Аномальное развитие – *отчаяние*. Ощущение того, что жизнь прожита зря, что времени осталось слишком мало, что оно летит слишком быстро. Осознание бессмысленности, потеря веры в себя и других людей. Желание прожить жизнь заново, стремление получить от нее больше, чем было получено. Ощущение отсутствия в мире порядка, наличия в нем доброго, разумного начала. Боязнь приближающейся смерти.

Основной смысл личностного развития в юности и отрочестве заключается в том, что приобретаются новые жизненные и социальные роли, а это заставляет человека по-новому смотреть на многие вещи.

На каждой из 8 стадий человек испытывает **специфический кризис**, суть которого составляет конфликт между противоположными состояниями сознания и психики.

Э. Эриксон полагал, что успешное разрешение конфликтов приводит к относительно беспроblemному существованию, заканчивающемуся формированием определенных личностных качеств, в совокупности составляющих определенный тип личности. Неудачное разрешение конфликта на какой-либо стадии провоцирует кризис и переходя на новую стадию человек привносит в нее шлейф прошлых проблем. Это усложняет разрешение присущего этой стадии конфликта.

### ➤ **Бихевиористский подход.**

В отличие от других психологических традиций, бихевиористы рассматривают человека без выделения каких-либо этапов или стадий в его развитии. Основным в развитии личности они считают расширение репертуара поведения, которое достигается путем научения.

Концентрируясь на проблематике научения, они выделяют три типа поведения: классическое обусловливание; оперантное обусловливание; научение через моделирование. Основными механизмами усвоения нового опыта в классическом бихевиоризме выступают **поощрение** и **наказание**, а так же **научение через моделирование**, умелая комбинация которых при условии контроля окружения и позволяет формировать заданное поведение. В случае научения через моделирование усвоение социального опыта осуществляется

либо через непосредственное наблюдение, либо через моделирование. Ведущий представитель социально-когнитивно-поведенческого подхода **А. Бандура** отмечает, что дети приходят к усвоению жизненного опыта в процессе активного участия в переработке поступающей информации, в конечном счете, интернализуя поступающую информацию таким образом, чтобы привлекать ее к саморегуляции поведения при условии отсутствия моделей или подкрепляющих агентов.

➤ **Когнитивные теории.**

В когнитивной традиции акценты делаются, прежде всего, на развитие познавательной сферы личности, как и в психодинамической традиции процесс развития часто рассматривается как стадийный, в котором предыдущая стадия выступает в виде своеобразного подготовительного этапа для последующей.

**Теория когнитивного развития Ж.Пиаже**

Пиаже выделяет четыре стадии развития:

1. **Сенсомоторная** (от рождения до 18-24 месяцев) и характеризующаяся формированием способности сохранять в памяти образы предметов окружающего мира, до завершения этой стадии детям кажется, что предметы перестают существовать, когда они на эти предметы не смотрят;

2. **Предоперациональная** (от 2 до 7 лет), когда дети учатся различать символы и их значения;

3. **Стадию конкретных операций** (от 7 до 11 лет), характеризующаяся научением мысленному совершению действий, которые раньше они выполняли только руками

4. **Формальных операций** (с 12 до 15 лет), характеризующуюся овладением подростками навыками решения абстрактных математических задач и логических задач, осмысливать нравственные проблемы, рассуждать о будущем.

Применительно к процессу собственно социализации представляют интерес рассуждения Пиаже *о нравственном развитии ребенка*. Пиаже отмечал наличие различий между умственным и нравственным развитием ребенка, которое в большей степени определяется опытом общения с первичными воспитателями. Пиаже выделял **три стадии морального развития**: аморальную, гетерономную и автономную. На **аморальной** стадии ребенок не обращает внимания на моральные значения и его поведение регулируется преимущественно извне - взрослыми и более старшими ровесниками. На стадии **гетерогенной морали** (5-10 лет) ребенок становится осведомленным о правилах, регулирующих поведение и это создает основания для понимания морали, способности отличать истинное от ложного. Тем не менее для ребенка источник правил является внешним - он предоставляется взрослыми, что и создает подоплеку для одностороннего понимания морали – гетерогенности. Пиаже так же утверждает, что в силу присущего детям эгоцентризма у них доминирует скорее объективный аспект события нежели субъективный. На стадии **автономной морали** формируется способность к осознанию взаимной силы правил морали. После ассимиляции многих правил

и научения их реализации в поведении, дети начинают выяснять какие правила должны применяться в отношении других людей. Правила перестают быть ригидными и у ребенка формируется ощущение собственной автономности в их применении.

### ***Теория нравственного развития Л.Колберга.***

Нравственное или моральное развитие стало объектом специального анализа другого выдающегося представителя когнитивной традиции Л.Колберга. Он показал наличие взаимосвязи между моральным обоснованием и умственным развитием. Разработанная им теория описывает поведение человеческого бытия от 4-х летнего возраста до периода взрослости. Колберг выделяет три уровня и шесть стадий морального развития.

#### ***I. Преконвенциальный уровень (4-10 лет):***

Стадия 1 «наказание и подчинение»: дети подчиняются правилам и порядку во имя избегания наказания; нет заинтересованности в моральной чистоплотности

Стадия 2 «наивный инструментальный бихевиоризм»: дети подчиняются правилам, но только в чисто собственных интересах; они смутно представляют о необходимости справедливости в отношении других, но поступают так только в собственных интересах.

#### ***II. Конвенциальный уровень (10–13 лет):***

Стадия 3. Дети ищут одобрения со стороны других, формируется ментальность «хорошего ребенка». Поведение регулируется интенцией «надо делать хорошо».

Стадия 4. Ментальность закона-и-порядка. Дети заинтересованы в авторитете и сохранении социального порядка. Корректное поведение является «нашим долгом».

#### ***III. Постконвенциальный уровень:***

Стадия 5. Индивид совершает моральные решения на основании законности или согласованности; это означает, что большинство ценностей поддерживается законом, потому что они приняты всем обществом. Если возникает конфликт между индивидуальными потребностями и законом, индивид должен прилагать усилия для изменения законов.

Стадия 6. Информированное сознание определяет, что является правильным. Люди действуют не под влиянием страха, одобрения или закона, а под влиянием собственных интернализованных стандартов правильности и неправильности.

### ***➤ Гуманистический подход.***

В этого подхода основы развития личности представлены в форме личностного роста, самоактуализации, саморазвития.

Так, согласно **А. Маслоу**, каждый человек обладает мотивационным набором, который помогает ему удовлетворять потребности пяти уровней. Мы не вправе ожидать от ребенка, что он сам начнет заниматься такими видами деятельности, которые будут способствовать его самореализации

(рисованием, развитием навыков чтения, налаживанием хороших отношений со сверстниками и т.д.), если не удовлетворены важнейшие его биологические потребности и потребность в безопасности. Только если эти потребности удовлетворены, и при уверенности в том, что они и в дальнейшем будут удовлетворяться нормально, человек может переходить к удовлетворению других, более высоких – в любви и принадлежности к социальной группе (социальный статус), в самооценке и самореализации. Только удовлетворив потребность самого высокого уровня, человек может стать здоровой, творческой и независимой личностью. И тогда он способен успешно решать различные проблемы, лучше понимать себя и других, разумнее строить межличностные отношения и полностью отдавать себя любимому делу.

➤ ***Деятельностный подход.***

Согласно этому подходу развитие личности происходит в процессе включения в различные виды деятельности. В каждый возрастной период выделяется ведущая деятельность, в рамках которой происходит развитие.

В рамках деятельностного подхода была разработана теория развития личности как процесс вхождения ее в различные социальные группы (**А.В.Петровский**). Этот процесс включает три стадии: адаптацию, индивидуализацию, интеграцию.

1) ***На стадии адаптации***, которая обычно совпадает с периодом детства, человек выступает как объект общественных отношений, на которого направлено громадное количество усилий родителей, воспитателей, учителей и других людей, окружающих ребенка и находящихся в той или иной степени близости к нему. Здесь происходит вхождение в мир людей: овладение некоторыми знаковыми системами, созданными человечеством, элементарными нормами и правилами поведения, социальными ролями; усвоение простых форм деятельности. Ребенок, не прошедший стадию адаптации и не усвоивший основ социальной жизни, практически не обучаем этому впоследствии. В отличие от взрослого человека, который, даже проведя много времени в одиночестве (модель социальной жизни Робинзона Крузо), остается личностью, легко возвращается к людям, воссоздает социальные привычки, связанные с культурой того общества, в котором он вырос. Стадия адаптации в процессе социализации очень важна, поскольку сенситивные периоды детства необратимы.

2) ***На стадии индивидуализации*** происходит некоторое обособление индивида, вызванное потребностью персонализации. Здесь личность – субъект общественных отношений, уже усвоивший определенные культурные нормы общества, способный проявить себя как уникальная индивидуальность, создавать нечто новое, в чем, собственно, и проявляется его личность. Если на первой стадии наиболее важным было усвоение, то на второй – воспроизводство в индивидуальных формах. Индивидуализация во многом определяется противоречием, которое существует между достигнутым результатом адаптации и потребностью в максимальной реализации своих особенностей. Речь идет о процессе реализации своего Я. Стадия индивидуализации способствует проявлению именно того, чем один человек отличается от другого. В то же время индивид подходит к проблеме разрешения противоречия между человеком

и обществом, но пока не до конца, поскольку нет соответствующего баланса, т.е. личность недостаточно интегрирована в социальный мир.

3) **Интеграция**, третья стадия развития человека в процессе его социализации, предполагает уже достижение определенного баланса между человеком и обществом, интеграцию субъект-объектных отношений личности с социумом. Индивид, наконец, находит тот оптимальный вариант жизнедеятельности, который способствует процессу его самореализации в обществе, принятию им его меняющихся норм. На этой стадии складываются так называемые социально-типические свойства личности, которые свидетельствуют о принадлежности ее к определенной социальной группе.

1. Социализация взрослых проявляется главным образом в изменении их внешнего поведения, а у детей – корректируются базовые ценностные ориентации.

2. Взрослые могут оценивать нормы, дети – только усваивать их.

3. Социализация взрослых предполагает понимание того, что существует множество «оттенков» проявления различных норм и правил. Они вынуждены приспособливаться к множеству ролей и в этих ситуациях устанавливать приоритеты, используя такие критерии, как «более хорошо» или «менее плохо». Социализация же детей строится на подчинении взрослым и выполнении определенных правил.

4. Социализация взрослых ориентированы на овладение определенными навыками; социализация детей – в основном на мотивацию их поведения.

### 3. ФАКТОРЫ СОЦИАЛИЗАЦИИ ЛИЧНОСТИ.

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

**Макрофакторы** — это социальные и природные детерминанты социализации и развития личности, обусловленные ее проживанием в составе больших социальных общностей.

- *Страна, государство* — понятия, принятые для выделения людей, проживающих в определенных территориально-административных границах и объединенных между собой в силу исторических, социально-экономических, политических и психологических причин. Специфика развития страны, государства определяет важнейшие особенности социализации населения, особенно молодежи.

- *Культура* — система духовных форм обеспечения жизнедеятельности и социализации людей. Она охватывает все стороны жизни человека — биологическую (еда, сон, отдых, половой акт, естественные отправления, нужды в чем-либо), производственную (создание средств материального

жизнеобеспечения — орудий труда, пищи, одежды, жилищ), духовную (язык и речевая деятельность, мировоззрение, эстетическая деятельность и др.), социальную (коммуникация, социальные отношения).

**Мезофакторы** — это детерминанты социализации личности, обусловленные ее проживанием в составе общностей средней величины.

- *Этнос (нация)* — исторически сложившаяся на определенной территории устойчивая совокупность людей, обладающая единым языком, общими относительно стабильными особенностями культуры и психики, а также общим самосознанием. Принадлежность к той или иной нации, ее традициям во многом определяет специфику социализации личности.

- *Региональные условия* — условия, характерные для социализации людей, проживающих в той или иной части страны, государства, имеющей свои отличительные особенности (единую социально-экономическую систему, общее историческое прошлое, культурное и социальное своеобразие).

- *Тип поселения* — село, поселок, город, область, в силу определенных причин придающие своеобразие социализации проживающих в них людей.

- *Средства массовой коммуникации* — технические средства (печать, радио, кинематограф, телевидение), с помощью которых осуществляется распространение информации на количественно большие аудитории.

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

- *Воспитание и обучение* (в узком смысле) — это специально организованная деятельность с целью передачи социального опыта индивиду (ребенку) и формирования у него социально желательных стереотипов поведения, качеств и свойств личности.

- *Случайные социальные воздействия* имеют место в любой социальной ситуации, т.е. когда взаимодействуют два или более индивидов.

#### 4. МЕХАНИЗМЫ СОЦИАЛИЗАЦИИ ЛИЧНОСТИ

Личность не может сразу, с момента рождения, усвоить весь социальный опыт. Социализация детей отличается от социализации взрослых и тем более — пожилых людей. При этом она носит индивидуальный характер и связана с определенными циклами в области физического, анатомо-физиологического, сенсорного, эмоционального, познавательного и социального развития личности.

Сложилась традиция, согласно которой в структуре социализации принято выделять:

- 1) содержание (с этой точки зрения говорят о социализации и асоциализации как приспособлении к негативному опыту);

- 2) широту, т.е. количество сфер, в которых смогла приспособиться личность.

Содержание социализации определяется, с одной стороны, всей

совокупностью социальных влияний, реализующихся через определенные механизмы (традиционный, институциональный, стилизованный, межличностный, рефлексивный), а с другой — отношением индивида ко всему этому.

**Традиционный механизм социализации** представляет собой усвоение человеком норм, эталонов поведения, взглядов, которые характерны для его семьи и ближайшего окружения (соседского, приятельского, профессионального). Это усвоение происходит, как правило, на неосознанном уровне с помощью запечатления, некритического восприятия господствующих стереотипов.

**Институциональный механизм социализации** действует в процессе взаимодействия человека с институтами общества, с различными организациями, как специально созданными для социализации, так и реализующими социализирующие функции параллельно со своими основными функциями (производственные, общественные, клубные и др. структуры, а также средства массовой коммуникации).

**Стилизованный механизм социализации** действует в рамках субкультуры. Под *субкультурой* в общем виде понимается тот комплекс ценностей, норм, морально-психологических черт и поведенческих проявлений, которые типичны для людей определенного возраста или конкретного профессионально-культурного слоя, который в целом создает конкретный стиль жизни той или иной возрастной, профессиональной или социальной группы.

**Межличностный механизм социализации** функционирует в процессе взаимодействия человека с субъективно значимыми для него лицами и представляет собой психологический механизм межличностного переноса благодаря эмпатии и идентификации. Значимыми лицами могут быть родители, любимый учитель, уважаемый взрослый, сослуживец, друг-сверстник своего или противоположного пола.

**Рефлексивный механизм социализации** связан с внутренним диалогом, в котором человек рассматривает, оценивает, принимает или отвергает те или иные ценности, свойственные различным институтам общества, семье, сверстникам, значимым лицам и т.д.

Социализация каждого человека осуществляется с помощью всех названных механизмов, но для обеспечения нужных результатов социализации созданы эффективные приемы воздействия на массовое сознание, как прогрессивные — воспитание, убеждение, психотерапия и психокоррекция, так и регрессивные — манипулирование или, иначе говоря, «модификация» поведения людей. К последним относятся массовое внушение, гипноз, дезинформация, обман, умолчание, распространение слухов и мифов, «промывание мозгов», «оболванивание», осуществляемые в целях обеспечения лояльности, формирования типичной личности, удобной правящему меньшинству. Кроме того, в условиях тоталитаризма социализация обеспечивается также с помощью глобальной слежки за людьми, психологического воздействия, внушения или страха наказания за отклонение

от принятых стандартов, остракизма за инакомыслие, психического насилия, включая и использование психотронного оружия. При этом следует иметь в виду, что социализация — не пассивный процесс, а активный, где важную роль играют установки, обуславливающие избирательность личности как объекта социализации.

В вышеперечисленные общие механизмы социализации входят определенные **частные механизмы социализации**. Среди наиболее распространенных можно выделить следующие.

- **Подражание** – сознательное или бессознательное воспроизведение индивидом модели поведения, опыта значимых других людей.

- **Внушение** – неосознаваемое, некритическое усвоение и последующее воспроизведение опыта, мыслей, чувств, шаблонов и алгоритмов, предлагаемых авторитетными другими.

- **Убеждение** – осознанное, критическое усвоение и последующее воспроизведение ценностей, норм, ориентиров, поведенческих алгоритмов и т.д.

- **Идентификация** – отождествление себя с определенными людьми или социальными группами, посредством которой осуществляется усвоение разнообразных норм, отношений, форм и алгоритмов поведения.

- **Эмпатия** – эмоциональное сопереживание через чувственную идентификацию себя с другим.

Перечисленные механизмы представлены в последовательности, которая отражает их действенность, привязанную к возрастным особенностям. Первоначально у ребенка еще нет необходимого багажа критического отношения к поставляемой информации и преимущество имеют механизмы подражания и внушения. Именно при их посредстве формируется необходимый фундамент для последующего критического отношения к транслируемому опыту, обуславливающего выход на первый план механизма убеждения.

Это же касается и механизмов эмпатии и идентификации. Идентифицируя себя со значимым другим, эмпатируя с ним, ребенок получает возможность как аккумуляции опыта, так и формирования отношения к нему. Более того роль эмпатии неопределима, т.к. она задает валентность предлагаемых фрагментов опыта, определяющую последующую его востребованность. Не случайно теоретики объектных отношений такое внимание уделяют характеру эмоциональных отношений между ребенком и его первичными воспитателями. Именно от последних во многом зависит каким будет мир для ребенка - враждебным или радостным. Точно так же какое отношение сформируется к конкретной ценности, норме или поведенческому алгоритму, будут ли они вызывать эмоционально положительное стремление к воспроизведению или вызывать реакцию отторжения.

В *психоаналитической традиции* (Н.Смелзер, 1994) в качестве механизмов социализации называются:

- **Имитация** - осознанное стремление ребенка копировать определенные модели поведения;
- **Идентификация** – усвоение детьми родительского поведения, установок и ценностей как своих собственных;
- **Стыд** – переживание разоблачения и позора, связанное с реакцией других людей (возникает у человека из-за ощущения, что его разоблачили);
- **Чувство вины** – переживание разоблачения и позора, связанное с наказанием самого себя, вне зависимости от других людей.

Первые два механизма являются позитивными; стыд и вина – негативные механизмы, запрещающие или подавляющие определенное поведение, выступают в качестве своеобразных регуляторов, ограничителей социализации, каковыми являются моральные нормы.

### **Институты социализации**

В качестве основных институтов социализации определяются семья, дошкольные учреждения, школа, неформальные объединения, учебные и производственные коллективы, этнос, к которому принадлежит человек и т.п. Это то непосредственное социальное окружение, через которое собственно и осуществляется процесс социализации.

**Семья.** Родители или первичные воспитатели вооружают ребенка основными инструментами ориентировки и действия в социальном мире, они формируют отношение к различным аспектам этого мира, транслирует ребенку как духовные, так и материальные ценности определенного содержания, но самое главное – она закладывает в него некоторый проект социализации, осознанно или неосознанно разработанный родителями при незримом участии многих поколений их предков.

Эмоционально депривированный ребенок, во-первых, не может дать адекватную эмоциональную оценку происходящего, во-вторых, воспринимает мир как враждебный, генерализируя эту враждебность на многие объекты, видит опасность там, где ее попросту нет.

Наряду с **эмоциональной валентностью** первичные воспитатели вооружают своих воспитанников огромным количеством **микро поведенческих алгоритмов**, представляющих собой огромный спектр способов решения конкретных житейских задач (зажигать спички, как мыть посуду, готовить еду, как осуществлять покупки в магазине, как реагировать на определенные действия, как не поддаваться на провокации и т.п.).

Этих **поведенческих шаблонов**, социализируемых в процессе взаимодействия с первичными воспитателями, миллионы. Их действенность и роль в гармонии последующего бытия обусловлена тем, что сталкиваясь со многими житейскими задачами, человек просто использует зафиксированную в опыте заготовку.

Эта **алгоритмическая вооруженность**, при всех связанных с ее несовершенством издержками, играет огромное значение для чисто физического выживания человека. Если любая житейская задача требовала бы включения механизма принятия уникального решения, то человек попросту не

выдержал бы связанного с огромными информационными перегрузками напряжения.

Алгоритмическая и валентная вооруженность предоставляет человеку возможность быстрой предварительной оценки ситуации, избрания первичных способов реагирования на нее. Отсутствие этой вооруженности выступает одной из первопричин трудной адаптации к условиям реальной жизни выпускников детских домов, не имеющих опыта социализации в семье.

Не менее важным институтом социализации является **неформальная группа**. Влияние детской неформальной группы, как самого сильного и самого древнего института социализации, сопоставимо с влиянием семьи на социальное развитие ребенка, причем, не только в подростковом, но уже в старшем дошкольном возрасте. Сегодня это признается многими отечественными и зарубежными авторами.

*Детская субкультура* – это целый мир отношений, который дети создали и продолжают создавать для себя. Его составляют народные игры, детский фольклор и юмор, детский правовой кодекс и словотворчество, детское философствование, этические каноны и наделение прозвищами. Детская группа диктует достаточно жесткое подчинение ребенка нормам и правилам взаимодействия, используя для этого игровые ситуации, правовой кодекс, фольклор, присвоение прозвищ и т.п.

**Формальная группа** – еще один институт социализации, как в детском, так и во взрослом состоянии человека. **Т.Шибутани** напрямую связывает процесс социализации с усвоением человеком конвенциональных норм, рассматривая социализацию как непрерывный процесс коммуникации, в ходе которого новичок избирательно вводит в свою систему поведения те шаблоны поведения, которые санкционированы группой. Поскольку он усваивает конвенциональные значения и символы, он с большей легкостью может участвовать в различных коллективных предприятиях.

Формальный коллектив является единицей более широкой социальной системы отношений и в значительной степени отвечает за трансляцию типического опыта, т.к. через малую социальную группу транслируется опыт больших социальных групп: этнических, религиозных, профессиональных, возрастных и др.

## 1.5 СОЦИАЛЬНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНАЯ АКТИВНОСТЬ. ТЕОРИЯ СОЦИАЛЬНЫХ РЕПРЕЗЕНТАЦИЙ. МЕЖЛИЧНОСТНАЯ АТТРАКЦИЯ.

*Вопросы для изучения:*

- 1) Социально-познавательная активность и ее специфика
- 2) Теория социальных репрезентаций
- 3) Межличностная аттракция

### 1. СОЦИАЛЬНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНАЯ АКТИВНОСТЬ И ЕЕ СПЕЦИФИКА

*Сферой социального познания* является понимание того, как люди приходят к своему особому объяснению социального мира. Социальное познание имеет отношение не только к восприятию людьми себя и других, но также и к «наивным теориям», которых они придерживаются в оправдание такого восприятия. Люди не только думают о себе и других, они еще думают о том, как они думают. Изучение социального познания помогает объяснить, что делают и о чем думают самые обычные люди в своей повседневной жизни.

Первые попытки формирования представлений о познавательной активности людей связаны с именем **Вильгельма Вундта** (1887) - отец-основатель современной эмпирической психологии. Для понимания сути познавательной активности человека он использовал *методы самонаблюдения* и *интроспекции*, которые в последующем, в силу развернувшейся борьбы за научность психологического знания, были подвергнуты ostracismu.

Лишь начиная с 1960-х годов, формируется новая волна интереса к плоскости познавательной активности человека. Основной причиной возрастания интереса к данной проблемной области явилось возрастание интереса к изучению вопросов манипуляции и передачи информации. Ресурсы стимульно-реактивной схемы информационного воздействия были практически исчерпаны, и дальнейшее развитие знаний без включения внутренней познавательной активности человека стало невозможным. Компьютерная и связанная с ней когнитивная революция в психологии сделали возможным моделирование сложнейших когнитивных процессов. Компьютер превратился в своеобразную метафору человеческой мыслительной активности лежащей в основе познания.

Предпосылки когнитивной революции в психологии были заложены в гештальт традиции. Особенно велико влияние работ **К. Левина**, который считал, что социальное поведение необходимо понимать как функцию восприятия людьми их собственного мира. По этой причине познавательная активность становится одной из центральных для социальной психологии.

На сегодняшний день является вполне общепризнанным, что вычленение из процесса социального познания его социального содержания возможно лишь в абстракции. В реальной жизни даже в процессе

взаимодействия с объектами неживой природы человек оперирует теми их смыслами и значениями, которые транслированы культурой, т.е. социально означены.

Социальная природа социального познания определяется самой социальной сущностью человека, его второй природой от которой он неотделим. В многочисленных исследованиях со всей убедительностью показано влияние социального окружения даже на способ размышлений людей о самих себе, а так же огромное его влияние на другие объекты природы.

В числе *основных единиц анализа социального поведения* выделяются: категории, прототипы, схемы, эвристики, стереотипы, социальные репрезентации. Причем, последние выступают и в качестве единиц познавательной активности, и в качестве процесса.

**Категоризация.** Обычно под категорией (или понятием) понимается группировка двух или более различаемых объектов, которые трактуются одним и тем же способом. Процесс категоризации способствует когнитивной экономии, позволяет категоризирующему выходить за рамки данной информации, а когда категории объединены, позволяет формировать сложные понятия. Мир представлен в сознании человека в виде значимых категорий.

Для анализа социального познания интерес представляют не категории сами по себе, а *процесс категоризации*, под которым понимается «психический процесс отнесения единичного объекта, события, переживания к некоторому классу, в качестве которого могут выступать вербальные и невербальные значения, символы, сенсорные и перцептивные эталоны, социальные стереотипы, стереотипы поведения и т.п.» (Петровский, Ярошевский, 1990).

Например, при категоризации людей, в качестве критериев обычно избирается их определенные характеристики (красота, национальность, вспыльчивость и т.п.), осознавая при этом, что могут быть существенные различия между представителями одной и той же национальности (не все бельгийцы любят пиво), что вспыльчивость может по-разному оцениваться различными людьми и т.д. Тем не менее, категоризация людей и ситуаций, дает возможность структурирования социального мира и, на этой основе, прогнозирования будущего развития событий и взаимоотношений.

**Прототипы.** Наиболее близкой к категории единицей социального познания, которая используется для интерпретации социального мира, выступает прототип.

*Прототипы* — это ментальные модели типичных качеств, свойственных членам некоторой группы или категории (Р. Бэрн).

Например, у каждого, вероятно, есть прототипы лидеров, спортивных героев, преступников, а также бесчисленного множества других социальных категорий. В некотором смысле прототипы действительно описывают типичного представителя таких категорий — «образец», с которым мы сравниваем новых людей, встретившихся нам впервые, для того чтобы

определить, попадают ли они в эту категорию или нет. Когда соответствие налицо, мы можем легко поместить их в определенную категорию. Когда соответствие не прослеживается, ситуация оказывается более сложной.

**Схемы.** Содержат информацию, относящуюся к специфическим ситуациям или событиям, и, однажды сформировавшись, они помогают нам интерпретировать эти ситуации.

**Схема** – когнитивная структура, которая представляет организованное знание о данном понятии или стимул и оказывает влияние на восприятие, понимание и оценку людьми социальных объектов (**М.Хьюстон**).

**Схемы** – шаблоны сознания – автоматически, интуитивно руководят нашим восприятием и интерпретацией нашего опыта (**Д. Майерс**).

Выделяют следующие типы схем:

**Схемы личностей** — это индивидуализированные структуры знаний о конкретных людях и их особенностях (**В. Янчук**). Встречаясь с человеком, в большинстве случаев мы не осуществляем его детальное изучение, а как бы осуществляем поиск наиболее пригодной схемы и выступающей в дальнейшем в качестве ориентира для развития взаимоотношений. Причем, детальность схемы во многом определяется степенью знакомства с человеком, его типичности и т.п. В целом, подобное схематизированное представление позволяет, во-первых, получить информацию о том, какого типа человек перед нами и, во-вторых, антиципировать (предвосхитить, предугадать) природу и перспективы предстоящего взаимодействия.

**Ролевые схемы** – структуры знаний о требованиях, предъявляемых к определенным социальным ролям. Схемы ролей содержат информацию о том, как люди, играющие определенные роли, обычно ведут себя и как они выглядят. Каждый обладает представлениями о том, что должен делать, каким должен быть человек, занимающий определенную позицию в обществе, т.е. выполняющий соответствующую социальную роль. Эти представления могут варьироваться от человека к человеку, от ситуации к ситуации, но, тем не менее, они определяют наши ожидания. А ожидания, в свою очередь, формируют своеобразную предуготованность к определенному рода оценкам и интерпретациям.

Например, рассмотрим схему роли профессора. Вы предполагаете, что профессор должен стоять перед аудиторией, говорить по теме своего курса, отвечать на вопросы студентов, подготавливать экзамены и так далее. Вы не ожидаете, что он попытается продать вам какой-нибудь товар или будет показывать вам фокусы; такие действия определенно не являются частью вашей схемы роли профессора.

**Схемы событий** - касаются ментальных структур, связанных с отдельными ситуациями. Такие схемы связаны с событиями или последовательностями событий и известны как **сценарии**. Они определяют, что, как ожидается, должно произойти в данных обстоятельствах. Примерами такого рода ситуаций являются посещение чиновника, встреча с педагогом, вечеринка, спортивное мероприятие, свидание и сотни других. Сценарии, как и другие схемы, предоставляют ментальные конструкции: структуры для

понимания социальной информации в контексте тех сведений, что уже есть. После того как сценарии сложились, они экономят большую часть ментальных усилий, подсказывая, чего следует ожидать в той или иной ситуации, как другие люди скорее всего будут себя вести и что произойдет потом.

*Схемы свободного содержания* – содержат ограниченный набор правил обработки информации, способствующий ориентироваться и принимать решения в ситуациях, не имеющих аналогов в жизненном опыте.

Примером являются *правила формальной логики*. Попадая в совершенно незнакомый город, встречаясь с неизвестными людьми, мы, тем не менее, не теряемся, а используем некоторый набор универсальных правил поведения в ситуации неизвестности, который и помогает в определенных рамках ориентироваться в ней.

Итак, накапливая жизненный опыт, мы формируем схемы - ментальные структуры, содержащие информацию об определенных ситуациях или событиях, и прототипы – ментальные представления о типичных членах различных групп. Сформировавшись, эти ментальные структуры помогают понимать других людей, а также события, происходящие в различных социальных ситуациях. Они определяют, какую социальную информацию мы замечаем (внимание), храним в памяти (кодирование) и затем вспоминаем (воспроизводим). Таким образом, они распространяют свое влияние на социальное поведение во многих различных обстоятельствах.

**Эвристики.** Основной принцип социального познания гласит, что человеку свойственно затрачивать минимальное количество усилий на размышления о других людях и о социальном мире. Кроме того, когнитивные ресурсы людей ограничены. Чтобы увеличить свои когнитивные ресурсы, мы используем различные стратегии, сокращающие когнитивные усилия и уменьшающие вероятность информационной перегрузки. Существует множество потенциальных кратчайших путей обработки информации, сокращающих умственные усилия, но среди них наиболее полезными являются эвристики.

**Эвристики** — простые правила для быстрого принятия сложных решений или создания сложных умозаключений.

Человек же в своей жизни довольно часто попадает в ситуации, в которых необходимо принятие достаточно новых решений. В них он полагается на *эвристики*, представляющие собой основанные на имеющемся опыте предположения, предвосхищения или прогнозы наличия у новых объектов определенных свойств и качеств, а у событий – тенденций развития.

Рассмотрим два вида эвристики, чаще всего используемых в повседневной жизни.

*Эвристики репрезентативности* - используют внешнее подобие или сходство одного объекта с другим для того, чтобы сделать вывод о том, что первый объект и ведет себя подобно второму. К примеру, все мы знаем, что высококачественные товары часто имеют ценник с весьма внушительной цифрой. Следовательно, мы делаем заключение, что дорогие товары отличаются высоким качеством. Эвристики репрезентативности используются

и для обнаружения психологических причин. Старая поговорка гласит, что рождение ребенка «в рубашке» (иначе говоря, появление его на свет с остатками амниона - зародышевой оболочки) – знак того, что ему суждено стать великим. Эвристики репрезентативности часто используются при формировании впечатлений и суждений о других людях. Первая информация, которую мы сразу получаем о человеке, – пол, раса, физическая привлекательность и социальный статус – обычно ассоциируется с простыми правилами, направляющими мысли и поведение оцениваемых нами людей.

*Эвристика доступности* - это интуитивный процесс, в котором человек оценивает частоту или возможность события по легкости, с которой примеры или случаи приходят на ум, т.е. легче вспоминаются. То есть, чем проще нам вспомнить какие-то примеры группы, категории или события, тем более важными они будут нам казаться. На «доступность» сильно влияют средства массовой информации и слухи. Например, опрос американцев показал, что они считают нападение акул более вероятной причиной смерти, чем падение частей самолета на голову. Однако фактические данные показывают, что шанс быть раздавленным частями самолета в 30 раз больше, чем смерть от нападения акулы. Почему люди неверно оценивают частоту этих событий? Предполагается, что причина в многочисленных фильмах об акулах-убийцах (вроде «Челюстей»), которые оставили в памяти яркие и легко актуализируемые образы.

В результате исследований выявлены условия с наибольшей вероятностью приводящие к использованию эвристик вместо рационального принятия решений. Эвристики с наибольшей вероятностью используются в тех случаях, когда:

- 1) у нас нет времени, чтобы внимательно обдумать данную проблему;
- 2) мы настолько перегружены информацией, что становится невозможным переработать ее полностью;
- 3) рассматриваемые вопросы не очень важны для нас, поэтому мы просто не даем себе труда задуматься;
- 4) у нас слишком мало иного знания или информации, для того чтобы принять решение;
- 5) соответствующая эвристика быстро приходит в голову в момент возникновения какой-либо проблемы.

**Социальный стереотип.** Впервые термин «социальный стереотип» был введен журналистом **Уолтер У. Липпманом** в 1922г., для обозначения обобщенных убеждений, которых мы придерживаемся по отношению к группам людей, – наших мыслей о том, что представляют собой члены этих групп. И для него в этом термине содержался негативный оттенок, связанный с ложностью и неточностью представлений, которыми оперирует пропаганда.

**Стереотипы** — когнитивные структуры, состоящие из знаний и убеждений относительно определенных социальных групп.

Как отмечали **Джадд** и его коллеги, стереотипы включают обобщение типичных, или «модальных», характеристик представителей различных социальных групп. Другими словами, стереотипы утверждают, что все члены

какой-то группы обладают определенными чертами, по крайней мере, в некоторой степени. Как только стереотип активизируется, эти черты легко возникают в памяти. Проблемы со стереотипами возникают тогда, когда они слишком обобщенные или явно неверные. Их коварность заключается и в том, они оказывают сильное влияние на процесс обработки социальной информации. Информация, существенная для активизированного стереотипа, обрабатывается гораздо быстрее, чем информация, не связанная с ним. Кроме того, люди, с предубеждениями уделяют больше внимания информации, согласующейся с их предвзятыми взглядами; она чаще повторяется и в результате запоминается точнее, чем информация, которая не согласуется с этими взглядами. Если же в сознание удастся попасть информации, не согласующейся со стереотипами, люди могут ее активно опровергать или просто отвергнуть.

Например, полученные в последнее время данные указывают на то, что при встрече с человеком, ведущим себя вопреки сложившимся стереотипам, люди часто воспринимают его как новый «подтип» вместо того, чтобы изменить свой стереотип. Таким образом, стереотипы влияют на обработку социальной информации таким образом, что поддерживают сами себя, становятся в большой степени самоподтверждающимися.

**Функции стереотипов.** Наличие социальных стереотипов играет весьма существенную роль в социальной жизни, поскольку без них при отсутствии исчерпывающей информации о происходящем или наблюдаемом невозможны были бы ни адекватная оценка, ни адекватный прогноз.

- стереотип позволяет резко сократить время реагирования на изменяющуюся реальность;
- ускорить процесс познания;
- предоставить хоть какое-то первичное основание для ориентировки в происходящем.

В то же время, возникая в условиях дефицита информации, социальный стереотип часто оказывается ложным и играет консервативную роль, формируя ошибочные представления людей о происходящем, деформируя процесс интерпретации происходящего и характер межличностного взаимодействия. Любой социальный стереотип, оказавшийся верным в одной ситуации, может оказаться неверным в другой и, следовательно, неэффективным для решения задачи ориентировки личности в окружающем социальном мире. Практически всеми исследователями отмечается факт сложной изменчивости стереотипов. Одним из решающих условий такого рода изменений является столкновение с их опровержением на собственном трудно опровергаемом опыте. Сам процесс изменения редко бывает радикальным, а чаще последовательным, напоминая оттаивание.

## 2. ТЕОРИЯ СОЦИАЛЬНЫХ РЕПРЕЗЕНТАЦИЙ

*Социальные репрезентации* представляют собой идеи, мысли, образы и знания, которые коллективно разделяются членами общества (по С.Московичи). Социальные репрезентации относятся к основаниям общего знания и информации, которую разделяют люди в форме теорий здравого смысла о социальном мире. Они включают как концептуальные, так и иллюстративные элементы, посредством которых члены общества получают возможность конструирования социальной реальности.

**С. Московичи** разработал трехкомпонентную модель социальных репрезентаций:

- информация (суммы знаний об объекте представления),
- установки (как обозначения эмоционального отношения к объекту представления) и
- поля представления (характеризующего внутреннюю организацию элементов представления).

Социальные репрезентации характеризуют социальную реальность, которая создана путём наших интеракций и коммуникаций в социальном и физическом мире. В то же время социальные репрезентации формируют мыслительную окружающую среду, которая определяет наше восприятие или понимание реальности и направляет наши действия. Каждый человек видит и понимает физический и социальный объект особым способом только потому, что имеет свои репрезентации об этом объекте. Социальные репрезентации конструируются в процессе интеракций и общения с другими людьми, в то же время сами эти взаимодействия и контакты формируются социальными репрезентациями людей. Это характерно для социально построенной реальности в отличие от объективной.

Роль социальных репрезентаций в структурировании и координации коммуникаций и социальных интеракций вытекает из их символической природы и конструкции социальной реальности. Индивиды и группы общаются и взаимодействуют друг с другом с помощью общепринятых репрезентаций и общепринятого значения языка и действий. Язык является средством вербальной коммуникации, которое воплощает в себе общепринятое значение и содержание наших социальных репрезентаций.

Когда личности или группы разделяют одни и те же социальные репрезентации, действия понимаются таким же путём. Социальные репрезентации как направляют социальные действия личности или группы, так и позволяют другим понять эти действия. Конечно, там, где социальные репрезентации не разделяются, к примеру, между представителями двух различных культур или конфликтующих групп, случается неверное истолкование действий.

Среди процессов социальных репрезентаций выделяют якорение и объектификацию.

**Якорение** - это процесс, посредством которого все материальные и социальные объекты и все события и действия располагаются в пределах

наших социальных репрезентаций. Более того, якорение - процесс, с помощью которого незнакомые объекты и события вступают в нашу социальную реальность, делая их значимыми и важными в наших социальных связях. Процесс якорения включает два неразрывно связанные subprocessa: классификацию и называние. Объекты, не входящие ни в какую категорию и не имеющие наименования, остаются для нас незначимыми и непередаваемыми, несмотря на то, что мы осознаём их. Их нельзя описать ни самому себе, ни другим; их нельзя оценить. Следовательно, они не могут вступить в наш разговор или играть важную роль в наших интеракциях. В таком случае они не являются частью нашей реальности. Незнакомое становится знакомым путём классификации и называния объектов в контексте преобладающих социальных репрезентаций.

Классификация включает сравнение незнакомого объекта с прототипами, представляющими данный класс. Те черты, которые соответствуют прототипам, приобретут особое значение, будучи классифицированными. Однажды классифицированный, объект одновременно называется. Это предусматривает не только обозначение, которое может быть прикреплено объекту, но также определяет систему связей с другими объектами и событиями.

Эти процессы происходят не в умах индивидов, репрезентации не создаются индивидами в изоляции. Скорее, именно в общественной деятельности индивиды и группы создают репрезентации, в ходе общения и интеракций с соответствующими объектами или событиями. Таким образом, неизвестный феномен учреждается в наших социальных репрезентациях и вступает в нашу социальную реальность.

**Объектификация** - процесс, с помощью которого абстрактные понятия, свойства или взаимосвязи трансформируются и замещаются конкретными образами или предметами. По С. Московичи, мы «постоянно вынуждены» придавать абстрактным понятиям эквивалентное конкретное значение.

Таким образом, якорение делает незнакомое значимым, а объектификация трансформирует непостижимое во что-то реальное.

### 3. МЕЖЛИЧНОСТНАЯ АТТРАКЦИЯ

**Аттракция** - (от фр.- притяжение, привлечение, тяготение) - в социальной психологии:

- процесс взаимного тяготения людей друг к другу;
- формирования привлекательности одного человека для другого;
- механизм формирования привязанностей, дружеских чувств, симпатий, любви;
- положительные чувства по отношению к другому индивиду, стремление находиться в его обществе.

Исследования факторов межличностной аттракции начались в 1930-е годы с анализа таких вопросов, как кто кого привлекает и почему. Особое влияние на развитие исследований оказали **Я.Л. Морено** и **Т. Ньюкомб**. В эти же

годы выходит популярнейший бестселлер Дейла Карнеги «Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей», выдержавший пятьдесят переизданий в США и ставший таким же бестселлером в 1980-е годы в нашей стране.

В широком спектре исследований данной проблемной области было изучено достаточно большое количество факторов, детерминирующих межличностную аттракцию.

**Физическое окружение.** Многие исследования показали, что простое физическое присутствие рядом другого индивида увеличивает вероятность возникновения дружб. Существует несколько причин, почему пространственная близость приводит к взаимному притяжению. Во-первых, если человек рядом, для развития дружбы с ним попросту меньше препятствий; во-вторых, регулярно бывая в обществе какого-то человека, мы получаем больше информации о нем, можем выяснить, есть ли у нас общие интересы, совпадает ли наше отношение к миру; в-третьих, пространственная близость может привести к взаимному притяжению посредством так называемого *эффекта простой экспозиции* (Р.Зайонс).

**Знакомство с человеком.** Р. Зайонс показал, что повторное предъявление многих стимулов приводит к более положительному отношению к ним. Это же происходит и с фотографиями незнакомых людей при их повторном разглядывании.

**Доступность.** Люди легко доступные и взаимоотношения с которыми не требуют сверхусилий воспринимаются более положительно. В частности на этом моменте часто строятся так называемые «выходы в народ» политических деятелей в период предвыборных компаний.

**Ожидание продолжения взаимодействия.** В логике уже известной теории баланса Ф. Хайдера антиципация будущего развития позитивных взаимоотношений увеличивает привлекательность человека, конечно, при условии, что эти отношения носят позитивный характер.

**Сходство установок.** Сходство вообще является мощным фактором, питающим аттракцию и дружбу. Получение подтверждений верности собственных построений как бы в знак благодарности увеличивает привлекательность людей, подтверждающих их.

**Взаимность.** Симпатия или антипатия к человеку во многих случаях подчиняется принципу взаимности, в соответствии с которым нам нравятся те люди, которым нравимся мы и, наоборот. Исследования показывают, что лица с высокой самооценкой более самодостаточны, в то время как лица с заниженной самооценкой более подвержены влиянию данного фактора.

**Взаимодополняемость.** В противовес теории схождения Винч сформулировал *теорию дополняемости потребностей*. Он исходил из предположения, что мы в своих отношениях стремимся к поиску людей, способных содействовать удовлетворению наших актуальных потребностей.

**Способствование достижению личностно значимых целей.** Человек, способствующий достижению актуальной цели, обладает высоким потенциалом аттрактивности и, наоборот, люди, фрустрирующие ее достижению менее аттрактивны.

**Личностная гармония.** Выдвинув в качестве ведущего основания гармоничных взаимоотношений потребности включенности, контроля и привязанности Шульц предположил, что именно их гармоничное сочетание и приводит к высокой аттракции.

При этом под потребностью включенности понималось чувство собственной необходимости для других; под потребностью контроля - необходимость принятия участия в выработке и принятии значимых решений; под потребностью привязанности - необходимость в аффилиативных, эмпатийных отношениях. В этой концепции показана необходимость взаимных усилий партнеров в формировании аттракции.

**Физическая привлекательность.** Существует ряд гипотез, объясняющих наличие связи между внешней красотой и аттракцией:

- красота является положительным подкреплением: человеку приятно видеть красивое;
- красивые люди могут быть более коммуникабельными, обладать более развитыми коммуникативными навыками, что может объясняться различными условиями социализации красивых и некрасивых людей;
- популярность красивых людей может быть вызвана определенными выгодами общения с ними. Красивый человек как бы повышает уровень физической привлекательности своего партнера
- действие эффекта ореола — «красивый — значит, хороший»; люди склонны ассоциировать красоту с положительными личными характеристиками, а некрасивость — с отрицательными.

Анализ поведения людей показывает, что в процессе общения они используют **психологические приемы формирования аттракции**, которые, как правило, скрыты от собеседника. Но если эти приемы существуют, значит им могут обучиться все, кому это необходимо.

Во время общения с партнером на наши органы чувств поступает огромное количество сигналов. Но не все они осознаются. Например, вы беседуете с человеком, но не можете, закрыв глаза, назвать цвет его галстука.

Сигнал, который воздействовал на наши органы чувств, но не зафиксирован, может исчезнуть бесследно, а может и не исчезнуть. Все зависит от того, насколько он значим для данной личности и какой эмоциональный заряд для нее он несет. Минувя сознание, эмоционально значимый сигнал остается в сфере бессознательного и оттуда оказывает свое влияние, проявляясь в виде эмоционального отношения. А что если в процессе общения посылать партнеру сигналы таким образом, чтобы, во-первых, сигнал имел для партнера достаточное эмоциональное значение, во-вторых, это значение было для него позитивным, а в-третьих, партнер не осознавал этот сигнал, тогда он будет утверждать, что «чем-то общение с вами было приятным», «что-то в вас есть располагающее». Если же делать это постоянно, то у партнера выработается достаточно стойкое эмоционально-позитивное отношение к вам, т.е. сформируется аттракция. А значит, вы теперь с большей вероятностью добьетесь принятия им вашей позиции, его внутреннего согласия с ней.

## 1.6 СОЦИАЛЬНОЕ ОБЪЯСНЕНИЕ. АТРИБУТИРОВАНИЕ

*Вопросы для изучения:*

- 1) Социальное объяснение (атрибутирование)
- 2) Ошибки атрибутирования
- 3) Атрибутирование и наученная беспомощность.

### 1. СОЦИАЛЬНОЕ ОБЪЯСНЕНИЕ (АТРИБУТИРОВАНИЕ)

В обыденной жизни люди сплошь и рядом не знают действительных причин поведения другого человека или знают их недостаточно. Тогда, в условиях дефицита информации, они начинают приписывать друг другу причины поведения. Процесс, благодаря которому люди пытаются сделать это, называется **атрибуцией**.

Кауза - причина. Термин «атрибуция» означает «приписывание свойств, признаков».

**Атрибутирование** - правдоподобное объяснение самому себе причинности происходящего. Атрибуция является комплексным процессом, поэтому объяснить ее действие пытались многие ученые. Остановимся на наиболее влиятельных теориях, а также рассмотрим сравнительно недавние попытки расширить и усовершенствовать их.

#### **Теория наивного психолога Ф. Хайдера**

Само понятие атрибуции, как и модель наивного ученого, были введены Фрицем Хайдером в 1958 году. Ф. Хайдер исследовал как «обычные люди» в условиях «обычной» жизни с позиции здравого смысла, пытаются объяснить события, происходящие в их социальном и физическом мире? Ф. Хайдер в своих идеях основывался на трех принципах:

1. Так как люди рассматривают свое поведение как мотивированное, они пытаются выявить и мотивы других людей, для чего рассматривают причины и основания их поведения.

2. Поскольку мы конструируем теории причинности для того, чтобы предсказывать и контролировать окружение, мы стремимся ориентироваться на устойчивые характеристики окружающего, т.е. черты личности и их способности, а так же стабильные характеристики ситуации, в которой реализуется поведение и которые воздействуют на него.

3. Атрибутируя причинность поведения, мы дифференцируем личностные факторы (например, качества, способности) и ситуативные факторы (например, своеобразие ситуации, социальное давление).

В первом случае речь идет о внутреннем (или диспозиционном) атрибутировании, во втором - о внешнем (или ситуативном) атрибутировании. Люди приписывают причины либо внешним факторам, либо внутренним.

#### **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.

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

**Модель анализа вариаций (ANOVA)**, 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.

## 2. ОШИБКИ АТРИБУТИРОВАНИЯ

Атрибуция часто служит основой для возникновения некоторых *ошибок* - тенденций, которые могут привести нас к более серьезным ошибкам относительно причин поведения других людей. **Ли Росс** идентифицировал целый ряд ошибок атрибуции (1977).

**Фундаментальная ошибка атрибуции:**

-тенденция преувеличивать значение личностных или диспозиционных факторов, а не ситуативных или «средовых» влияний при описании и объяснении причин социального поведения (Э.Аронсон).

-тенденция наблюдателей недооценивать влияние ситуации на поведение человека, в то же время, переоценивая влияние диспозиции (Д.Майерс).

Социальные психологи провели множество исследований, пытаясь объяснить фундаментальную ошибку атрибуции. Одним из возможных объяснений является следующее: когда мы наблюдаем поведение другого человека, мы обычно фокусируем свое внимание на его действиях, а контекст поведения часто уходит на второй план. В результате нам кажется, что именно настроения человека объясняют его поведение, а не ситуация.

Другое объяснение исходит из того, что мы замечаем ситуационные причины, но не придаем им достаточного внимания при атрибуции.

Еще одно объяснение: люди часто ошибаются относительно возможных ситуативных причин поведения из-за ограниченной возможности обработки информации. Это объяснение подразумевает, что понимание ситуативных причин требует больших когнитивных ресурсов, а люди привыкли делать выводы о личностных особенностях или социальных установках других людей, минимизируя или даже вовсе не прикладывая усилий.

**«Эффект ложного согласия»**, проявляющийся в склонности людей рассматривать собственное поведение как типичное, строя предположения, что и другие люди в подобного рода ситуациях будут вести себя сходным образом. Данный эффект может быть обусловлен рядом факторов:

1) т.к. люди стремятся поддерживать отношения с людьми сходных взглядов, то это создает иллюзию генерализации;

2) в силу тенденции к самопоследовательности и самосоответствию люди избегают обсуждения альтернативных вариантов;

3) присущий субъективизм и избирательность в оценках создают предпосылки для своеобразного зашоривания глаз, проявляющемся в том, что мы видим и слышим то, что хотим видеть и слышать.

**Эффект «деятель—наблюдатель».** Еще одна, тесно связанная с предыдущей, ошибка атрибуции касается нашей склонности приписывать причины собственного поведения ситуативным факторам, а причины поведения других людей — диспозиционным (внутренним). Этот «перекос» в атрибуции известен как эффект «деятель—наблюдатель» (Э.Джонс и Р. Нисбет).

Эффект «деятель—наблюдатель» возникает потому, что мы достаточно хорошо осведомлены о многих ситуативных факторах, влияющих на наше собственное поведение, но меньше осознаем такие факторы, когда дело касается действий других людей. Таким образом, мы обычно воспринимаем наше собственное поведение как вызванное в основном ситуативными причинами, а поведение других людей — как вытекающее главным образом из их личностных особенностей, или диспозиций.

**Ошибка ложных корреляций.** Сам феномен ложных корреляций хорошо известен и описан. Он 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.

**Ошибка самооправдания** - тенденция приписывать наши собственные позитивные результаты внутренним причинам, а негативные - внешним факторам, называется ошибкой самооправдания; она является общей по своим проявлениям и действенной по своим результатам.

**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. Люди различаются между собой в отношении предпочтения тех или иных атрибуций. Эти различия проявляются, когда их просят объяснить свои успехи и неудачи.

Первенство в постановке этой проблемы принадлежит Джулиану Роттеру. По его мнению, некоторым людям присущи постоянные чувства, что

все, что происходит с ними, регулируется внешними факторами: судьба, случай, везение, удача, влиятельные люди.

Для диагностики уровня *интернальности* и *экстернальности* им была разработана специальная двадцати девятипунктная 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.

### 3. АТТРИБУТИРОВАНИЕ И НАУЧЕННАЯ БЕСПОМОЩНОСТЬ

*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 самооэффективность и обрекает на новые неудачи.

*Преодоление наученной беспомощности.* 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

посредством 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.

## **1.7 МЕЖЛИЧНОСТНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ**

*Вопросы для изучения:*

- 1) Психологическая структура и функции общения.
- 2) Средства, виды и формы общения.
- 3) Общение как коммуникация, его особенности и структура.
- 4) Понятие межличностного восприятия
- 5) Интерактивная сторона межличностного взаимодействия

### **1. ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА И ФУНКЦИИ ОБЩЕНИЯ**

**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.

Общение 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 быденной 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.

### 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, построенную по типу диалога). Такое общение может рассматриваться как универсальная форма мышления человека.

## 2. СРЕДСТВА, ВИДЫ И ФОРМЫ ОБЩЕНИЯ

### Средства 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 уметь 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:

- *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.).

- *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.).

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

- *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.

### **Виды и формы общения**

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, 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 не порядочными 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.

### 3. ОБЩЕНИЕ КАК КОММУНИКАЦИЯ, ЕГО ОСОБЕННОСТИ И СТРУКТУРА

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 цветное 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.

## Коммуникативные стили

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.

## Барьеры коммуникации

**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.

#### 4. 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:

- восприятия внешних признаков других людей;
- последующего соотнесения полученных результатов с их действительными личностными характеристиками;
- 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:

- 1) восприятие других людей (стереотипизация);
- 2) познание и понимание людьми друг друга (идентификация, эмпатия, аттракция);
- 3) познание самого себя (рефлексия) в процессе общения;
- 4) 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).

## 5. ИНТЕРАКТИВНАЯ СТОРОНА МЕЖЛИЧНОСТНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

С точки зрения транзактного анализа (**Э. Берн**) 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»).

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. 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. Во-вторых, Родитель делает многие наши реакции автоматическими, что сберегает энергию и время. Многое делается так, «потому что так принято».

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

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.

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**.

Э. Берн выделил три типа транзакций:

**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).

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

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 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».

б) *двойная скрытая транзакция* связана с участием четырех состояний Я и обычно встречается в играх флирта.

### **Формы социальной деятельности (Э.Берн)**

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

**Ритуал** - повторяющаяся серия простых дополняющих транзакций, заданных внешними социальными условиями.

**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.

**Игры** мы называем серию последовательных дополняющих скрытых транзакций, приводящих к четко определенному предсказуемому исходу. Игры четко отличаются от процедур, ритуалов и времяпрепровождения двумя важнейшими признаками: скрытыми мотивами и наличием «выигрыша», конечного вознаграждения.

Различают следующие стадии игры:

- 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.

## 1.8 МАЛАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ГРУППА

*Вопросы для изучения:*

- 1) Понятие и классификация малой группы
- 2) Понятие групповой динамики и ее механизмы
- 3) Групповая сплоченность
- 4) Групповое давление и конформное поведение
- 5) Лидерство и руководство в малой группе
- 6) Методы принятия группового решения

### 1. ПОНЯТИЕ И КЛАССИФИКАЦИЯ МАЛОЙ ГРУППЫ

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»  $7\pm 2$  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  $7\pm 2$  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 -  $7\pm 2$  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 малой группы**

Существует множество подходов к классификации 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 группы (эталонные)** — 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.

### **Структурные характеристики малой группы**

**Коммуникативная структура малой группы.** Это совокупность позиций членов группы в системах информационных потоков, связывающих членов группы между собой и внешней средой, а также концентрация у них того или иного объема групповой информации. Выделяют централизованные и децентрализованные коммуникативные сети, различающиеся своими эффектами и последствиями для делового и эмоционального развития группы. При анализе информационных групповых связей часто используют термин «коммуникативная сеть» и выделяют два типа таких сетей: централизованные и децентрализованные.

Централизованные коммуникативные сети характеризуются тем, что в них один из членов группы находится в центре информационных потоков и играет основную роль в организации обмена информацией и межличностного взаимодействия. Через него осуществляется общение остальных участников

данной деятельности, которые непосредственно между собой контактировать не могут.

Существуют различные варианты централизованной сети: фронтальная, радиальная, иерархическая. *Фронтальная структура* специфична тем, что ее участники, не вступая в контакт друг с другом, все же находятся рядом, видят друг друга. *Радиальный вариант* отличается тем, что вся информация передается членам группы только через центральное лицо. Это затрудняет получение обратной связи от партнеров, которых нельзя увидеть или услышать, но зато обеспечивает возможность работать полностью самостоятельно, до конца реализуя свою собственную позицию. В *иерархической структуре* имеются два и более уровней соподчинения членов группы, причем часть из них может видеть друг друга в процессе совместной деятельности, а часть — нет.

Существуют различные варианты децентрализованных сетей. Их основное отличие от сетей первого типа состоит в коммуникативном равенстве всех участников, то есть каждый из участников этой сети обладает одинаковыми со всеми остальными возможностями принимать, передавать и перерабатывать информацию, вступая в прямое общение с участниками совместной деятельности. Разновидности: *цепная, круговая, полная*.

Применение централизованных коммуникативных сетей целесообразно для решения конкретных задач, возложенных на группу, а также в тех случаях, когда необходимо простимулировать развитие лидерства и организационное сплочение группы. Однако надо помнить, что в рамках таких сетей затруднено решение сложных и творческих задач, а также их широкое применение может снижать удовлетворенность групповым членством.

Напротив, использование децентрализованных сетей уместно при решении нестандартных, не лимитированных временем сложных задач, а также в тех случаях, когда деятельность должна служить развитию межличностных отношений, повышению удовлетворенности членов группы групповым членством.

Если исследователь получает возможность проследить, какими путями распространяется по группе информация (приходящая извне, рождающаяся внутри группы), он начинает лучше понимать происходящие в группе процессы. Кроме того, он может сделать вывод о продуктивности тех устойчивых дорожек, по которым информация распространяется, о необходимости их изменения. Другое дело, что для этих целей не разработано строгих стандартизированных диагностических процедур. Приходится полагаться на свою наблюдательность и умение провоцировать в группе ситуации (может быть, создавать их в игровой, тренинговой формах), в которых коммуникативные сети прорисовываются более четко и для него, и для самих участников группы.

### ***Ролевая структура малой группы.***

Понятию «социальная роль» в его современном звучании социальная психология обязана прежде всего работам **Дж. Мида**, **Дж. Морено** и **Р. Линтона**. Но несмотря на устойчивый интерес к данной проблеме в течение

нескольких десятков лет, за пределами интеракционизма это понятие остается довольно размытым.

**Роль** — это то, чего ждут от человека общество и другие в конкретной социальной ситуации; то, чего он сам от себя ждет в конкретной социальной ситуации; реальное поведение, заданное содержанием статуса.

Соотношение набора ролей и особенностей групповой жизнедеятельности (характера целей, уровня развития и т.д.) рассматривается с разных точек зрения. Сама постановка вопроса о ролевой структуре группы пока отличается нечеткостью. Так, **К. Рудестам** отмечает, что есть одна группа исследователей, которые считают, что набор ролей в группе в целом один и тот же и формируется на самых ранних этапах жизни группы. И есть другая группа исследователей, которые считают, что каждая группа имеет тот набор ролей, который соответствует фазе развития группы и ее целям. В своей работе он приводит описание набора ролей, позволяющего коррекционной группе успешно решать инструментальную и экспрессивную задачу. Набор составлен на основе известной схемы анализа взаимодействия **Р. Бейлза**.

**О. Г. Филатова** выделяет три совокупности групповых ролей в соответствии с тремя возможными позициями человека в группе: ориентированные на задачу, на отношения и на себя. Роли, ориентированные на решение задачи: инициирование; информационный поиск; передача информации; передача мнений, оценок и чувств по поводу обсуждения; прояснение и проработка; координирование; оценивание; обеспечение консенсуса.

Роли, ориентированные на поддержание отношений в группе: ободрение и поддержка; гармонизация отношений; посредник; обеспечение компромисса.

Роли, связанные с ориентацией на себя: блокирование и отвержение; агрессивность; уход; доминирование; стремление исповедоваться; запрашивание помощи.

Существуют и другие представления о связи ролевой структуры группы и эффективности ее жизнедеятельности. Так, исследование **Р. М. Белбина** свидетельствует о том, что для получения действительно эффективной группы необходимы 8 ролей. Среди них:

*Председатель* — человек, который осуществляет руководство командой и координирует ее действия.

*Организатор* — это инициативный, легко возбудимый, мобильный и наиболее влиятельный человек в группе.

*Мозговой центр* — люди, входящие в мозговой центр компании, в отличие от организатора устремлены в себя, но в интеллектуальном плане оказывают большое влияние на других.

*Контролер* — обладает скорее аналитическим, чем творческим, складом ума.

*Исследователи резерва новых служащих* — приносят в группу новые контакты, идеи, усовершенствования.

*Трудооголики* — превращают идеи в выполнимые задания.

*Координаторы команды* — сплавивают всю команду, поддерживая других, выслушивая их, поощряя, вникая во все, понимая все и внося во все чувство гармонии и согласия.

*Детерминатор.* Без детерминатора команда не смогла бы закончить ничего к назначенному сроку. Он проверяет детали, беспокоится о графиках, досаждаст другим необходимостью что-то безотлагательно сделать. Его упорная систематическая работа очень важна, но не всегда популярна.

В целом, вопрос об эффективной ролевой структуре еще остается мало разработанным.

### ***Эмоциональная структура малой группы.***

Нарастающий исследовательский интерес к эмоциональным отношениям связан с созданием **Дж. Морено** знаменитой социометрической методики — первой и по сей день непревзойденной тестовой процедуры для изучения системы эмоциональных отношений в группе.

Место конкретного члена группы в этой системе определяется степенью его предпочитаемости другими участниками (эмоциональным статусом), а сама структура обладает еще рядом важных *характеристик*.

Первая характеристика — ***конфигурация эмоциональных статусов членов группы***. Статус человека в структуре эмоциональных предпочтений можно рассматривать как некоторое выражение степени привлекательности, симпатичности его личности для других. Чем выше статус, тем привлекательнее данный член группы для остальных, тем выше потребность в общении с ним, внимании с его стороны.

Прежде всего в социометрической статусной иерархии выделяются три категории: *популярные, средние, непопулярные* члены группы. По результатам социометрии они отличаются числом положительных выборов и отвержений и их сочетанием.

***Популярные члены группы*** имеют значительное число положительных выборов и мало отвержений. Среди популярных в ряде случаев можно выделить *собственно высокостатусных и социометрических «звезд»*.

***Непопулярные члены группы*** чрезвычайно не однородны. Среди них могут быть члены группы со статусами *пренебрегаемых, отверженных и изолированных*. У пренебрегаемых есть положительные выборы, но их мало, они получили значительно больше отвержений со стороны других членов своей группы. Можно сказать, что эмоционально они малопривлекательны для членов группы. Отверженные, или изгои, не имеют положительных выборов, а лишь разное количество отвержений, что и определяет условную силу их социальной отверженности. Роднит всех отверженных то, что их личность воспринимается группой весьма экспрессивно, но отрицательно. Отверженность в данном случае — это прежде всего эмоциональный феномен, определенное неприятие человека, тех качеств, свойств и привычек, обладателем которых он является. Наконец, к изолированным попадают те люди, которые как бы не существуют для группы: у них отсутствуют как выборы, так и отвержения. Их нет в эмоциональном реестре группы ни на уровне чувств, ни на уровне определенного отношения.

Вторая характеристика — **взаимность социометрических выборов**. Реальное положение человека в группе определяется не только статусом, но и взаимностью сделанных им выборов и отвержений. Чем больше взаимных выборов, тем оно стабильнее и благоприятнее. Групповая структура в целом также приобретает различный вид в зависимости от того, есть ли в ней взаимно предпочитающие друг друга мини-сообщества людей, многие ли члены группы определились в своих симпатиях или антипатиях. Если ответ отрицательный — группа пребывает на сложной ступени своего развития, характеризующейся и конфликтностью, и низкой групповой эмпатией, и эмоциональной неудовлетворенностью.

Третья характеристика — **система отвержений в группе**. Определились ли люди в своих антипатиях? Или многие члены группы выбирают тех, кто их отвергает? Как распределяется в группе эмоциональная агрессия?

Четвертая характеристика — **наличие и взаимоотношения внутри устойчивых микрогрупп**. Любая малая группа, численностью более 5—7 человек тяготеет к внутреннему разбиению на более мелкие сообщества — микрогруппы. Каждая из них имеет свою эмоциональную структуру, иногда — своих высокостатусных и «звезд». Внутри достаточно большой по численности (15—25 человек) группы может существовать очень сложная социальная структура: несколько микрогрупп, которые как-то взаимодействуют друг с другом, отдельные пары и тройки, а также отверженные, изолированные. Взаимоотношения между устойчивыми микрогруппами многое определяют в эмоциональном климате всего коллектива. Они могут быть конфликтны или позитивны, группы могут иметь общих членов или быть изолированными друг от друга, могут быть ориентированы на одних «звезд» или разных и т.д.

Таким образом, **эмоциональная (социометрическая) структура малой группы** может быть определена как совокупность соподчиненных позиций членов группы в системе эмоциональных предпочтений. Эмоциональные отношения членов группы имеет большое значение для их самочувствия и эффективности деятельности группы в целом, но их роль не стоит абсолютизировать.

## 2. ПОНЯТИЕ ГРУППОВОЙ ДИНАМИКИ И ЕЕ МЕХАНИЗМЫ

Впервые термин «групповая динамика» был использован **Куртом Левином**. 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 важнейших 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», 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 поведением*. 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.

### 3. ГРУППОВАЯ СПЛОЧЕННОСТЬ

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

**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.

#### **4. ГРУППОВОЕ ДАВЛЕНИЕ И КОНФОРМНОЕ ПОВЕДЕНИЕ**

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.

**Конформизм** — подчинение суждения или действия человека групповому давлению (мнению большинства) в ситуации конфликта между его собственным мнением (опытом) и мнением большинства.

**Конформность** — склонность человека как члена группы неосознанно выбирать и следовать мнению группового большинства.

**Негативизм** — демонстрация поведения, или мнения, противоречащего мнению большинства, независимо от того, право это большинство или нет.

**Нонконформизм** — демонстрация мнения или поведения, опирающегося на собственный опыт, независимо от мнения или поведения группового большинства.

**В. Э. Чудновский** выделил 2 типа конформного поведения: внешнее и внутреннее.

*Внешнее подчинение* — это реакция приспособленчества, которая может сопровождаться внутренним конфликтом, но может осуществляться и без него, как принятое личностью внешнее приспособление к группе. **Л. Фестингер** использовал для обозначения близкого явления термин «*публичная конформность*».

*Внутреннее подчинение* — это переживание мнения группы как своего собственного, которое может проистекать из бессознательного принятия постулата «большинство всегда право», а может быть результатом сознательного выбора личности.

Факторы, влияющие на конформное поведение:

**Единодушие большинства.** Больше всего конформных реакций (чуть более 30%) испытуемые демонстрируют в ситуации абсолютного единодушия большинства. В ситуации, если в группе два «наивных» испытуемых или среди подставной группы «назначен» верный партнер, степень независимости резко повышается (процент конформных реакций едва достигает 10).

**Численность большинства.** Максимальное воздействие на мнение «наивного» испытуемого оказывает группа из 3 человек. Дальнейшее увеличение численности единодушного большинства не имеет существенного значения.

**Особенности ситуации.** Исследования Аша и сотрудников показали, что чем дальше от истины мнение большинства, тем выше независимость испытуемых. И что еще более важно: влияние большинства усиливается, когда нарастает неопределенность ситуации. Уверенный в своей компетентности испытуемый менее склонен к зависимому поведению, но лишь в том случае, если компетентность группы он оценивает ниже или равно своей. Чем выше субъективная авторитетность группы для «наивного испытуемого», тем чаще он подпадает под влияние большинства.

**Особенности группы.** В ряде отечественных исследований (работы А. П. Сопикова, А. В. Баранова) выявлена зависимость интенсивности конформного поведения от особенностей деятельности группы. Исследования, проведенные на студентах, показали, что будущие педагоги чаще демонстрируют зависимость от группового влияния, чем будущие инженеры. Подростки, играющие в оркестре, более зависимы в своем мнении

от сверстников, чем подростки — победители физико-математических олимпиад. Конформность также возрастает в сплоченных группах.

**Гендерные и возрастные особенности.** Женщины в целом более конформны, чем мужчины, а дети — чем взрослые. Хотя если говорить о подростках и старшеклассниках, то они склонны демонстрировать конформизм в общении с группой сверстников и негативизм — в общении со взрослыми. Учитывая это, желательно как можно реже ставить подростка в ситуацию группового давления со стороны взрослых или класса, если он не является для него источником норм и ценностей. В старшем школьном возрасте вероятность независимых решений возрастает, однако конформность в общении со значимой группой сверстников или взрослых еще очень велика.

**Индивидуальные особенности испытуемого.** Р. Л. Кричевский и Е. М. Дубовская приводят следующие данные: выявлена отрицательная зависимость между склонностью человека к конформному поведению и такими его психологическими особенностями, как высокий интеллект, способность к лидерству, толерантность к стрессу, социальная активность и ответственность.

**Значимость ситуации для испытуемого.** Это наиболее важный фактор. Чем более значимой для себя испытуемый воспринимает ситуацию, тем ниже вероятность принятия им зависимых решений.

## 5. ЛИДЕРСТВО И РУКОВОДСТВО В МАЛОЙ ГРУППЕ

В малой группе психологическая власть существует в двух основных формах, в чем-то сходных, в чем-то принципиально различных: лидерство и руководство. В зарубежной социальной психологии термин «лидерство» длительное время выполнял роль универсального термина. С его помощью обозначались самые различные виды и процессы влияния в группе: как влияния, основанного на официальных функциях и полномочиях, так и влияния, проистекающего из особенностей конкретного человека.

В отечественной социальной психологии понятия лидерства и руководства содержательно разведены **Б.Д. Парыгиным**.

Выделяются следующие различия лидера и руководителя:

1) лидер в основном призван осуществлять регуляцию межличностных отношений в группе, в то время как руководитель осуществляет регуляцию официальных отношений группы как некоторой социальной организации;

2) лидерство возникает стихийно, руководитель всякой реальной социальной группы либо назначается, либо избирается, но так или иначе этот процесс не является стихийным, а, напротив, целенаправленным, осуществляемым под контролем различных элементов социальной структуры;

3) явление лидерства менее стабильно, выдвижение лидера в большой степени зависит от настроения группы, в то время как руководство — явление более стабильное;

4) руководство подчиненными в отличие от лидерства обладает гораздо более определенной системой различных санкций, которых в руках

лидера нет;

5) процесс принятия решений в системе руководства носит гораздо более сложный характер, чем в условиях лидерства;

6) сфера деятельности лидера — в основном малая группа, где он и является лидером, сфера действия руководителя шире, поскольку он представляет малую группу в более широкой социальной системе.

**Г. М. Андреева** подчеркивает, что *руководство*, в отличие от лидерства, - феномен смешанной, социально-психологической природы. Власть руководителя значительно шире собственно психологического влияния. Она опирается на всю систему социально-экономических рычагов, которые находятся в распоряжении руководителя.

Сила влияния руководителя частично опирается на психологические механизмы, частично — на полномочия, данные ему более широкой социальной системой (которая и определила его на должность руководителя).

*Лидерство* — феномен собственно психологической природы, в его основе — сила влияния одного члена группы на другого.

*Лидерство в малой группе* - это феномен воздействия и влияния индивида на мнения, оценки, отношения и поведение группы в целом или отдельных ее членов» (В. П. Позняков).

*Функции лидерства:*

- организация совместной жизнедеятельности в различных ее сферах,
- выработка и поддержание групповых норм,
- внешнее представительство группы во взаимоотношениях с другими группами,
- принятие ответственности за результаты групповой деятельности,
- установление и поддержание благоприятных социально-психологических отношений в группе (В.П. Позняков).

**Типы лидеров.** Так как лидерство тесно связано с решением тех или иных групповых задач, его можно типологизировать в соответствии с двумя основными сферами жизнедеятельности малой группы:

- деловой, связанной с осуществлением совместной деятельности и решением групповых задач,
- эмоциональной, связанной с процессом общения и развития психологических отношений между членами группы.

Эти два вида лидерства могут быть персонифицированы в одном лице (универсальный лидер), но чаще они распределяются между разными членами группы. Внутри каждой из сфер может происходить еще более глубокая дифференциация лидерских ролей. Так, внутри инструментального лидерства можно выявить: лидера-организатора, лидера-инициатора, лидера-эрудита, лидера - специалиста, лидера - мотиватора, лидера-мастера, лидера-скептика и т. д.

А среди экспрессивных лидеров существуют: лидер эмоционального притяжения (социометрическая «звезда»), лидер-генератор эмоционального настроения и т. д. (Л.И. Уманский).

**Френч** и **Рэйвен** выделяют 5 источников влияния руководителя на подчиненных или, как их называют сами авторы, **5 форм власти**.

1) Первый источник влияния - **принуждение**. Влияние через страх. Исполнитель верит, что влияющий имеет возможность наказывать таким образом, который помешает удовлетворению какой-то насущной потребности, или может сделать какие-то неприятности. Принуждение предполагает жесткую систему контроля, осуществляемого со стороны руководителя за всеми этапами и аспектами деятельности подчиненных.

2) Второй источник влияния - **вознаграждение**. В каком-то смысле вознаграждение — обратная сторона принуждения, по своей сути — столь же манипулятивная техника управления. Исполнитель верит, что влияющий имеет возможность удовлетворить насущную потребность, или доставить удовольствие.

3) Третий источник влияния - **традиции**. Традиционная власть руководителя опирается на устоявшееся в культуре, ставшее частью традиционного воспитания стереотипное представление о том, что «начальник всегда прав» и «недостойного человека начальником не сделают».

4) Четвертый источник влияния — **личность руководителя, власть примера (харизма)** - это власть, основанную на личном влиянии, на отождествлении подчиненного с руководителем.

**М. Х. Меском** называет следующие *черты харизматической личности*:

- Обмен энергией. Создается впечатление, что эти личности излучают энергию и заряжают ею окружающих людей;

- Внушительная внешность. Харизматический лидер не обязательно красив, но привлекателен, обладает хорошей осанкой и прекрасно держится;

- Независимость характера. В своем стремлении к благополучию и уважению (в их понимании) эти люди не полагаются на других;

- Хорошие риторические способности. Они умеют говорить;

- Восприятие восхищения своей внешностью. Они чувствуют себя комфортно, когда другие выражают им восхищение, не впадая при этом в надменность или себялюбие;

- Достойная и уверенная манера держаться. Они выглядят людьми собранными и владеющими ситуацией.

5) Наконец, пятый источник влияния — **экспертная власть**. Исполнитель верит, что влияющий обладает специальными знаниями, которые позволяют удовлетворить насущную потребность.

Возможности использования типов влияния значительно различаются для разных руководителей. Определяются они ситуацией, в которой работает группа, особенностями решаемых группой задач и сложившихся в ней взаимоотношений (в том числе — с руководителем), уровнем группового развития.

### Стили руководства (лидерства)

**А. А. Русалинова** определяет *стиль руководства* как стабильно проявляющиеся особенности взаимодействия руководителя с коллективом (группой в целом и отдельными ее представителями), формирующиеся под влиянием как объективных и субъективных условий управления, так и индивидуально-психологических особенностей личности руководителя.

**К. Левин** выделил 3 стиля руководства, прочно укоренившиеся в социально-психологической литературе: «авторитарный», «демократический» и «попустительский». 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.

## 6. МЕТОДЫ ПРИНЯТИЯ ГРУППОВОГО РЕШЕНИЯ

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.

1. 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.

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

3. 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:

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

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

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.

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 **К. Левиным**. 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.

## 1.9 БОЛЬШИЕ ГРУППЫ И МАССЫ

### Вопросы:

- 1) Общая характеристика больших групп
- 2) Понятие большой стихийной группы
- 3) Паника как форма психического заражения

### 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА БОЛЬШИХ ГРУПП

«Большие» в количественном отношении образования людей разделяются на два вида:

- стабильные социальные группы, т.е. группы, сложившиеся в ходе исторического развития общества, занимающие определенное место в системе общественных отношений каждого конкретного типа общества и потому долговременные, устойчивые в своем существовании. К данному виду относятся прежде всего *социальные классы, различные этнические группы* (их главная разновидность — нации), *профессиональные группы, половозрастные группы* (например, молодежь, женщины, пожилые люди и т.д.).

- стихийные социальные группы - случайно, стихийно возникшие, достаточно кратковременно существующие общности, куда относятся *толпа, публика, аудитория*.

**Большая социальная группа** — это совокупность людей, объединенная на основе социального признака, формирующая социальную общность большого размера, в которой люди не имеют непосредственных эмоционально-личностных контактов со всеми членами группы.

Общие *признаки* большой социальной группы:

1. Существуют специфические **регуляторы социального поведения** - нравы, обычаи и традиции. Их существование обусловлено наличием специфической общественной практики, с которой связана данная группа, относительной устойчивостью, с которой воспроизводятся исторические формы этой практики.

2. Особый **образ жизни группы**. Его исследование предполагает изучение особых форм общения, особого типа контактов, складывающихся между людьми.

3. В рамках определенного образа жизни приобретают особое значение **интересы, ценности, потребности**.

4. **Наличие специфического языка**. Для этнических групп — это само собой разумеющаяся характеристика, для других групп язык может выступать как определенный жаргон, например, свойственный профессиональным группам, такой возрастной группе, как молодежь.

5. **Социальная детерминация происходящих в них процессов**, в частности, более очевидно значение ценностей и стереотипов.

6. Большие группы существуют на протяжении длительного периода времени, поэтому при их исследовании обязателен учет двух характеристик времени: **синхрония** (анализ процессов, протекающих в одно и то же время) и

**диахрония** (анализ процессов в их временной протяженности, так как именно в этом сечении возможно проследить трансляцию признаков группы от поколения к поколению).

*Структура* психологии большой социальной группы включает в себя:

- 1) *психический склад* как более устойчивое образование (к которому могут быть отнесены социальный или национальный характер, нравы, обычаи, традиции, вкусы и т.п.) и
- 2) *эмоциональная сфера* как более подвижное динамическое образование (в которую входят потребности, интересы, настроения).

**Психический склад** выступает как наиболее устойчивое образование в психологии общности. К нему относятся социальный характер, традиции, обычаи, привычки, нравы. Эти явления характерны для разных общностей.

Так, *социальный характер группы*, народа определяется специфической культурой, системой знаков, символов. Он формируется в конкретных условиях, под воздействием социального бытия, той системы ценностей, ориентации, в которых проходит процесс социализации.

*Традиции* представляют собой исторически сложившиеся под влиянием определенных условий жизни узаконенные способы воспроизведения исторически сложившихся правил, норм поведения, отношений людей. Они определяют общее направление деятельности групп в специфических условиях.

*Обычай* представляет собой прочно установившиеся в той или иной социальной группе, у того или иного народа правила реагирования на определенные события, осуществления некоторых общественно значимых действий (особые моменты трудовой деятельности, быта, семейной жизни, важные события в жизни человека: рождение, свадьба, характер праздников и др.). Обычай хранит определенный народный опыт, является символом каких-то ценностей, выработанных общностью, приучает уважать их, воспитывает определенное отношение к группе, к личности.

**Предрассудок** - это укоренившееся в обществе мнение «без разумного отчета в основательности его» (В. Даль), но относящееся преимущественно к «предостерегательным, суеверным правилам». Предрассудки определяют отношения данной социальной группы к тем или иным природным или социальным явлениям. Общественно опасными являются национальные и религиозные предрассудки.

**Образ жизни** - это совокупность устоявшихся, типичных для определенных социально-экономических отношений форм жизнедеятельности народов, классов, социальных групп, отдельных людей в материальном и духовном производстве, в общественно-политической и семейно-бытовой сфере. В образе жизни раскрывается, как живут люди, какими действиями и поступками заполнена их жизнь, каков стиль их мышления, их потребности, интересы, идеалы, умонастроения, содержание и формы общения, какие цели они преследуют. В образе жизни общности, человека выражается система их отношений к обществу, труду, другим общностям, другим людям, к себе.

## **Виды больших социальных групп**

- 1) по характеру межгрупповых и внутригрупповых социальных связей:
  - а) объективные макрогруппы – группа, в которой люди объединены общностью объективных связей, существующих независимо от сознания и воли этих людей;
  - б) субъективно-психологические макрогруппы – группы, которые возникают в результате сознательного объединения людей;
- 2) по времени существования:
  - а) длительно существующие группы (классы, нации);
  - б) временно существующие группы (толпа, аудитория);
- 3) по организованности-неорганизованности:
  - а) организованные группы (партии, союзы);
  - б) неорганизованные (толпа);
- 4) по возникновению:
  - а) возникшая стихийно (толпа);
  - б) организованная сознательно (партии, ассоциации);
- 5) по контактности членов группы:
  - а) условные группы – группы, создаваемые по определенному признаку (пол, возраст, профессия и т. п.), в которых люди не имеют прямых контактов между собой;
  - б) реальные большие группы – реально существующие группы, в которых люди имеют между собой тесные контакты (митинги, собрания);
- б) по открытости:
  - а) открытые;
  - б) закрытые – членство определяется внутренними установлениями групп.

### ***Уровни развития больших социальных групп (Г.Г. Дилигенский):***

- типологический – люди, объединенные в группы этого уровня, имеют общие признаки, которые не составляют основания для создания психологической общности. Такие группы не обладают единством;
- идентификационный – характеризуется наличием группового самосознания; члены групп осознают свою принадлежность к данной группе, идентифицируют себя с ее членами;
- солидаристский (интегрированный) – характеризуется осознанием членами группы общности своих интересов, готовности группы к совместным действиям во имя групповых целей.

Среди всего многообразия больших социальных групп в исследовании отечественных психологов особое место занимают национально-этнические группы и классы.

***Национально-этнические группы*** — это большие социальные группы, включающие тысячи и миллионы людей, связанных общими внешними и психологическими чертами: род и племя, народ и нацию, расу и этнос. Д.Б. Ольшанский определяет их следующим образом:

***Род*** является первичной этнической группой и представляет собой группу кровных родственников, ведущих свое происхождение по одной

линии, по большей части осознающих себя потомками общего предка (реального или мифического), носящих общее родовое имя и, естественно, имеющих общие потребности и интересы, проявляющиеся в единых социально-политических действиях.

Объединение двух или более родов образуют **племя** - это более высокая форма организации, объединяющая некоторое число родов и семейно-родовых кланов на общей этнической основе. Рода и племена в ходе исторического развития объединились в нации.

**Нация** - (от латинского *natio* — «племя», «народ») — большие исторические общности людей, складывающиеся в ходе формирования общности их территории, экономических связей, литературного языка ряда особенностей культуры, характера и психики в целом.

**Раса** - исторически сложившиеся супер-большие группы людей, связанные единством происхождения, которое выражается в общих наследственных морфологических и физиологических признаках, варьирующих лишь в очень определенных пределах. Расы являются не совокупностями людей, а совокупностями популяций, что указывает на отсутствие особых психологических различий, принципиально разделяющих расы. Практически, внутри всех рас прослеживаются межнациональные или, говоря более обще, межэтнические психологические различия, однако реально и объективно зафиксированные межрасовые психологические различия пока в серьезной науке не описаны.

**Этнос** - исторически возникший вид устойчивой общности людей, представленной племенем, народностью, нацией или даже группой наций и национальностей.

**Классы** - большие социальные группы, выделяемые в зависимости от места в общественной жизни, от отношения к средствам производства и от способа получения общественного богатства.

В качестве социально-психологических признаков классов выделяются:

- социальный статус, означающий положение в социальной иерархии;
- определенный образ, качество и стиль жизни;
- шкала ценностей, система потребностей и интересов;
- традиции, установки, картины мира, стереотипы, привычки, круг общения;
- социальная этика, сленг, жаргон.

Используя терминологию классового подхода, в обществе условно выделяют *низший, средний и высший классы*. В переходные, кризисные исторические периоды в структуре общества происходят динамичные процессы, в т.ч. отражающиеся на изменении классовой структуры общества, на перераспределении общественных богатств и др. Классовая структура общества зависит от типа государства, экономики и общества. Особая роль во влиянии на классы оказывают **партии**. Основные причины объединения людей в партии связаны с психологией влечения к власти. Не случайно под

партией подразумевают любую политическую группу, представленную на выборах, через которые она способна поставить своих кандидатов у власти.

## 2. ПОНЯТИЕ БОЛЬШОЙ СТИХИЙНОЙ ГРУППЫ

**Стихийные группы** - это кратковременные объединения большого числа лиц с различными интересами, но собравшихся вместе по какому-либо определенному поводу и демонстрирующих какие-то совместные действия. Разновидности - толпа, масса, публика.

Есть типичные жизненные ситуации, в которых легко образуются многочисленные скопления людей (толпы). К ним относятся следующие:

- стихийные бедствия (землетрясения, крупные наводнения, пожары),
- общественный транспорт и транспортные узлы (вокзалы, метро),
- массовые зрелища (спортивные матчи, эстрадные концерты и т. п.),
- политические акции (митинги, демонстрации, политические выборы, забастовки и другие акции протеста),
- места массовых празднований и отдыха (стадионы, площади и улицы городов, помещения и площадки для крупных дискотек и т.д.) и др.

**Масса** обычно описывается как относительно стабильно и разнородное образование с нечеткими границами. Масса может выступать не обязательно как сиюминутное образование, подобно толпе; она может оказаться в значительно большей степени организованной, когда определенные слои населения достаточно сознательно собираются ради какой-либо акции: манифестации, демонстрации, митинга.

**Публика** представляет собой еще одну форму стихийной группы, хотя элемент стихийности здесь слабее выражен, чем, в толпе. Публика — это тоже кратковременное собрание людей для совместного времяпрепровождения в связи с каким-то зрелищем — на трибуне стадиона, в большом зрительном зале, на площади перед динамиком при прослушивании важного сообщения. Публика всегда собирается ради *общей и определенной цели*, поэтому она более управляема, в частности в большей степени соблюдает нормы, принятые в избранном типе организации зрелищ. Но и публика остается массовым собранием людей, и в ней действуют законы массы. Достаточно и здесь какого-либо инцидента, чтобы публика стала неуправляемой.

В более замкнутых помещениях, например в лекционных залах, публику часто именуют **аудиторией** - социальная общность людей, объединенная взаимодействием с коммуникатором - индивидом или группой, владеющими информацией и доводящими ее до этой общности. Аудитория может осуществлять как непосредственное взаимодействие с коммуникаторами (например, слушание уличного оратора, объявления распорядителя в магазине или других общественных местах), так и опосредованное, анонимное (например, воздействие средств массовой информации). Наиболее характерной чертой аудитории является практически одностороннее

взаимодействие, слабая обратная связь аудитории с коммуникатором, особенно в случае большой аудитории.

Под **толпой** понимается многочисленное скопление людей, находящихся в непосредственных контактах друг с другом и в состоянии повышенного эмоционального возбуждения, характеризующееся изначальным стихийным своим образованием (или потерей организации) и отсутствием общей для всех осознанной цели (или ее утратой).

Таким образом, к основным признакам толпы можно отнести:

- многочисленность — как правило, это большая группа людей;
- высокая контактность, т. е. каждый человек находится на близком расстоянии с другими, фактически входя в их персональные пространства;
- эмоциональная возбужденность — типичными психологическими состояниями данной группы являются динамические, неуравновешенные состояния: повышенное эмоциональное возбуждение, волнение людей и т. п.;
- неорганизованность (стихийность) — эти группы чаще всего образуются стихийно, изначально имеют слабую организованность, а при наличии организации могут легко терять ее;
- неустойчивость цели — наибольшие споры возникают вокруг такого признака толпы, как ее *цельности—бесцельности*: общая для всех цель в этих группах, как правило, отсутствует или, при ее наличии слабо осознается большинством людей; кроме того, цели могут легко утрачиваться, первоначальные цели часто подменяются другими, нередко *подставными* и т. п. (поэтому когда говорится о *бесцельности* толпы как ее свойстве, то имеется в виду отсутствие общей, всеми осознаваемой цели).

В настоящее время чаще всего выделяются следующие основные виды толпы с соответствующими подвидами:

**Окказиональная толпа** (от англ. occasion - случайность) - скопление людей, собравшихся поглазеть на неожиданное происшествие.

**Конвенциональная толпа** (от англ. convention - условность) - группа людей, собранная по поводу заранее объявленного события: футбольный матч, митинг, концерт рок-группы и т.д. Здесь уже преобладает более направленный интерес, и люди до поры (пока толпа сохраняет качество конвенциональности) готовы следовать определенным условностям (конвенциям). Не следует путать конвенциональную толпу с публикой, собравшейся в драматическом, оперном театре, в консерватории и проч.

**Экспрессивная толпа** (от англ. expression -выражение), ритмически выражающая ту или иную эмоцию: радость, энтузиазм, возмущение и т. д. Спектр эмоциональных проявлений в данной толпе очень широк, а главная отличительная черта - ритмичность выражения. Примерами образования такой толпы являются люди, скандирующие лозунг на митинге или манифестации, громко поддерживающие любимую команду или клеймящие судью на стадионе, танцующие на карнавале и т.д. В ряде случаев процесс ритмического выражения эмоций может принять особенно интенсивную форму, и тогда возникает особый феномен массового экстаза.

**Экстатическая толпа** (от англ. ecstasy - экстаз) - экстремальная форма экспрессивной толпы. В экстазе люди самозабвенно истязают себя цепями на шиитском религиозном празднике, доводят себя до невменяемости под нарастающий ритм неистового моления в секте трясун или в танце на бразильском карнавале, рвут на себе одежду в ритме рока.

**Действующая (active) толпа** - политически наиболее значимый и опасный вид группового образования, характеризующийся осуществлением конкретных действий в соответствии со своими интересами или эмоциональным состоянием.

Выделяют несколько разновидностей действующей толпы.

**Агрессивная толпа**, эмоциональная доминанта которой (ярость, злоба), равно как направленность действий, прозрачно выражены в названии. Она представляющая собой скопление людей, стремящихся к уничтожению, разрушению и даже убийству. При этом те, кто составляет агрессивную толпу, не имеют рациональной основы для своих действий и, находясь в состоянии фрустрации, часто направляют свой слепой гнев или ненависть на совершенно случайные объекты, не имеющие никакого отношения ни к происходящему, ни к самим погромщикам. Агрессивная толпа относительно редко возникает сама по себе. Чаще всего она является результатом трансформации случайной, конвенциональной или экспрессивной толпы. Так, футбольные болельщики, раздосадованные и обозленные проигрышем любимой команды, легко могут превратиться в агрессивную толпу, которая начинает крушить все вокруг, ломать скамейки на стадионе, бить стекла ближайших домов и витрины магазинов, избивать случайных прохожих и т.п.

**Паническая толпа** объята ужасом, стремлением каждого избежать реальной или воображаемой опасности.

**Стяжательная толпа** - люди, вступившие в неорганизованный конфликт за обладание некоторой ценностью. Доминирующей эмоцией здесь обычно становится жадность, жажда обладания, к которой иногда примешивается страх.

**Повстанческая толпа** по ряду признаков сходна с агрессивной (преобладает чувство злости), но отличается от неё социально справедливым характером возмущения. Однако следует учитывать, что понятие «социальная справедливость» в такого рода образованиях зачастую определяется произвольно и пристрастно.

Поведение в больших социальных группах во многом определяется действием таких **механизмов психического воздействия**, как заражение, подражание и массовое внушение.

**Заражение** - передача на психофизиологическом уровне эмоционального состояния от одного индивида к другому, часто приобретая характер циркулярной, возрастающей реакции. Феномен заражения наблюдался на самых разных этапах человеческой истории и имел многообразные проявления: массовые вспышки различных душевных состояний, возникающих во время ритуальных танцев, спортивного азарта, ситуаций паники и пр. Особой ситуацией, где усиливается воздействие через

заражение, является ситуация паники. С заражением часто связано подражание.

**Подражание** - стремление индивида скопировать внешние черты поведения другого человека, выступающего образцом (эталонном).

Основоположником научного изучения подражания считается французский психолог и социолог **Г. Тард**. В соответствии с его концепцией, подражание есть основной принцип развития и существования общества. При изучении подражания были выявлены некоторые закономерности:

- во-первых, подражание идет от внутреннего к внешнему (т.е. подражание осуществляется на основе эмоционального заражения);
- во-вторых, низшие на социальной лестнице подражают высшим;
- в-третьих, чем старше и образованнее человек, тем меньше он подвержен простейшим образцам подражания, тем более сложные формы приобретает сам процесс подражания;
- в-четвертых, подражание основано на авторитете, т.е. подражать возникает желание людям, пользующимся в глазах подражающего уважением.

**Массовое внушение** - вид социальной коммуникации, предполагающий некритическое восприятие группой людей определенной информации. Инициатором внушающего воздействия могут быть отдельный индивид, группа, СМИ. Одним из популярных методов массового внушения в наше время является реклама.

### 3. ПАНИКА КАК ФОРМА ПСИХИЧЕСКОГО ЗАРАЖЕНИЯ

**Паника** - стихийно возникающее состояние и поведение большой совокупности людей, находящихся в условиях поведенческой неопределенности в повышенном эмоциональном возбуждении от бесконтрольного чувства страха.

Наиболее важными характеристиками паники являются следующие:

- паника возникает, как и всякое массовое явление, в группах большой численности (толпе, многочисленной диффузной группе, массовом скоплении людей);
- паника вызывается чувством бесконтрольного (неуправляемого) страха, основанного на реальной или мнимой угрозе;
- паника — это чаще всего стихийно возникающее, неорганизованное состояние и поведение людей;
- для людей в паническом состоянии характерна так называемая поведенческая неопределенность (состояние растерянности, неясности как себя вести, поэтому возникает хаотичность в действиях и неадекватность поведения в целом).

Возникновение панических состояний связано с целым рядом характеристик людей, особенно важными среди которых являются некритичность мышления, выраженная личностная тревожность и повышенная внушаемость, большая неуверенность, внезапный страх, чувство изоляции, сознание бессилия перед неотвратимой опасностью. Эти факторы

вместе с явлениями социально- психологического порядка — отсутствием групповой солидарности, утратой доверия к руководству, дефицитом информации, снимающей личностные напряжения, или избытком информации, нагнетающей такие напряжения, также приводят к уменьшению возможностей рациональной психической деятельности людей и правильной оценки ситуации.

При анализе каждого конкретного случая панического поведения следует принимать во внимание и ряд специфических факторов:

- общую атмосферу, в которой происходят события (степень социальной напряженности в первую очередь),
- конкретную ситуацию,
- характер происшедшего события и степень угрозы, которую оно несет,
- глубину и объективность информации об этой угрозе,
- общую моральную и психическую стойкость участников поведения и
- первое движение людей сразу же после получения информации об опасности.

***Возникновение и развитие паники*** характеризуется следующими этапами.

Первый этап - появление стимула к панике: сильная эмоциональная реакция отдельных индивидов, которые начинают метаться и сеять панику; эмоциональное заражение окружающих, которые также приходят в паническое движение; всеобщая паника, которая сопровождается криками, воплями тех, кто погибает в давке или паническом бегстве; восстановление спокойствия в результате поредения толпы и потери сил, апатия. В большинстве описанных случаев возникновение и развитие паники связано с действием шокирующего стимула, отличающегося чем-то заведомо необычным. Для того чтобы привести к настоящей панике, стимул должен быть либо достаточно интенсивным, либо длительным, либо повторяющимся (взрыв, сирена, серия гудков и т. п.). Он должен привлекать к себе сосредоточенное внимание и вызывать реакцию подчас неосознанного, животного страха. Первый этап реакции на такой стимул — потрясение, ощущение сильной неожиданности и восприятие ситуации как кризисной, критической и даже безысходной.

Второй этап реакции — замешательство, в которое переходит потрясение, и индивидуальные беспорядочные попытки как-то понять, интерпретировать произошедшее событие в рамках прежнего, обычного личного опыта или путем лихорадочного припоминания аналогичных ситуаций из чужого, заимствованного опыта. Когда необходимость быстрой интерпретации ситуации становится острой и требует немедленных действий, именно это ощущение остроты часто мешает логическому осмыслению происходящего и вызывает страх. Первоначально страх обычно сопровождается криком, плачем, двигательной ажитацией.

На третьем этапе страх одних отражается другими, что в свою очередь еще больше усиливает страх первых. Усиливающийся страх снижает уверенность в коллективной способности противостоять критической ситуации и создает смутное ощущение обреченности. Завершается все это действиями, которые представляются людям, охваченным паникой, спасительными. Хотя на деле они могут совсем не вести к спасению: это этап «хвата за соломинку», в итоге все равно оборачивающийся паническим бегством. Разумеется, за исключением тех случаев, когда бежать просто некуда. Тогда возникает подчеркнуто агрессивное поведение.

Внешне паника заканчивается обычно по мере выхода отдельных индивидов из этапа всеобщего бегства. Всеобщая усталость останавливает любые действия и эмоциональные переживания. Но паническое поведение не обязательно завершается бегством от опасности. Обычные *следствия паники* — либо усталость и оцепенение, либо состояние крайней тревожности, возбудимости и готовности к агрессивным действиям. Реже встречаются вторичные проявления паники.

*Способы предотвращения и прекращения паники* столь же многообразны, как и причины, порождающие панику. К ним можно отнести:

- 1) на первом этапе - громкое и властное убеждение;
- 2) на втором - планирующие и регулирующие приказы неподверженных паническому состоянию личностей;
- 3) на третьем - применение сверхсильного раздражителя (предупредительного выстрела, громко переданного через мегафон приказ о прекращении паники с последующими указаниями действий).

*Воздействие на паническое поведение*, в конечном счете, представляет собой всего лишь частный случай социально-психологического воздействия на массы. Здесь действует общее по отношению к любой толпе правило: снизить интенсивность эмоционального заражения, вывести человека из гипнотического влияния данного состояния и рационализировать, индивидуализировать его психику.

## **1.10 ПРИКЛАДНЫЕ ОБЛАСТИ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ**

*Вопросы для изучения:*

- 1) Статус прикладного исследования в современной науке
- 2) Специфика прикладного исследования в социальной психологии
- 3) Основные направления прикладных исследований

### **1. СТАТУС ПРИКЛАДНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ НАУКЕ**

Проблематика социальной психологии в настоящее время является весьма актуальной не только в плане развития самой науки, но и для

непосредственных нужд практической жизни. Для того чтобы проанализировать основные линии возможного приложения социально-психологических знаний, необходимо уяснить, какова же специфика прикладного исследования в отличие от того типа исследований, которые осуществляются в рамках «чистой» науки. В системе современного научного знания различают несколько основных типов исследований. Одна из классификаций строится на основании такого критерия, как *связь задач исследования с непосредственными запросами практики*. Именно по этому критерию все исследования можно разделить на:

**фундаментальные** - отчетливо ориентировано на отыскание законов развития изучаемого предмета

**прикладные** – ориентировано на отыскание способов применения на практике того, что открыто при помощи фундаментальных исследований.

Сам факт появления в науке прикладных исследований свидетельствует о резком возрастании ее роли в современном обществе: это проявляется и в том, что результаты научных исследований включаются в развитие самых различных областей общественной жизни, а прямые приложения науки к практике требуют новых форм ее организации: возникают специальные учреждения, осуществляющие прикладные исследования, в разных звеньях общественного организма создаются специальные «службы», представляющие ту или иную науку.

**Цель** всякого прикладного исследования - непосредственное решение практической задачи, более или менее быстрое внедрение результатов этого исследования для совершенствования каких-то сторон материальной или духовной деятельности общества.

#### ***Особенности прикладного исследования.***

Во-первых, прикладное исследование организуется непосредственно по заказу какого-либо социального института. Следовательно, в структуре отношений между наукой и практикой возникает ситуация «заказчик» — «исполнитель». Эта линия отношений требует особой регламентации, поэтому при осуществлении всякого прикладного исследования, выполняемого по заказу, действуют некоторые нормы, установленные юридические правила, согласно которым и заказчик, и исполнитель обладают определенными правами и обязанностями.

Во-вторых, поскольку сфера прикладного исследования есть сфера общения профессиональной науки с непрофессиональной (относительно данной науки) средой, постольку встает проблема языка прикладного исследования. Это означает, что существующий в ряде наук профессиональный жаргон оказывается неприемлемым для изложения результатов прикладного исследования. Результаты должны быть изложены в форме, не только доступной заказчику, но и делающей их «готовыми к употреблению». Несмотря на тривиальность этой истины, данная проблема оказывается сложнейшей проблемой нашего времени, поскольку разрыв между профессиональным и обыденным языками достигает порой существенной степени. Проблема перевода терминов науки на язык практики

не всегда решается просто: в каждом конкретном случае приходится специально анализировать меру допустимости употребления специальной терминологии, а с другой стороны, меру допустимости ее упрощения.

В-третьих, прикладное исследование использует специфический вид гипотез. Источником формирования гипотез здесь не обязательно является какая-либо соответствующая теория, чаще гипотеза формулируется на основе практических соображений. Эти практические соображения предстают как некоторый веер возможных решений, и один из вариантов решения проверяется в исследовании. Отсюда следует чрезвычайно важный вывод. Нормой всякого научного исследования является соответствие уровня полученного обобщения проверяемой гипотезе, т.е. обобщение не должно претендовать ни на что иное, кроме подтверждения или отвержения гипотезы. Итог исследования должен содержать точный ответ на поставленный вопрос. При этом не исключено, что по мере осуществления исследования могут быть получены более далеко идущие результаты, которые ученый вправе использовать. Но непосредственная цель прикладного исследования — проверить выдвинутую практикой гипотезу.

В-четвертых, в прикладном исследовании существует необходимость не просто четкого формулирования рекомендаций, но и указание направления, а порой и сроков, этапов их внедрения в практику. Такая мера строгости в этом вопросе не обязательна в фундаментальном исследовании, хотя и здесь весьма желательна. Прикладное исследование, не содержащее такого плана реализации, вызывает неудовлетворенность заказчика.

В-пятых, в прикладном исследовании приняты совершенно иные критерии эффективности. Если в фундаментальном исследовании показателями его успешности могут быть ссылки на него в научных журналах («индекс цитирования»), награждение его автора научной премией или присуждение ему ученой степени, то в прикладном исследовании таким критерием является лишь одно — решение конкретной задачи, поставленной заказчиком.

В-шестых, различаются роли «теоретика» и «практика»:

- теоретик продуцирует и получает знание о каком-либо процессе,
- практик добивается реального улучшения в осуществлении этого процесса.

Цель ему задана извне, и работа, как правило, лучше оплачивается. Из-за расхождения ролей в сообществе ученых часто возникают конфликты, построенные на взаимном пренебрежении «теоретиков» и «практиков».

Все сказанное означает, что прикладное исследование требует особой квалификации исследователя, определенных навыков, его большой моральной и социальной ответственности. Естественно, что все эти качества становятся особенно значимыми, когда речь идет о прикладных исследованиях, касающихся сферы отношений между людьми.

## 2. СПЕЦИФИКА ПРИКЛАДНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ В СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ

Бурное развитие социально-психологических исследований в значительной мере было стимулировано именно потребностями практики. Это наложило свой отпечаток на становление самой научной дисциплины. Если нормальный ход развития науки заключается в том, что развитие фундаментальных исследований обгоняет развитие прикладных исследований, когда первые задают проблематику, а вторые - проверяют на практике истины, полученные в фундаментальных исследованиях, то в социальной психологии имеет место определенный «обгон» фундаментальных исследований со стороны прикладных работ. Нерешенность, спорность, дискуссионность многих проблем социально - психологического знания не позволяют практике ждать того момента, когда все эти вопросы получат окончательные решения. Практические запросы становятся не только настоятельными, но и требующими достаточно быстрых решений. Такая ситуация порождает как положительные, так и отрицательные моменты для развития социальной психологии.

*Положительные моменты* заключаются в том, что различные области народного хозяйства и культуры финансируют социально-психологические исследования и тем самым создают благоприятные возможности для развития науки (особенно в условиях, когда государство не в состоянии финансировать науку на сколько-нибудь удовлетворительном уровне); *отрицательные моменты* порождены тем, что социальная психология зачастую еще не готова ответить на некоторые вопросы, поставленные практикой, но в условиях острой общественной потребности она дает эти ответы, что иногда означает относительно низкое качество прикладных исследований. Это вызвано тем, что уровень развития науки не всегда позволяет дать всесторонний и глубокий ответ на практический вопрос.

***Специфические черты прикладных исследований в социальной психологии.***

1) Всякое социально-психологическое исследование, проведенное «в поле» - это вмешательство исследователя в жизнь реальной группы, где складываются определенные взаимоотношения, живут и действуют реальные люди с реальным миром своих собственных мыслей, чувств, отношений. Приход социального психолога в эту реальную ситуацию человеческой жизнедеятельности не должен разрушить этот естественный процесс. Руководящим принципом работы здесь должен быть тот же принцип «Не навреди!». Именно здесь возникает ряд *затруднений*.

2) Они связаны с особенностями применяемых в социальной психологии методик. Стратегия прикладного исследования построена на взаимодействии исследователя с людьми, включенными в реальный процесс жизнедеятельности. Но человек в реальной социальной ситуации - это не испытуемый в лаборатории. Он, прежде всего, член своего коллектива, исполнитель особых функций, и исследование ценно тем, что фиксирует

именно эту его деятельность. Это дает большой выигрыш полевому социально-психологическому исследованию, помогает избежать стерильности ситуации, возникающей в лаборатории, но это же и заставляет улавливать такие переменные, которые чрезвычайно трудно учесть.

3) Другой вопрос касается самого времени проведения прикладного исследования. Все методики громоздки, их применение требует времени. Нет единого мнения, когда и как лучше проводить.

4) Особое значение приобретает и соблюдение ряда этических норм. Социальный психолог, проводящий прикладное исследование, выполняет заказ администрации, руководства и т.д. Выявление ряда характеристик групп, их климата сплошь и рядом влечет за собой - эксплицитно или имплицитно - определенные критические замечания, часто в адрес тех людей, от деятельности которых зависят недостатки и которые в то же время являются заказчиками исследования. Социальный психолог должен быть осмотрителен, чтобы своим вмешательством не осложнить отношений в реальном коллективе. Очень важно абсолютно точно обозначить свою роль, объяснить цель исследования, свои собственные функции и задачи. При изложении этих вопросов он должен соблюдать все те правила, которые требуются задачей исследования.

5) Свойственная всякому прикладному исследованию трудность в отношении языка резко возрастает в социальной психологии. Для социальной психологии особенно сложно пользоваться теми понятиями, которые имеют большое распространение в обыденной речи и обрастают часто случайными коннотациями. Первая проблема, которая встает перед социальным психологом, заключается в своеобразной адаптации этого языка по отношению к испытуемому. При этом важны не только термины, но и контекст, в котором они применяются людьми на основе их собственной жизненной позиции.

Другая сторона проблемы языка прикладного исследования связана с применением некоторых специальных социально-психологических терминов, которые в силу ряда обстоятельств оказываются как бы скомпрометированными их употреблением за пределами науки, например, «конформист», «авторитарный лидер», «формальная группа» и т.д. Социальный психолог не может не считаться с нормами повседневного употребления терминов, при которых такие ситуации становятся возможными.

6) Более значимы проблемы, связанные с возможным искажением социально-психологической информации, возникшим в условиях реальной жизни, и с вопросами этики. Поэтому проведение прикладного исследования требует от социального психолога высоких нравственных качеств и чувства социальной ответственности. Все должно быть подчинено главному - умению понять свое исследование в контексте реальной жизни, реальных требований общества, реального права каждого человека на то, что вмешательство науки не принесет ему дополнительных осложнений, а тем более вреда.

### 3. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПРИКЛАДНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

В наше время концепции и методы социальной психологии имеют большое практическое значение. Потребность в социально-психологических исследованиях в условиях современного общества возникает во многих областях общественной жизни: в сфере экономических отношений, в средствах массовой информации, политике, сфере обслуживания. В последние годы психолога можно встретить в рекламном агентстве, банке, штаб-квартире политической партии, государственном комитете. Появляются практические социально-психологические центры и фирмы. К социальной психологии обращаются также и специалисты в педагогике, юриспруденции, медицине. Существуют большие возможности использования прикладной психологии и в средствах массовой коммуникации: печати, телевидении, радио. Работа в этой сфере может касаться проблем эффективности восприятия тех или иных сообщений, впечатления, которое производит человек.

Социальная психология в разнообразных прикладных вопросах становится одной из наиболее популярных отраслей современной психологии. За последнюю четверть XX века, например, количество периодических изданий по социальной психологии возросло более чем в два раза.

Известный российский психолог Б.Д. Парыгин выделяет следующие *области практического применения социальной психологии* как науки: экономика, право, политика, быт, наука, искусство, религия, философия. В настоящее время у нас в стране и за рубежом развиваются такие направления прикладной социальной психологии как психология производства, управления, торговли и рекламы, политическая психология, психология религии.

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

Раскрыть психологический климат можно, обозначив как минимум три ряда отношений:

- отношения между членами коллектива по вертикали (руководство, восприятие руководителя коллективом и, наоборот, степень участия в управлении, удовлетворенность степенью);
- отношения между членами коллектива по горизонтали (сплоченность коллектива, характер межличностных отношений, типы и способы разрешения конфликтов);
- отношение к труду (удовлетворенность трудом, эффективность деятельности коллектива и т.п.) (Русалинова, 1977).

В области отношений по горизонтали обычно выделяют исследование характера деловых отношений между членами коллектива (требовательность, взаимопомощь, соревнование, формы и способы организации совместной деятельности), а также межличностных отношений (традиционно здесь исследуется система положительных и отрицательных эмоциональных связей, психологический статус каждого члена коллектива, система оценок и самооценок членов группы).

Своеобразной сквозной темой прикладных исследований является **проблема управления**. Социальная психология имеет здесь свой собственный достаточно четко обозначенный аспект (Свенцицкий, 1986). Одной из важных частей в нем является вопрос о необходимых руководителю психологических качествах.

Задача психолога, работающего в сфере управления - не просто проведение прикладных исследований по предлагаемым темам, но и своего рода пропаганда социально-психологических знаний с целью формулирования своей проблематики. Смысл этой деятельности должен заключаться в том, чтобы объяснить заказчику, что в состоянии предложить ему социальная психология и так, чтобы эти предложения базировались на действительных возможностях науки. Именно здесь он должен доказать и необходимость, и возможность, и обоснованность определенного набора проблем. Профессиональная подготовка обязывает его занять активную позицию, основанную как на понимании реальных проблем управления, так и на четком представлении о возможностях социальной психологии.

Самостоятельный блок проблем в связи с психологией управления представляет относительно новая область социальной психологии, получившая название **«организационное развитие»**. Эта проблематика возникла первоначально не в недрах социальной психологии, в ее создании принимали участие и виднейшие социологи, и социальные психологи: А.Маслоу, Ф.Херцберг, К.Арджирис и др.

В самом широком смысле слова организационное развитие означает создание особой культуры по использованию различных технологий для совершенствования поведения индивидов и групп в организации, особенно в том, что касается принятия решений, разрешения конфликтов, развития сети коммуникаций.

В более узком смысле организационное развитие предполагает обеспечение таких условий, при которых организация становится самообновляющейся системой, изменяющейся в зависимости от изменения ее целей, когда разработан механизм непрерывного совершенствования структуры с учетом требований роста организации, повышения ее эффективности.

Наряду с этим в программу организационного развития входит и огромная **работа с персоналом**. Перед психологом встает задача обеспечения трех видов изменений:

1) «изменение» людей, что подразумевает изменение стиля их поведения в соответствии с новыми условиями в организации, их квалификации, ценностных ориентации и т.п.;

2) изменение управленческих технологий, что включает в себя совершенствование методов принятия решений, формирования команд и пр.;

3) изменение самой структуры организации, что предполагает изменение ее целей для лучшей адаптации к изменениям во внешней среде, совершенствование системы коммуникаций и т.д.

*Система средств массовой информации и пропаганды* не может развиваться, не опираясь на научные исследования, в том числе и на исследования социальных психологов, поэтому проблематика социально-психологических исследований в этой сфере разрабатывается достаточно активно. Все компоненты пятичленной формулы, раскрывающей структуру коммуникативного процесса, являются объектами прикладных исследований: коммуникатор, сообщение, аудитория, канал, эффективность. В каждой из групп исследований, посвященных изучению отдельного компонента, выделились наиболее важные и интересные темы.

К социально-психологическим исследованиям в области массовой коммуникации тесно примыкают и исследования в области *рекламы*. Их оживление в последние годы тоже заметно в связи с новыми запросами практики. Использование социально-психологических знаний в области рекламы позволяет оценить воздействие рекламной компании, выявить причины популярности/непопулярности магазина или товаров, исследовать мотивацию покупателей и т.д. Формы деятельности психолога здесь весьма многообразны, и работа эта относительно хорошо обеспечена достаточно прочной традицией изучения рекламы в мировой социальной психологии.

В исследования *проблем школы*, традиционно осуществляемые в рамках педагогики и педагогической психологии, все более активно вторгается и социальная психология. Весь комплекс проблем этой дисциплины представлен в сфере образования: и общение, и функционирование коллектива, и межгрупповые отношения, и вопросы социализации. Среди множества проблем и задач, которые приходится решать психологической службе в школе, четко вырисовывается и блок собственно социально-психологических проблем. В области психологического просвещения учителей и родителей социальный психолог концентрирует свое внимание на проблемах общения, восприятия людьми друг друга, на проблемах юношеских и внутрисемейных конфликтов, на специфике социализации для детей разного пола. В области профилактики акцент на социально-психологические проблемы призван выявить такие причины неблагополучного поведения, которые коренятся в условиях семейного окружения, групп сверстников или возникают вследствие затруднений ученика в общении с одноклассниками. В данном случае консультационной работе должно предшествовать исследование ситуации, а оно может быть проведено социально - психологическими методами. Особенно при этом следовало бы выделить такие вопросы, как переломные моменты процесса социализации (поиски и кризисы идентичности), специфика межгруппового взаимодействия в школе (образы учителя и ученика, их формирование;

соотношение модели взаимодействия в коллективе учителей школы и в коллективах классов и т.д.).

Одна из относительно новых сфер приложения социальной психологии - **сфера научной деятельности**. В сложной системе современной науки организация исследований и управление ими постоянно требуют решения вопросов, связанных с психологическими механизмами и закономерностями этой системы. Возрастает значение коллективных форм деятельности, и это в значительной мере ломает устойчивый стереотип научного творчества как творчества отдельных выдающихся личностей, поскольку производство знаний является результатом работы множества людей на исследовательских «комбинатах». В соответствии с этим существенно изменяется тип исходной социальной ячейки по производству научных знаний: если ранее такой ячейкой выступала научная школа, то теперь это, скорее, исследовательский коллектив. В таком коллективе возникает чрезвычайно высокая интеграция его членов, все чаще рождаются собственно коллективные продукты научного творчества: групповые проекты, групповые решения, групповая экспертиза и т.д. Субъектом исследовательского труда становится малая группа. Главная из стоящих здесь проблем - выявление специфики такого вида деятельности, как «коллективная научная деятельность».

Прикладные исследования и практическая работа социального психолога в сфере **политики** - относительно новая сфера деятельности в нашей стране, хотя вообще такой опыт в мировой социальной психологии давно накоплен. Первые работы, принадлежащие Г.Лассуэллу, относятся к 30-м гг. Обозначена специальная ветвь социальной психологической науки - «политическая психология», в фундаментальных работах по которой выявлен круг и практических ее приложений (М.Герман, И.Джанис, В.Стоун, П.Шаффнер). Перечень проблем политики, в анализе которых есть место для социальной психологии - это психологические факторы принятия политических решений, психологические условия их восприятия; роль личностных характеристик и имиджа политического деятеля; политическая социализация и многое другое. Однако проблемы эти в большей степени разработаны как теоретические.

Возможность практического использования социальной психологии в политике определяется двумя факторами. Психологию следует использовать в политике в том, и только в том случае, если действия основных участников политического процесса могут быть объяснены психологическими феноменами — установками, типом социализации, восприятием себя и друг друга и т.д. Вторым фактором является наличие в арсенале социально-психологических методов таких, которые могут быть применены для решения политических проблем. (Гозман Л.Я., Шестопал Е.Б).

**Гозман** выделяет следующие направления работы социального психолога в этой области.

1. Участие в разработке и принятии решений (с учетом фактора восприятия этих решений гражданами).

2. Систематический анализ динамики общественного мнения. Здесь речь идет не об отношении к каждому конкретному решению, а об общем представлении в массовом сознании тех или иных политических, экономических и социальных реалий.

3. Прямое консультирование политических деятелей перед их публичными выступлениями. Работа, которая выполняется при этом, сходна с работой в рекламе: она обозначается как создание имиджа, т.е. определенного образа.

4. Создание психологических портретов оппонентов, а в более широком смысле - психологическое обеспечение различного рода переговоров.

Последнее время в связи с изменением судебной реформы и появлением суда присяжных социальная психология нашла свое практическое приложение в *исследовании коммуникации участников судебного процесса*, изучении факторов, обуславливающих выход юриста из профессиональной роли в ходе судебного процесса и переход на другие позиции (гражданскую, морализаторскую, воспитательную и т.п.); в изучении условий перехода присяжных заседателей из позиции «зрителя» в позицию «деятеля» и обратно и т.д.

## **2 ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ ЭУМК**

### **2.1 ВОПРОСЫ К СЕМИНАРСКИМ ЗАНЯТИЯМ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «Социальная психология»**

#### **Семинарское занятие №1**

##### **Тема. Социализация личности**

###### Вопросы для обсуждения:

- 1) Понятие социализации.
- 2) Теоретические подходы к проблеме социализации
- 3) Факторы социализации личности.
- 4) Механизмы социализации личности

#### **Семинарское занятие №2**

##### **Тема. Социально-познавательная активность. Теория социальных репрезентаций. Межличностная аттракция**

###### Вопросы для обсуждения:

- 1) Социально-познавательная активность и ее специфика
- 2) Теория социальных репрезентаций
- 3) Межличностная аттракция

#### **Семинарское занятие №3**

##### **Тема. Прикладные социально-психологические исследования**

###### Вопросы для обсуждения:

- 1) Статус прикладного исследования в современной науке
- 2) Специфика прикладного исследования в социальной психологии
- 3) Основные направления прикладных исследований

### **2.2 ВОПРОСЫ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «Социальная психология»**

#### **Практическое занятие №1**

##### **Тема. Личность как объект социально-психологического анализа**

###### Вопросы для обсуждения:

- 1) Функции и структура Я-концепции
- 2) Принципы формирования Я-концепции личности
- 3) Механизмы поддержания устойчивости личности
- 4) Когнитивные стратегии улучшения и защиты образа «Я»

###### Практические задания:

- 1) Сделать обзор методик, направленных на изучения Я-концепции личности.
- 2) Описать и провести диагностику самооценки личности (Методика Будасси).

## **Практическое занятие №2**

### **Тема. Социальное объяснение. Атрибутирование**

#### Вопросы для обсуждения:

- 1) Социальное объяснение (атрибутирование)
- 2) Ошибки атрибутирования
- 3) Атрибутирование и наученная беспомощность.

#### Практические задания:

3. Изучить и провести методику диагностики локуса контроля Дж. Роттера.
4. Рассмотреть эксперименты и примеры выработки наученной беспомощности и способов ее устранения.

## **Практическое занятие №3**

### **Тема. Малая группа. Процесс группового функционирования и управления им. Межгрупповые отношения**

#### Вопросы для обсуждения:

- 1) Понятие и классификация малой группы
- 2) Понятие групповой динамики и ее механизмы
- 3) Групповая сплоченность
- 4) Групповое давление и конформное поведение
- 5) Лидерство и руководство в малой группе
- 6) Методы принятия группового решения

#### Практическое задание:

Изучить эмоциональную структуру группы с помощью социометрического метода.

## **2.3 ВОПРОСЫ К КОНФЕРЕНЦИИ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «Социальная психология»**

### **Тема: Большие группы и массы**

#### Направления работы конференции:

1. Виды больших групп и их специфика: классы; слои; нации; народности; социально-профессиональные, социально-демографические, территориально-региональные, организованные и неорганизованные группы; группы-аудитории; группы-организации.
2. Масса, толпа и публика, их особенности и способность к антисоциальным действиям.
3. Особенности личности в большой стихийной группе.
4. Коммуникация в стихийной группе.
5. Психологические особенности национальных и этнических групп.

### **3 РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ ЭУМК**

#### **3.1 ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «Социальная психология»**

##### **Вопросы для проведения экзамена**

- 1) Краткая история развития социальной психологии.
- 2) Предмет и основные объекты исследования в социальной психологии
- 3) Методы социально-психологического исследования
- 4) Функции и структура Я-концепции
- 5) Принципы формирования Я-концепции личности
- 6) Механизмы поддержания устойчивости личности
- 7) Когнитивные стратегии улучшения и защиты образа «Я»
- 8) Понятие самости
- 9) Теоретические подходы к описанию структуры и содержания самости
- 10) Понятие социализации
- 11) Теоретические подходы к проблеме социализации
- 12) Факторы социализации личности
- 13) Механизмы социализации личности
- 14) Социально-познавательная активность и ее специфика
- 15) Теория социальных репрезентаций
- 16) Межличностная аттракция
- 17) Социальное объяснение
- 18) Ошибки атрибутирования
- 19) Атрибутивная терапия
- 20) Психологическая структура и функции общения
- 21) Средства, виды и формы общения
- 22) Общение как коммуникация, его особенности и структура
- 23) Коммуникативные стили и барьеры коммуникации
- 24) Общение как восприятие людьми друг друга
- 25) Механизмы социальной перцепции
- 26) Психологические особенности межличностного взаимопонимания
- 27) Структурный анализ личности (Э.Берн)
- 28) Транзакционный анализ Э.Берна
- 29) Процедуры, ритуалы и времяпрепровождение как формы межличностного взаимодействия
- 30) Транзакционный анализ игр
- 31) Понятие и виды психологического воздействия
- 32) Закономерности психологического воздействия
- 33) Методы психологического воздействия
- 34) Понятие и классификация малой группы
- 35) Структурные характеристики малой группы
- 36) Понятие групповой динамики и ее механизмы
- 37) Групповая сплоченность

- 38) Групповое давление и конформное поведение
- 39) Лидерство и руководство в малой группе
- 40) Стили руководства (лидерства)
- 41) Методы принятия группового решения
- 42) Общая характеристика больших групп
- 43) Виды больших социальных групп
- 44) Уровни развития больших социальных групп
- 45) Понятие большой стихийной группы
- 46) Механизмы психического воздействия в больших социальных группах
- 47) Паника как форма психического заражения
- 48) Статус прикладного исследования в современной науке
- 49) Специфика прикладного исследования в социальной психологии
- 50) Основные направления прикладных исследований

## 4 ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ ЭУМК

### 1.1 Учебно-тематический план переподготовки слушателей специальности 1–03 04 72 «Практическая психология» по дисциплине «Социальная психология»

#### Заочная форма получения образования

| Наименование разделов и тем                                                                                                                               | Количество часов |           |              |             |              |             |             | Формы контроля знаний      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-----------|--------------|-------------|--------------|-------------|-------------|----------------------------|
|                                                                                                                                                           | Всего            | Лекции    | Практические | Семинарские | Лабораторные | Конференция | Сам. работа |                            |
|                                                                                                                                                           | <b>60</b>        | <b>24</b> | <b>4</b>     | <b>4</b>    | <b>6</b>     | <b>2</b>    | <b>20</b>   |                            |
| <b>Раздел 1. Проблема личности в современной социальной психологии</b>                                                                                    | <b>22</b>        | <b>4</b>  | <b>2</b>     | <b>2</b>    | <b>2</b>     |             | <b>8</b>    |                            |
| 3.9.1 Философско-методологические основания современной социальной психологии. Многообразие парадигмальных координат в современной социальной психологии. | 4                | 2         |              |             |              |             | 2           | Устный опрос               |
| 3.9.2 Личность как объект социально-психологического анализа                                                                                              | 6                | 2         | 2            |             |              |             | 2           | Тест                       |
| 3.9.3 Структура, содержание и особенности формирования самости                                                                                            | 6                | 2         |              |             | 2            |             | 2           | Тест                       |
| 3.9.4 Социализация личности                                                                                                                               | 6                | 2         |              | 2           |              |             | 2           | Решение практических задач |
| <b>Раздел 2. Закономерности общения и взаимодействия людей</b>                                                                                            | <b>18</b>        | <b>8</b>  |              | <b>2</b>    | <b>2</b>     |             | <b>6</b>    | Тест                       |
| 3.9.5 Социально-познавательная                                                                                                                            | 6                | 2         |              | 2           |              |             | 2           |                            |

|                                                                                                 |           |          |          |  |          |          |          |                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------|----------|--|----------|----------|----------|-----------------------------------|
| активность. Теория социальных репрезентаций. Межличностная аттракция                            |           |          |          |  |          |          |          |                                   |
| 3.9.6 Социальное объяснение. Атрибутирование                                                    | 4         | 2        |          |  |          |          | 2        | Тест                              |
| 3.9.7 Межличностное взаимодействие                                                              | 8         | 4        |          |  | 2        |          | 2        | Устный опрос                      |
| <b>Раздел 3. Группа как объект социальной психологии</b>                                        | <b>20</b> | <b>8</b> | <b>2</b> |  | <b>2</b> | <b>2</b> | <b>6</b> | Защита методических мини-проектов |
| 3.9.8 Малая группа. Процесс группового функционирования и управления им. Межгрупповые отношения | 10        | 4        | 2        |  | 2        |          | 2        | Решение практических задач        |
| 3.9.9 Большие группы и массы                                                                    | 6         | 2        |          |  |          | 2        | 2        | Устный опрос                      |
| 3.9.10 Прикладные социально-психологические исследования                                        | 4         | 2        |          |  |          |          | 2        | Решение практических задач        |
| Формы текущей аттестации                                                                        | экзамен   |          |          |  |          |          |          |                                   |

### Очная (вечерняя) форма получения образования

| Наименование разделов и тем                                                                                                                               | Количество часов |           |              |             |              |             |             | Формы контроля знаний      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-----------|--------------|-------------|--------------|-------------|-------------|----------------------------|
|                                                                                                                                                           | Всего            | Лекции    | Практические | Семинарские | Лабораторные | Конференция | Сам. работа |                            |
|                                                                                                                                                           | <b>60</b>        | <b>24</b> | <b>6</b>     | <b>6</b>    | <b>6</b>     | <b>2</b>    | <b>16</b>   |                            |
| <b>Раздел 1. Проблема личности в современной социальной психологии</b>                                                                                    | <b>20</b>        | <b>8</b>  | <b>2</b>     | <b>2</b>    | <b>2</b>     |             | <b>6</b>    |                            |
| 3.9.1 Философско-методологические основания современной социальной психологии. Многообразие парадигмальных координат в современной социальной психологии. | 4                | 2         |              |             |              |             | 2           | Устный опрос               |
| 3.9.2 Личность как объект социально-психологического анализа                                                                                              | 6                | 2         | 2            |             |              |             | 2           | Тест                       |
| 3.9.3 Структура, содержание и особенности формирования самости                                                                                            | 6                | 2         |              |             | 2            |             | 2           | Тест                       |
| 3.9.4 Социализация личности                                                                                                                               | 4                | 2         |              | 2           |              |             |             | Решение практических задач |
| <b>Раздел 2. Закономерности общения и взаимодействия людей</b>                                                                                            | <b>20</b>        | <b>8</b>  | <b>2</b>     | <b>2</b>    | <b>2</b>     |             | <b>6</b>    | Тест                       |
| 3.9.5 Социально-познавательная активность. Теория социальных репрезентаций. Межличностная аттракция                                                       | 6                | 2         |              | 2           |              |             | 2           |                            |

|                                                                                                 |           |          |          |          |          |          |          |                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------------------------------|
| 3.9.6 Социальное объяснение.<br>Атрибутирование                                                 | 6         | 2        | 2        |          |          |          | 2        | Тест                              |
| 3.9.7 Межличностное взаимодействие                                                              | 8         | 4        |          |          | 2        |          | 2        | Устный опрос                      |
| <b>Раздел 3. Группа как объект социальной психологии</b>                                        | <b>20</b> | <b>8</b> | <b>2</b> | <b>2</b> | <b>2</b> | <b>2</b> | <b>4</b> | Защита методических мини-проектов |
| 3.9.8 Малая группа. Процесс группового функционирования и управления им. Межгрупповые отношения | 10        | 4        | 2        |          | 2        |          | 2        | Решение практических задач        |
| 3.9.9 Большие группы и массы                                                                    | 6         | 2        |          |          |          | 2        | 2        | Устный опрос                      |
| 3.9.10 Прикладные социально-психологические исследования                                        | 4         | 2        |          | 2        |          |          | 2        | Решение практических задач        |
| Формы текущей аттестации                                                                        | экзамен   |          |          |          |          |          |          |                                   |

## **1.2 Учебная программа по дисциплине «Социальная психология» для специальности 1–03 04 72 «Практическая психология»**

Министерство образования Республики Беларусь  
Учреждение образования  
«Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины»  
Институт дополнительного образования



УТВЕРЖДАЮ  
Ректор ГГУ имени Ф.Скорины  
С.А.Хахомов

### **УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

**«Социальная психология»**

**специальности переподготовки**

1-03 04 72 «Практическая психология»  
(квалификация: педагог-психолог)

в соответствии с типовым учебным планом переподготовки, утвержденным  
24.09.2020, регистрационный №25-13/123

Гомель, 2022

## ВВЕДЕНИЕ

Учебная программа по учебной дисциплине «Социальная психология» специальности переподготовки 1–03 04 72 «Практическая психология», разработана с целью реализации образовательной программы переподготовки руководящих работников и специалистов, имеющих высшее образование.

Учебная дисциплина «Социальная психология» специальности переподготовки (далее – дисциплина) относится к компоненту «Дисциплины специальности» учебного плана переподготовки.

**Цель дисциплины** – формирование у слушателей общего представления о специфике социальной психологии как науки, ее предмете, основных направлениях и областях исследований, методологических основаниях, методах исследования, основных социально-психологических направлениях, феноменологии, проблемных областях и теоретических подходах.

### **Задачи дисциплины:**

формирование представления о социальной психологии как о единой международной области знания посредством ознакомления их с ведущими теориями, накопленными в зарубежной и отечественной психологических традициях;

вооружение знаниями основных социально-психологических феноменов, а также причин, условий, закономерностей и механизмов их проявления;

ознакомление с методологией академических и прикладных исследований в области социальной психологии;

формирование умений проведения прикладных социально-психологических исследований.

**Методы обучения:** информационно-рецептивный, проблемного изложения, частично-поисковый, исследовательский, интерактивные.

**Средства обучения:** учебники и учебные пособия, ЭУМК по дисциплине, практикумы, словари-справочники, наглядные пособия, видеозаписи, презентации.

**Основные требования к результатам учебной деятельности слушателей.** В результате освоения содержания дисциплины слушатель должен овладеть следующими профессиональными компетенциями:

знать основные понятия социальной психологии;

знать структуру, содержание и особенности формирования самости;

знать индивидуально-психологические особенности личности;

уметь определять направленность личности;

знать основные закономерности поведения человека в группе и в толпе;

знать характеристики социального восприятия и познания;

уметь прогнозировать последствия социальных влияний;

уметь оптимизировать межличностное и межгрупповое взаимодействие;

знать специфику и направления социально-психологических исследований.

Изучение дисциплины рассчитано на **60 часов** во всех формах получения образования.

**Распределение учебных часов по видам занятий:**

в **заочной** форме получения образования: лекции – 24 часа, практические занятия – 4 часа, семинарские занятия – 4 часа, лабораторные занятия – 6 часов, конференции – 2 часа, самостоятельная работа – 20 часов;

в **очной (вечерней)** форме получения образования: лекции – 24 часа, практические занятия – 6 часов, семинарские занятия – 6 часов, лабораторные занятия – 6 часов, конференции – 2 часа, самостоятельная работа – 16 часов.

**Формы текущей аттестации** слушателей по дисциплине – экзамен.

# СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

## Содержание учебной дисциплины

### Раздел 1. Проблема личности в современной социальной психологии

***Тема 1. Философско-методологические основания современной социальной психологии. Многообразие парадигмальных координат в современной социальной психологии.***

Задачи социальной психологии. Области социально-психологических исследований. Основные категории социальной психологии. Исторические особенности становления и развития социальной психологии. Экспериментальный период развития социальной психологии. Кризис 50-х годов и его причины. Становление и развитие белорусской социальной психологии.

Многообразие парадигмальных координат в современной социальной психологии. Основные теоретические направления социальной психологии XXI века. Современные тенденции развития зарубежной социальной психологии.

Особенности социально-психологического исследования. Проблема соотношения количественных и качественных методов.

***Тема 2. Личность как объект социально-психологического анализа.***

Специфика личностной проблематики в социальной психологии. Основные теоретические подходы к рассмотрению личности и их своеобразие.

Я-концепция, как совокупность представлений индивида о себе. Функции и структура Я-концепции. Принципы формирования Я-концепции. Механизмы поддержания устойчивости личности. Когнитивные стратегии улучшения и защиты образа «Я».

***Тема 3. Структура, содержание и особенности формирования самости.***

Понятие самости. Структура, содержание и особенности формирования самости.

Теоретические подходы к описанию структуры и содержания самости. Самость в теории Ч. Кули. Теория самости Дж. Мида. Подход к рассмотрению самости Г. Олпорта. Самость в теории К.Г. Юнга.

Современные концепции самости. Концепция возможных самостей (Х.Маркус и П.Нуриус). Концепция саморуководств Т. Хиггинса. Теория самости С. Епстейна.

***Тема 4. Социализация личности.***

Понятие социализации. Психологические аспекты социализации. Стадии процесса социализации: адаптации, индивидуализации и интеграции.

Теоретические подходы к проблеме социализации. Факторы социализации личности.

Механизмы и институты социализации личности (семья, школа, неформальное и формальное окружения, массовая коммуникация).

## **Раздел 2. Закономерности общения и взаимодействия людей**

### ***Тема 5. Социально-познавательная активность. Теория социальных репрезентаций. Межличностная аттракция.***

Социально-познавательная активность и ее специфика. Основные единицы анализа социального поведения. Процесс категоризации, прототипы, схемы, эвристики, стереотипы.

Теория социальных репрезентаций. Основные направления исследований социальных репрезентаций. Трехкомпонентная модель социальных репрезентаций С. Московичи. Процессы социальных репрезентаций: якорение, объектификация. Характеристики, структура и роль социальных репрезентаций.

Межличностная аттракция: сущность, механизмы проявления, детерминирующие факторы. Приемы формирования межличностной аттракции.

### ***Тема 6. Социальное объяснение. Атрибутирование.***

Социальное объяснение. Атрибутирование как процесс объяснения причинности наблюдаемого. Теоретические подходы к процессу атрибутирования. Теория наивного психолога Ф. Хайдера. Теория каузальной атрибуции Г. Келли.

Ошибки атрибутирования (Л. Росс). Стиль атрибутирования и особенности его диагностики. Атрибутирование и наученная беспомощность. Атрибутивная терапия: сущность, подходы, процедура, виды и возможности.

### ***Тема 7. Межличностное взаимодействие.***

Понятие и функции общения. Общение как способ организации совместной деятельности. Виды и стили общения. Структура общения. Вербальная и невербальная коммуникация, ее функции. Барьеры коммуникации. Понятие социальной перцепции. Механизмы социальной перцепции. Факторы возникновения оценочной ошибки. Эффекты первичности и новизны. Идентификация и эмпатия. Рефлексия как механизм взаимопонимания.

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. Виды транзакций. Транзакционный анализ игр.

### **Раздел 3. Группа как объект социальной психологии**

#### ***Тема 8. Малая группа. Процесс группового функционирования и управления им. Межгрупповые отношения.***

Классификация групп в социальной психологии. Понятие малой группы и ее характеристики. Методы изучения межличностных отношений в группе. Динамические характеристики малой группы. Возникновение и развитие малой группы. Групповая сплоченность.

Процесс группового функционирования и управления им. Групповое давление и конформное поведение. Феномен группового давления (конформизм). Факторы, влияющие на конформное поведение. Нормативное влияние меньшинства.

Лидерство и руководство в малой группе. Лидерство как функция группы. Внутригрупповая власть. Влияние. Руководство как феномен влияния. Стили руководства. Принятие решений в группе. Групповая задача. Методы принятия группового решения.

#### ***Тема 9. Большие группы и массы.***

Коммуникация в больших группах. Виды больших групп и их специфика. Понятие большой стихийной группы. Виды стихийных групп. Виды воздействия в стихийной группе. Психическое заражение, определение, особенности возникновения. Паника как форма психического заражения. Внушение: определение, факторы, способствующие повышению эффективности внушения. Феномен подражания.

Психология массовых психических явлений. Механизмы массового поведения. Роль средств массовой коммуникации в управлении процессами стихийного обмена информацией.

#### ***Тема 10. Прикладные социально-психологические исследования.***

Статус прикладного исследования в современной науке. Социальное значение прикладных социально-психологических исследований. Проблема этических проблем управления поведением людей. Цель и особенности прикладного исследования. Соотношение фундаментальных и прикладных исследований в социальной психологии.

Специфика прикладного исследования в социальной психологии, ее влияние на развитие социальной психологии. Специфические черты прикладных исследований в социальной психологии.

Основные направления прикладных исследований. Области практического применения социальной психологии как науки. Общее и специфическое в деятельности социального психолога в различных подразделениях психологической службы в образовании, торговле, науке, системе средств массовой информации, службе семьи и т.д.

## Вопросы конференций

### Тема: Большие группы и массы

#### *Вопросы для обсуждения:*

6. Виды больших групп и их специфика: классы; слои; нации; народности; социально-профессиональные, социально-демографические, территориально-региональные, организованные и неорганизованные группы; группы-аудитории; группы-организации.
7. Масса, толпа и публика, их особенности и способность к антисоциальным действиям.
8. Особенности личности в большой стихийной группе.
9. Коммуникация в стихийной группе.
10. Психологические особенности национальных и этнических групп.

### Требования к проверке результатов самостоятельной работы

Самостоятельная работа слушателей по учебной дисциплине «Социальная психология» представляет собой важный компонент познавательно-практической деятельности слушателей.

Учебный материал, представленный в разделе самостоятельной работы, направлен на закрепление и углубление знаний по основным разделам учебной дисциплины, глубокое самостоятельное овладение теоретическим материалом, активизацию познавательной деятельности слушателей и развитие профессионально значимых умений и навыков.

Контроль самостоятельной работы слушателей осуществляется преподавателем во время проведения практических и семинарских занятий, а также текущей аттестации слушателей.

Примерный перечень вопросов для самостоятельного изучения включается в материалы для текущей аттестации слушателей.

| Тема занятия                                                                                                     | Вид задания                                                           | № литературного источника в соответствии со списком рекомендуемой литературы | Форма контроля                                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| Философско-методологические основания современной социальной психологии. Многообразие парадигмальных координат в | Тематический подбор и конспектирование статей по актуальным проблемам | Осн. [1], [7]<br>Доп. [9], [27]                                              | Проверка конспекта статьи, обсуждение статей. |

|                                                                                               |                                                                                      |                                               |                                                             |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| современной социальной психологии.                                                            | социальной психологии                                                                |                                               |                                                             |
| Личность как объект социально-психологического анализа                                        | Изучить материалы лекции и дополнительную литературу по вопросам темы                | Осн. [1], [6]<br>Доп. [4], [12]               | Доклад на практическом занятии                              |
| Структура, содержание и особенности формирования самости                                      | Изучить дополнительную литературу                                                    | Осн. [7]<br>Доп. [4], [12], [27]              | Выполнение практических заданий                             |
| Социализация личности                                                                         | Составить схему социализации личности с учетом возрастных особенностей               | Осн. [2], [5]<br>Доп. [9], [27]               | Проверка конспектов                                         |
| Социально-познавательная активность. Теория социальных репрезентаций. Межличностная аттракция | Изучить материалы лекции и дополнительную литературу по вопросам темы                | Осн. [7],[8]<br>Доп. [2], [26], [27]          | Выступление на семинарском занятии                          |
| Социальное объяснение. Атрибутирование                                                        | Законспектировать первоисточники по вопросам темы                                    | Осн. [7],[8]<br>Доп. [2], [26], [27]          | Проверка конспектов                                         |
| Межличностное взаимодействие                                                                  | Изучить материалы лекции и дополнительную литературу по вопросам темы.               | Осн. [1], [6]<br>Доп. [9], [12], [15]         | Выполнение практических заданий                             |
| Малая группа. Процесс группового функционирования и управления им. Межгрупповые отношения     | Составить схему-классификацию социальных групп                                       | Осн. [1],[4]<br>Доп. [3], [5], [8], [11],[24] | Проверка конспектов                                         |
| Большие группы и массы                                                                        | Изучить научные статьи и проанализировать СМИ по вопросам темы. Составить аннотации. | Осн. [1],[7]<br>Доп. [3], [5], [10]           | Изучение аннотации статьи, обсуждение статей на конференции |
| Прикладные социально-психологические исследования                                             | Изучить материалы лекции и дополнительную литературу по вопросам темы.               | Осн. [1],[7]<br>Доп. [2], [13], [14]          | Выступление на семинарском занятии                          |

## Время, отведенное на изучение отдельных тем

### Заочная форма получения образования

| Наименование разделов и тем                                                                                                                               | Количество часов |           |              |             |              |             |             | Формы контроля знаний      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-----------|--------------|-------------|--------------|-------------|-------------|----------------------------|
|                                                                                                                                                           | Всего            | Лекции    | Практические | Семинарские | Лабораторные | Конференция | Сам. работа |                            |
|                                                                                                                                                           | <b>60</b>        | <b>24</b> | <b>4</b>     | <b>4</b>    | <b>6</b>     | <b>2</b>    | <b>20</b>   |                            |
| <b>Раздел 1. Проблема личности в современной социальной психологии</b>                                                                                    | <b>22</b>        | <b>4</b>  | <b>2</b>     | <b>2</b>    | <b>2</b>     |             | <b>8</b>    |                            |
| 3.9.1 Философско-методологические основания современной социальной психологии. Многообразие парадигмальных координат в современной социальной психологии. | 4                | 2         |              |             |              |             | 2           | Устный опрос               |
| 3.9.2 Личность как объект социально-психологического анализа                                                                                              | 6                | 2         | 2            |             |              |             | 2           | Тест                       |
| 3.9.3 Структура, содержание и особенности формирования самости                                                                                            | 6                | 2         |              |             | 2            |             | 2           | Тест                       |
| 3.9.4 Социализация личности                                                                                                                               | 6                | 2         |              | 2           |              |             | 2           | Решение практических задач |
| <b>Раздел 2. Закономерности общения и взаимодействия людей</b>                                                                                            | <b>18</b>        | <b>8</b>  |              | <b>2</b>    | <b>2</b>     |             | <b>6</b>    | Тест                       |
| 3.9.5 Социально-познавательная активность. Теория социальных репрезентаций.                                                                               | 6                | 2         |              | 2           |              |             | 2           |                            |

|                                                                                                                |           |          |          |  |          |          |          |                                             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------|----------|--|----------|----------|----------|---------------------------------------------|
| Межличностная<br>аттракция                                                                                     |           |          |          |  |          |          |          |                                             |
| 3.9.6 Социальное<br>объяснение.<br>Атрибутирование                                                             | 4         | 2        |          |  |          |          | 2        | Тест                                        |
| 3.9.7 Межличностное<br>взаимодействие                                                                          | 8         | 4        |          |  | 2        |          | 2        | Устный<br>опрос                             |
| <b>Раздел 3. Группа как<br/>объект социальной<br/>психологии</b>                                               | <b>20</b> | <b>8</b> | <b>2</b> |  | <b>2</b> | <b>2</b> | <b>6</b> | Защита<br>методических<br>мини-<br>проектов |
| 3.9.8 Малая группа.<br>Процесс группового<br>функционирования и<br>управления им.<br>Межгрупповые<br>отношения | 10        | 4        | 2        |  | 2        |          | 2        | Решение<br>практических<br>задач            |
| 3.9.9 Большие группы и<br>массы                                                                                | 6         | 2        |          |  |          | 2        | 2        | Устный<br>опрос                             |
| 3.9.10 Прикладные<br>социально-<br>психологические<br>исследования                                             | 4         | 2        |          |  |          |          | 2        | Решение<br>практических<br>задач            |
| Формы текущей<br>аттестации                                                                                    | экзамен   |          |          |  |          |          |          |                                             |

## Очная (вечерняя) форма получения образования

| Наименование разделов и тем                                                                                                                               | Количество часов |           |              |             |              |             |             | Формы контроля знаний      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-----------|--------------|-------------|--------------|-------------|-------------|----------------------------|
|                                                                                                                                                           | Всего            | Лекции    | Практические | Семинарские | Лабораторные | Конференция | Сам. работа |                            |
|                                                                                                                                                           | <b>60</b>        | <b>24</b> | <b>6</b>     | <b>6</b>    | <b>6</b>     | <b>2</b>    | <b>16</b>   |                            |
| <b>Раздел 1. Проблема личности в современной социальной психологии</b>                                                                                    | <b>20</b>        | <b>8</b>  | <b>2</b>     | <b>2</b>    | <b>2</b>     |             | <b>6</b>    |                            |
| 3.9.1 Философско-методологические основания современной социальной психологии. Многообразие парадигмальных координат в современной социальной психологии. | 4                | 2         |              |             |              |             | 2           | Устный опрос               |
| 3.9.2 Личность как объект социально-психологического анализа                                                                                              | 6                | 2         | 2            |             |              |             | 2           | Тест                       |
| 3.9.3 Структура, содержание и особенности формирования самости                                                                                            | 6                | 2         |              |             | 2            |             | 2           | Тест                       |
| 3.9.4 Социализация личности                                                                                                                               | 4                | 2         |              | 2           |              |             |             | Решение практических задач |
| <b>Раздел 2. Закономерности общения и взаимодействия людей</b>                                                                                            | <b>20</b>        | <b>8</b>  | <b>2</b>     | <b>2</b>    | <b>2</b>     |             | <b>6</b>    | Тест                       |
| 3.9.5 Социально-познавательная активность. Теория социальных репрезентаций. Межличностная аттракция                                                       | 6                | 2         |              | 2           |              |             | 2           |                            |

|                                                                                                 |           |          |          |          |          |          |          |                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------------------------------|
| 3.9.6 Социальное объяснение.<br>Атрибутирование                                                 | 6         | 2        | 2        |          |          |          | 2        | Тест                              |
| 3.9.7 Межличностное взаимодействие                                                              | 8         | 4        |          |          | 2        |          | 2        | Устный опрос                      |
| <b>Раздел 3. Группа как объект социальной психологии</b>                                        | <b>20</b> | <b>8</b> | <b>2</b> | <b>2</b> | <b>2</b> | <b>2</b> | <b>4</b> | Защита методических мини-проектов |
| 3.9.8 Малая группа. Процесс группового функционирования и управления им. Межгрупповые отношения | 10        | 4        | 2        |          | 2        |          | 2        | Решение практических задач        |
| 3.9.9 Большие группы и массы                                                                    | 6         | 2        |          |          |          | 2        | 2        | Устный опрос                      |
| 3.9.10 Прикладные социально-психологические исследования                                        | 4         | 2        |          | 2        |          |          | 2        | Решение практических задач        |
| Формы текущей аттестации                                                                        | экзамен   |          |          |          |          |          |          |                                   |

## МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ СЛУШАТЕЛЕЙ

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой СГД ИПК и П

\_\_\_\_\_ И.А. Мазурок

\_\_\_\_\_

### Вопросы для проведения экзамена

- 51) Краткая история развития социальной психологии.
- 52) Предмет и основные объекты исследования в социальной психологии
- 53) Методы социально-психологического исследования
- 54) Функции и структура Я-концепции
- 55) Принципы формирования Я-концепции личности
- 56) Механизмы поддержания устойчивости личности
- 57) Когнитивные стратегии улучшения и защиты образа «Я»
- 58) Понятие самости
- 59) Теоретические подходы к описанию структуры и содержания самости
- 60) Понятие социализации
- 61) Теоретические подходы к проблеме социализации
- 62) Факторы социализации личности
- 63) Механизмы социализации личности
- 64) Социально-познавательная активность и ее специфика
- 65) Теория социальных репрезентаций
- 66) Межличностная аттракция
- 67) Социальное объяснение
- 68) Ошибки атрибутирования
- 69) Атрибутивная терапия
- 70) Психологическая структура и функции общения
- 71) Средства, виды и формы общения
- 72) Общение как коммуникация, его особенности и структура
- 73) Коммуникативные стили и барьеры коммуникации
- 74) Общение как восприятие людьми друг друга
- 75) Механизмы социальной перцепции
- 76) Психологические особенности межличностного взаимопонимания
- 77) Структурный анализ личности (Э.Берн)
- 78) Транзакционный анализ Э Берна
- 79) Процедуры, ритуалы и времяпрепровождение как формы межличностного взаимодействия
- 80) Транзакционный анализ игр
- 81) Понятие и виды психологического воздействия
- 82) Закономерности психологического воздействия
- 83) Методы психологического воздействия
- 84) Понятие и классификация малой группы
- 85) Структурные характеристики малой группы

- 86) Понятие групповой динамики и ее механизмы
- 87) Групповая сплоченность
- 88) Групповое давление и конформное поведение
- 89) Лидерство и руководство в малой группе
- 90) Стили руководства (лидерства)
- 91) Методы принятия группового решения
- 92) Общая характеристика больших групп
- 93) Виды больших социальных групп
- 94) Уровни развития больших социальных групп
- 95) Понятие большой стихийной группы
- 96) Механизмы психического воздействия в больших социальных группах
- 97) Паника как форма психического заражения
- 98) Статус прикладного исследования в современной науке
- 99) Специфика прикладного исследования в социальной психологии
- 100) Основные направления прикладных исследований

## СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

### Основной

- 1 Андреева, Г. М. Социальная психология: учебник для высш. учеб. заведений / Г. М. Андреева. – М. : Аспект Пресс, 2017. – 288 с.
- 2 Веракса, Н.Е. Социальная психология: Учебник / Н.Е. Веракса. - М.: Академия, 2018. - 176 с.
- 3 Ефимова, Н.С. Социальная психология: Учебное пособие / Н.С. Ефимова. - М.: Форум, 2017. - 496 с.
- 4 Журавлев, А.Л. Социальная психология: Учебное пособие / А.Л. Журавлев, В.А. Соснин, М.А. Красников. - М.: Форум, 2019. - 184 с.
- 5 Крушельницкая, О.Б. Социальная психология образования: Учебное пособие / О.Б. Крушельницкая. - М.: Вузовский учебник, 2019. - 336 с.
- 6 Крысько, В.Г. Социальная психология в схемах и комментариях: Учебное пособие / В.Г. Крысько. - М.: Вузовский учебник, 2018. - 448 с.
- 7 Почебут, Л. Г. Социальная психология : учебник для вузов / Л. Г. Почебут. – СПб. : Питер, 2017. - 399 с.
- 8 Социальная психология для бакалавров: Учебник / Под ред. Руденко А.М.. - Рн/Д: Феникс, 2018. - 223 с.

### Дополнительной

- 1 Андриенко, Е.В. Социальная психология: Учеб. Пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / Е.В. Андриенко. – М.: Академия, 2000. – 264 с.
- 2 Аронсон, Э. Общественное животное: введение в социальную психологию / Э.Аронсон. - М. : Аспект Пресс, 1998. – 517 с.
- 3 Берн, Э. Лидер и группа / Э. Берн – Екатеринбург : Литур, 2000. – 320с.
- 4 Бернс, Р. Развитие Я-концепции и воспитание /Р.Бернс. – М.: Прогресс, 1986. – 423 с.
- 5 Бэррон, Р. Социальная психология группы: процессы, решения, действия / Р. Бэррон, Н. Керр, Н. Миллер. - СПб. : Питер, 2003. – 272 с.
- 6 Зимбардо, Ф. Социальное влияние / Ф. Зимбардо, Л. Майкл. – СПб.: Питер, 2000. – 448 с.
- 7 Ильин, Е. Психология помощи. Альтруизм, эгоизм, эмпатия / Е. Ильин. – СПб. : Питер, 2013. – 304 с.
- 8 Коломинский, Я.Л. Психология взаимоотношений в малых группах: общие и возрастные особенности / Я.Л. Коломинский. – Мн.: Тетра Систем, 2001. – 432с.
- 9 Крысько, В.Г. Социальная психология: курс лекций / В.Г. Крысько. – М.: Омега-Л, 2006. – 352 с.
- 10 Лебон, Г. Психология народов и масс / Г. Лебон. – М. : АСТ, 2015. – 384 с.
- 11 Левин, К. Теория поля в социальных науках / К. Левин. – СПб.: Сенсор, 2000. – 368 с.
- 12 Майерс, Д. Социальная психология / Д.Майерс. – СПб.: Питер, 2020. – 800 с.

- 13 Милгрэм, С. Эксперимент в социальной психологии / С. Милгрэм. – СПб. : Питер, 2000. – 336 с.
- 14 Пайнс, Э. Практикум по социальной психологии / Э. Пайнс, К. Маслач. – СПб, Издательство «Питер», 2000. – 528 с..
- 15 Парыгин, Б.Д. Социальная психология /Б.Д. Парыгин. – СПб: ИГУП, 2003. – 616 с.
- 16 Перспективы социальной психологии / редакторы-составители: М.Хьюстон, В. Штребе/ - М.: ЭКСМО – Пресс, 2001. – 688 с.
- 17 Платонов, Ю.П. Основы социальной психологии / Ю.П.Платонов. – СПб. : Речь, 2004. – 624 с.
- 18 Психология социальных ситуаций / Сост. и общ. ред. Н.В. Гришиной. – СПб. : Питер, 2001. – 416 с.
- 19 Социальная психология: хрестоматия / Сост. Белинская Е.Д., Тихомандрицкая О.А. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 471 с.
- 20 Социальная психология: учебное пособие / Отв. Ред. А.Л. Журавлев. – М.: ПЕР СЭ, 2002. – 351 с.
- 21 Тернер, Дж. Социальное влияние / Дж. Тернер. – СПб.: Питер, 2003. – 256 с.
- 22 Росс, Л. Человек и ситуация. Уроки социальной психологии / Л . Росс, Р. Нисбет. – М. : Аспект Пресс, 1999. – 429 с.
- 23 Семечкин, Н.И. Психология социального влияния / Н.И. Семечкин. – СПб.: Речь, 2004. – 304 с.
- 24 Шейнов В. Психология лидерства, влияния власти / В. Шейнов. –СПб. : Питер, 2008. – 992 с.
- 25 Чалдини, Р. Психология влияния / Р. Чалдини. – СПб.: Питер, 2001. – 288с.
- 26 Чалдини, Р. Социальная психология / Р. Чалдини, Д. Кенрик, С. Нейберг. – СПб. : Питер, 2016. – 848 с.
- 27 Янчук, В.А. Введение в современную социальную психологию: учеб пособие для вузов / В.А. Янчук. – Мн. : АСАР, 2005. – 768 с.

#### **Электронные ресурсы**

- 1 <http://elib.bspu.by/handle/doc/45634>
- 2 <http://elib.bspu.by/handle/doc/48517>
- 3 <http://txtb.ru/121/index.html>
- 4 <http://txtb.ru/137/index.html>
- 5 <http://txtb.ru/142/index.html>
- 6 <https://www.koob.ru/search>
- 7 <http://list-of-lit.ru/psihologiya/socialnaya-psihologiya.htm>

**Источники информации, рекомендуемые слушателям, с указанием  
объемов для самостоятельного изучения**

Указаны в разделе «Содержание программы»: «Требования к проверке результатов самостоятельной работы».