

Л. В. Лебедева

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ

Учебное пособие

Москва
Издательство «ФЛИНТА»
2013

УДК 159.9(075.8)

ББК 88.5я73

ЛЗЗ

Лебедева Л.В.

ЛЗЗ Социальная психология [Электронный ресурс] : учеб. пособие /
Л.В. Лебедева. — М. : ФЛИНТА, 2013. — 229 с.

ISBN 978-5-9765-1643-4

Пособие содержит методические и теоретические материалы, практикум, задания для контроля знаний, глоссарий, список литературы. Теоретический материал состоит из 7 разделов, в которых представлены основные положения лекций по учебному курсу.

Пособие разработано в соответствии с государственным образовательным стандартом по курсу «Социальная психология» и предназначено студентам всех форм обучения по специальности «Психология», в том числе заочной с применением дистанционных технологий.

УДК159.9(075.8)
ББК 88.5я73

ISBN 978-5-9765-1643-4

© Издательство «ФЛИНТА», 2013

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие.....	6
<i>ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ.....</i>	<i>7</i>
<i>Раздел I. Введение в социальную психологию.....</i>	<i>7</i>
Глава 1. История формирования социально-психологических идей.....	8
Глава 2. Предмет и метод курса «Социальная психология».....	14
Резюме.....	26
Вопросы для самопроверки.....	28
Список литературы.....	29
<i>Раздел II. Общие вопросы социальной психологии.....</i>	<i>30</i>
Глава 3. Социально-психологические проблемы взаимосвязи общества и личности.....	30
Глава 4. Социокультурная регуляция человеческой деятельности и общения.....	36
Резюме.....	41
Вопросы для самопроверки.....	41
Список литературы.....	41
<i>Раздел III. Социально-психологические проблемы личности.....</i>	<i>43</i>
Глава 5. Социализация личности.....	43
Глава 6. Социально-психологическая структура личности.....	51
Резюме.....	63
Вопросы для самопроверки.....	66
Список литературы.....	67
<i>Раздел IV. Социально-психологические проблемы межличностных отношений.....</i>	<i>69</i>
Глава 7. Социально-психологические проблемы межличностных отношений.....	69
Глава 8. Социальная перцепция.....	76
Глава 9. Межличностная коммуникация.....	88
Глава 10. Межличностная интеракция.....	91
Глава 11. Конфликтное взаимодействие.....	96
Резюме.....	106
Вопросы для самопроверки.....	107
Список литературы.....	107
<i>Раздел V. Социально-психологические проблемы групповых отношений.....</i>	<i>109</i>
Глава 12. Социально-психологические проблемы группы.....	110
Резюме.....	120
Вопросы для самопроверки.....	121

Список литературы.....	121
<i>Раздел VI. Социально-психологические проблемы власти</i>	123
Глава 13. Социально-психологические проблемы власти в группе	123
Глава 14. Социально-психологические проблемы власти в ситуации внегруппового поведения	129
Резюме	136
Вопросы для самопроверки.....	138
Список литературы.....	138
<i>Раздел VII. Психология массового внеколлективного поведения</i>	140
Глава 15. Социально-психологические проблемы массового поведения	140
Глава 16. Массовые формы внеколлективного поведения	146
Глава 17. Социально-психологические проблемы массовой коммуникации	156
Глава 18. Социально-психологические проблемы моды и рекламы	166
Резюме	173
Вопросы для самопроверки.....	176
Список литературы.....	177
<i>ПРАКТИКУМ</i>	178
Практическое занятие 1. История формирования социально-психологических идей	178
Практическое занятие 2. Предмет и метод курса «Социальная психология»	180
Практическое занятие 3. Социально-психологические проблемы взаимосвязи общества и личности.....	182
Практическое занятие 4. Социокультурная регуляция человеческой деятельности и общения	184
Практическое занятие 5. Социализация личности	185
Практическое занятие 6. Социально-психологическая структура личности	188
Практическое занятие 7. Социальная перцепция	192
Практическое занятие 8. Межличностная коммуникация	194
Практическое занятие 9. Межличностная интеракция	196
Практическое занятие 10. Конфликтное взаимодействие	198
Практическое занятие 11. Социально-психологические проблемы группы.....	200
Практическое занятие 12. Социально-психологические проблемы власти	203
Практическое занятие 13. Социально-психологические проблемы власти в ситуации внегруппового поведения	205
Практическое занятие 14. Социально-психологические проблемы массового поведения	206

Практическое занятие 15. Массовые формы внеколлективного поведения.	207
Практическое занятие 16. Социально-психологические проблемы массовой коммуникации	208
Практическое занятие 17. Социально-психологические проблемы моды и рекламы	209
<i>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</i>	211
Задания для контрольных работ.	212
Вопросы к экзамену.	213
<i>ГЛОССАРИЙ</i>	216
<i>СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ</i>	228

ПРЕДИСЛОВИЕ

Социальная психология имеет долгую историю, связанную с именами великих мыслителей прошлого, ученых-исследователей настоящего, а также обычных людей. Социальная психология — это наука и практика, изучающая законы и закономерности взаимосвязи индивидуального и социального, их взаимовлияния в различных социокультурных контекстах. В ней представлены различные аспекты взаимодействия людей в социальных группах.

Учебное пособие по социальной психологии — результат моего многолетнего ученичества у замечательных ученых и значимых для меня людей: Юрия Михайловича Федорова и Вадима Борисовича Ольшанского, повлиявших в свое время на мой профессиональный путь. Они открыли мир знаний о тайнах человеческих отношений незабываемыми лекциями, книгами и разговорами о проблемах социальной психологии, смыслах и ценностях человеческой жизни.

Выражаю признательность В. И. Бакштановскому, позволившему мне заниматься в годы аспирантуры интересными для меня проблемами, С. И. Бабицкой, предложившей чтение курса социальной психологии первым студентам-психологам в Тюменском институте повышения квалификации педагогических курсов в 1980-х-1990-х гг., любимым ученикам и просто студентам, участвовавшим в диалогах на занятиях, Е. Л. Доценко, убедившему написать этот труд, Ю. П. Ковалевской и Е. В. Шафорост за техническую помощь в оформлении текста пособия.

Надеюсь, что материал, помещенный в пособие, будет полезен и вам, читатели.

Желаю успехов и интересных открытий.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

РАЗДЕЛ I

ВВЕДЕНИЕ В СОЦИАЛЬНУЮ ПСИХОЛОГИЮ

Основные вопросы раздела. История формирования социально-психологических идей. Возникновение и развитие социальной психологии за рубежом. Развитие социальной психологии в нашей стране. Место науки в системе научного знания. Социальная психология как наука, изучающая «закономерности поведения и деятельности людей, обусловленных их включением в социальные группы, а также социальные характеристики самих этих групп» (Г. М. Андреева). Основные парадигмы социальной психологии. История западной социальной психологии. «Американская» и «европейская» традиции. Зарождение социальной психологии на Западе — исследования В. Вундта, М. Лацаруса, Г. Штейнтала, Г. Лебона, Г. Тарда. Основные теоретические ориентации в мировой социальной психологии: неофрейдизм, необихевиоризм, символический интеракционизм, когнитивная ориентация. Социально-психологические воззрения З. Фрейда, Э. Эриксона, Б. Скиннера, А. Маслоу. Социометрическое, психодинамическое, гуманистическое и др. направления в социальной психологии.

Основные периоды развития отечественной социальной психологии, краткая их характеристика. Вклад философов и социологов Н. К. Михайловского, Г. В. Плеханова и др. в становление социальной психологии.

Развитие социально-психологической проблематики в России. Полемика о предмете социальной психологии в 1920-е гг. годы (позиции К. И. Корнилова, В. В. Блонского, В. М. Бехтерева, В. В. Артемова, М. С. Райснера и др.). Социальная психология в трудах А. С. Макаренко. Влияние отечественной психологии на развитие социальной психологии. Дискуссия о предмете социальной психологии в начале 1960-х гг.

Характеристика состояния и основные направления исследований в социальной психологии в России в настоящее время. Возрастание роли практического социально-психологического знания. Внедрение социальной

психологии в различные сферы общественной жизни (производство, политику, деятельность СМИ и т.д.).

Предмет социальной психологии. Методы социальной психологии. Соотношение методологии и методов исследования. Основные методы социально-психологических исследований (наблюдение, контент-анализ, различные виды опроса, тесты, шкалы, эксперимент (естественный и лабораторный), аппаратурные методы, методы экспертной и групповой оценки и др.).

Метод социометрии в социальной психологии и его основные модификации. Условия применения этих методов в социальной психологии. Качественные методы социально-психологического исследования: анализ документов, продуктов совместной деятельности, метод анализа случаев, биографический метод, метод фокус - группы и т.п.

Необходимость разработки нормативов в социально-психологическом исследовании, проблема валидности и надежности социально-психологических методик. Особенности построения поискового исследования.

Проблема измерения в социальной психологии. Построение шкал как специфическая форма измерения социально-психологических характеристик. Проблемы измерения групповых явлений и состояний. Математико-статистические методы обработки данных в социальной психологии.

Современные тенденции развития социально-психологических методов и программы исследования. Актуальные теоретические и прикладные задачи социальной психологии.

Основные понятия раздела: социальная психология.

Глава 1. История формирования социально-психологических идей

План

- § 1. Три периода в истории социальной психологии
- § 2. Возникновение и развитие социальной психологии как науки за рубежом
- § 3. Развитие социальной психологии в нашей стране
- § 4. Основные направления социальной психологии

§ 1. Три периода в истории социальной психологии

Историю формирования социально-психологических идей можно условно разделить на три основных этапа

Первый этап. Накопление социально-психологических знаний в сфере философии и общей психологии (VI в. до н. э. — середина XIX в.). В трудах Платона, Аристотеля, Бэкона, Монтеня и других мыслителей наряду с общепсихологическим и социологическим содержанием содержатся элементы социально-психологических доктрин.

Второй этап. Выделение описательной социальной психологии из философии (социологии) и общей психологии (50-60-е гг. XIX в. — 20-е гг. XX в.) в самостоятельную область знания.

Создаются первые описательные теории, в которых делаются попытки объяснить социально-психологические явления, знания о которых уже накопились к этому времени. Они содержатся в следующих доктринах (по У. Ф. Огборну).

1. «Аналогическая или «организмическая» (организм) теория.
2. Теория расового или коллективного бессознательного.
3. Концепция объективного духа (В.-Ф. Гегель).
4. Теория «душа народа» или «народный дух» (психология народов).
5. Теория коллективных представлений Э. Дюркгейма.
6. Теория культурного детерминизма.
7. Концепция «общего сегмента».

Третий этап. Оформление социальной психологии в экспериментальную науку (с 1920-х гг. и по настоящее время), такую же точную, как и отрасли естествознания. Учеными применяется эксперимент, качественный анализ явлений дополняется количественным, выявляются законы существования социальной психики.

§ 2. Возникновение и развитие социальной психологии как науки за рубежом

Начало зарубежной социальной психологии обычно связывают с экспериментами **В. Меде, Ф. Олпорта**, которые в 1920-е гг. стали экспериментально изучать социально-психологические явления в группах.

В. Меде в 1920г. в Лейпциге опубликовал результаты своих экспериментов с группами. Их основные положения: имеются различные типы людей по отношению к коллективу (положительный, отрицательный, нейтральный); в познавательной сфере влияние коллектива меньше, чем в

сфере эмоций, моторики и воли; в зависимости от типа отношения к коллективу находятся и сдвиги в психологической атмосфере.

В 1924 г. в работе «Социальная психология» **Ф. Олпортом** были опубликованы следующие результаты экспериментов в группе студентов: суждения о текстах философов по качеству выше, но по скорости выдвижения опровержений медленней в изолированных условиях, чем в группе; в изолированных условиях больше личных моментов в ассоциациях по сравнению с групповыми условиями в оценке запахов и веса предметов, группа сглаживает крайности суждений.

Определенным поворотом в истории социальной психологии стал хоуторнский эксперимент **Э. Мэйо**, положивший начало доктрине «человеческих отношений», которая становится центральной в промышленной социологии Запада.

В эти же годы разрабатываются такие методы социальной психологии, как глубинное интервью, проективные тесты, биографический метод и др.

Курт Левин одним из первых предложил так называемый полевой эксперимент для исследования групповой динамики, психологической атмосферы в группе. Наметилось целое направление, получившее название социометрии, возглавленное **Дж. Морено**. Социометрия дословно в переводе — измерение товарища, соучастника. Измеряя товарища, измеряю самого себя.

§ 3. Развитие социальной психологии в нашей стране

Развитие идей социальной психологии в нашей стране имеет свою историю. Среди мыслителей XVIII в. следует упомянуть **В. Н. Татищева**, **М. В. Ломоносова**, **А. Н. Радищева**. Видное место социально-психологические идеи занимают в работах таких русских мыслителей XIX — начала XX в.: **Н. Г. Чернышевский**, **Н. К. Михайловский**, **В. Г. Плеханов**, **В. М. Бехтерев**, **А. Ко-пельман** и др.

1920-1930-е гг. — это этап становления и роста марксистской социальной психологии. Впервые вопрос о предмете социальной психологии в 1920-е гг. был поставлен **Г. И. Челпановым** в работах «Психология и марксизм», «Социальная психология или «условные рефлекс»?», в которых обосновывался тезис о психологии как социальной. Разрабатывалось направление, получившее название «психология поведения».

Большой вклад в развитие социально-психологических идей в нашей стране внесла школа реактологии **В. М. Бехтерева**. Он считал социальную

психологию одной из областей социологии, понимая под ней, прежде всего, психологию группы, которая изучает психические проявления в тех случаях, когда образуются социальные объединения (два и более индивида), массовидные явления группы, коллективное наблюдение, коллективное сосредоточение, коллективные эмоции и настроения. Задачей коллективной рефлексологии является установление характера социальной связи, устанавливаемой между отдельными индивидами, влияния характера взаимосвязи индивидов на особенности психической деятельности коллектива и влияния коллектива на личность, особенности поведения личности в коллективе. **Заслуга В. М. Бехтерева** состояла в том, что он поставил вопрос о необходимости социальной психологии как науки и определил ее предмет.

Школа реактологии (**К. Н. Корнилов, В. А. Артемов и др.**) пыталась учесть как объективное, так и субъективное в поведении человека. К предмету социальной психологии К. Н. Корнилов относил «изучение поведения человека в коллективе». В. А. Артемов, который резко критиковал «коллективную рефлексологию» за то, что вся система построена на основе принципа рефлекса, объем понятия которого расширен до «гиперболических размеров». В работе «Введение в социальную психологию» В. А. Артемов к предмету социальной психологии относил следующие явления: психологическую природу коллективного акта, куда входит сравнительный анализ поведения в коллективе и вне его; формы собственно коллективного поведения, к которым он относил чувство собственного достоинства, взаимопомощь и борьбу, симпатии, подражание, словесное воздействие, внушение, различные виды оценок человека; психологическую сторону общественных институтов и установлений, куда включались моды, нравы, обычаи и т.д.

Из многочисленных направлений в отечественной социальной психологии можно выделить школу **П. П. Блонского**, изучающую психологию как науку о поведении; деятельность **Б. Д. Фридмана, А. Р. Лурии, А. П. Варьяша**, которыми были поставлены проблемы социальной обусловленности человеческой деятельности, проблема характера, проблема формирования нравов, традиций с ложных позиций эклектики фрейдизма и марксизма, работы **Л. Н. Войтоловского и М. А. Рейснера**.

Особо выделим так называемую культурно-историческую концепцию **Л. С. Выготского**. Согласно этой концепции, культура человеческого рода хранит универсальную информацию о поведении индивидов. Появляясь в этом мире, мы усваиваем определенный фрагмент этой культуры, именно

тот фрагмент, который потом будет регулировать наше поведение в конкретных видах деятельности. Вне культуры взаимодействие людей невозможно. Социализация индивида есть приобщение к культуре рода. Л. С. Выготский и А. Н. Леонтьев разрабатывали деятельностный подход в социальной психологии.

Однако в силу ряда объективных и субъективных причин социальная психология в нашей стране не оформилась в самостоятельную науку. С начала второй половины 1930-х гг. после Постановления от 4 июля 1936 г. «О педологических извращениях в системе Наркомпросов» (Директивы ВКП(б) и Постановления Советского правительства о народном образовании за 1917-1947 гг., М., 1947, с. 193) развитие социальной психологии фактически прекратилось. Педология, психотехника, социальная психология рассматривались как буржуазные лженауки. Господствующим стало утверждение, что советская психологическая наука по природе своей социальна, и разрабатывать особую социальную психологию — значит протаскивать в отечественную науку буржуазные теории

После длительного и трагичного перерыва в истории развития социальной психологии в нашей стране в 1958-59 гг. появляются первые публикации по вопросам социальной психологии, разворачиваются конкретные социально-психологические исследования. С 1962 г. в печати начинает обсуждаться вопрос о предмете социальной психологии и ее месте в системе общественных наук. К концу 1960-х — началу 1970-х гг. в основном завершился процесс становления и выделения социальной психологии в самостоятельную научную дисциплину. В 1962 г. в ЛГУ организуется первая в стране лаборатория социальной психологии. Возникают многочисленные исследовательские центры в Москве, Ленинграде, Курске, Костроме, Ярославле, Киеве, Минске, Тбилиси, в республиках Прибалтики. В 1968 г. создается кафедра социальной психологии в ЛГУ, а в 1972 г. и в Москве. Такова история формирования социально-психологических идей. Среди выдающихся ученых, развивающих социальную психологию как науку в нашей стране, можно назвать Г. М. Андрееву, В. Б. Ольшанского, И. С. Кона, Б. Д. Парыгина, Г. П. Предвечного, Ю. А. Шерковина, А. В. Петровского, К. К. Платонова, Б. Ф. Поршнева, Л. И. Анциферову, А. А. Бодалева, Н. Н. Обозова и др.

Основные направления социальной психологии. К основным направлениям социальной психологии принято относить **бихевиоризм и**

необихевиоризм (Б. Скиннер, Э. Халл, Д. Хоманс, А. Бандура и др.), **неофрейдизм** (Э. Фромм, Дж. Салливан, Г. Шепард, В. Шутц и др.), **когнитивизм** (К. Левин, Ф. Хайдер, Л. Фестингер, Ч. Осгуд, С. Аш и др.), **интеракционизм** (Г. Мид и др.), **социокультурный детерминизм** (Л. С. Выготский, А. Н. Леонтьев и др.).

§ 4. Актуальные проблемы развития современной социальной психологии

История социальной психологии как науки переживала периоды подъема, в которые были созданы интересные теории, ученые выходили из кабинетов и обращали свое внимание на социально- психологические процессы в реальных группах, и спада, разочарования в появляющихся теориях, сомнения в их возможности объяснить все новые и новые социальные феномены взаимодействия как отдельных индивидов, так и больших и малых групп. Например, стремительное развитие социально- психологических исследований после Второй мировой войны, создавало впечатление весьма успешного и результативного развития молодой науки. Однако к концу 1960-х гг. ясное представление путей и задач сменилось повсеместным разочарованием в результатах, сомнением в целях и неуверенностью в социальной релевантности социально-психологического знания. Актуализировалась проблема неадекватности методологического арсенала экспериментальной социальной психологии ее предмету — социальному поведению людей. В процессе ее решения возникли два направления (две парадигмы) социальной психологии: позитивистская (неопозитивистская) и социально-конструктивистская.

Представителями неопозитивизма утверждается, что социальные явления подчиняются законам, общим для всей действительности, методы социального исследования должны быть такими же точными, строгими и объективными, как методы естествознания (сциентизм), «субъективные аспекты» человеческого поведения можно исследовать только через открытое поведение (бихевиоризм), истинность научных понятий и утверждений должна устанавливаться на основе эмпирических процедур (верификация), все социальные явления должны быть описаны и выражены количественно (кван- тификация), социальная наука должна быть свободна от ценностных суждений и связи с идеологией (методологический объективизм), а социальная психология — это наука, изучающая процессы социального взаимодействия людей.

Как пишет А. Н. Онучин, сторонники новой парадигмы в социальной психологии (социальный конструкционизм) придерживаются убеждений, что «осмысление социопсихологической реальности не равнозначно «физическому знанию» и требует принципиально иной эпистемологической модели. С этой точки зрения, научная истина не тождественна знанию о мире как он есть, которым располагает объективный наблюдатель. Соответственно, научная теория не может быть сведена к описанию этой истины избранными исследователями... Критерием оценки социопсихологической теории служит не степень ее соответствия подлинному миру, а ее социальная интеллигентность и способность генерировать новые поведенческие феномены, которые утверждают «истину», проецируемую теорией. В рамках новой парадигмы социальное поведение интерпретируется как дискурсивная, смыслосозидающая активность. Поэтому осмыслению здесь подлежат такие явления, как правила и структура конверсаций, идеологические функции мышления и т.п.»¹.

Еще одна характеристика нового направления социальной психологии заключается в том, что она является специфическим видом социальной критики, в процессе которой подвергается сомнению объективность конвенционального знания; такие феномены, как эмоции, самоубийство, шизофрения, альтруизм, верования, детство, бытовое насилие либо ограничены — культурой, историей, социальным контекстом, либо не существуют вовсе. «Значимым же является лишь мир познанный, а не мир как таковой. Социально-конструкционистский анализ охватывает такие разнообразные явления, как пол, агрессия, разум, причинность, личность, Я, ребенок, мотивация, эмоции, мораль. Как правило, фокус этих исследований составляют принятые в обществе языковые формы, средства достижения социальной договоренности по поводу этих форм, а также значения последних для прочих областей социальной жизнедеятельности»¹.

Глава 2. Предмет, и метод курса «Социальная психология»

^

План

Введение

§ 1. Предмет социальной психологии

§ 2. Основные методы социальной психологии

¹ Там же.

§ 1. Предмет социальной психологии

Уже в XIX в. зародилась мысль о том, что помимо индивидуальной психики, души человеческого индивидуума, в определенных условиях начинает проявляться некая надиндивидуальная, социальная психика, которая должна изучаться не общей, а социальной психологией. Замечено, что социальная психика возникает всякий раз, когда несколько индивидов собираются вместе и начинают составлять социальную общность. Их поведением начинает управлять коллективная, а не индивидуальная психика. Ее стали называть «социальной душой», «общественным сознанием» «коллективной психологией» и т.д., подразумевая нечто ментальное, лежащее за пределами индивидуальной субъективности. Замечено, что в обществе себе подобных мотивы поведения человека, его поступки, ценности и т.д. меняются. Его индивидуальная душа растворяется в некоей «коллективной душе», которая и управляет его поведением. Появилась новая отрасль научного знания, призванная «понять и объяснить, какое влияние оказывает на мысли, чувства и поведение индивидов действительное, воображаемое или предполагаемое присутствие других» (Г. Олпорт).

К середине XX в. учеными и исследователями было накоплено большое количество описаний социально-психологических фактов и феноменов, проведены эксперименты, которые позволили получить сведения о многообразных аспектах человеческого поведения и взаимодействия в различных условиях жизнедеятельности. Требовалась научная рефлексия, позволяющая вывести социальную психологию на уровень развития, т.е. определить предмет и методологию научного знания о социально-психологических феноменах, фактах и закономерностях.

В ходе дискуссии ученых было обнаружено различие в представлениях об источниках социальной психологии. Например, некоторыми учеными считалось, что социальная психология — социологическая дисциплина (Г. В. Осипов, М. Я. Ковальзон, Д. М. Угринович и др.); другими — отрасль единой психологической науки (К. К. Платонов, В. И. Селиванов и др.); третьими — самостоятельная наука (Ю. Левада, Ж. Ошавков и др.); четвертыми, — что она одновременно обладает и социологическим и психологическим статусом, т.к. возникла и существует на стыке двух наук (А. Г. Ковалев, В. Б. Ольшанский и др.). Пятый подход обнаруживает существование как бы двух социальных психологий: социологически ориентированную и психологически ориентированную (Г. М. Андреева и

др.). Американский ученый Р. Зайонц писал: «Если мышь, двигаясь по лабиринту, предпочитает левый коридор правому, потому что в нем лежит пища, то ее поведение изучает психолог. Если же мышь поворачивает налево потому, что в правом коридоре сидит другая мышь, то таким поведением должен заниматься социальный психолог»². Согласно шестому подходу, социальная психология — наука, изучающая, как люди думают друг о друге, как они влияют друг на друга и как относятся друг к другу (Д. Майрес и др.).

Многообразие представлений о статусе социальной психологии как науки и об источниках ее возникновения объясняет и сложность в описании ее предмета. Эту задачу можно решить, лишь интегрировав различные подходы и выделив следующие предметные зоны:

1) социально-психологические проблемы личности — социализация личности, социальные роли, статусы, диспозиционная структура личности;

2) социально-психологические явления в малых группах (психологическая совместимость, психология групп и коллективов, совместимость, механизмы группового контроля, референтные группы, лидерство и руководство, конформизм);

3) социально-психологические явления в больших группах (психология классов, наций, профессиональных групп и т.д.);

4) массовидные явления психики (толпа, паника, публика, аудитория);

5) массовое сознание (социальные эмоции, чувства, настроения, заблуждения, иллюзии, ценности, аттитюды);

6) психологические механизмы влияния человека на человека (подражание, внушение, заражение);

7) социально-психологические аспекты коммуникативных и информационных процессов (индивидуальная и массовая коммуникация, мода, слухи, сплетни, имидж, реклама, слухи, мифы).

Вопросы, связанные с описанием предмета социальной психологии, отражаются в определениях самой науки. Одно из определений вы можете найти в тексте выше, другие — прочитав самостоятельно некоторые работы.

² Цит. по Федоров Ю. М. Социальная психология. Тюмень: Изд-во ТюмГУ, 1996. С. 39.

§ 2. Основные методы социальной психологии

Для исследования социально-психологических фактов, явлений и феноменов в социальной психологии как науке существует три методологических уровня. **Первый — общая методология.** Это общий философский подход, общий способ познания, принимаемый исследователями, позволяющий сформулировать некоторые наиболее общие принципы, которые применяются в исследованиях. Философско-методологический уровень социально-психологических исследований позволяет определить место и значение социально-психологических явлений, процессов и состояний в социальной системе.

Второй уровень — частная (или специальная) методология. Он содержит совокупность методологических принципов, применяемых в данной области знания, реализует философские принципы применительно к специфическому объекту исследования. Это определенный способ познания, адаптированный для более узкой сферы знания. Для социальной психологии — это, например, принцип деятельности. Как пишет Г. М. Андреева, «в самом широком смысле слова философский принцип деятельности означает признание деятельности сущностью способа бытия человека, он есть реализация еще более общего принципа — принципа отражения, когда сознание рассматривается как высшая форма отражения, предполагающая активность личности. В социологии деятельность интерпретируется как способ существования человеческого общества, как реализация социальных законов, которые и проявляются не иначе как через деятельность людей. Деятельность и производит и изменяет конкретные условия существования индивидов, а также общества в целом. Именно через деятельность личность включается в систему общественных отношений. В психологии деятельность рассматривается как специфический вид человеческой активности, как некоторое субъектно-объектное отношение, в котором человек — субъект — определенным образом относится к объекту, овладевает им. В ходе деятельности человек реализует свой интерес, преобразуя предметный мир. При этом человек удовлетворяет одни потребности, при этом же рождаются новые потребности. Таким образом, деятельность предстает как процесс, в ходе которого развивается сама человеческая личность.

Социальная психология, принимая принцип деятельности как один из принципов своей специальной методологии, адаптирует его применительно к основному предмету своего исследования — к группе. Поэтому в

социальной психологии важнейшее содержание принципа деятельности раскрывается в следующих положениях: а) понимание деятельности как совместной социальной деятельности людей, в ходе которой возникают совершенно особые связи, например коммуникативные; б) понимание в качестве субъекта деятельности не только индивида, но и группы, общества, т. е. введение идеи коллективного субъекта деятельности; это позволяет исследовать реальные социальные группы как определенные системы деятельности; в) при условии понимания группы как субъекта деятельности открывается возможность изучить все соответствующие атрибуты субъекта деятельности — потребности, мотивы, цели группы и т. д.; г) в качестве вывода следует недопустимость сведения любого исследования лишь к эмпирическому описанию, к простой констатации актов индивидуальной деятельности вне определенного «социального контекста» — данной системы общественных отношений. Принцип деятельности превращается таким образом в своего рода норматив социально-психологического исследования, определяет исследовательскую стратегию. А это и есть функция специальной методологии»³. Значение теоретических исследований заключается в том, что они дают знание сущности, общей структуры и причин социально-психологических процессов, позволяют привести в относительную систему категориальный аппарат. Они выступают в качестве основы для экспериментально-эмпирических исследований и практического использования их результатов.

Третий уровень составляет методология как совокупность конкретных методических приемов исследования или методик. Экспериментально-эмпирический уровень имеет своим предметом социально-психологические факты, накопление эмпирического материала, необходимого для дальнейшего исследования и обобщения.

Таким образом, социальная психология как система научного знания включает в себя совокупность взаимосвязанных методологических уровней, позволяющих специалистам получать в процессе исследования фактический материал, теоретические построения, принципы, законы и категории, гипотезы, подтвержденные выводы, методы, методику и технику исследования.

³ Андреева Г. М. Социальная психология. М.: МГУ, 1999. С. 55.

Методика социально-психологического исследования — это система операций, процедур, приемов установления социально- психологических фактов, их систематизации и средств их анализа, это тактика исследования.

Все методы социально-психологического исследования делятся на количественные и качественные.

Количественные методы. К этой группе методов социально-психологических исследований относят следующие способы получения данных об изучаемом объекте, которые позволяют выявить его количественные характеристики:

Наблюдение — целенаправленное восприятие явлений объективной действительности, в процессе которого исследователь получает знания относительно внешних сторон, состояний и отношений объектов, которые изучаются. Главным объектом наблюдения в социальной психологии выступают как поведение и взаимодействие отдельных людей и социальных групп, так и условия их деятельности.

Эксперимент — метод, цель которого состоит в проверке тех или иных гипотез, результаты которых имеют прямой выход на практику. Суть эксперимента состоит в том, чтобы при помощи выбора некоторой экспериментальной группы (групп) и помещения ее в необычную экспериментальную ситуацию (под воздействием определенного фактора) проследить направление, величину и устойчивость изменений интересующих исследователя характеристик. Различают эксперименты полевые и лабораторные, линейные и параллельные. При отборе участников эксперимента применяют методы попарного отбора или структурной идентификации, а также случайного отбора. Планирование и логика эксперимента включают следующие процедуры: выбор объекта, используемого в качестве экспериментальной и контрольной групп; выбор контрольных, факторных и нейтральных признаков; определение условий эксперимента и создание экспериментальной ситуации; формулирование гипотез и определение задач; выбор индикаторов и способа контроля протекания эксперимента.

Анализ документов — один из широко применяемых и эффективных методов сбора первичной информации. Цель исследования заключается в поиске индикаторов, указывающих на наличие в документе темы, значимой для анализа, и раскрывающих содержание текстовой информации.

Отбор источников информации зависит от программы исследования, при этом могут применяться методы конкретного или случайного отбора.

Различают следующие виды данного метода: внешний анализ документов, при котором изучаются обстоятельства возникновения документов, их исторический и социальный контекст, и внутренний анализ, в ходе которого, собственно, изучается содержание документа, всего того, о чем свидетельствует текст источника, и тех объективных процессов и явлений, о которых сообщает документ.

Опрос — метод сбора социально-психологической информации, который предусматривает устное или письменное обращение исследователя к определенной совокупности людей (респондентов) с вопросами, содержание которых представляет изучаемую проблему на уровне эмпирических индикаторов; регистрацию и статистическую обработку полученных ответов, их теоретическую интерпретацию. Основными видами опроса, в зависимости от письменной или устной формы общения с респондентами, являются анкетирование и интервью. В их основе лежит совокупность вопросов, которые предлагаются респондентам и ответы на которые и составляют массив первичных данных. Вопросы респондентам задаются посредством анкеты или опросного листа.

Анкета представляет собой объединенную единым исследовательским замыслом систему вопросов, направленных на выявление количественно-качественных характеристик объекта и предмета исследования. Структура анкеты представляет своего рода сценарий беседы исследователя с респондентом. Она включает краткое вступление, в котором указываются тема, цели, задачи опроса, называется организация, его проводящая; объясняется техника заполнения анкеты, затем следуют наиболее легкие вопросы, задача которых состоит в том, чтобы заинтересовать собеседника, ввести в курс обсуждаемых проблем, далее — более сложные вопросы и своеобразная «паспортичка» (с указанием социально-демографических данных).

Подготовка и проведение социально-психологического опроса состоят из трех основных этапов.

Этап 1. Определение теоретических предпосылок опроса: целей и задач, проблемы, объекта и предмета, операционного определения исходных теоретических понятий, нахождения эмпирических индикаторов.

Этап 2. Обоснование выборки, в ходе которого определяется генеральная совокупность (те слои и группы населения, на которые предполагается распространить полученные результаты опроса) и правил поиска и отбора респондентов на последней ступени выборки.

Этап 3. Обоснование опросного листа (вопросника), т.е. формулируется содержательная репрезентация проблемы исследования в виде вопросов, предназначенных респондентам, обосновывается вопросник относительно возможностей опрашиваемой совокупности как источника искомой информации.

Метод экспертной оценки, к которому психологи обращаются в случае, когда исследователю сложно определить объект — носитель проблемы. Такими могут быть проблемы перспективы развития консультативной помощи или попытки объективно оценить такие стороны и качества людей, по которым их самооценка может быть некорректной (например, практического психолога). Такая информация может быть получена лишь от компетентных лиц- экспертов, которые имеют глубокие знания о предмете или объекте исследования. Опросы компетентных лиц называют экспертными, а результаты опросов — экспертными оценками.

Социометрические методы исследования в малой социальной группе. Создание и развитие социометрической методике связано с именем известного в практической психологии человека Дж. Морено. Еще в 1930-е гг. он создал социометрию как удобную в практике методику для изучения эмоциональных связей в группе. Связи такого рода, построенные на симпатии — антипатии людей, он считал важнейшими как для существования и продуктивного функционирования самой малой группы, так и для самочувствия, работоспособности, перспектив развития отдельного человека в данной группе. К сожалению, в настоящее время исследователи склонны широко трактовать возможности социометрии. С помощью этого метода пытаются исследовать лидерские процессы, пути и способы передачи информации в группе, отношение к руководителю и многое другое. Часто социометрию используют для изучения лидерства и выявления лидеров. Однако, строго говоря, социометрия не исследует лидерские процессы и не выявляет лидеров. По своему методическому содержанию она не приспособлена изучать процессы психологического влияния. Социометрия создана для изучения структуры эмоциональных межличностных предпочтений и структуры малой социальной группы. Каждый человек в группе имеет эмоциональный статус. Если определять его качественно, то статус — это позиция человека в данной группе. Через особенности этой позиции человек в группе оценивает себя сам и его оценивают остальные. Количественно статус измеряется социометрией через подсчет числа положительных (первый вопрос) и отрицательных (второй

вопрос) выборов, которые сделаны в отношении данного человека всеми членами его группы. Если теперь мы представим все статусы членов группы в виде единой иерархии, то получим социометрическую структуру группы, которая достаточно устойчива, значительна для развития группы в целом, многое определяет в индивидуальных судьбах членов группы. Ее изучение, формирование и коррекция — одна из главных задач социального психолога.

Качественные методы. К этой группе методов социально-психологических исследований относят следующие способы получения данных об изучаемом объекте, которые позволяют выявить его качественные характеристики:

Фокус-групповая методика (фокус-групповое обсуждение микросоциальных проблем). Метод фокус-группы в последние годы получил широкое распространение как один из наиболее оперативных и эффективных способов сбора и анализа социально-психологической информации. Этот метод применяется, как правило, в сочетании с количественными методами, например, включенное наблюдение.

Реализация данного метода предполагает формирование нескольких дискуссионных групп, в количестве 10-12 человек каждая, и проведение в них обсуждения исследуемой проблемы с целью ее более глубокого понимания и поиска оптимальных путей решения. Фокус внимания участников групповых дискуссий при этом сосредотачивается на каком-то одном важном аспекте проблемы, а внимание исследователей фокусируется на выяснении мнений участников по поставленному вопросу, на значении различных точек зрения представителей разных социальных категорий. Его преимущество перед анкетированием и индивидуальным интервьюированием заключается в том, что:

- взаимодействие респондентов в фокус-группе обычно стимулирует более глубокие ответы и дает возможность появиться новым идеям в ходе групповой дискуссии;

- заказчик исследования может сам наблюдать за ходом обсуждения интересующей его проблемы и получать из первых рук информацию о поведении, установках, чувствах и языке респондентов, делать собственные выводы о путях решения проблемы;

- он оперативнее и дешевле, чем анкетирование или интервьюирование, позволяет экономить временные, финансовые и трудовые затраты исследователей.

— позволяет за короткий срок определить причины возникновения обсуждаемой проблемы.

Результаты социально-психологического исследования методом фокус-группы зависят от соблюдения определенных требований к организации их работы. Эти требования включают в себя определение необходимого количества фокус-групп, установление количества их участников, формирование оптимального состава участников, продолжительность их работы, выбор места проведения заседания фокус-группы, размещение участников в помещении, разработку сценария фокус-групповой дискуссии, реализацию этого сценария модератором, т. е. ведущим фокус-групповую дискуссию, и его ассистентами-наблюдателями, стенографистами, операторами.

Важной частью социально-психологического исследования является составление его **Программы**. Она включает формулирование проблемы, цели и задач, объекта и предмета, интерпретацию понятий гипотезы, определение обследуемой совокупности, описание методов исследования. Разберем эти элементы.

Проблема — это противоречия между социальной ситуацией и ее теоретическим представлением, требующие для своего познания и разрешения определенных методов, процедур и приемов исследования. Проблема социально-психологического исследования выражается в вопросе или комплексе вопросов, которые представляют теоретический или практический интерес и не имеют ответов в накопленном социально-психологическом знании. Формулирование проблемы предполагает как точное разграничение между тем, что действительно содержит противоречие, и тем, что таковым не является, так и четкое разделение существенного и несущественного в отношении общей проблемы, а также ее расчленение на элементы и упорядочение их по приоритету.

Цель исследования — общая направленность исследования, ожидаемый конечный результат. Она определяет преимущественную ориентацию на решение теоретических или практических задач. Целью фундаментальных, теоретико-познавательных исследований является установление закономерностей определенного социально-психологического процесса (например, возникновения, развития и функционирования слухов в определенные периоды общественного развития); целью теоретико-прикладных исследований — решение практических задач, выработка практических рекомендаций, поиск новых направлений решения тех или

иных социально-психологических проблем, например, в организации. В этом типе исследования цель должна быть обязательно согласована с представителями организации — заказчиком исследования.

Формулирование проблемы предполагает выбор конкретного **объекта** исследования, которым может быть все то, что содержит социальное противоречие и порождает проблемную ситуацию. **Проблемная ситуация** — возникающее объективно в процессе развития общества противоречие между знанием о потребностях людей в каких-либо результативных теоретических или практических действиях и незнанием путей, средств и методов реализации этих необходимых действий.

Помимо объекта, формирование проблемы предполагает выделение также **предмета исследования**, то есть тех сторон и свойств объекта, в которых в наиболее полном виде находит свое проявление противоречие, на базе которого возникла проблема, требующая определения. В отличие от объекта исследования, содержание которого не зависит от субъекта, предмет социально- психологического исследования является результатом взаимодействия субъекта и объекта познания. Формирование предмета исследования обусловлено как свойствами объекта, так и характером проблем, стоящих перед социальным психологом, уровнем научных знаний и средств познания, которыми он располагает. Предмет исследования предполагает наличие объекта, но не совпадает с ним. Один и тот же социальный объект может изучаться с целью решения различных научных проблем. Формулировка предмета исследования обозначает границы, в пределах которых объект изучается в данном конкретном исследовании.

Следующим элементом методологической части программы социально-психологического исследования является логический анализ основных понятий, который состоит из двух процедур — интерпретации и операционализации ведущих понятий исследования, входящих в определение его предмета.

Интерпретация понятий — это истолкование, уточнение их смысла, чтобы, реконструируя схему выведения содержательного определения понятий, обеспечить возможность их адекватного понимания и усвоения. Редуцируя содержание понятия до эмпирических признаков, социальный психолог добивается сопоставления содержания общих понятий с реальной действительностью, создает возможность замера социально-психологическими методами исследуемого явления, объекта, процесса.

Проводя операционализацию понятий, исследователь выявляет факторы, влияющие на ход изучаемого процесса, для регулирования и управления данным процессом.

Операционализация понятий — совокупность операций, с помощью которых понятия, используемые в социально- психологическом исследовании, расчленяются на составляющие элементы, способные в совокупности описывать их содержание. Операционализация позволяет уточнить качественную структуру предмета исследования. Понятия, которые получаются в процессе операционализации, называют операциональными понятиями. Роль операционализации состоит в уяснении, о чем следует собирать информацию.

Следующий этап составления программы исследования — формулирование гипотезы. **Гипотеза исследования** — это обоснованное предположение о структуре изучаемых социальных объектов, характере составляющих ее элементов, механизме функционирования и развития. Гипотеза является научным предположением, выдвигаемым для объяснения каких-либо фактов, явлений и процессов, которые надо подтвердить или опровергнуть. Основные требования к гипотезе:

- соответствие исходным принципам социально-психологических теорий;
- взаимосвязанность совокупности элементов системы доказательств выдвинутого объяснения;
- доступность проверке в процессе данного социально-психологического исследования (указывать способ их проверки);
- непротиворечивость известным и проверенным фактам, а также друг другу (хотя и могут быть альтернативными);
- простота, развертывание от общих посылок к эмпирически интерпретируемым следствиям.

Принято выделять следующие **виды гипотез**:

- по содержанию предположений относительно изучаемого социального объекта: описательные (структурные и функциональные), объяснительные;
- по степени общности предположений: гипотезы-обоснования и гипотезы-следствия;
- с точки зрения задач исследования: основные и не основные;
- по степени обоснованности и разработанности: первичные и вторичные.

Задачи социально-психологического исследования формулируются в соответствии с его целью и гипотезами и условно разделяются на основные, частные и дополнительные. Основные задачи заключаются в поиске ответа на центральный вопрос: каковы пути и средства решения исследуемой проблемы?

Важным моментом составления процедурной части исследования выступает **определение обследуемой совокупности**, в связи с чем перед социальным психологом встает проблема составления выборки. Для этого важно сформулировать несколько необходимых понятий генеральной совокупности, выборочной совокупности, выборки и репрезентативности.

Генеральная совокупность — вся совокупность единиц наблюдения, которая имеет отношение к данной проблеме. Она ограничивается территорией, временем, профессией, функциональными рамками. **Выборочная совокупность** — часть генеральной совокупности, которая выступает как непосредственный объект изучения вслед за разработанной программой исследования.

Выборка — представительная часть генеральной совокупности, воспроизводящая закон разделительного признака этой совокупности. Элементы выборочной совокупности (респонденты), подлежащие изучению (например, опросу), выступают в роли **единиц анализа**. Под категорией же **единиц отбора** понимаются элементы (например, группы респондентов), отбираемые на каждом этапе выборки по особому плану.

Репрезентативность — это свойство выборочной совокупности воспроизводить характеристики генеральной совокупности. Различают два основных вида выборки: вероятностная и целенаправленная. Различие между ними — в используемых методах. Если в первом виде используются методы случайной (случайно- бесповторной и случайно-повторной), механической, серийной и гнездовой выборки, то во втором — стихийной, квотной и основного массива. Кроме того, возможно по форме реализации выделить выборки одно- и многоступенчатые. Общую численность единиц наблюдения, которые вошли в выборочную совокупность, называют объемом выборки. Она зависит: от степени однородности генеральной совокупности, необходимой степени точности результатов, количества признаков выборки.

Резюме

1. Социальная психология в своем развитии прошла три этапа. На первом этапе происходило накопление социально-психологических знаний

в сфере философии и общей психологии (VI в. до н. э. — середина XIX в.). На втором этапе произошло выделение описательной социальной психологии из философии (социологии) и общей психологии (50-60-е гг. XIX в. — 20-е гг. XX в) в самостоятельную область знания. На третьем этапе социальная психология оформилась в экспериментальную науку (1920-е гг. и по настоящее время), такую же точную, как и отрасли естествознания.

2. Возникновение и развитие социальной психологии как науки за рубежом связано с деятельностью таких известных ученых, как В. Меде, Ф. Олпорта, Э. Мэйо, Томаса и Знанецкого, Тардта, Лебона, Вундта, К. Левина, Дж. Морено, С. Аша, Ст. Милгрема и других.

3. Развитие социальной психологии в нашей стране имеет драматическую историю и связано с деятельностью таких ученых, как Г. И. Челпанов, В. М. Бехтерев, К. Н. Корнилов, В. А. Артемов, П. П. Блонский, Б. Д. Фридман, А. Р. Лурия, Л. С. Выготский, А. Н. Леонтьев, Г. М. Андреева, В. Б. Ольшанский, И. С. Кон, Б. Д. Парыгин, Г. П. Предвечный, Ю. А. Шерковин, А. В. Петровский, К. К. Платонов, Б. Ф. Поршнев, Л. И. Анцыферова, А. А. Бодалев, Н. Н. Обозов, Ю. М. Федоров и др.

4. К основным направлениям социальной психологии принято относить бихевиоризм и необихевиоризм (Б. Скиннер, Э. Халл, Д. Хоманс, А. Бандура и др.), неопрейдизм (Э. Фромм, Дж. Салливан, Г. Шепард, В. Шутц и др.), когнитивизм (К. Левин, Ф. Хайдер, Л. Фестингер, Ч. Осгуд, С. Аш и др.), интеракционизм (Г. Мид и др.), социокультурный детерминизм (Л. С. Выготский, А. Н. Леонтьев и др.).

5. Актуальные проблемы развития современной социальной психологии заключаются в смене основных парадигм, вызванных актуализированностью проблемы неадекватности методологического арсенала экспериментальной социальной психологии ее предмету — социальному поведению людей. В процессе ее решения возникли два направления (две парадигмы) социальной психологии: позитивистская (неопозитивистская) и социально-конструктивистская.

6. Социальная психология имеет маргинальный статус, который интегрирует различные подходы и выделяет предметные зоны:

— социально-психологические проблемы личности — социализация личности, социальные роли, статусы, диспозиционная структура личности;

— социально-психологические явления в малых группах (психологическая совместимость, психология групп и коллективов, совместимость, механизмы группового контроля, референтные группы, лидерство и руководство, конформизм);

— социально-психологические явления в больших группах (психология классов, наций, профессиональных групп и т.д.);

— массовидные явления психики (толпа, паника, публика, аудитория);

— массовое сознание (социальные эмоции, чувства, настроения, заблуждения, иллюзии, ценности, аттитюды);

— психологические механизмы влияния человека на человека (подражание, внушение, заражение);

— социально-психологические аспекты коммуникативных и информационных процессов (индивидуальная и массовая коммуникация, мода, слухи, сплетни, имидж, реклама, слухи, мифы).

7. Социальная психология как система научного знания включает в себя совокупность взаимосвязанных методологических уровней, позволяющих специалистам получать в процессе исследования фактический материал, теоретические построения, принципы, законы и категории, гипотезы, подтвержденные выводы, методы, методику и технику исследования.

8. Методы социально-психологического исследования делятся на количественные и качественные: наблюдение, эксперимент, анализ документов, опрос, метод экспертной оценки, социометрические методы исследования, фокус-групповая методика.

9. Важной частью социально-психологического исследования является составление его Программы. Она включает формулирование проблемы, цели и задач, объекта и предмета, интерпретацию понятий гипотезы, определение обследуемой совокупности, описание методов исследования.

Вопросы для самопроверки

1. Назовите основные этапы формирования социально-психологических идей.

2. Назовите основные проблемы современного этапа существования социальной психологии.

3. Вспомните дискуссии о предмете социальной психологии. В чем особенности различных точек зрения?

4. Перечислите основные методы социальной психологии.

Список литературы

Обязательная

1. Андреева Г. М. Социальная психология. М.: МГУ, 1999.
2. Федоров Ю. М. Социальная психология. Тюмень: Изд-во ТюмГУ, 1997.
3. Шибутани Т. Социальная психология. Ростов н/Д: Феникс, 2002.

Дополнительная

1. Будилова Е. А. Социально-психологические проблемы в русской науке. М.: Наука, 1983.
2. Вопросы истории общей и прикладной психологии. Сборник статей. Ростов н/Д: Феникс, 1978.
3. История зарубежной психологии. Тексты. М.: Изд-во МГУ, 1986.
4. Майерс Д. Социальная психология. СПб.: Питер, 1998.
5. Милгрэм С. Эксперимент в социальной психологии. СПб.: Питер, 2000.
6. Общая характеристика состояния теоретического знания в современной западной социальной психологии // Современная зарубежная социальная психология. Тексты. Под. ред. Андреевой Г. М. и др. М.: Изд-во МГУ, 1984.
7. Ольшанский В. Б. Практическая психология для руководителей, учителей и родителей. Ростов н/Д: Феникс, 1998.
8. Онучин А. Н. «Новая парадигма» в социальной психологии // Мир психологии. 1999. № 3. С. 90-97.
9. Современная зарубежная социальная психология. Тексты. М.: Изд-во МГУ, 1984.
10. Ярошевский М. Г. История психологии. М.: Мысль, 1985. ^

РАЗДЕЛ II

ОБЩИЕ ВОПРОСЫ СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ

Основные вопросы раздела. Общество как процесс совокупной человеческой деятельности. Культура как универсальный регулятор деятельности и общения. Ролевая теория. Социальные роли и маски человека. Социальные стереотипы и эталоны поведения. Гендерные роли. Социально-психологическая диагностика и проблема прогнозирования социального поведения человека. Понятие и виды социального поведения. Механизмы социальной регуляции поведения.

Основные понятия раздела: деятельность, знак, знаковое опосредствование, культура, роль, позиция социальная, правила, символ, социальные функции, статус личности, статус, субкультура, ценности, язык.

Глава 3. Социально-психологические проблемы взаимосвязи общества и личности

План

§ 1. Общество как процесс совокупной человеческой деятельности

§ 2. Ролевая теория или социальные роли и маски человека

§ 1. Общество как процесс совокупной человеческой деятельности

В социальной психологии проблема взаимосвязи общества и личности представлена в следующих концепциях. По одной из них общество — совокупность индивидов (Т. Гоббс). По другой концепции общество — это совокупность общественных отношений. Согласно К. Марксу в основе всего социального лежит деятельность: «История есть не что иное, как деятельность преследующего свои цели человека». Однако общество это не просто деятельность, а «различная деятельность» людей, находящихся в различных общественных отношениях. Индивид, включенный в общественные связи и отношения, включен на самом деле лишь в определенный фрагмент этих связей, определяющий его положение в обществе. Задача индивида заключается в том, чтобы в процессе деятельности способствовать гомоморфности двух сложных систем — общества и личности. Гомоморфность имеет место, когда элементы одной системы соответствуют элементам другой.

Взаимодействие этих двух систем и происходит через ролевую деятельность. Вспомним определение деятельности А. Н. Леонтьева: «**Деятельность** — динамическая система взаимодействий субъекта с миром, в процессе которых происходит возникновение и воплощение в объекте психического образа и реализация опосредованных им отношений субъекта в предметной действительности»⁴. Деятельность можно рассматривать как совокупность социальных функций. «Социальные функции — это тот объективный вклад, который вносят (или должны вносить) члены общества в производство социальных ценностей в соответствии со сложившимся в обществе разделением труда. Это определенные реальные вклады, которые должны вносить индивиды в процесс совместной деятельности»⁵.

Иллюстрацией к функциональному подходу деятельностного процесса является поведение игроков спортивной команды, где каждый спортсмен знает свой маневр. Поэтому можно сказать, что человеческая деятельность — это набор определенных социальных функций.

Таким образом, общество с точки зрения социальной психологии — это процесс совокупной человеческой деятельности. В обществе каждый должен делать свое дело, и вклад каждого подгоняется к вкладу другого для успешного коллективного взаимодействия.

§ 2. Ролевая теория или социальные роли и маски человека

Выполняя социальные функции, индивид в обществе играет социальные роли. Ролевая теория — это попытка метафорически объяснить с точки зрения социальной психологии процесс «вплетения индивидуального в ткань социального» (Г. М. Андреева).

И хотя различные психологи по-разному относятся к термину «роль», например известный психолог А. Н. Леонтьев назвал ролевой подход нелепым, безнравственным, одним из самых чудовищных (*Леонтьев, 1975*), нельзя отрицать сам факт «ролевого поведения» в жизни.

Основные понятия ролевой теории взяты из театральной терминологии. Под социальной ролью понимается различными авторами в основном одно — определенное поведение, ожидаемое от каждого, занимаемого данную позицию. Как пишет В. Б. Ольшанский, «на идеальной схеме» того или

⁴ Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность. М.: Политиздат, 1975. С. 74.

⁵ Федоров Ю. М. Социальная психология. С. 69.

инного типа взаимодействия каждое действующее лицо занимает свою позицию. Более конкретно она определяется в соотношении с другими позициями. В элементарном случае на схеме существует только «позиция» и «контрпозиция». Например, если некто хочет сделать покупку, он находит человека в позиции продавца и занимает соответствующую контрпозицию, т.е. ведет себя, как подобает в этой ситуации» (*Ольшанский, 1975*).

«Под ролью понимается функция, нормативно одобренный образ поведения, ожидаемый от каждого, занимающего данную позицию» ⁶. В социальной драме кроме роли существует понятие action — «выступление», «действие», «деятельность». Отсюда аналитическая единица — «акт», ставшая основным термином концепции (ср. «социальный акт», «активность», «интеракционизм», «транзакции»). Театралы используют слово «актер». Социологи — «актор». Актором называется исполнитель социальной роли⁷. Процесс исполнения социальных ролей связан с экспектацией — ожиданием, требованием определенным образом играть (по определенным правилам) свою роль.

Как считает Смелзер, «наши роли определяются ожиданиями других людей. Некоторые из этих ожиданий, например, законы, являются формальными, а другие, вроде умения вести себя за столом, — неформальными. Когда поведение человека соответствует ролевым ожиданиям, он получает социальные поощрения (такие как деньги, уважение)» (*Смелзер, 1991*). В каждой социальной системе и группе имеются предписания, санкции и подкрепления (виды материальной и моральной стимуляции), они являются стереотипными требованиями к личности независимо от ее индивидуально-типических особенностей. Эти требования в виде «ролевого ожидания» определяют поведение человека в данной социальной системе в форме выполнения заданных социальных функций, ролей (*Ананьев, 1968*).

Если поведение человека отклоняется от социальных ожиданий, общество реагирует на это социальными санкциями. «Социальная система в ее устойчивом состоянии, — писали основатели теории действия Т. Парсонс и Шилз, — представляет собой процесс взаимодополнительной

⁶ Кон И. С. Социология личности. М., 1967. С. 23.

⁷ Ольшанский В. Б. Практическая психология для учителей. М.: Онега, 1994. С. 139-140.

деятельности, где каждый удовлетворяет экспектации другого (других) таким образом, что реакция другого действия «Я» становится позитивной санкцией, служащей подкреплением его намерений и, следовательно, отвечающей его экспектациям»⁸.

С помощью санкций различного рода общество осуществляет социальный контроль над человеком. Характер контроля зависит от уровня развития общества. Как пишет В. М. Бехтерев, «...как только личность попытается выйти за общие правила, она ощутит всю силу общественных тисков, которые введут ее в границы или сдавят до полного уничтожения»⁹. Для согласования ожиданий в обществе существует разделяемая система ценностей, составляющих сердцевину культуры сообщества.

У социальной роли несколько характеристик:

- она безлична;
- отражает включение личности в деятельность конкретной группы и выполнение определенных функций, обязанностей в условиях установленных в группе отношений ответственной зависимости между ее членами;
- связана с социальными экспектациями.

Социальные роли личность может играть для всех, для группы, для себя (Асмолов, 1990).

Попытки классификации социальных ролей

Классификация социальных ролей по Н. Д. Левитову

1. Роли сознательные и бессознательные, иначе говоря, сознательно принимаемые человеком на себя по собственной инициативе и вынужденные или как бы навязанные обстоятельствами.
2. Роли более или менее устойчивые и эпизодические.
3. Роли, неразрывно связанные между собой и не связанные.
4. Роли открытые, внешне выраженные и наоборот — в той или иной степени скрытые.
5. Роли центральные и второстепенные для личности.
6. Роли стереотипные и оригинальные.

⁸ Цит. по Ольшанский В. Б. Практическая психология для учителей. М.: Онега, 1994. С. 145.

⁹ Бехтерев В. М. Коллективная рефлексология. Пг., 1921. С. 7.

7. Роли приписываемые себе человеком и приписываемые человеку другими.

8. Роли реальные и воображаемые.

9. Роли индивидуальные (персональные) и коллективные (групповые).

10. Роли активные и пассивные¹⁰.

Т. Парсонс предложил классифицировать все роли, исходя из пяти основных характеристик:

— Некоторые роли требуют эмоциональной сдержанности, в то время как другие допускают экспрессию чувств.

— Часть ролей является предписанными, другие считаются достигнутыми.

— Есть роли строго ограниченные, другие же более диффузные.

— Некоторые роли предусматривают общение по формальным правилам, другие предполагают неформальные взаимоотношения с людьми.

— Различные виды ролей связаны и с различной мотивацией.¹¹

Классификация социальных ролей по системному основанию:

— «конвенциональные» (сложившиеся в культуре) роли;

— «институциональные» (роли в специфических сферах жизни (мировотворцы);

— «межличностные». Когда возникают противоречия, то вспоминают: «Дружба дружбой, а служба службой».

Роль человеку может быть задана природой, обществом или он ее добывает сам (например, учится в университете). Он всю жизнь последовательно меняет социальные роли. Можно сказать, что жизнь человека — это бесконечная смена социальных ролей: возрастных, профессиональных, межличностных.

Роль требует не только определенного поведения, но и соответствующей социальной маски. Человек меняет маски, переходя от одной роли к другой. Ларошфуко писал: «Каждый человек, кем бы он ни был, старается напустить на себя такой вид и надеть такую личину, чтобы его

¹⁰ Федоров Ю. М. Социальная психология. С. 82-89.

¹¹ Смелзер Н. Дж. Социология // Социологические исследования. 1991. № 2. С. 120.

приняли за того, кем он хочет казаться; поэтому можно сказать, что общество состоит из одних тольколичин»¹².

Встает вопрос о степени влияния социальной роли на человека. У А. С. Пушкина мы находим подтверждение этому тезису. «Как изменилася Татьяна! Как твердо в роль свою вошла! Как утешительного сана Приемы скоро приняла!»¹³

В. Шкловский в повести «Жили-были» пишет: «Пристойная осанка не требует, чтобы солдат держался одеревенелым; напротив того, он должен стоять и ходить ловко, свободно, сообразно естественному сложению тела, и стараться вести себя так, чтобы в разговоре, взгляде, всех движениях его выражалась некоторая относительно к собственному его званию пристойная смелость без наглости, твердость без самонадеянности и нахальства и, наконец, ловкость и вежливость. Кто во время разговора опускал глаза вниз, навлекал на себя подозрение в лукавстве, боязни и нечистой совести. Люди, с хладнокровием взирающие на смерть, должны смело смотреть в глаза каждому, какого бы звания он ни был, но при этом не показывать наглости... Солдат должен иметь усы и бакенбарды; они не должны быть длинными, т.к. таковые, напротив того, безобразят лицо и дают ему вид зверский и часто даже отвратительный»¹⁴. Однако, «...кого бы ни взялся изображать человек, он всегда играет, вместе с тем и себя самого» (М. Монтень).

Человек, играя те или иные социальные роли, занимает соответствующий статус. Статус ранжирует социальные роли и устанавливает определенные привилегии для ролей, которые играютя неохотно посредством таких механизмов, как вознаграждения, престиж, полномочия.

Вознаграждения — это совокупность материальных ценностей, предназначенных для человека, выполняющего определенные роли.

Престиж — совокупность положительных общественных оценок данной роли.

Полномочия — санкционированные обществом возможности влиять на социальные роли.

¹² Ларошфуко. Мемуары. Максимумы. Л.: Наука, 1971. С. 170.

¹³ Пушкин А. С. Собр. соч. В 10 т. Т. 5. С. 178

¹⁴ Шкловский В. Повесть о художнике Федотове. Собр. соч. М.: Художественная литература, 1973. Т. 1. С. 255-256.

Величина статуса определяется объемом вознаграждений, престижа и полномочий (величины власти).

«Понятие «социальный статус», которое относится к положению человека в обществе, не следует смешивать с понятием «конвенци- альная роль», которое относится к тому вкладу, который вносит участник в организованное предприятие»¹⁵.

«Статус социальный — положение (позиция) индивида или группы в социальной системе, определяемое по ряду экономических, профессиональных, этнических и др. специфических для данной системы признаков. Различают «предписанный» (наследуемый) и «достигаемый» (благодаря собственным усилиям человека) социальный статус»¹⁶.

«Статус личности — социально-психологическая характеристика положения, занимаемого индивидом в структуре как функционально-ролевых, так и межличностных отношений в коллективе»¹⁷.

Итак, «статус от лат status — положение, состояние. Положение субъекта в системе межличностных отношений, определяющее его права, обязанности и привилегии. В различных группах один и тот же человек может иметь разный статус»¹⁸.

Глава 4. Социокультурная регуляция человеческой деятельности и общения

План

§ 1. Культура и ее значение в регуляции человеческой деятельности

§ 2. Социально-психологические аспекты культуры

§ 1. Культура и ее значение в регуляции человеческой деятельности

Общество в контексте социальной психологии можно определить как совокупную человеческую деятельность, которая распадается на безличные социальные функции, позиции, роли. Возникает вопрос, каким образом осуществляется регуляция поведения различным образом мотивированных

¹⁵ Шибутани Т. Социальная психология. Ростов н/Д.: Феникс, 2002, С. 185.

¹⁶ Советский энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1985. С. 1263.

¹⁷ Парыгин Б. Д. Социально-психологический климат коллектива. Л.: Наука, 1981, С. 185.

¹⁸ Краткий психологический словарь / Под ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. М.: Политиздат, 1985. С. 341.

людей, выполняющих такое многообразие социальных ролей в таком многообразии социальных ситуаций? Таким универсальным регулятором выступает культура.

«Культура — это убеждения, ценности и выражающие их символы (включая искусство и литературу), которые являются общими для группы людей и служат упорядочению опыта и регулированию поведения ее членов. Убеждения, ценности и символы какой-то части людей в группе часто называют субкультурой...»¹⁹.

В качестве регулятора человеческого поведения культура выполняет ряд функций.

Социализирующая функция. Насколько важна культура для функционирования индивида и общества, можно увидеть на примере поведения людей, не прошедших социализацию («дети джунглей», «маугли»).

Функция структурирования человеческой жизни. Среди людей культура в значительной мере выполняет ту же функцию, что и генетически запрограммированное поведение в жизни животных²⁰.

Функция контроля поведения людей, поэтому Фрейд назвал ее репрессивной. Он описал конфликт между культурой (или «цивилизацией») и инстинктивным началом человеческой природы. Культура определяет рамки, в которых человек может удовлетворять свои потребности

Функция формирования принадлежности группе. Члены одной культурной группы склонны больше понимать, доверять и симпатизировать друг другу, чем членам других групп. Эта общность проявляется в сленге, жаргоне, любимых блюдах, моде и т.д.

Рассмотрим элементы культуры, с помощью которых осуществляется универсальная регуляция человеческого поведения и общения. В качестве основных элементов выступают: язык, знаки, значения, символы, ценности, нормы и традиции.

Язык для культуры — то же самое, что центральная нервная система для человека. Он направлен и на внешний мир и на внутренние свойства системы. «Язык — один из стабилизаторов культуры; в определенных

¹⁹ Смелзер Н. Дж. Социология // Социологические исследования. 1991. № 2. С. 125.

²⁰ Смелзер Н. Дж. Социология // Социологические исследования. 1991. № 2. С. 126.

пределах он способен поддерживать внутри- культурные связи. Языки разных культур примерно одного уровня развития взаимопереводимы»²¹. **Знак** — предмет (явление), служащий представителем другого предмета, явления, процесса²². «Существует название вещи и сама вещь; название — это слово, которое указывает на вещь и обозначает ее. Название не есть ни часть вещи, ни часть ее сущности. Это нечто присоединенное к вещи и пребывающее вне вещи»²³.

Знак можно определить как явление, которое находится в определенных отношениях к какому-либо конкретному или абстрактному предмету, к образу этого объекта в сознании человека, к чувствам и желаниям лица, использующего (прежде всего, воспринимающего или воспроизводящего) знак.

Человек использует знаки в процессе познания и общения, например, с его помощью выфажает чувства и желания, эмоциональное отношение к другому человеку, ситуации (жесты, мимика, интонации). Он может с помощью знаков обозначать свою принадлежность к группе (символы власти, государства, социальной роли, знаки различия в армии, татуировки, элементы украшений в моде и т.д.), решать сложные проблемы выбора.

В процессе социализации человек усваивает нормы, правила и ценности определенной культуры, которым он следует в течение своей жизни. Одним из проявлений культурного поведения является стремление человека непременно оценивать, придавать значения тем вещам, людям и событиям, с которыми имеем дело. Что сделал Робинзон Крузо, когда встретил человека после многолетнего одиночества? Он немедленно означил (!) ситуацию и каждого в ней: «Прежде всего, я объявил ему, что его имя будет Пятницей, т.к. в этот день недели я спас ему жизнь. Затем я научил его произносить слово «господин» и дал понять, что это мое имя».

Символ — следующий элемент культуры. Символ содержит в себе гораздо больше информации, чем обычное слово. Он опирается на более древние знания и это то, что уже воздействовало на наших предков в качестве источника информации. Слово, являясь символом, содержит более четкое содержание. В обычном понимании символ более эмоционально нагружен. **Символ отличается от слова тем, что несет информацию**

²¹ Лем С. Модель культуры // Вопросы философии. 1969. № 8. С. 52.

²² Психология. Словарь. М.: Политиздат, 1990. С. 123.

²³ Монтень М. Опыты. М.: Голос, 1992. Т. 2. С. 339.

больше себя самого. П. Флоренский: «Символ есть такая сущность, энергия которой, сращенная или, точнее, срастворенная с энергией некоторой другой, более ценной в данном отношении сущности, несет таким образом в себе эту последнюю»²⁴. Возникает эффект резонанса.

Символы упорядочивают динамичное течение реальности, времени-пространства, аккумулируют человеческий опыт, отмечая его ключевые моменты. Например, пояс, которым подпоясывались в патриархальном обществе на Руси, символизировал защищенность человека от иных сил. «Редко можно встретить среди крестьян..., чтобы кто-нибудь ходил без пояса. «Без пояса ходить грех», говорит народ. Пояс считается предметом священным, так как он, по словам крестьян, дается каждому при крещении. Деревенские дети бегают по деревне в одних рубахах, но непременно с поясом. Особенно неприличным считается молиться Богу без пояса, обедать без пояса, спать без пояса. По поверью крестьян, подпоясанного человека бес боится; подпоясанного и «шишко» (леший) в лесу не заведет». Семантика пояса может обозначать его возраст, социальный статус. «Пояс увеличивал силу мужчин», «Красный пояс, подаренный женой мужу, охранял его от лихого ока, наговора чужих жен». Пояс был и символом девственности (у невест), развязывание женихом пояса невесты на свадебном ритуале означало подчинение невесты, их символическое совокупление.

Пояс — это граница между внутренним и внешним.

Отсутствие пояса — признак принадлежности к хтоническому миру: например, русалки описываются как голые или одетые в белые рубахи без пояса. В ритуалах, связанных с общением с «нечистой силой», снимали одновременно с поясом и крестик²⁵. Американский антрополог Рут Бенедикт считала, что культуру можно понять только в ее собственном контексте и только тогда, когда она рассматривается во всей ее целостности. «Принцип культурного релятивизма полезен также для понимания тонких различий между похожими культурами. В Германии, например, двери в учреждениях всегда плотно закрыты, чтобы обеспечить изоляцию людей. В противном случае, как говорят немцы, служащие отвлекались бы от работы. В Соединенных Штатах, наоборот, двери

²⁴ Флоренский П. А. Имеславие как философская предпосылка //Флоренский. Соч. в 2 т. М.: Правда, 1990. Т. 2. С. 287.

²⁵ Ткань. Ритуал. Человек. СПб., 1992. С. 12.

кабинетов обычно оставляли открытыми. Американцы, которые работали в Германии, часто жаловались, что закрытые двери создают атмосферу холодности, формирующую чувство отчужденности. Закрытая дверь для американцев означает совсем иное, чем для немцев»²⁶. Правила и нормы как элементы культуры содержат предписания относительно того, как должен вести себя человек, чтобы жить в согласии с ценностями общества. Правила и нормы могут быть официально закреплены в законодательстве и существовать как традиции.

Следующим важным элементом культуры являются ценности. Термин «ценности» является важным для понимания человеческого поведения. Поэтому существуют различные подходы в его исследовании. Например, социолог Н. Дж. Смелзер определяет ценности как разделяемые всеми убеждения относительно целей, к которым следует стремиться. «Они лежат в основе моральных доктрин. В христианской традиции, например, Десять заповедей требуют от человека (помимо других вещей) не покушаться на человеческую жизнь («не убий»), хранить супружескую верность («не возжелай жены соседа своего») и уважать родителей («чти отца и мать свою»). И хотя разные культуры могут полагать ценностями разные вещи (геройство на войне, художественное творчество, аскетизм), каждое социальное устройство делает свой выбор — что считать ценностью, а что нет»²⁷. Согласно М. Рокичу, ценности — это устойчивые убеждения, что специфический тип поведения или конечное состояние существования, есть лично или социально предпочтительнее другому или противоположному типу поведения или конечному состоянию существа (В. Б. Ольшанский, рукопись перевода). Ценности могут быть дескриптивные или экзистенциальные; эволюативные или оценивающие поступки людей; пре-скриптивными или предписывающими, какие цели и средства могут быть желательными или нежелательными (регулируют отношения). В этом случае общество оказывает давление на человека, чтобы он вел себя морально с другими. Ценности могут выступать как убеждения, на основе которых человек предпочитает действовать.

²⁶ Цит по Смелзер Н. Дж. Социология // Социологические исследования. 1990. № 12. С. 121.

²⁷ Смелзер Н. Дж. Там же. С. 121.

Резюме

1. Общество с точки зрения социальной психологии — это процесс совокупной человеческой деятельности.

2. Выполняя социальные функции, индивид в обществе играет социальные роли. Существуют классификации социальных ролей.

3. Ролевые ожидания и социальные санкции. С помощью санкций различного рода общество осуществляет социальный контроль над человеком.

4. Культура и ее значение в регуляции человеческой деятельности.

В качестве регулятора человеческого поведения культура выполняет ряд функций: социализирующая, структурирования человеческой жизни, контроля поведения людей, формирования принадлежности группе.

Элементы культуры: язык, знаки, символы, правила и нормы, ценности.

Вопросы для самопроверки

1. Какова роль деятельностного подхода для понимания задач индивидов в существовании и развитии общества?

2. В чем основное содержание ролевой теории?

3. Вспомните определение культуры, данное Дж. Смелзером.

4. Перечислите основные функции культуры.

5. Назовите основные элементы культуры.

Список литературы

Обязательная

1. Андреева Г. М. Социальная психология. М.: МГУ, 1999.

2. Федоров Ю. М. Социальная психология. Тюмень: Изд-во ТюмГУ, 1997.

Дополнительная

1. Ананьев Б.Г. Человек как предмет познания. Л.: Изд-во ЛГУ, 1968. С. 296-297.

2. Кон И. С. Социология личности. М., 1967. С. 23.

3. Морено Дж. Социометрия. М., 1958. С. 259.

4. Ольшанский В. Б. Практическая психология для учителей. М.: Онега, 1994.

5. Ольшанский В. Б. Ожидания социальные // Философский энциклопедический словарь. М., 1983. С. 454-455.

6. Психология. Словарь. М.: Политиздат, 1990. С. 123.

7. Смелзер Н. Дж. Социология //Социологические исследования. 1991. № 2.
8. Шибутани Т. Социальная психология. Ростов н/Д: Феникс, 2000.

РАЗДЕЛ III. СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ЛИЧНОСТИ

Основные вопросы раздела. Проблемы социализации личности в трудах зарубежных психологов. Социализация-воспитание- формирование личности. Социально-психологические механизмы социализации личности. Социальные институты социализации личности.

Социально-психологическая структура личности. Я-концепция. Понятия «диспозиция», установка, ценности и аттитуды в структуре личности. Понятие социальной установки. Значение исследований установки в школе Узнадзе для изучения социальных установок. Подходы к исследованию социальной установки в отечественной психологической науке.

Исследование социальных установок — аттитудов — в современной социальной психологии на Западе. Бихевиористский, когнитивистский и другие подходы к изучению аттитудов. Методы измерения социальных установок. Структура социальной установки. Когнитивный, эмоциональный и поведенческий компоненты социальных установок. Виды социальных установок по их модальности, степени обобщенности и по другим основаниям. Функции социальных установок в регуляции социального поведения личности. Соотношение социальных установок и реального поведения. Причины их несоответствия. Эффект Лапьера. Роль обычаев, традиций, ситуаций в реализации функций социальных установок. Саморегуляция социального поведения: самосознание, Я-концепция, совесть, стыд.

Основные понятия раздела: аттитюд, диспозиция, идентификация, когнитивный диссонанс, личность, потребность, социализация, страх, стыд, установка, фиксации, фрустрация, ценности, ценностная система, Я-концепция.

Глава 5. Социализация личности

План

- § 1. Социализация как социально-психологическая проблема
- § 2. Содержание процесса социализации личности
- § 3. Институты социализации

§ 1. Социализация как социально-психологическая проблема

Еще древние мыслители отмечали значение детства в дальнейшей жизни человека. Описывая его, они особое внимание уделяли важности знаний и опыта, которые получал человек в процессе взросления. Особое значение придавалось взрослым наставникам и воспитателям детей. Мы знаем, что у Александра Македонского, например, наставником был древнегреческий философ Аристотель. О важности процесса воспитания детей писали создатели модели общества будущего Т. Мор и Кампанелла. Мыслителями эпохи просвещения (Ж. Ж. Руссо и др.) отмечалась роль взрослых в жизни ребенка и их влиянии на нежную детскую душу. Впоследствии философ Л. Фейербах писал: «Другой человек является связующим звеном между мной и миром. Я завишу от мира и осознаю эту зависимость.²⁸ примиряюсь, я сближаюсь с миром посредством другого человека. Без другого лица мир казался бы мне не только мертвым и пустым, но и бессмысленным и неразумным... Первый объект человека есть человек...посредником между Я и сознанием мира является осознание второго лица»²⁸.

О том, как проявляется во взрослой жизни опыт детства и юности, можно прочесть в историях жизни выдающихся личностей, писателей и режиссеров, оставленных в интервью и мемуарах. Например, В. М. Шукшин в своем последнем интервью говорил: «Я прошел через жизнь, в общем, трудную, и произносить мне это противно, потому что всем нелегко приходится. В институт я пришел ведь глубоко сельским человеком, далеким от искусства. Мне казалось, всем это было видно. Я слишком поздно пришел в институт — в 25 лет, — и начитанность моя была относительная, и знания мои были относительные. Мне было трудно учиться. Чрезвычайно. Знаний я набирался отрывисто и как-то с пропусками. Кроме того, я должен был узнавать то, что знают все и что я пропустил в жизни. И вот до поры до времени я стал таить, что ли, набранную силу. И, как ни странно, каким-то искривленным образом я подогревал в людях уверенность, что правильно, это вы должны заниматься искусством, а не я. Но я знал, наперед знал, что подкараулю в жизни момент, когда... ну, окажусь более состоятельным, а они со своими бесконечными заявлениями об искусстве окажутся не состоятельными.

²⁸ Фейербах Л. Избранные философские произведения. М., 1955. Т. 2. С. 114-115.

Все время я хоронил в себе от посторонних глаз неизвестного, какого-то тайного бойца, нерасшифрованного. Теперь мне не хочется становиться в позицию и положение другого человека — я уже свыкся с этой манерой жить и работать. Мне не хочется делать никаких авансов, никаких заявлений. Ничего страшного, если промолчу лишний раз. От того, что не скажу чего-то такого о себе, ничего не случится, — я-то буду знать про это. И я хочу сказать, что мне сейчас трудно менять образ своих действий, после того, как я так вот уже прожил изрядное количество лет, прошел институт, прошел первую пору отвоевывания себе права работать в искусстве — это тоже было. И свыкся с таким образом жизни. Представьте себе, такая глупая, в общем, штука, но все кажется, что должны мне отказывать в этом деле — в праве на искусство...»²⁹. О важности детских воспоминаний, пронесенных через всю жизнь и творчество, писал Л. Н. Толстой. Великий отечественный режиссер А. А. Тарковский в свое время говорил, что «...единственно подлинные, неискаженные воспоминания, которые могут быть у человека, — это детские воспоминания».³⁰ Именно они отражены во многих картинах мастера, стоит вспомнить, например, его художественный фильм «Зеркало».

Понятие «социализация» появилось относительно недавно. Ранее чаще употребляли слово «воспитание». Чем же они отличаются? Воспитание — это, скорее, педагогический процесс, устоявшийся термин, обозначающий одностороннее воздействие педагога на ребенка, целью которого является «передача новым поколениям общественно- исторического опыта; планомерное и целенаправленное воздействие на сознание и поведение человека с целью формирования определенных установок, понятий, принципов, ценностных ориентации, обеспечивающих необходимые условия для его развития...»³¹. Термин «социализация» шире, чем «воспитание». На сегодняшний день существуют различные определения данного понятия, в зависимости от точки зрения их авторов. Назовем лишь некоторые из них.

1. Социализация — это процесс вхождения человека в общество (Кон И. С.).

²⁹ Цитриняк Г. Василий Шукшин: последние разговоры // Литературная газета. 1974. 13 ноября.

³⁰ Михалкович В. Ностальгия // Газета «Фестиваль фестивалей». 1988. № 1.

³¹ Психология. Словарь. С. 65.

2. Социализация — это двусторонний процесс, включающий в себя, с одной стороны, усвоение индивидом социального опыта путем вхождения в социальную среду, систему социальных связей; с другой стороны...процесс активного воспроизводства системы социальных связей индивидом за счет его активной деятельности, активного включения в социальную среду...»³².

3. Социализация как процесс накопления людьми опыта и социальных установок, соответствующих их социальным ролям (Н. Дж. Смелзер).

Появление термина «социализация» связано с деятельностью Тардта, Ж. Пиаже, Э. Дюркгейма в конце XIX — начале XX в. В 1897 г. Фр. Х. Гиддингс в книге «Теория социализации» использовал этот термин для обозначения «развития социальной природы или характера» человека.

В начале XX в. основоположники символического интеракционизма (Ч. Кули, М. Мид, Парк, Томас и др.) писали, что возможность «стать человеком» связана с развитием речевой коммуникации. Они не использовали термин «социализация», но анализировали пути становления личности, достигающей и успеха, и полноправного участия в жизни различных социальных групп.

Представителей символического интеракционизма отличает социально ориентированный взгляд на проблему человека:

1. Человек, как и общество, является продуктом ролевого взаимодействия и коммуникации между людьми.

2. Самосознание и ценностная ориентация личности как бы зеркально отражают реакции на нее людей, находящихся в непосредственном взаимодействии. Ч. Кули: «Подобно тому как мы видим в зеркале свое лицо, фигуру и одежду, и они представляют для нас интерес, потому что принадлежат нам ...так и в своем воображении мы пытаемся представить, как в мыслях других людей отражается наша внешность, манеры, цели, поступки, характер, друзья и т.д., и это определенным образом действует на нас»³³.

3. Понятие «первичные идеалы» — это базисные ценности, которые ребенок усваивает к 5-6 годам в первичной группе, семье, в которой существуют аффективные отношения.

³² Андреева Г. М. Социальная психология. М.: МГУ, 1999. С. 338.

³³ Цит. по Зейгарник Б. В. Теории личности в зарубежной психологии. М., 1982. С. 58.

Сторонники бихевиоризма утверждают, что человеческое поведение и сама личность состоят из реакций на внешние стимулы. Задача социализации — формирование необходимого набора условных социальных реакций человека на социальные стимулы, обеспечивающих ему успешную адаптацию в социуме.

Согласно психоаналитическому подходу человек, появляясь на свет, движим лишь биологическими инстинктами, основными среди которых являются потребность в пище и половой инстинкт. Задачей общества выступает обучение человека культурному поведению, способность контролировать свои инстинкты. Для этого общество в лице родителей, других взрослых создает различного рода препятствия, преодолевая которые человек научается выполнять культурные требования и нормы. Эти препятствия переживаются как фрустрации. Фрустрация — «объективно непреодолимые (или субъективно так воспринимаемые) трудности, возникающие на пути к достижению цели или к решению задачи» (Левитов, 1967).

Частный случай фрустрации — столкновение сильной потребности внутри нас с принудительным императивом (требуемой нормой поведения). Независимо от того, уступим мы или нет этой потребности, ситуация воспринимается фрустрирующей. В процессе преодоления фрустраций у ребенка возникают *фиксации* — «защитная тактика, позволяющая избегать страдания, которая найдена случайно при попытке справиться с затруднительной ситуацией и с этого времени повторяется автоматически при каждой подобной угрозе»⁵.

§ 2. Содержание процесса социализации личности

Содержание процесса социализации личности рассматривается в различных психологических школах по-разному.

Психоанализ рассматривает процесс личности через прохождение стадий, на каждой из которых ребенок преодолевает фрустрации и формируются фиксации. Опыт, приобретенный в раннем детстве, является базовым для поведения человека в течение всей жизни. Важными результатами процесса социализации для человека выступают чувство вины, совесть, формирующиеся в детстве. З. Фрейд ввел понятие «идентификация», объясняющее механизм, позволяющий успешно адаптироваться в детском возрасте. Идентификация может рассматриваться как процесс усвоения нравственных норм и ценностей, принятых в данной культуре через отождествление себя со значимым другим, являющимся

носителем этой культуры, и как защитный механизм, позволяющий преодолеть или адаптироваться к фрустрирующей ребенка ситуации.

Согласно концепции гуманистической психологии (К. Роджерс, Р. Бернс, В. Сатир и другие), главным достижением процесса социализации является формирование у человека чувство самоценности, которое во многом определяет особенности его поведения, реакции на других людей, способы переживания жизненных трудностей. Оно формируется, если ребенок растет в любви, т.е. безусловном принятии его самыми близкими людьми.

Социализация личности, по Э. Эриксону, проходит в течение всей жизни, до тех пор, пока индивид не станет зрелым, т.е. «мудрым индейцем, истинным джентльменом и крестьянином». Концепция процесса социализации Э. Эриксона включает в себя такие понятия, как инфантильные конфликты и возрасты человека, соответствующие стадиям социализации, которые сопровождаются важными социально-психологическими личностными приобретениями. Психологическое развитие проходит через критические этапы, причем слово «критические» означает здесь характеристику поворотных пунктов, решающих моментов выбора между прогрессом и регрессом, интеграцией и задержкой. Ученый пишет: «Каждая существующая культура для того, чтобы развить свой особенный стиль личностной целостности, предполагаемый ее историческим местом, использует свое особое сочетание инфантильных конфликтов наряду со специфическими побуждениями и запретами инфантильной сексуальности.

Инфантильные конфликты только тогда становятся продуктивными, когда они получают сильную поддержку со стороны культурных институтов и правящих классов. Для того чтобы достичь и пережить состояние личностной целостности, индивид должен представлять себе, как стать последователем людей и идолов, олицетворяющих в себе религию и политику, экономический порядок и технологию. Личная индивидуальность поэтому предполагает эмоциональную интеграцию, позволяющую соучастие в деятельности посредством следования «идолам» — так же как и принятие ответственности за последствия»³⁴.

Разрабатывая теорию социализации личности, ученые обращали внимание на различные аспекты этого процесса. Л. Колберг (1963) придавал большое значение нравственному развитию личности, считая, что оно

³⁴ Эриксон Э. Детство и общество. СПб.: Летний сад, 2000. С. 37.

проходит шесть стадий. Не связывая их с определенным возрастом, Колберг считал, что большинство людей достигают по крайней мере третьей стадии нравственного развития, а некоторые — на всю жизнь остаются нравственно незрелыми.

Первые две стадии относятся к детству, когда ребенок еще не усвоил представлений о том, «что такое хорошо и что такое плохо». Первая стадия характеризуется стремлением ребенка избежать наказания, а вторая — стремлением получить поощрение от взрослых.

Только на третьей стадии нравственного развития человек начинает отчетливо осознавать и принимать во внимание мнение других и стремится действовать так, чтобы получить их одобрение. На этой стадии у человека формируются собственные представления о хорошем и плохом, он по-прежнему стремится приспособиться к окружающим и заслужить социальное одобрение.

На четвертой стадии человек осознает интересы общества и правила поведения в нем. Проявлением нравственного сознания может служить поведение человека, возвратившего лишние деньги кассиру, который дал слишком много сдачи, потому что «это правильно». По мнению Л. Колберга, на третьей и четвертой стадиях человек способен совершать высоконравственные поступки независимо от общепринятых ценностей.

Человек, находящийся на пятой стадии нравственного развития, способен видеть возможные противоречия между различными нравственными убеждениями. Он способен делать обобщения, представлять себе, что произойдет, если все люди будут поступать определенным образом. У него формируются собственные суждения о том, такое хорошо и что такое плохо. Он понимает относительность моральных требований, например, может быть оправдана «ложь во спасение», щадящая чувства другого человека.

Шестая стадия нравственного развития личности наивысшая. У человека сформировано собственное этическое чувство, универсальные и последовательные нравственные принципы. Колберг считает, что люди, достигшие этого уровня нравственного развития, лишены эгоцентризма, они предъявляют к себе такие же требования, как и к любому другому человеку. По мнению Н. Дж. Смелзера (1999), Махатма Ганди, Иисус Христос, Мартин Лютер Кинг были мыслителями, достигшими этой высшей стадии нравственного развития.

Теория Л. Колберга имеет как своих последователей, так и критиков. Критика объясняется сложностью определения поведения людей, которое

не вполне соответствует той или иной стадии. Даже находясь на одной и той же стадии, они могут вести себя по-разному в сходных ситуациях.

Нет согласия во мнениях психологов относительно сроков социализации. Так, одни считают, что социализация человека заканчивается к 6 годам, другие отводили ей время завершения учебы и получения профессии, третьи — что она происходит в течение всей жизни (О. Г. Брим-младший, Андреевкова и др.)

В связи с этим возникает вопрос о содержании этапов социализации личности. До этого времени психологи в основном уделяли внимание социализации личности в детском возрасте, не рассматривали содержание процесса социализации взрослых. Если разделять точку зрения на процесс социализации личности как на усвоение норм, ценностей, основных социальных ролей, принятых в данной культуре, то можно выделить несколько факторов, влияющих на этот процесс в течение всей жизни человека. Внешние факторы, например, динамичность социальной жизни, которая требует нового поведения, новых социальных ролей. Внутренние факторы, например, динамичность индивидуальной жизни, которая вызвана возрастными кризисами, изменением условий жизни человека: эмиграция, смена профессиональной деятельности, возрастных задач, решаемых человеком (выход на пенсию, старость и т.д.). Видимо, содержание процесса социализации взрослых отлично от социализации детей, хотя приобретенный опыт и навыки на ранних этапах, безусловно, являются базовыми в личности человека.

Механизмы социализации — это то, что способствует процессу приобретения человеком необходимых навыков, норм и правил поведения, принятых в культуре данного общества. Выделяют позитивные механизмы и негативные. К позитивным относят **имитацию** или **подражание** — осознанное стремление ребенка копировать определенную модель поведения и **идентификацию** — отождествление детей с родителями: принятие родительского поведения, установок и ценностей как своих собственных. К негативным — **стыд и чувство вины**, поскольку они запрещают определенное поведение или подавляют его.

§ 3. Институты социализации

На протяжении всей жизни человека происходит смена институтов социализации. В младенческие годы — это **семья и ближайшее окружение**: взрослые, которые о них заботятся, это родители, братья и сестры, родственники, приходящие няни, друзья семьи. В детстве и юности

к ним прибавляются **школа** с учителями, сверстниками или более старшими школьниками, воспитатели в летних лагерях, значимые взрослые — наставники и т.д. В более

взрослом возрасте — **руководители, или значимые другие**, те, кого принято называть учителями жизни.

В современной культуре важным институтом социализации личности являются **средства массовой информации**, так как не только дети, но и взрослые в значительной мере усваивают роли и правила поведения в обществе из телевизионных передач, газет, фильмов и других средств массовой информации. Символическое содержание, представленное в этих средствах массовой информации, оказывает глубокое воздействие на личность, способствуя формированию определенных ценностей и образцов поведения.

Глава 6. Социально-психологическая структура личности

План

- § 1. Проблема личности в обществознании
- § 2. Социально-психологическая структура личности
- § 3. Диспозиционная структура личности
- § 4. Саморегуляция социального поведения

§ 1. Проблема личности в обществознании

Личность — есть результат процесса социализации. Сам термин «личность» возник в начале XX в. В философии, антропологии, социологии и психологии существуют самые различные подходы к изучению феномена «личность». Философию интересует вопросы, связанные с местом человека в системе мироздания, его миссией, смыслом существования и т.д. Социология исследует личность как определенный социальный тип, занимающий конкретное место в социальной структуре, деятельность которого детерминирована этим положением. *Личность — совокупность социальных функций и ролей, осуществляемых в определенных социальных отношениях, свернутый вовнутрь социум.* Общепсихологическое изучение личности — это исследование человека как носителя совокупности психических свойств и качеств, определяющих социально значимые формы деятельности и поведения. Психологию интересует субъектное начало личности, ее внутренняя природа, и менее всего социальные условия, в которых осуществляется становление личности. Психолога интересуют регулятивные функции в поведении личности, внутренние свойства и

качества, такие как характер, темперамент, задатки и способности, мотивация.

Социальная психология как особая область знания есть пограничная между социологией и психологией дисциплина. Социальных психологов интересует личность как объект и субъект исторического процесса, конкретно-социальных условий и отношений, а также то, что лежит в основе личностной активности индивида: мотивация, ценностные ориентации, социальные установки и другие диспозиционные образования.

§ 2. Социально-психологическая структура личности

В социальной психологии в структуру личности принято включать Я-концепцию, мотивы и потребности, установки, социальные роли, ценности.

Я-концепция — это система представлений человека о самом себе. Формирование Я-концепции человека происходит в процессе накопления опыта решения жизненных задач и при оценивании их со стороны других людей, прежде всего родителей. При этом основными источниками Я-концепции выступают сравнение себя с другими, свидетельства восприятия другими, оценка результатов деятельности, переживание внутренних состояний, восприятие своего внешнего облика. Я-концепция может рассматриваться как совокупность установок «на себя», включающих образ Я, самооценку, потенциальную поведенческую реакцию³⁵.

Я-концепция выполняет функции структурирования и обработки поступающей информации в аспекте имеющихся схем, отражающих личностные качества и мотивирования к повышению собственной значимости.

Следующий компонент в социально-психологической структуре личности — мотивы и потребности. Мотив — это «побуждения к деятельности, связанные с удовлетворением потребностей субъекта; совокупность внешних или внутренних условий, вызывающих активность субъекта и определяющих ее направленность»³⁵. «Потребность — свойство организма требовать для своего нормального функционирования строго определенных условий, без которых он не может поддерживать состояние внутреннего равновесия» (К. Обуховский).

Важным компонентом социальной структуры личности являются установки, под которыми принято понимать готовность к определенному поведению, реакции. Они могут быть перцептивными, моторными,

³⁵ Психология. Словарь / Под общей ред. А. В. Петровского. С. 219.

социальными. В. Б. Ольшанский пишет, что «в конечном счете всякая установка ориентирована на определенную линию поведения. Но для того, чтобы достигнуть цели, надо нацеливаться не туда, где она находится в данный момент, а туда, где, вероятно, окажется, когда до нее дойдут направляемые усилия. *Установку можно рассматривать как своеобразный аппарат вероятностного предвидения, служащий для направления активности организма в соответствии с поступающей в мозг информацией и информацией, хранящейся в нем*»³⁶. Любая установка выражает избирательное отношение человека к чему-то для него в данный момент важному и фиксирует его готовность к определенной деятельности. Установкой объясняются знакомые учителям «ошибки адаптации», когда ученик «по привычке» и на новые стимулы отвечает прежней реакцией, и «ошибки ожидания», когда он реагирует еще до того, как поступила исполнительная команда (*Узнадзе, 1966*).

Близким к понятию «установка» является «аттитюд». Первыми ввели этот термин в научный оборот У. Томас и Ф. Знанецкий (1882-1958), понимая под ним установку, направленность личности на тот или иной вектор поведения.

На уровне обыденного сознания в науке давно существует вопрос, почему люди в определенных ситуациях поступают тем или иным образом и чем они руководствуются, выбирая именно данный мотив? Ответ кроется в наличии у человека аттитюда. Как пишет В. Б. Ольшанский, отмечены пять признаков, которые повторяются в разных определениях аттитюда: а) состояние сознания и нервной системы; б) выражающее готовность к реакции; в) организованное; г) на основании предыдущего опыта; д) оказывающее направляющее и динамическое влияние на поведение. Однако в ходе экспериментов и наблюдений за вербальным сообщением и поведением можно заметить рассогласованность. Можно еще надеяться, что люди будут говорить то же, что они написали в анкетах, но быть уверенным, что они так же поступят, по меньшей мере, наивно. В. Н. Мясищев не раз отмечал, что «обращение с человеком может не отражать подлинного к нему отношения». Даже наблюдение за внешним поведением не всегда служит точным показателем аттитюдов. Некто может говорить о своей глубокой религиозности и регулярно посещать церковь, но поступает

³⁶ Ольшанский В. Б. Цит. соч. С. 85.

так по соображениям, далеким от религиозных ценностей (*Ольшанский, 1994*).

В историю социальной психологии вошел известный эксперимент американского исследователя Ричарда Лапьера в начале 30-х гг. XX в. Вместе со знакомой молодой супружеской парой китайской национальности на личном автомобиле он отправился в многомесячное путешествие по дорогам Америки, каждую ночь останавливаясь в придорожных мотелях. Всего таких заведений Лапьер и его китайские друзья посетили две с половиной сотни. Не всюду их встречали гостеприимно, однако не было ни одного случая, чтобы перед ними захлопнули дверь. Возвратившись из путешествия, *Лапьер* разослал по всем адресам, которые посетил, письма с просьбой зарезервировать места для супружеской пары китайской национальности. Половина писем остались без ответа. Однако 128 владельцев мотелей прислали ответы, причем 90% из них содержали категорический отказ. (Можно предположить, что большинство не удосужившихся ответить подразумевали то же самое). До той поры исследователи даже не задумывались, насколько в поведении людей согласуются «слово» и «дело». Негласно подразумевалось — как человек говорит, так он и поступает. Лапьеру удалось продемонстрировать, что это далеко не всегда происходит так. Многие наши словесные заявления продиктованы нормами и ценностями того социального круга, к которому мы принадлежим. То есть фактически многие слова мы произносим под давлением социального окружения, потому что полагаем, что «такие, как мы» говорят, думают и поступают именно так. Оказавшись в реальной ситуации взаимодействия с конкретными живыми людьми, мы испытываем влияние другого рода — давление самой этой ситуации и готовы подчиниться, скорее, сложившимся условиям, нежели абстрактным установкам. Отсюда следуют важные практические выводы.

Во-первых, любым заявлениям, касающимся принятых человеком норм и ценностей, следует доверять с осторожностью. Никакая самая патетическая декларация еще не дает стопроцентной гарантии, что в реальных жизненных условиях человек поведет себя в соответствии с нею.

Во-вторых, если мы рассчитываем на чью-то поддержку или услугу, но не уверены, что человек настроен нам ее оказать, просить о ней лучше лично — в соответствии с феноменом Лапьера вероятность получить отказ

письмом или по телефону гораздо выше»³⁷. Одной из первых в социальной психологии явилась «шкала социальной дистанции», предложенная в 1925 г. Э. Богардусом³⁸. Она предназначалась для определения степени приемлемости другого человека как представителя определенной национальности: 1) до тесного родства посредством брака; 2) до членства в моем клубе как личного друга; 3) до проживания на моей улице как соседа; 4) до работы по моей профессии; 5) до гражданства в моей стране. Такого рода «термометр» позволял измерять и сравнивать между собой аттитуды к разным национальностям.

Практика первой половины столетия дала основания для операционального определения аттитудов, которое вошло в историю: «интенсивность позитивного или негативного воздействия, оказываемого психологическим объектом». По Тэрстоуну, психологическим объектом могли быть любой символ, человек, лозунг, фраза или идеи, способные вызвать эмоциональный отклик (Ольшанский, 1994).

В межличностных отношениях аттитуд имеет следующие социальные функции:

- инструментальную или утилитарную как готовность приспособить какого-либо человека для достижения собственных целей,

- защитительную как уязвимость, готовность в любой момент дать отпор другому: огрызнуться, отстоять представления о самом себе и свою самооценку,

- ценностно-экспрессивную функцию как готовность отстаивать перед другим человеком собственную систему взглядов, убеждать его в обоснованности определенных мнений и оценок,

- познавательную функцию как стремление почерпнуть из беседы с новым человеком сведения о мире и людях, дополнительные к сложившейся картине мира.

Как пишет В. Б. Ольшанский, «выделение четырех функций в достаточной степени условно. Иногда их сводят к двум основным: «понимать мир настолько, насколько это возможно, и защищаться от него

³⁷ Степанов С. С. Популярная психологическая энциклопедия. М.: Эксмо, 2005. С. 346-347.

³⁸ Ольшанский В. Б. Психологическое диагностирование межличностных отношений // Психологическая диагностика / Под ред. К. М. Гуревича. М., 1981. С. 174.

настолько, насколько это возможно». Именно сочетание стремления к знанию и страха перед знанием приводит к построению (принятию) псевдознаний, суеверий и предрассудков, извращающих реальное положение дел в угоду чувству самоуважения — хозяину всех чувств, как его назвал Мак-Дугалл.

Чтобы сохранить к себе уважение, индивиду нужно оправдать свою прошлую жизнь, объяснить существующее положение и обосновать надежду на будущее. Эти функции выполняют мифологические системы. «Миф есть объяснение, оправдание и надежда. Функция мифа состоит в том, чтобы сделать желательным подчинение индивида общественным порядком, чтобы подчинить личность группе и убедить ее в том, что это подчинение добровольно... Если большинство начинают терять веру в миф, вся полиция мира не в состоянии удержать в целости расплывающуюся общественную структуру» (Цит. по³⁹).

Аттитуды тесно связаны с ценностями и убеждениями человека. М. Рокич является одним из первых ученых, наиболее полно изучившим и описавшим типы человеческих убеждений⁴⁰.

1. Анонимные примитивные убеждения, они аксиоматичны, поддерживаются всеобщим («анонимным») согласием.

Например: Солнце излучает свет;

Матери рожают детей;

Чтобы сделать покупку, надо иметь деньги.

2. Приватные, примитивные убеждения — исключительно субъективны, не подтверждаются никем.

Например: Я убежден, что моя мать меня любит;

Иногда у меня возникают мысли о смерти;

Я люблю самого себя.

3. Авторитетные убеждения — основаны на мнении авторитетов.

Например: Дети должны слушаться своих родителей;

Гомосексуалисты едва ли не лучше преступников, их следует сурово наказывать.

4. Извлеченные (derived) убеждения — усвоенные из источников, заслуживающих доверия.

³⁹ Ольшанский В. Б. Практическая психология для учителей. М.: Онега, 1994. С. 90.

⁴⁰ Там же. С. 98.

Например: Землю не раз посещали инопланетяне;

Есть два сорта людей: слабые и сильные.

5. Малозначимые (inconsequential) убеждения.

Например: Я считаю, что лето приятнее, чем зима;

Когда берешь билет на экзамене, надо закрывать глаза (с. 121).

Модель М. Рокича позволяет понять логику распространенного выделения в аттитюдах познавательного, оценочного и поведенческого параметров.

Описывая место ценностей в социально-психологической структуре личности, следует указать на предположения о природе ценностей, высказанные М. Рокичем (Стенограмма перевода работ М. Рокича, сделанная и любезно предоставленная мне В. Б. Ольшанским в 1991 г.).

1. Общее число ценностей, которых придерживается человек, не велико.

2. Все люди повсеместно придерживаются тех же самых ценностей в разной степени.

3. Ценности организованы в ценностную систему.

4. Истоки человеческих ценностей могут быть прослежены в культуре, обществе и объединены в его институтах и личностях.

5. Последствия ценностей существуют во всех явлениях, рассматриваемых социальными исследователями.

М. Рокичем дается следующее определение: «Ценности — это устойчивое убеждение, что специфический тип поведения или конечное состояние существования, лично или социально предпочтительнее другому или противоположному типу поведения или конечному состоянию существа» (Цит. по стенограмме В. Ольшанского).

По Рокичу, ценности имеют относительный характер, то есть в различных ситуациях человек склонен вести себя по-разному.

Ценности-представления различаются как дескриптивные или экзистенциальные, когда ценность может быть истинной или ложной; эволюативные, где объект суждения может быть плохим или хорошим, но не может быть ложным или истинным, и прескриптивные — где конечная цель и средства могут быть желательными или не желательными.

Ценности могут содержать в себе коммуникативные аффективные и поведенческие компоненты.

Характер ценностей влияет на тип поведения человека: **инструментальные** ценности помогают определить конечные цели;

терминальные — определяют способ достижения, состояния существования. Среди способов классификации особенно важно, что терминальные могут концентрироваться на себе или на обществе, по статусу быть интро- или интерперсональные. Спасение и душевный покой — интраперсональные (для себя) инструментальные ценности. Братство и мир на Земле — это интерперсональные (общечеловеческие). Люди отличаются по тому, чему отдают предпочтение. Увеличение одной социальной ценности приводит к уменьшению персональной, личной.

Ценность может быть представлена как осознанное желание и как требование надындивидуального порядка, чья обоснованность превышает точку зрения любого отдельного человека. Общество оказывает давление на человека, чтобы он вел себя морально с другими, не наносил им вреда, а не чтобы был счастливым и мудрым. Объективно необходимо, чтобы люди понимали, что общество требует от других не меньше, чем от нас. Люди живут в социальном окружении, доверяют и зависят друг от друга. Мало оснований одному вести себя морально, если другие не моральны.

Поведение человека не управляется единственной системой ценностей. Чаще оно управляется множественным неизменяющимся кластером ценностей. Заученные ценности складываются в систему, где каждая упорядочена по приоритету относительно других в отличие от релятивной концепции, когда ценности изменчивы. Общая система относительно стабильная и зависит от интеллекта, степени интернализации ценностей, культурных институтов, политической идентификации, религии, воспитания.

Интересно, по мнению В. Б. Ольшанского, подходит Рокич к вопросу о соотношении ценностей и потребностей. Он задает вопрос: из того, что у крысы есть потребности, следует ли, что существуют крысиные ценности? И отвечает: «Ценности суть когнитивно репрезентированные и трансформированные потребности, и свойственны они только людям. По существу такую же позицию занимал Клакхон, отмечая, что ценность не просто желаемое, но «концепция желаемого». В излагаемой системе ценности замыкаются еще на один когнитивный элемент: концепцию самого себя или Я-концепцию. Это ядро всей системы представлений, вокруг которой они функционально ориентированы. Рокич цитирует М. Куна: «Я-концепция, включает все когниции человека, осознанные и не-осознанные, о физическом облике, интеллектуальных и моральных способностях и слабостях, о социоэкономической позиции в обществе,

национальной, региональной, этической, расовой и религиозной определенности, о сексуальной, поколенческой, профессиональной, супружеской, родительской ролях, которые человек исполняет в обществе, и насколько хорошо или плохо он исполняет эти роли. Короче говоря, генерализованная концепция человека, относящаяся к самому себе — это организация всех когний, как негативных, так и позитивных, и аффективных коннотаций этих когний, которые могут выразиться в полном ответе на вопрос: «Кто я?»

Если происходит изменение Я-концепции (под влиянием психотерапии, религиозной конверсии, психического заболевания, наркотиков, «промывания мозгов» и т. д.), за этим неизбежно следует изменение терминальных и инструментальных ценностей, аттитудов, поведения, что, в свою очередь, воздействует на Я-концепцию, подкрепляя наступившие изменения. Модификация поведения может произойти под влиянием изменения аттитудов, но оно окажется краткосрочным, если ценности остались прежними.

Аттитуды закреплены за ценностями как бы на резиновой ленте — под влиянием каких-то обстоятельств они могут отклониться от первоначального положения, но усиливающееся натяжение ленты заставит их вернуться обратно. Если два аттитуда или две ценности не противоречат одна другой, но не соответствуют Я-концепции, то предстоящие изменения приведут их в соответствии с Я, хотя, возможно, и ослабят их соответствие друг с другом. Во всех изменениях когнитивной структуры решающее слово остается за Я-концепцией.

Иногда изменить ценности оказывается легче, чем изменить аттитуды. Если они противоречат Я-концепции, они изменятся скорее, чем в случаях, когда они не соответствуют аттитудам или поведению. Эти изменения будут устойчивы.

Однажды Дьюи сказал, что образование начинается с ощущения трудности. Сначала у человека возникают состояние неудовлетворенности собой, когнитивное несоответствие между Я-концепцией и фактическим исполнением. Снять напряжение можно изменив представление о собственной компетентности, т. е. отказавшись от прежней самооценки («отказавшись от себя»). Или же придется «принять вызов» и добиваться исполнения, соответствующего стандартам компетентности, установленным обществом, повысить качество исполнения, чтобы его оценка подтверждала самооценку.

Принципиальный вывод, который должна сделать школа — сформировать у учащегося чувство собственного достоинства (self-esteem), чтобы он стремился защитить и отстоять свои притязания. Тогда уже он сам мобилизует усилия, он будет учить самого себя.

Объективный уровень социальной структуры личности составляют социальные роли и социальные статусы. Тему социальных ролей личности и их значения для человека см. в главе 3.

§ 3. Диспозиционная структура личности

Теория диспозиционной структуры личности разрабатывалась известными американскими учеными У. Томасом, Ф. Знанецким, Г. Олпортом и отечественным социологом В. А. Ядовым.

На субъективном уровне структурной организации личности ученые выделяют диспозиции («субъективные» позиции), основу которых составляет жизненная позиция личности — устойчивая направленность на определенные ценности. Американскими учеными под диспозицией в буквальном смысле понималось расположение или предрасположенность субъекта к чему-либо. В. А. Ядовым эти представления дополнены. «Под диспозицией понимается обычно предрасположенность человека к восприятию социальной ситуации и условий деятельности и к определенному поведению в этих условиях»⁴¹.

В. А. Ядов выделяет три уровня диспозиций:

1. Низшие диспозиции, основанные на базе витальных потребностей — потребностей в еде, жилище и пр.
2. Социальные фиксированные установки, проявляющиеся в разных конкретных ситуациях.
3. Базовые (обобщенные) социальные установки, реализующиеся в типичных ситуациях взаимодействия индивидов (система ценностных ориентаций, связанных с высшими целями индивида).

Диспозиции регулируют поведение человека.

§ 4. Саморегуляция социального поведения

В процессе социализации происходит интернализация социальных норм. В процессе интернализации механизмы социального контроля превращаются во внутренние императивы индивидуального сознания.

⁴¹ Ядов В. А. О диспозиционной регуляции социального поведения // Методологические проблемы социальной психологии. М., 1975. С. 89-105.

Саморегуляция — это процесс управления человеком собственным поведением на основе интериоризованных в ходе социализации социальных норм. В качестве внешних регуляторов выступает социальный контроль (нормы, правила поведения, принятые в данном обществе). Их действие мы рассматривали ранее. В качестве внутренних выступают совесть, ценности и ат-титуды. «Совесть — это интериоризованный социальный контроль» (Т. Шибутани).

Если обратиться к внутренним регуляторам, то следует обратить внимание на чувства *страха*, *стыда* и *вины* как регуляторов человеческого поведения — индивидуального и группового. Здесь могут быть выделены два подхода.

В первом, предложенном Ю. М. Лотманом⁴², противопоставляются друг другу **страх** как инстинктивно-биологическое, присущее всем животным, настороженное отношение к потенциально враждебным и опасным внешним силам, и **стыд** как специфически человеческий, сформированный культурой психический механизм, гарантирующий соблюдение определенных норм и обязанностей по отношению к «своим». **Стыд** как ориентация на внешнюю оценку (что скажут или подумают окружающие?) и **вина** как ориентация на самооценку, когда невыполнение какой-то внутренней, интерна-лизированной нормы вызывает у индивида угрызения совести (самообвинение).

Психологически стыд и вина — разные формы тревожности, связанные с самооценкой. Стыд означает тревогу за свою репутацию; он возникает, когда индивид чувствует, что не отвечает ожиданиям окружающих, что он в чем-то слабее других, каковы бы ни были причины этой слабости. Вина выражает озабоченность по поводу личных качеств, за которые индивид чувствует себя полностью ответственным. «Стыд покоится на озабоченности индивида своей компетентностью, силой или могуществом, выражает желание избежать видимости неудачи, слабости или зависимости. Вина покоится на озабоченности индивида своей правотой, выражает желание чувствовать себя правым. Вина ощущается тогда, когда индивид, определяя себя по оси «хороший — плохой», кажется самому себе плохим;

⁴² Лотман Ю. М. О семиотике понятий «стыд» и «страх» в механизме культуры, Тезисы докл. IV Летней школы по вторичным моделирующим системам. Тарту, 1970. С. 98-101.

стыд — когда индивид, определяя себя по оси «сильный — слабый», кажется себе слабым» (Голднер).

Культурологами и этнографами (Р. Бенедикт и др.) выделяются «культуры стыда» (shame culture), в которых главным механизмом социального контроля является ориентация главным образом на оценку со стороны конкретных «других», и культуры совести, в которых решающее значение придается индивидуальной совести, которая предполагает интернализацию индивидом неких универсальных норм.

Специалистами выделены антитезы социальных чувств, контролирующих поведение человека в социуме. Испытывая потребность в безопасности и защищенности, индивид стремится контролировать свое поведение. Антитезой безопасности является чувство страха.

Противоположностью стыда на уровне индивидуального сознания является гордость. В культурно-исторической типологии эту функцию выполняют понятия чести и славы, выражающие социально-групповые истоки чувства гордости, ее производность от оценки и признания со стороны «своих». Противоположностью вины (виновности) в конкретной ситуации — чувство и сознание своей правоты, а в более широком личностном плане — чувство собственного достоинства, самоуважение, признание ценности своей личности.

Страх, стыд и вина, таким образом, выступают не только как эмоциональные переживания, связанные с разными моральными санкциями (недаром их относят к числу моральных чувств или свойств моральной личности). Эти же понятия используются при выделении определенных этапов исторического развития, в ходе которого социальное поведение становится более осознанным и индивидуальным. Лишь на очень высокой ступени исторического развития возникает личность, способная ориентировать свое поведение изнутри, равняясь на усвоенные ею принципы и нормы. Только здесь появляется категория совести как внутренней моральной инстанции, осуществляющей суд над человеком, включая не только его поступки, но и его помыслы; понятие обязанности как чего-то внешне принудительного перерастает в понятие долга как внутреннего императива, а идеал родовой или сословной чести уступает место понятию индивидуального достоинства.

Однако, как показывает историческая практика, соотношение стыда и страха, вины и гордости может изменяться в зависимости от конкретных исторических условий.

Как отмечает Ю. М. Лотман, стыд и страх не только регулируют разные сферы отношений (стыд существует только в отношениях со «своими»), но само их соотношение может изменяться в зависимости от конкретных исторических условий. Так, сословный кодекс чести, запрещая дворянину обнаруживать страх, вытесняет его в подсознание, стыд оказывается сильнее страха. Напротив, в атмосфере массового террора или грубого восточного деспотизма гипертрофия страха вызывает почти полную атрофию чувства стыда, делая людей бесстыдными, так что они перестают понимать даже нормы порядочности, считавшиеся элементарными в прошлом.

Резюме

1. Социализация — это необходимый для человека процесс, в результате которого он усваивает нормы, правила, ценностные установки, основные социальные роли, принятые в данной культуре, и научается жить в обществе. Этот процесс протекает в течение всей жизни человека до тех пор, пока индивид не станет зрелым, т.е. «мудрым индейцем, истинным джентльменом и крестьянином» (Э. Эриксон).

2. Содержание процесса социализации личности включает в себя прохождение стадий психологической зрелости, на каждой из которых преодолеваются фрустрации и формируются фиксации. Согласно концепции гуманистической психологии главным достижением процесса социализации является формирование у человека чувство самооценности, которое во многом определяет особенности его поведения, реакции на других людей, способы переживания жизненных трудностей. Оно формируется, если ребенок растет в любви, т.е. безусловном принятии его самыми близкими людьми. Важное значение для результата социализации имеет нравственное развитие личности, которое проходит шесть стадий (Л. Колберг).

3. Механизмы социализации — это то, что способствует процессу приобретения человеком необходимых навыков, норм и правил поведения, принятых в культуре данного общества. Выделяют позитивные механизмы и негативные. К позитивным относят **имитацию** или **подражание** — осознанное стремление ребенка копировать определенную модель поведения и **идентификацию** — отождествление детей с родителями: принятие родительского поведения, установок и ценностей как своих собственных. К негативным — **стыд и чувство вины**, поскольку они запрещают определенное поведение или *подавляют его*.

4. Институты социализации. На протяжении всей жизни человека происходит смена институтов социализации: **семья и ближайшее окружение, школа, руководители, или значимые другие**, те, кого принято называть учителями жизни, **средства массовой информации**, так как не только дети, но и взрослые в значительной мере усваивают роли и правила поведения в обществе из телевизионных передач, газет, фильмов и других средств массовой информации. Символическое содержание, представленное в этих средствах массовой информации, оказывает глубокое воздействие на личность, способствуя формированию определенных ценностей и образцов поведения.

5. В социальной психологии в **структуру личности** принято включать Я-концепцию, мотивы и потребности, установки, социальные роли, ценности.

6. Я-концепция — это система представлений человека о самом себе. Формирование Я-концепции человека происходит в процессе накопления опыта решения жизненных задач и при оценивании их со стороны других людей, прежде всего родителей. Я-концепция может рассматриваться как совокупность установок «на себя», включающих образ Я, самооценку, потенциальную поведенческую реакцию (Р. Бернс).

Я-концепция выполняет функции структурирования и обработки поступающей информации в аспекте имеющихся схем, отражающих личностные качества и мотивирования к повышению собственной значимости.

7. Следующий компонент в социально-психологической структуре личности — мотивы и потребности. Мотив — это «побуждения к деятельности, связанные с удовлетворением потребностей субъекта; совокупность внешних или внутренних условий, вызывающих активность субъекта и определяющих ее направленность». «Потребность — свойство организма требовать для своего нормального функционирования строго определенных условий, без которых он не может поддерживать состояние внутреннего равновесия» (К. Обуховский).

8. Важным компонентом социальной структуры личности являются установки, под которыми принято понимать готовность к определенному поведению, реакции. Они могут быть перцептивными, моторными, социальными. В. Б. Ольшанский пишет, что «в конечном счете, всякая установка ориентирована на определенную линию поведения. Но для того, чтобы достигнуть цели, надо нацеливаться не туда, где она находится в

данный момент, а туда, где, вероятно, окажется, когда до нее дойдут направляемые усилия. Установку можно рассматривать как своеобразный аппарат вероятностного предвидения, служащий для направления активности организма в соответствии с поступающей в мозг информацией и информацией, хранящейся в нем» (В. Б. Ольшанский, 1994).

Близким к понятию «установка» является «аттитюд». Первыми ввели этот термин в научный оборот У. Томас и Ф. Знанецкий (1882-1958), понимая под ним установку, направленность личности на тот или иной вектор поведения.

Эксперимент Лапьера показал, что многие словесные заявления людей продиктованы нормами и ценностями того социального круга, к которому они принадлежат. Однако, оказавшись в реальной ситуации взаимодействия с конкретными людьми, человек испытывает влияние другого рода — давление самой этой ситуации и готов подчиниться, скорее, сложившимся условиям, нежели абстрактным установкам.

В межличностных отношениях аттитюд имеет следующие социальные функции:

- инструментальную или утилитарную как готовность приспособить какого-либо человека для достижения собственных целей,

- защитительную как уязвимость, готовность в любой момент дать отпор другому: огрызнуться, отстоять представления о самом себе и свою самооценку,

- ценностно-экспрессивную функцию как готовность отстаивать перед другим человеком собственную систему взглядов, убеждать его в обоснованности определенных мнений и оценок,

- познавательную функцию как стремление почерпнуть из беседы с новым человеком сведения о мире и людях, дополнительные к сложившейся картине мира (В. Ольшанский).

9. Аттитюды тесно связаны с ценностями и убеждениями человека. М. Рокич является одним из первых ученых, наиболее полно изучившим и описавшим типы человеческих убеждений. Он выделяет следующие убеждения: анонимные примитивные убеждения, приватные, примитивные убеждения, авторитетные убеждения, извлеченные (derived) убеждения, малозначимые (inconsequential) убеждения.

Модель М. Рокича позволяет понять логику распространенного выделения в аттитюдах познавательного, оценочного и поведенческого параметров.

10. Важным элементом социальной структуры личности являются ценности. М. Рокичем дается следующее определение: ценности — это устойчивое убеждение, что специфический тип поведения или конечное состояние существования есть личностно или социально предпочтительнее другому или противоположному типу поведения или конечному состоянию существа. По Рокичу, ценности имеют относительный характер, то есть в различных ситуациях человек склонен вести себя по-разному.

Ценности-представления различаются как дескриптивные или экзистенциальные, когда ценность может быть истинной или ложной; эволюативные, где объект суждения может быть плохим или хорошим, но не может быть ложным или истинным и прескриптивные — где конечная цель и средства могут быть желательными или не желательными.

Ценности могут содержать в себе коммуникативные аффективные и поведенческие компоненты.

11. Объективный уровень социальной структуры личности составляют социальные роли и социальные статусы.

12. На субъективном уровне структурной организации личности ученые выделяют диспозиции («субъективные» позиции), основу которых составляет жизненная позиция личности — устойчивая направленность на определенные ценности. Американскими учеными под диспозицией в буквальном смысле понималось расположение или предрасположенность субъекта к чему-либо. В. А. Ядовым эти представления дополнены. «Под диспозицией понимается обычно предрасположенность человека к восприятию социальной ситуации и условий деятельности и к определенному поведению в этих условиях» (В. А. Ядов, 1975).

13. Саморегуляция — это процесс управления человеком собственным поведением на основе интериоризованных в ходе социализации социальных норм. В качестве внешних регуляторов выступает социальный контроль (нормы, правила поведения, принятые в данном обществе). В качестве внутренних выступают совесть, ценности и аттитуды, чувства страха, стыда и вины.

Вопросы для самопроверки

1. Перечислите определения социализации, в зависимости от точки зрения их авторов.

2. В чем значение нравственного развития личности для результата социализации (по Колбергу)?

3. Перечислите механизмы социализации личности.

4. Вспомните, каковы институты социализации? Какова роль каждого из них в процессе социализации?
5. Перечислите элементы структуры личности.
6. Дайте определение Я-концепции.
8. Что такое установка, какова ее роль в поведении человека?
9. Вспомните определение ценностей, предложенное М. Рокичем.
10. Назовите внешние и внутренние регуляторы поведения человека.

Список литературы

Обязательная

1. Андреева Г. М. Социальная психология. М.: МГУ, 1980.
2. Шибутани Т. Социальная психология. Ростов н/Д: Феникс, 2002.
3. Федоров Ю. М. Социальная психология. Тюмень: Изд-во ТюмГУ, 1996.

Дополнительная

- 4^1. Аронсон Э. Общественное животное. Введение в социальную психологию. М.: Аспект-Пресс, 1998.
2. Бернс Р. Развитие Я-концепции и воспитание. М.: Прогресс, 1986.
3. Бодалев А. А. Психология о личности. М.: Изд-во Московского унта, 1988. Часть 2: глава 1, с. 69-77.
4. Василюк Ф. Е. Психология переживания (анализ преодоления критических ситуаций). М.: МГУ, 1984.
5. Выготский Л. С. Собрание соч. в 6 т. Т. 1. М.: Просвещение, 1982.
6. Выготский Л. С. Собрание соч. в 6 т. М.: Педагогика, 1984.
7. Кон И. С. Социология личности. М.: Прогресс, 1968.
8. Майерс Д. Социальная психология. СПб.: ПитерКом, 1998.
9. Маслоу А. Дальние пределы человеческой психики. СПб.: Евразия, 1999.
10. Олпорт Г. Личность в психологии. СПб., 1998.
11. Ольшанский В. Б. Практическая психология для учителей. М.: Онега, 1994.
12. Парыгин Б. Д. Основы социально-психологической теории. М.: Мысль, 1976.
13. Психология. Словарь / Под общ. ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. М.: Политиздат, 1990. С. 193-194.
14. Смелзер Н. Дж. Социология // Социологические исследования. 1991. № 2.
15. Хьелл Л., Зиглер А. Теории личности. СПб.: ПитерКом, 1998.
16. Эриксон Э. Детство и общество. Гл. 7. СПб.: Летний сад, 2000.

17. Ядов В. А. О диспозиционной регуляции социального поведения // Методологические проблемы социальной психологии. М., 1975. С. 89-105.

РАЗДЕЛ IV. СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ МЕЖЛИЧНОСТНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Основные вопросы раздела. Общение как центральная проблема социальной психологии. Содержание, цели и средства общения. Формы, виды и уровни общения. Место межличностных отношений в структуре общения. Социальные чувства и их типология. Классификация потребностей индивида. Социогенные потребности и ресурсы как основа межличностных отношений. Структура межличностных отношений. Социальная перцепция. Механизмы социальной перцепции. Барьеры социальной перцепции. Каузальная атрибуция. Межличностная коммуникация. Специфика обмена информацией в коммуникативном процессе. Особенности деловой коммуникации. Средства межличностной коммуникации. Основные барьеры межличностной коммуникации. Межличностная интеракция. Аттракция. Конфликт. Функции, структура и динамика конфликта. Конфликтное взаимодействие. Способы поведения в конфликте. Методы разрешения конфликта. Диагностика поведения в конфликтной ситуации.

Основные понятия раздела: общение, социальные чувства, социогенные потребности и ресурсы, социальная перцепция, идентификация, рефлексия, эмпатия, каузальная атрибуция, межличностная коммуникация, межличностная интеракция, аттракция, конфликт.

Глава 7. Социально-психологические проблемы межличностных отношений

План

§ 1. Межличностные отношения как предмет социальной психологии

§ 2. Потребности и чувства человека как основа межличностных отношений

§ 1. Межличностные отношения как предмет социальной психологии

Проблема межличностных отношений — центральная в социальной психологии. Изучая ее, ученые решают задачу раскрытия конкретного механизма «вплетения» индивидуального в ткань социальной реальности (Андреева, 1999). Таким механизмом являются, по мнению одних ученых,

социальные роли, других — «что природа межличностных отношений может быть правильно понята, если их не ставить «в один ряд с общественными отношениями, а увидеть в них особый «ряд» отношений, возникающий внутри каждого вида общественных, не вне их (будь то «ниже», «выше», «сбоку» или еще как-либо). Схематически это можно представить как сечение особой плоскости общественных отношений: то, что обнаружится в этом «сечении» экономических, социальных, политических и иных разновидностей общественных отношений, и есть межличностные отношения... Иными словами, это означает, что в объективной ткани общественных отношений присутствуют моменты, исходящие «из сознательной воли и особых целей индивидов. Именно здесь сталкивается непосредственно социальное и психологическое»⁴³.

В обществе в процессе совместной деятельности индивиды вступают в отношения, содержание и характер этих отношений изучают различные дисциплины. Часть этих отношений, опосредованная особенностями психической деятельности, есть межличностные отношения. Они могут быть как формальные (ролевые), так и неформальные (межличностные). Их особенности изучаются в рамках различных по величине социальных групп.

§ 2. Потребности и чувства человека как основа межличностных отношений

Человек вступает в отношения с другими, потому что у него в этом есть потребность. В. Даль в «Толковом словаре» определял потребность как нужду, надобность, потребу⁴⁴. Он же: «Требовать — нуждаться в чем, иметь надобность, надобить (кому), желать, хотеть, домогаться; искать, настоятельно, повелительно, как должное»⁴⁵.

Мясищев определял потребность как «тяготение» человека к определенным объектам или видам деятельности, определяющим систему поведения и переживаний человека по отношению к ним (*Мясищев, 1957*).

Л. Н. Коган писал: «Потребность выступает основным звеном всего «механизма» социальной деятельности людей, инвариантом ее многочисленных интересов, которые мы рассматриваем как на-

⁴³ Андреева Г. М. Указ. соч. С. 84-85.

⁴⁴ Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка. М.: Русский язык, 1998. Т. 3. С. 358.

⁴⁵ Там же. Т. 4. С. 427.

правленность, «векторность» потребности, ее конкретизацию, и непосредственное проявление»⁴⁶.

Эпикур — создатель первой классификации потребностей человека (III в. до н. э.):

1. Естественные и необходимые, например, желание еды, питья;
2. Естественные, но не необходимые;
3. Такие, которые не являются ни естественными, ни необходимыми. Честолюбие, слава, а также дошедшие до патологической интенсивности и ставшие страстями желания первых двух групп.

В современной научной литературе существуют различные классификации. В первую очередь, различают биогенные и социогенные потребности. Например, К. Обуховский считает, что потребность является свойством «организма требовать для своего нормального функционирования строго определенных условий, без которых он не может поддерживать состояние внутреннего равновесия». Если общество, ставящее своей целью удовлетворение материальных потребностей составляющих его людей, не заботится о развитии духовных, то оно не может рассчитывать, что они автоматически настолько разовьются, что будут сами, без принуждения отдавать свои силы развитию общества. Об ошибочности такой точки зрения предупреждали философы. Возникнет массовое общество с психологией потребления ради потребления, массовая психология потребления как цели существования. Возникнет новый человек — массовый сытый невоспитанный человек (*Стругацкий, 1976*). «Чрезмерное изобилие благ и возможностей ведет к созданию уродливых, порочных форм жизни, к появлению особых людей — вырождков»⁴⁷.

У. Томас (1924 г.) перечислил четыре основные потребности человека: 1) потребность в безопасности, 2) потребность в признании, 3) потребность дружбы, 4) потребность нового опыта.

Одна из базовых потребностей человека — потребность в общении, которая в онтогенезе проходит три фазы развития. Первая характеризуется потребностью в эмоциональном контакте с одним человеком, что обуславливается тем, что «познавательная емкость» ребенка ограничена. Эта фаза длится от рождения до двух лет. Вторая фаза, которая начинается

⁴⁶ Коган Л. Н. Духовные потребности и деятельность личности // Философские науки. 1976. № 2. С. 12.

⁴⁷ Ортега-и-Гассет. Восстание масс // Вопросы философии. 1989. № 4. С. 115.

на третьем году жизни и до восьми лет, характеризуется расширением эмоциональных контактов ребенка с другими людьми. Третья фаза — с девятого года, когда ребенок лучше всего удовлетворяет потребность общения в группе сверстников⁴⁸. Для удовлетворения потребности в общении люди устанавливают межличностные отношения. Т. Шибутани считал, что «основной аналитической единицей для изучения межличностных отношений является чувство»⁴⁹. «Чувства, которые сформировались в раннем детстве, впоследствии переносятся на другие объекты, придавая каждому человеку особый стиль подхода к людям вообще. Чтобы проверить гипотезу, будто людей привлекают персонификации, сходные с теми, которые обеспечивали удовлетворение в прошлом, было изучено 373 помолвленных или недавно сочетавшихся браком субъекта. Между супругом и родителем противоположного пола не обнаружилось ни в физическом типе, ни в политических взглядах большого сходства, но выявилась значительная взаимосвязь в складе личности: те, кто любил своих родителей, стремились подобрать для брака человека точно такого же типа, а те, кто не любил, обнаруживали тенденцию избирать противоположный тип... Не случайно Берджес и Коттрелл обнаружили, что счастливые браки наиболее часты у детей счастливых супружеских пар. Шаблоны чувств, установившиеся в детстве, имеют тенденцию быть пронесенными через всю жизнь»⁵⁰.

Социальные чувства — конъюнктивные и дизъюнктивные — сближающие или разделяющие людей.

Примерами конъюнктивных чувств являются любовь и дружба. Один из видов любви — безусловная, т.е. ничем не обусловленная. Человек обладает самой высокой ценностью вне зависимости от того, какую роль он выполняет, каким статусом обладает. Гегель писал, что «подлинная сущность любви состоит в том, чтобы отказаться от сознания самого себя, забыть себя в другом Я и, однако, в этом исчезновении и забвении впервые обрести себя самого и овладеть собою»⁵¹.

⁴⁸ Обуховский К. Психология влечений человека. М.: Прогресс, 1972. С. 173-177.

⁴⁹ Шибутани Т. Указ. соч. С. 271.

⁵⁰ Там же. С. 454.

⁵¹ Гегель Г.-В. Эстетика. В 4 т. М., 1969. Т. 2. С. 253.

Дружба является типом межличностных отношений, основанным на общности интересов и взаимной привязанности, практической взаимопомощи и выручке, сопровождается эмоционально-экспрессивными чувствами. Потребность в дружеских связях является жизненно необходимой для человека. «Никто... не может жить в обществе под гнетом постоянного нерасположения и дурного мнения своих близких и тех, с кем общаешься. Это бремя слишком тяжело для человеческого терпения, и из непримиримых противоречий должен состоять тот, кто может находить удовольствие в обществе и все же быть не чувствительным к презрению и нерасположению своих товарищей» — отмечал Дж. Локк (Цит. по ⁵²).

В группе отношения между людьми, имеющими различные социальные статусы, сопровождаются следующими чувствами.

1. *Снисходительное чувство.* Например, чувство любви к подчиненному. С подчиненным никогда не обращаются как с равным, а если он постарается потребовать равных прав, то его «поставят на место». Т. Шибутани пишет: «Если человек занимает господствующее положение, его конъюнктивные чувства по отношению к подчиненным могут быть обозначены как снисходительность. Объект является явно низшим существом, однако он источник удовлетворения — как в случае с лояльным слугой, послушным ребенком или преданным подхалимом. Можно встретить женщину, которая называет своего мужа «вторым ребенком», и часто мужья относятся к своим женам во многом так же, как помещик — к крепостным. Шеф дарует благосклонность объекту любви — он уделяет ему внимание, обучает его, дает советы, хвалит за хорошо выполненную работу и если наказывает, то «для его же пользы». Объект часто персонифицируется как существо, подобное ребенку: не очень умный, эмоциональный и неустойчивый, еще не способный нести ответственность. К нему относятся с любовью и вниманием, как к ребенку, но всегда молчаливо предполагается неполноценность объекта: с ним обращаются снисходительно и без того уважения, которое оказывают равным, его право принимать решения часто узурпируется. Крайний случай такой персонификации — дурак, от которого ничего серьезного нельзя требовать. Поскольку он считается некомпетентным, он обладает привилегиями,

⁵² Коломенский Я. Человек: психология. М.: Просвещение, 1986. С. 202.

которые иногда граничат с вольностью. Несмотря на его «неполноценность», его ценят, он популярен»⁵³.

2. *Героепочитание — чувство любви подчиненного к начальнику.* Начальник представляется как воплощение группового идеала. Возникает радость, когда идол заметит идолопоклонника. Хочется угодить ему. Борьба с инакомыслящими. Начальника принимают за эталон. «Если зависимый человек, — пишет Шибутани, — относится к своему шефу как желаемому объекту, создается персонификация, близкая к идеалу. В особом случае господствующая сторона становится объектом героепочитания. Объектами такого почитания могут стать отец, старший брат или ловкий спортсмен для мальчика, смелый предводитель для группы воинов, святой или мученик — для религиозной секты и т.п. Соответствующий шаблон поведения предписывает радость, когда человека заметит герой, и злость на тех, кто посмел обличить его слабости; сильное желание выказать герою предпочтение и отдать ему должное; беспокойство, когда герой в опасности или если субъект может быть отвергнут героем. Биография героя вызывает сильное любопытство. Поклонники жадно передают слухи о своем идоле и пытаются усвоить некоторые его привычки. Герой часто используется как модель, по которой человек пытается строить свою жизнь».

3. *Презрение. Человек, обладающий властью, испытывает антипатию к подчиненному.* С презираемым избегают контактов, соблюдается дистанция. Испытывается удовольствие, когда подчиненный корчится от возложенного на него невыполнимого задания. Т. Шибутани пишет: «Если партнеры обладают неравной властью, дизконъюнктивные чувства также приобретают специфические особенности. Ориентация доминирующей персоны по отношению к зависимым, которые не удовлетворяют ее, может быть лучше всего обозначена как презрение. Такой человек обычно настаивает на сохранении социальной дистанции, обрушивая на нижестоящего поток критических, циничных и скептических замечаний по поводу его способностей. Ироническое, совершенно беззастенчивое презрение иногда обнаруживают люди, которые сами являются объектами поклонения. Окруженные чрезмерной заботой дети часто смотрят на родителей сверху вниз, словно идолы «рабов любви», готовых принести им любую жертву. Они находят удовольствие в том, чтобы предъявлять неразумные требования и затем наблюдать, как мучаются

⁵³ Шибутани Т. Указ. соч. С. 285-286.

их обожатели, пытаясь исполнить каждое требование повелителя. Господство любого рода подразумевает недостаточное уважение; но когда подчиненная сторона рассматривается как низменный объект, неуважение иногда переходит в садизм»⁵⁴.

4. *Ненависть. Подчиненный испытывает антипатию к начальнику.* Подчиненный становится очень чувствительным к промахам и ошибкам начальника. Если он чувствует, что вылезет сухим из воды, то переходит границы подчинения. «Ненависть — это чувство, известное, видимо, всем, — пишет Т. Шибутани. — Человек огорчается, если объект ненависти здоров и процветает, он испытывает ярость и отвращение в его присутствии, он ликует, когда того постигают неудачи, и испытывает беспокойство, когда тот преуспевает. Поскольку эти импульсы обычно осуждаются, они часто сдерживаются. Но они обнаруживаются в экспрессивных движениях — в быстро мелькнувшей улыбке, когда ненавистный человек споткнется, гримасе отвращения, когда он добьется успеха, или индифферентном пожимании плечами, когда он окажется в опасности. Иногда говорят, будто человек не может ненавидеть тех, кого он близко знает. В действительности это не так. Если социальная дистанция сокращается, для развития ненависти возникает значительно больше возможностей. В самом деле, видимо, самая интенсивная форма ненависти — мстительность, которая развивается, когда человек обращает свой гнев против того, кого прежде любил и кому доверял»⁵⁵.

Чувства, таким образом, являются регуляторами межличностных отношений в группе. Не менее важные функции выполняют популярность и привлекательность.

Люди, получившие наибольшее число выборов в социометрическом тесте, т.е. обладающие наивысшим социометрическим статусом, наиболее популярны. Популярность — это степень привлекательности некоторого индивида для окружающих. Популярность следует отличать от таких проявлений привязанности, как любовь и дружба. Популярность связана с групповой оценкой, дружба — с личными отношениями. Популярность индивида определяется тем набором свойств и качеств личности, которые особо высоко ценятся в данной группе (например, уверенность в себе, собственное достоинство, чувство юмора и т.д.).

⁵⁴ Там же. С. 286-287.

⁵⁵ Там же. С. 284-285.

Аттракция (от лат. *Attrahere* — привлекать, притягивать) — привлекательность одного человека для другого. Межличностная привлекательность основывается на взаимности. «Трудно придумать дьявольское наказание, — писал У. Джемс, — как если бы кто-нибудь попал в общество людей, где никто на него не обращал бы внимание. Если бы никто не оборачивался при нашем появлении, не отвечал на наши вопросы, если бы всякий при встрече с нами намеренно не узнавал нас и обходился с нами, как с неодушевленными предметами, то нами овладело бы известного рода бешенство, бессильное отчаяние, от которого были бы облегчением телесные жесточайшие муки, лишь бы при этих муках мы чувствовали, что при всей безвыходности нашего положения мы все-таки не пали столь низко, чтобы не заслуживать внимания»⁵⁶.

Глава 8. Социальная перцепция

План

- § 1. Понятие социальной перцепции
- § 2. Механизмы социальной перцепции
- § 3. Динамика межличностного восприятия
- § 4. Типичные формы межличностной перцепции

§ 1. Понятие социальной перцепции

Первым исследователем социальной перцепции (в плане межличностного восприятия) был Аристотель, поскольку именно он обратил внимание на значение эмоций и их правильную оценку в человеческом общении.

Долгое время учеными понятие «восприятие» не дифференцировалось. Термин «социальная перцепция» предложен Дж. Бруннером, который отождествлял его с понятиями «социальное познание», «познание другого». Это произошло в связи с уточнением процесса восприятия. В отличие от восприятия человеком неодушевленных предметов, Дж. Бруннер в 1947 г. разрабатывал так называемый «новый взгляд» на проблему перцепции. Другим ученым, обратившим внимание на различие восприятия человеком одушевленных и неодушевленных объектов, был Хайдер: «Мы будем говорить о несоциальной перцепции, когда имеем в виду восприятие неодушевленных объектов, и ... о социальной перцепции, когда имеем в

⁵⁶ Джемс У. Психология. М.: Педагогика, 1991. С. 45.

виду восприятие другого человека»⁵⁷. Сегодня представления о процессе социальной перцепции дополнены следующими положениями:

- 1) в процессе восприятия происходит взаимовлияние людей;
- 2) процесс перцепции сопровождается стремлением понять другого человека;
- 3) понимание людей невозможно без общего знания того, чем является личность другого;
- 4) полное понимание личности другого человека невозможно без установления межличностных отношений с ним;
- 5) результатом восприятия другого человека является создание перцептивного образа;
- 6) социальная перцепция всегда опосредуется системой ценностей, социальными стандартами восприятия;
- 7) объектом восприятия может выступать индивид, принадлежащий к «своей группе», индивид, принадлежащий «чужой» группе, «своя группа», «чужая группа», восприятие групповой своего члена, восприятие групповой представителя другой группы, восприятие группой самой себя, наконец, восприятие группой в целом другой группы.

Процесс социального восприятия возможен при наличии как минимум двух человек, причем оба — активные субъекты. Поэтому одной из актуальных проблем является **взаимопонимание в процессе восприятия**. Взаимопонимание «может истолковываться по-разному: или как понимание целей, мотивов, установок партнера по взаимодействию, или как не только понимание, но и принятие, разделение целей, мотивов, установок, что позволяет не просто «согласовывать действия», но и устанавливать особого рода отношения: близости, привязанности, выражающиеся в чувствах дружбы, симпатии, любви»⁵⁸.

Значение взаимопонимания важно, во-первых потому, что индивид, познавая другого, формируется и сам, во-вторых потому, что от меры точности «прочтения» другого человека зависит успех организации с ним согласованных действий. «Представление о другом человеке тесно связано с уровнем собственного самосознания: чем более полно раскрывается другой человек, тем более полно становится и представления о самом себе. В ходе познания другого человека одновременно осуществляется несколько

⁵⁷ М. Heidet F. The psychology ob interpersonal realatious. New York, 1958. P. 21.

⁵⁸ Андреева Г. М. Указ. соч. С. 137-138.

процессов: и эмоциональная оценка другого, и попытка понять строй его поступков, и построение стратегии своего поведения»⁵⁹.

§ 2. Механизмы социальной перцепции

Основными механизмами познания другого человека в процессе межличностных отношений являются идентификация, эмпатия, рефлексия.

Идентификация (от лат. *Identifico* — отождествление, уподобление) — один из самых простых способов понимания другого человека, буквально означает отождествление себя с другими, уподобление ему, умение находиться в «шкуре другого человека», «встать на точку зрения» другого человека

Эмпатия — способность эмоционального постижения состояния другого человека в форме сопереживания, когда один человек на время становится «как бы другим» (К. Роджерс). Эмпатия — это понимание другого в процессе сопереживания ему.

Еще одним социально-психологическим механизмом понимания другого человека является *рефлексия* (от лат. *Reflexio* — обращение назад). «Под рефлексией здесь понимается осознание действующим индивидом того, как он воспринимается партнером по общению. Это уже не просто знание или понимание другого, но знание того, как другой понимает его, своеобразный удвоенный процесс зеркальных отражений друг друга, глубокое, последовательное взаимоотражение, содержанием которого является воспроизведение внутреннего мира партнера, причем в этом внутреннем мире в свою очередь отражается его внутренний мир»⁶⁰.

§ 3. Динамика межличностной перцепции

В процессе межличностной перцепции возникают различного рода барьеры, помехи, искажающие результаты восприятия и влияющие как на перцептивный образ, так и на характер отношений. Разберем некоторые из барьеров восприятия.

Установка — готовность, предрасположенность к определенным действиям или реакциям на конкретные стимулы. Ее эффект был продемонстрирован экспериментально еще более сорока лет назад известным американским психологом Г. Келли. Двум группам студентов предлагалось прослушать лекцию, читавшуюся одним и тем же ранее им не знакомым лектором. В действительности это был актер, о чем слушатели,

⁵⁹ Петровская Л. А. Компетентность в общении. М.: МГУ, 1989. С. 157-156.

⁶⁰ Там же. С. 159.

понятно, не знали. В одной аудитории лектор был заранее представлен студентам как очень сердечный, расположенный к людям человек, в другой — как человек весьма холодный, замкнутый. И хотя лекции обеим группам читалась абсолютно одинаково, эффект первоначальной информации о лекторе повлиял на восприятие. «Очень сердечный», «или теплый» (по терминологии Г. Келли) лектор был воспринят слушателями гораздо благожелательнее как в чисто человеческом, так и профессиональном плане, нежели «холодный» лектор. Установка, следовательно, это готовность к взаимодействию на основе априорной (до опыта) информации о человеке.

Советским ученым Узнадзе, создавшим теорию установки, выделяются три функции установки:

1. Селективная (отборочная) функция установки позволяет выделить из всего многообразия информации все основное и необходимое для организации данного действия, создает модель или образ ожидания.

2. Оценочная функция установки позволяет упорядочить полученную информацию с помощью той цели, на реализацию которой направлены действия, поэтому действия выполняются целенаправленно, создается оценочный стереотип, эталон.

3. Ориентировочная функция позволяет активизировать как психологические процессы, которые могут обеспечить выполнение действий, так и сами действия через активизацию соответствующих навыков поведения, это план действий, образец поведения. Как пишет Р. Л. Кричевский, в практике повседневного общения подобная экспериментальная ситуация воспроизводится многократно, когда установки, сложившиеся у человека, предопределяют его поведение. Простейший пример: в коллектив приходит новичок, начинает работать. Его еще толком никто не знает, какое-то определенное мнение о нем в коллективе пока что еще не сложилось. И вдруг кто-то из сотрудников, основываясь на первом (а потому поверхностном и, вполне возможно, ошибочном) впечатлении, обнаружит свое суждение об этом человеке. Тем самым как бы задается установка на него. И если автор установки пользуется в коллективе авторитетом, его суждение может стать мнением коллектива, пусть даже и ошибочным. И пройдет немало времени, пока торжествует истина, обнаружится, что человек этот вовсе не такой, как показалось, что он гораздо лучше, словом, изменится мнение коллектива о нем. Но все это будет, увы, потом. Отсюда специалист дает нехитрый совет:

«Не торопитесь делать свои суждения о людях достоянием окружающих, особенно если оцениваемых людей вы плохо знаете. Легко навесить ярлык, но гораздо труднее, как показывает жизнь, избавиться от него»⁶¹.

Принцип себе подобия. Суждение о другом по аналогии с собой, перенос на других своих переживаний. Суть данного перцептивного барьера заключается в том, что на восприятие и оценку другого человека влияет склонность переносить на него свои собственные качества, чувства, переживания

Следующим барьером межличностной перцепции является *эффект стереотипизации* — наложение на восприятие отдельного человека стереотипа. Социальный стереотип — это «схематизированный образ или представление о социальном объекте, обычно эмоционально окрашенные и обладающие высокой устойчивостью. В основе социального стереотипа находится реальный психологический феномен, представляющий один из компонентов установки восприятия, которая аккумулирует предшествующий опыт индивида в своеобразный алгоритм отношения к соответствующему объекту»⁶². В ходе проведенных А. А. Бодалевым исследований из 72 опрошенных 9 человек заявили, что люди с квадратными подбородками обладают сильной волей. 17 человек сказали, что люди с большим лбом — умные. Три человека полагали, что люди с жесткими волосами имеют непокорный характер, 14 человек считали, что подобные люди обладают добродушным характером, 2 человека сказали, что толстые губы свидетельствуют о большой сексуальности, 5 человек утверждали, что люди ниже среднего роста всегда отличаются властностью, энергией, большим желанием командовать. Один человек написал, что люди с близко посаженными друг другу глазами очень вспыльчивы, 5 человек убеждали нас, что красивые люди всегда или глупы, или большие себялюбцы. Двое утверждали, что если у человека большой рот, «владелец» его шутник и насмешник, а если у него тонкие, бескровные губы, он — ханжа и ему присуща скрытность»⁶³.

Один из механизмов восприятия и понимания людьми друг друга получил название *имплицитной теории личности*. В случае применения

⁶¹ Кричевский Р. Л. Если вы руководитель. М.: Дело, 1993. С. 218.

⁶² Федоров Ю. М. Указ. соч. С. 288-289.

⁶³ Бодалев А. А. Восприятие и понимание человека человеком. М.: МГУ, 1982. С. 118.

этой теории восприятие конкретного человека осуществляется сквозь призму представлений того, какова должна быть личность в основных проявлениях по мнению воспринимающего. Как пишет Л. Петровская, «она представляет собой представление человека о том, как в людях взаимосвязаны черты характера, внешний облик и поведение. Имплицитная теория личности складывается в индивидуальном опыте общения с людьми и становится достаточно устойчивой структурой, определяющей восприятие человека человеком. Используя его, индивид на основе внешнего облика человека судит о его возможных чертах личности, вероятных поступках и заранее настраивается на определенные формы поведения по отношению к соответствующему человеку»⁶⁴.

Имплицитная теория личности формирует установку человека по отношению к людям, имеющим определенные особенности внешности. Она же позволяет на основе ограниченной информации судить о том, что ему присуще по мнению воспринимающего. Действие имплицитной теории может помочь формированию точного образа другого человека, причем даже в отсутствии достаточной информации о нем. Однако, негативная или искаженная имплицитная теория личности может быть причиной разного рода расовых, национальных, социальных, религиозных и других предрас-судков.

Эффект последовательности — влияние на восприятие последовательности получения сведений о человеке. Иллюстрацию этого барьера восприятия мы находим в рассказе А. П. Чехова «Хамелеон».

Эффект персонификации — наделение реальной личности чертами идеального образа. Часто этот феномен восприятия сопутствует периоду влюбленности в отношениях молодых людей. Как поется в популярной песенке: «Я его слепила из того, что было».

Эффект первичности — один из факторов, влияющих на правильность восприятия и понимания людьми друг друга. Суть его состоит в том, что первое впечатление о человеке, первая по порядку личностная информация, полученная о нем воспринимающим лицом, способна оказать более сильное и достаточно устойчивое влияние на формирование его образа. Иногда соответствующее явление, обнаруживающееся в сфере восприятия и оценки людьми друг друга, называют *эффектом ореола*. Сложившийся положительный или отрицательный образ становится своеобразным

⁶⁴ Петровская Л. Указ. соч. С. 586.

фильтром (ореолом), пропускающим в сознание воспринимающего только ту информацию о человеке, которая согласуется с первым впечатлением.

Эффект новизны является противоположным эффекту первичности. Образ другого человека складывается на основании не первого, а последнего из полученных впечатлений о нем. Информация, полученная последней по порядку, способна сильнее повлиять на последующие восприятия и оценку данного человека, чем предыдущая (за исключением самого первого впечатления). Эффект новизны основан на законе долговременной памяти, согласно которому лучше всего запоминается то, что было в начале и в конце.

Эффект ореола заключается во влиянии первого впечатления о человеке на оценку и восприятие частных свойств, проявление личности.

Эффект инерционности проявляется в тенденции к сохранению однажды созданного образа.

Интересным социально-психологическим механизмом, влияющим на динамику социальной перцепции, является *каузальная атрибуция*. Термин «каузальная атрибуция» происходит от латинских *causa* — причина и *attribuo* — придаю, наделяю и означает попытку «простого человека с улицы» понять поведение других людей, интерпретируя их причины и мотивы. Чем, к примеру, вызваны успехи одного человека и неудачи другого? Что дает нам основание судить о правильности или ошибочности поступков, решений окружающих нас лиц? Почему действия одних людей кажутся более значимыми и весомыми, нежели действия других? Поскольку у «человека с улицы» зачастую отсутствует возможность изучения ситуации и истинных мотивов поступков другого человека, то ответы на эти вопросы часто сопряжены с разного рода интерпретационными ошибками.

Ошибка ситуационная — она заключается в приоритете, отдаваемом нами личностным или ситуационным причинам при объяснении своеобразия собственного и чужого поведения. Например, известно, что нередко мы склонны объяснять собственные успехи причинами личностного характера: «Я добился успеха потому, что способный, трудолюбивый, целеустремленный и т.д.». Неудачи — причинами ситуационного характера: «Я потерпел неудачу потому, что обстоятельства так сложились, окружающие ставили палки в колеса, начальник «зажимал» и т. д.». При интерпретации поведения других людей часто используется совершенно иная логика. Их неудачи мы склонны объяснять внутренними (личностными) моментами: «Он потерпел неудачу потому, что работает с

лендой, разбрасывается, да и вообще не слишком умен». Успехи других людей — внешними обстоятельствами: «Он добился успеха потому, что коллектив помог, руководитель поддержал, обстоятельства успешно сложились».

Ошибка «ложного согласия». Суть ее в следующем: мы часто полагаем, что так, как думаем мы, думает большинство людей. В ситуации, когда кто-либо говорит другим, что «по мнению большинства необходимо принять такое-то решение» и не приводит аргументов в виде достоверных фактов, статистических данных и т.д., имеют место заблуждения, основанные на ошибке «ложного согласия».

Ошибка «неравных возможностей ролевого поведения» возникает в силу того, что выполняемая социальная роль позволяет человеку демонстрировать свои преимущества и скрывать недостатки. Например, у экзаменатора гораздо больше возможностей «подать» себя эрудированным человеком, чем у экзаменуемого, у руководителя — в выборе для себя выгодного способа взаимодействия по сравнению с подчиненным.

Ошибка «иллюзорных корреляций». Она проявляется в нашем стремлении апеллировать к причинам, которые, что называется, лежат под рукой, т.е. легче припоминаются, быстрее воображаются. Но при этом очень часто упускаются из вида подлинные причины того или иного явления. В результате делаемый вывод может быть поверхностным и не полным, а принимаемые на его основе решения ошибочными.

Важным механизмом, влияющим на процесс восприятия и взаимодействия человека с человеком, является стереотип. Рассмотрим его особенности и закономерности формирования. Впервые понятие «стереотип» было введено в оборот в 1922г. американским журналистом Уолтером Липпманом. Термин «социальный стереотип» происходит от греческих *stereos* — твердый, прочный и *typos* — форма. Различные специалисты определяют его следующим образом. Авторы «Словаря практического психолога» социальный стереотип определяют как образец, относительно устойчивый и упрощенный образ социального объекта — группы, человека, события, явления и пр., складывающийся в условиях дефицита информации как результат обобщения личного опыта и представлений, принятых в обществе (нередко предвзятых). Одним из ведущих исследователей в области социальной психологии Ю. М. Федоровым социальный стереотип определяется как «схематизированный образ или представление о социальном объекте, обычно эмоционально

окрашенные и обладающие высокой устойчивостью. В основе социального стереотипа находится реальный психологический феномен, представляющий один из компонентов установки восприятия, которая аккумулирует предшествующий опыт индивида в своеобразный алгоритм отношения к соответствующему объекту»⁶⁵.

В. Б. Ольшанский, вслед за Т. Шибутани видит данное явление как «схематичное и эмоциональное представление о типичном представителе определенной группы людей с точки зрения какого-то легко различимого признака»⁶⁶.

Американский профессор психологии Дэвид Дж. Майерс отмечает сходство стереотипа с предрассудком и установкой. «Стереотипы — это обобщенные представления о группе людей, они могут быть верными, ложными или чрезмерно обобщенными относительно содержащегося в них зерна истины. Стереотипы — это общие мнения о распределении тех или иных черт в группах людей»⁶⁷. «Предрассудок — это заведомо ложное суждение; он внушает нам предубеждение против человека исключительно на основании его идентификации с некой группой. Предрассудок — это неоправданно негативная установка по отношению к группе и отдельным ее членам. Предрассудок — сочетание установок, объединяющее аффект (чувства), поведенческую тенденцию (склонность действовать определенным образом) и знания (убеждения). Предрассудок — это вынесение суждения до всякого выяснения», — отмечает американский социальный психолог⁶⁸.

Стереотипы формируются под влиянием социальных условий (влияние средств массовой информации и других социальных структур), в результате стремления человека упрощать и схематизировать сложную информацию, превращая ее в более простую и непротиворечивую. Стереотипы могут базироваться на личном опыте и в результате некритичного согласия с суждениями, принятыми в референтной группе. В этом случае стереотип, так же как и установка, мешает адекватному восприятию человека или социальной группы, сообщения или действия людей.

Социальный стереотип имеет следующие характеристики:

⁶⁵ Федоров Ю. М. Указ. соч. С. 288-289.

⁶⁶ Ольшанский В.Б. Указ.соч. С.261;Шибутани Т.Указ.соч.С.101.

⁶⁷ Майерс Д. Социальная психология. СПб.: Питер, 1998. С. 443, 479.

⁶⁸ Майерс Д. Указ. соч. С. 435, 475.

— *изменчивость*, например, бедно одетый, испачканный мелом школьный учитель как частный стереотип фактически умер. Мы уже забыли, что еще в начале века финнов считали «дикими и невежественными чухонцами», а японцев до Второй мировой войны — «не способными к прогрессу азиатами»;⁶⁹

— *инертность* — «сформировавшись однажды, предрассудок сохраняется преимущественно по инерции. Если он является социально приемлемым, многие люди пойдут по пути наименьшего сопротивления и будут соотносить свое поведение с этим предрассудком»;

— *лаконичность / образность* — с помощью стереотипов мы получаем сжатую и лаконичную информацию об окружающих нас людях и социальных группах, формируем отношение к другим, ориентируемся среди множества окружающих нас социальных объектов и вырабатываем линию поведения в общении с ними;

— *эмоциональность* — стереотипы и основанные на них предрассудки обеспечивают чувство социального превосходства, а также могут облегчать маскировку чувства неполноценности;⁷⁰

— *устойчивость* — стереотипы относительно устойчивы и с трудом поддаются изменению;

— *вербализованность* — стереотипы передаются людьми друг другу с помощью языка.

В основе процесса стереотипизации лежат следующие механизмы:

— *категоризация* — организация окружающего мира путем группировки объектов. Если люди, составляющие группу, похожи, то это помогает узнать и саму группу. Например, таможенные инспектора и группы захвата в аэрофлоте представляют собой определенные «профили» индивидуумов с характерной подозрительностью;⁷¹

— *селективное восприятие* позволяет выбирать из многообразия случаев только часто повторяющиеся, которые замечаются и запоминаются;

— *селективная интерпретация* — интерпретируются наблюдения, относящиеся к стереотипам, например, евреи — предприниматели, богатые люди — жадные, «новые русские» — глупы;

⁶⁹ Самойленко Е. Н. Социология // www.ducc.donetsk.ua/sociology.

⁷⁰ Там же. С. 463.

⁷¹ Там же. С. 464.

— *селективная идентификация и селективное исключение*, когда в утверждении соединяются человек и социальная роль, например, «ты выглядишь, как цыган»; ты выглядишь, как аристократ или «он поступает не как англичанин, он совершенно не похож на преподавателя».

Восприятие социальных объектов стереотипизировано, механизм появления социальных стереотипов до конца не исследован и остается еще много вопросов о природе, механизмах и последствиях влияния стереотипов на результаты перцепции и взаимодействия индивидов и социальных групп. Однако имеющаяся информация о процессе стереотипизации позволила социальным психологам предложить классификацию стереотипов. Например, по заключенной в стереотипе информации он может быть:

1. *Позитивным или негативным*. Например, кто-либо воспринимается как добрый, храбрый, а другой — как беспринципный, трусливый, неэтичный, лживый, враждебный;

2. *Точным или неточным (ложным)*. Социальный стереотип позволяет резко сократить время реагирования на изменяющуюся реальность, ускорить процесс познания. Однако, возникая в условиях ограниченной информации об объекте, социальный стереотип может оказаться ложным и выполнять консервативную и даже реакционную роль, формируя ошибочное знание людей и серьезно деформируя межличностное взаимодействие.

3. *Верным, истинным либо ложным*. В случае восприятия социальной группы может возникнуть рассогласованность между аутостереотипами группы и приписываемым ей стереотипом. Поскольку стереотип формируется без учета индивидуальных различий членов группы, то он никогда не бывает полностью истинным. Например, говорить о том, что все представители какой-либо нации жестокие, агрессивные, глупые, добрые и т.д. Однако стереотипы никогда не бывают и полностью ложными, они в любом случае в некоторой степени отражают характеристики личности из стереотипизируемой группы, иначе они не были бы распознаваемы;⁷²

4. *Смешанным*. Например, стереотип — немцы дисциплинированы, но жестоки.

Социальные стереотипы выполняют ряд функций.

⁷² Там же.

1) когнитивную — схематизации, упрощения воспринимаемой информации об объекта восприятия;

2) ценностно-защитную — создания и сохранения положительного «Я-образа»;

3) идеологическую — формирования и сохранения групповой идеологии, объясняющей и оправдывающей поведение группы;

4) идентифицирующую — создания и сохранения положительного группового «Мы-образа».

В структуре стереотипа как социально-психологического явления можно выделить 4 компонента: когнитивный или рациональный — в виде оценочных суждений; эмоциональный или аффективный содержит чувства, которые вызывает к себе воспринимаемый объект; образный в виде обобщенного наглядного представления воспринимаемого явления и поведенческий — как программу действий относительно воспринимаемого объекта.

§ 4. Типичные формы межличностной перцепции

1. *Аналитическая форма межличностной перцепции.* При восприятии другого каждый информативный элемент внешности человека, например, его руки, глаза, форма губ, подбородок, цвет и форма волос и т.п., связывается воспринимающим с наличием определенной личностной черты. Это выражается в поговорке «встречают по одежке».

2. *Эмоциональная форма межличностной перцепции.* В этом случае в процессе восприятия человеку приписываются те или иные качества личности на основе эмоционального отношения к нему (при этом действуют эффекты первичности и новизны).

3. *Перцептивно-ассоциативная форма межличностной перцепции* характеризуется использованием суждений по аналогии при восприятии человека. Признаки его внешнего облика и поведенческих реакций вызывают в памяти воспринимающего образ другого человека, внешне чем-то похожего на воспринимаемого. Основываясь на имплицитной теории личности, воспринимающий гипотетически достраивает и формирует образ воспринимаемого и приписывает те черты, которые характерны для имплицитной теории личности воспринимающего.

4. *Социально-ассоциативная форма межличностной перцепции.* В этом случае восприятие и оценка другого человека стереотипизируются, соотносятся с образом и оценкой определенного социального типа.

Для того чтобы правильно воспринять и оценить человека, необходимо внимательно наблюдать за его поведением, собрать как можно больше информации о нем, например, спрашивая, наблюдая за его поступками, и не спешить с выводами относительно других людей.

Глава 9. Межличностная коммуникация

План

- § 1. Специфика межличностной коммуникации
- § 2. Средства межличностной коммуникации
- § 3. Обратная связь
- § 4. Барьеры межличностной коммуникации
- § 5. Проблема самораскрытия в процессе межличностной коммуникации

§ 1. Специфика межличностной коммуникации

О коммуникации можно говорить в широком и узком смысле. В широком смысле — это массовая коммуникация, которая является процессом передачи информации от коммуникатора к реципиенту, в качестве него может выступать аудитория или публика. В узком смысле — это межличностная коммуникация, представляющая собой процесс обмена различными представлениями, идеями, чувствами, знаниями, эмоциями, установками взаимодействующих между собой людей.

Специфика межличностной коммуникации заключается в том, что в ходе ее, во-первых, происходит обмен информацией. Каждый из участвующих в этом процессе — активный субъект, поэтому взаимное информирование предполагает налаживание совместной деятельности. «В коммуникативном процессе, — пишет Г. М. Андреева, — происходит не простое «движение информации», но как минимум активный обмен ею». По мнению чехословацкого психолога Я. Яноушека, главная «прибавка» в специфически человеческом обмене информацией заключается в том, что здесь особую роль играет для каждого участника общения значимость информации. Эту значимость информация приобретает потому, что люди не просто «обмениваются» значениями, но, как отмечает А. Н. Леонтьев, стремятся при этом выработать общий смысл⁷³.

⁷³ Андреева Г. М. Указ. соч. С. 100.

Во-вторых, в процессе межличностной коммуникации осуществляется взаимовлияние партнеров посредством системы знаков. Знак изменяет состояние участников общения. А. А. Леонтьев писал, что «знак в общении подобен орудию в труде». Способность человека преобразовывать мир посредством слова — это способность преобразовывать его отношения с другими людьми.

В-третьих, межличностная коммуникация предполагает единую систему кодификации и декодификации. Это означает «говорение на одном языке» смыслов и чувств.

Модель коммуникативного процесса состоит из пяти элементов:

1. Кто передает сообщение — коммуникатор.
2. Что передается — сообщение, текст.
3. Как осуществляется передача — канал, способ.
4. Кому направлено сообщение — аудитория.
5. С каким эффектом — эффективность.

§ 2. Средства межличностной коммуникации

Средства межличностной коммуникации разделяются на вербальные и невербальные. К вербальным средствам относится речь. Она может рассматриваться как некая знаковая система в процессе коммуникации и все, что говорилось о сущности коммуникации вообще, для нее справедливо. В процессе межличностной коммуникации могут иметь место две различные задачи в ориентации партнера по общению (А. А. Леонтьев): личностно-речевая и социально-речевая (убеждающая коммуникация, влияющая на поведение человека).

Невербальные средства — оптико-кинестетическая система знаков (жесты, мимика, пантомимика). В разных культурах различная система жестов. Теория Джеймса и Ланге о влиянии жеста на состояние человека: мы плачем не потому, что нам грустно, а нам грустно, потому, что мы плачем.

Паралингвистическая и экстралингвистическая — это система вокализации (качество голоса, диапазон, тональность) и паузы, покашливание, смех, темп речи.

Пространство и время в организации коммуникативного процесса выступают особой знаковой системой и несут смысловую нагрузку (размещение партнеров в разговоре, окрик в спину и т.д.).

Существует специальная область психологии проксеника — пространственная психология, основателем которой является Э. Холл.

Хронотопы — это наборы пространственных и временных констант коммуникативных ситуаций. Например, хронотопы «больничной палаты», «вагонного попутчика» и т.д.

Контакт глаз — визуальное средство общения. В основном — интимное общение.

§ 3. Обратная связь

Межличностная коммуникация предполагает обратную связь. Обратная связь — это информация, которую мы можем поставлять другим и которая содержит нашу реакцию на их поведение.

Целью обратной связи является помощь окружающим в лучшем осознании того, как мы воспринимаем их поступки и какие чувства они вызывают в нас. Обратная реакция связана с поведением человека, его реальными поступками.

Специалистами по межличностной коммуникации предлагаются следующие правила обратной связи:

1. Говорите только о своих чувствах.
2. Говорите о том, что человек может реально изменить.

3. Если вы хотите, чтобы человек что-либо изменил в своем поведении, выразите это просьбой.

4. Ваше сообщение не должно содержать оценки.

По своему содержанию обратная связь может быть позитивной и негативной, адекватной и неадекватной.

§ 4. Барьеры межличностной коммуникации

В условиях межличностной коммуникации могут возникать различного рода специфические коммуникативные барьеры. Эти барьеры могут быть связаны с уязвимыми местами в каком-либо канале коммуникации или с погрешностями кодирования и декодирования. К коммуникативным барьерам следует отнести отсутствие единого понимания ситуации общения у общающихся субъектов, вызванного различием культур, к которым они принадлежат, и так называемые фильтры непонимания и недоверия. Как показал Б. Ф. Поршнев, фильтры недоверия и непонимания — основные психологические средства защиты от чрезмерного влияния со стороны других людей; эту функцию выполняет и неоткровенность⁷⁴.

⁷⁴ Кроник А., Кроник Е. В главных ролях: вы, мы, он, ты, я. М.: Мысль, 1989. С. 16-17.

Г. Гибш и М. Форверг выделяют следующие трудности общения.

1. *Ситуативные трудности* возникают в общении из-за различного понимания ситуации, вызванного неодинаковой степенью включенности общающихся в ситуационный контекст. Проявляются в форме непонимания партнерами друг друга. Так, речь, связанная с определенной ситуацией, остается непонятной для нас оттого, что само собой разумеющиеся для партнеров компоненты ситуации нам не известны, или потому, что мы слышим или читаем какое-либо выражение, не связывая его с облегчающей понимание ситуацией. Симпрактическое включение — полное включение речи в коммуникативный процесс, ситуацию. Для этого следует учитывать следующие условия: совместные действия, наличие относительно общей для всех структур ситуации, использование при этом мимики, жестов и интонации с заключенными в них эмоциональными оттенками.

2. *Смысловые трудности* возникают из-за непонимания одним человеком другого по причине отсутствия необходимого контекста, когда какое-либо высказывание воспринимается вне смысловой связи с предыдущим сообщением.

3. *Мотивационные трудности* появляются в двух случаях: либо в результате сокрытия коммуникатором мотивов коммуникации (при наличии «скрытой стратегии поведения») либо из-за того, что они недостаточно ясны ему самому, так что его намерения в реальных ситуациях взаимодействия ничем не проявляются.

4. *Барьеры представлений о другом.* Возникают из-за того, что коммуникатор не имеет точного представления о своем партнере, ошибочно оценивает его культурный уровень, потребности, интересы, политические позиции, установки и т.д.

5. *Отсутствие обратной связи* или особенности формы подачи сообщения⁷⁵.

Глава 10. Межличностная интеракция

План

§ 1. Теории межличностного взаимодействия

§ 2. Интеракция в системе межличностных отношений

⁷⁵ Гибш Г. и Форверг М. Введение в марксистскую социальную психологию. М., 1972. С. 248.

§ 3. Модели межличностного взаимодействия

§ 1. Теории межличностного взаимодействия

В социальной психологии в настоящее время существуют теории межличностного взаимодействия, в основе которых лежат различные основания: теория обмена Дж. Хоманса создана на основе опыта и учета вознаграждений и затрат; управления впечатлениями Э. Гоффмана — на создании и поддержании благоприятных впечатлений; теория взаимодействия символического интеракционизма Дж. Мида и Г. Блумера — на основе символов, значений; психоаналитическая концепция взаимодействия — на представлениях и конфликтном опыте раннего детства, концепция транзактного взаимодействия (Э. Берн) — на основе совпадения, или пересечения транзакций, позиций Ребенка, Взрослого и Родителя и т.д.

§ 2. Интеракция в системе межличностных отношений

Интеракция как межличностное взаимодействие может рассматриваться в широком и узком смысле слова. Как пишет А. И. Донцов, в широком смысле — это «случайный или преднамеренный, частный или публичный, длительный или кратковременный, вербальный или невербальный личный контакт двух и более человек, имеющий следствием взаимные изменения их поведения, деятельности, отношений, установок. В узком смысле — система взаимно обусловленных индивидуальных действий, связанных циклической причинной зависимостью, при которой поведение каждого из участников выступает одновременно и стимулом, и реакцией на поведение остальных»⁷⁶.

Существует другая точка зрения на интеракцию как «систематическое устойчивое выполнение действий, которые направлены на то, чтобы вызвать ответную реакцию со стороны партнера, при этом вызванная реакция в свою очередь порождает реакцию воздействующего» (Щепаньский, 1979). Взаимодействие складывается из действий. Каждое социальное действие представляет собой систему, включающую в себя ряд элементов:

- 1) действующий индивид;

⁷⁶ Социальная психология. Словарь / Под общей ред. Петровского А. В. М.: Издательство «ПЕР СЭ», 2005.

- 2) объект воздействия или индивид, на которого воздействуют;
- 3) средства или орудия воздействия;
- 4) метод воздействия или способ использования средств;
- 5) реакция индивида, на которого воздействуют, или результат действия.

Все виды социальных действий можно разделить на приспособление, оппозицию, сотрудничество и конкуренцию. Приспособление — это те действия, которые вызывают желательное поведение индивидов или групп без угрозы каким-либо ценностям или возможностям партнера по общению (приглашение, вовлечение, руководство в совместной деятельности, подражание и т. д.) Оппозиция — действия, которые связаны с угрозами и репрессиями (противопоставление себя другим, репрессии, бунт, враждебность, сопротивление, конфликт.) (Ф. Знанецкий). К указанным видам межличностной интеракции следует добавить сотрудничество (кооперацию), когда продвижение каждого из партнеров к своей цели способствует или, как минимум, не препятствует реализации целей остальных, и соперничество (конкуренцию), когда достижение цели одним из взаимодействующих индивидов затрудняет или исключает осуществление целей других участников совместного действия, компромисс.

Взаимодействие всегда социально, т.е. происходит в группе людей, поэтому в основе интеракции лежат социальные потребности и ресурсы, а сопровождается оно эмоциями и чувствами.

§ 3. Модели межличностного взаимодействия

Примерами межличностной интеракции могут служить различные типы взаимодействия в больших и малых социальных группах — лидерство и руководство, конфликтное взаимодействие, манипуляции и психологические игры. Лидерство, руководство и конфликтное взаимодействие будут рассмотрены нами в специальных лекциях, а различного рода модели взаимодействия, связанные со стратегиями поведения индивидов, рассмотрим в данной лекции. Сторонники бихевиоризма изучили и описали примеры человеческих игр. Например, Г. Келли и Дж. Тибо предложили динамические закономерности согласования стратегий поведения в межличностных отношениях. Согласно теории взаимозависимости исходов «результаты для любого участника про

цесса взаимодействия могут быть сформулированы в терминах вознаграждений, получаемых участником, и издержек, которые он несет; при этом их значение зависит от поведения обоих партнеров. Для некоторых целей вознаграждения и издержки рассматриваются по отдельности, но, как правило, мы предполагаем, что их можно объединить в единую шкалу «ценных качеств» результата. К вознаграждениям мы относим то, что доставляет человеку удовольствие и удовлетворение. Издержки относятся к факторам, которые сдерживают или останавливают проявление любого поведения или фрагмента поведения — такие факторы, как физическое или умственное напряжение или страдание, смятение или тревога и появление всякого рода противоречивых воздействий или разнородных ответных реакций. Размеры вознаграждений и издержек членов диады будут зависеть от их потребностей и ценностей, от их умения и способности осуществлять определенную линию поведения и от соответствия поведения и его результатов их потребностям и ценностям. Пресыщение снижает вознаграждение, а утомление увеличивает издержки»⁷⁷.

Люди сохраняют участие во взаимодействии до тех пор, пока получают больше, чем теряют. Г. Келли и Дж. Тибо вводят два опосредования в действие интерактивного акта:

1. Все познается в сравнении: а) на что рассчитывал; б) что получил.
2. Каковы реальные возможности?

$$П = В > Р$$

$$П = В < Р$$

Р — на что рассчитывал В — возможности П — получил

В качестве независимых переменных выступают возможности взаимного контроля. Считается, что контроль опосредуется способностью влиять на исходы другого (такие, как вознаграждения, платежи, подкрепления, полезности). В качестве зависимых переменных выступают продукты взаимозависимых отношений — нормы, роли, власть. Позитивные платежи могут быть либо материальными, либо психологическими (выигрыш в статусе, власти).

Стремление непременно выиграть, что-то получить иллюстрирует «теория обмена» Хоманса, представителя бихевиористического

⁷⁷ Келли Г., Тибо Дж. Межличностные отношения. Теория взаимозависимости // Современная зарубежная социальная психология. Тексты. М.: МГУ, 1984. С. 66.

направления в психологии. С его точки зрения, социальное поведение человека есть не что иное, как обмен материальными и нематериальными ценностями (например, знаками одобрения). Участвуя в таком обмене, человек нечто отдает (это стоимость) и взамен что-то получает (вознаграждение).

Человек не только стремится к максимальному вознаграждению, но и старается следить за тем, чтобы никто из его окружения не получил большей выгоды. Эту характеристику игр подчеркивал Э. Берн, говоря, что человеческие игры (игры взрослых), как и детские игры, протекают по определенным законам, состоят из серии ходов, но в отличие от открытой, искренней игры детей содержат ловушку, подвох, подстроенный с целью непременно выиграть. В транзактном анализе Э. Берна указывается еще одна особенность психологических игр — *ограниченность правилами*. Игра является в определенной степени способом обезличивания людей. По этому правилу, по которым протекает игра, задаются не уникальностью партнеров, а их социальными ролями, статусом, позицией, обстоятельствами. «Исполнение» каждой роли в игре сопровождается предписанным ей внешним оформлением и соответствующим поведением. В таких играх, как правило, скрываются мотивы, осуществляются бесконечные циклы маскировок, ложного откровения, повторного раскрытия. *Искусственность, личностная неискренность, целенаправленная либо неосознаваемая полностью ложь* являются четвертой особенностью игр и манипуляций.

Не все человеческие игры являются играми-манипуляциями хотя бы потому, что большинство интеракций по своему психологическому содержанию являются игрой. Человек как существо социальное постоянно вступает в отношения с другими людьми с точки зрения ролевых, статусных позиций. Если ролевое взаимодействие не мешает индивидам поддерживать субъект-субъектные отношения, обращаться к партнеру как к ценности, вести диалог и придавать ему статус личностного взаимодействия — это психологическая игра. Манипуляция начинается тогда, когда другой человек становится объектом, средством достижения выгоды одного из партнеров — манипулятора. Поэтому манипуляция — это односторонняя игра, когда цель и правила известны одному партнеру, а другой пребывает в полном неведении. Манипулятор осуществляет постоянный контроль, он скрытен, но его партнер при этом может быть вполне искренним и бескорыстным.

Глава 11. Конфликтное взаимодействие

План

- § 1. Конфликт как социально-психологический феномен
- § 2. Типология конфликтов
- § 3. Структура конфликта
- § 4. Функции конфликта

§ 1. Конфликт как социально-психологический феномен

Конфликт является одним из видов социального взаимодействия индивидов. Существует множество различных подходов к изучению этого феномена. Приведем некоторые из них.

«Философская энциклопедия» (1964) содержит следующее определение конфликта: «Конфликт как предельный случай обострения противоречия».

В «Социологическом словаре» (1991) находим другое определение: социальный конфликт «как предельный случай обострения социальных противоречий, выражающийся в столкновении различных социальных общностей — классов, наций, государств, социальных институтов, социальных групп, и т.п., обусловленном противоположностью или существенным различием их интересов, целей, тенденций развития».

«Психологический словарь» (1983) дает такое определение: конфликт — это «трудно разрешимое противоречие, связанное с острыми эмоциональными переживаниями».

Р. Дарендорф определяет конфликт как «любое отношение между элементами, которое можно охарактеризовать через объективные («латентные») или субъективные («явные») противоположности».

Я. Щепаньский: «Конфликт — это столкновение, вызванное противоречиями установок, целей и способов действий по отношению к конкретному предмету или ситуации»⁷⁸.

Х. Корнелиусом и Ш. Фэром конфликт рассматривается как нераскрытая возможность (преобразования отношений)⁷⁹.

«Конфликт является одним из средств управления, пренебрегая или не владея которым руководитель всегда снижает эффективность своей

⁷⁸ Щепаньский Я. Элементарные понятия социологии. М.: Прогресс, 1969. С. 148.

⁷⁹ Корнелиус Х. и Фэр Ш. Выиграть может каждый. М., 1992.

деятельности»⁸⁰. А. Я. Анцупов, А. И. Шипилов: «Под конфликтом понимается наиболее острый способ разрешения значимых противоречий, возникающий в процессе взаимодействия, заключающийся в противодействии субъектов конфликта и обычно сопровождающийся негативными эмоциями»⁸¹. Б. И. Хасан пишет, что конфликт — это такая характеристика взаимодействия, в которой не могущие сосуществовать в неизменном виде действия взаимодействуют и взаимозаменяют друг друга, требуя для этого специальной организации. При этом важно учитывать, что действие можно рассматривать и во внешнем, и во внутреннем плане.

Вместе с тем любой конфликт представляет собой актуализировавшееся противоречие, т.е. воплощенные во взаимодействии противостоящие ценности, установки, мотивы. Можно считать достаточно очевидным, что для своего разрешения противоречие непременно должно воплотиться в действиях и их столкновении, только через столкновение действий, буквальное или мыслимое, противоречие себя являет (*Хасан, 1996*).

«Конфликт выступает как биполярное явление-противостояние двух начал, проявляющее себя в активности сторон, направленной на преодоление противоречия, причем стороны конфликта представлены активным субъектом (субъектами)⁸². Приведенный неполный перечень определений конфликта позволяет выделить следующие его признаки: наличие столкновения, противостояния, противоречий; активность субъектов, направленная на преодоление имеющихся противоречий, и наличие субъекта или субъектов как носителей конфликта. Таким образом, находиться в конфликте человек может только с кем-либо (группой, с другим человеком, собой), что означает возможность взаимодействия сторон.

§ 2. Типология конфликтов

Конфликтное взаимодействие осуществляется в различных по масштабу социальных группах, захватывает в сферу своего существования множество людей, различным образом мотивированных и осуществляющих различное поведение. Этим объясняется обширная типология конфликта.

⁸⁰ Бородин Ф. М., Коряк Н. М. Внимание: конфликт! М.: Наука, 1989. С. 87.

⁸¹ Анцупов А. Я., Шипилов А. И. Конфликтология. М., 1999. С. 8.

⁸² Гришина Н. В. Психология конфликта. СПб.: Питер, 2000. С. 17.

1. Глобальные и региональные конфликты. С. М. Емельянов пишет: «Под глобальными конфликтами понимаются конфликты, обусловленные глобальными проблемами современности, затрагивающие интересы всего человечества и несущие угрозу существованию человечества»^{83,90}.

2. Региональные конфликты — это такие конфликты, которые возникают на основе противоречий, складывающихся между отдельными государствами, коалициями государств или отдельными региональными субъектами социального взаимодействия внутри государства, и охватывающие большие географические и социальные пространства.

3. Экономические конфликты — столкновение экономических интересов, обусловленных положением и ролью в системе общественных отношений (отношений собственности, власти, права и т.д.) субъектов социального взаимодействия (наций, государств, классов).

4. Политические конфликты — противостояние субъектов социального взаимодействия (наций, государств, политических партий, организаций и т.д.) на основе противоположных политических интересов, ценностей, взглядов, целей, обусловленных положением и ролью в системе власти.

5. Социальные конфликты — это формы противостояния граждан с властями, обусловленные ущемлением интересов граждан.

6. Организационные конфликты.

Конфликты в организации могут рассматриваться по нескольким основаниям:

— *субъекты конфликта*: межличностные, межгрупповые, между структурными подразделениями, между группами сотрудников одного подразделения, между руководством организации и персоналом, между администрацией и профсоюзами, в системе «личность-группа» и т.д.;

— *источники конфликта*: конфликты между структурными подразделениями, например, между производственными отделами и отделом маркетинга; инновационные конфликты, связанные с изменениями в организации; позиционные конфликты (на основе вопроса о значимости тех или иных субъектов социального взаимодействия внутри организации); динамические конфликты, обусловленные социально-психологической динамикой организации;

⁸³ Емельянов С. М. Практикум по конфликтологии. СПб.: Питер, 2000. С. 303.

— *типы функциональной системы*: организационно-технологические конфликты; социально-экономические; административно-управленческие; социально-психологические (борьба за лидерство, нарушение групповых норм, столкновение групповых интересов, целей и ценностей и т.д.).

7. Конфликты в семье: супружеские, между родителями и детьми, между родственниками; ценностные, позиционные (за лидерство, например); эмоциональные (неудовлетворенность потребности в положительных эмоциях), хозяйственно-экономические, открытые и скрытые и т.д.

8. Межличностные конфликты — ситуация взаимодействия людей, при которой они либо преследуют несовместимые цели, либо придерживаются несовместимых ценностей и норм, пытаясь реализовать их во взаимоотношениях друг с другом, либо одновременно в острой конфликтной борьбе стремятся к достижению одной и той же цели, которая может быть достигнута лишь одной из конфликтных сторон.

9. Внутрличностный конфликт — столкновение примерно равных по силе, но противоположно направленных мотивов, потребностей, интересов, влечений и т.п., у одного и того же человека.

Классификация конфликтов по М. Дойчу:

а) *подлинный конфликт* имеет место, когда объективная конфликтная ситуация существует и стороны считают, что структура их целей, интересов конфликтна, т.е. правильно оценивают друг друга и ситуацию в целом;

б) *случайный или условный конфликт* зависит от легко изменяемых обстоятельств, однако это не осознается сторонами;

в) *смещенный конфликт* — это «явный конфликт», за которым скрывается некоторый другой, скрытый конфликт, лежащий в основе явного;

г) *неверно приписанный конфликт* существует между ошибочно понятыми сторонами и, как результат, по поводу ошибочно истолкованных проблем. Объективная конфликтная ситуация существует, и стороны воспринимают ситуацию как конфликтную, однако, с теми или иными отклонениями от действительности;

д) *латентный конфликт* — это такой конфликт, который должен был бы произойти, но которого нет, поскольку он по тем или иным причинам не осознается сторонами. Объективная конфликтная ситуация существует, но нет конфликтного взаимодействия. В этом случае мы, по сути, имеем дело с

конфликтом как социально-психологическим явлением, поскольку психологически он для сторон не существует;

е) *ложный конфликт* происходит, когда отсутствуют «объективные основания» для конфликта, и последний существует только в силу ошибок восприятия, понимания.

Классификация конфликтов К. Левина:

1. *Конфликт «приближение-приближение»*, возникающий как следствие противоречия между стремлениями к достижению двух или более позитивных, но взаимоисключающих целей.

2. *Конфликт «удаление-удаление»*, который является следствием необходимости выбора между такими альтернативами, каждая из которых сама по себе нежелательна.

3. *Конфликт «приближение-удаление»*, являющийся следствием выбора между такими альтернативами, каждая из которых несет в себе желательные и нежелательные последствия (Цит. по)⁸⁴.

§ 3. Структура конфликта

Структура конфликта включает в себя следующие элементы.

Участники. Участников или оппонентов может быть два или более. Это конфликтанты, кроме них в число участников входят сочувствующие, провокаторы (подстрекатели), примирители, консультанты, невинные жертвы. Оппоненты в конфликте обладают некоей «силой» или ресурсом, с которым связана возможность победы. В ситуации конфликта основная задача — увеличение ресурса.

Основа, почва конфликта, т.к. беспочвенных конфликтов не бывает. В качестве почвы могут выступать мнения, интересы, представления, которые приходят в столкновение.

Конфликт возникает только тогда, когда есть зона разногласий или основа конфликта — это предмет спора, факт или вопрос (один или несколько), вызвавший разногласия. Зона разногласия не всегда очевидна и легко распознаваема. Часто и сами участники ее не четко представляют. Границы зоны разногласий подвижны. В ходе конфликта они могут сужаться или расширяться. Например, когда в ходе дискуссии «переходят на личности». Неделимость объекта является одним из условий существования

⁸⁴ Вестник ЛГУ. Вып. 2. 1979. С. 61.

конфликта. Неделимость может быть как физическим свойством объекта (место начальника предназначено только для одного индивида), так и следствием желаний, интересов одного из оппонентов

Представления о ситуации. Каждый из участников составляет свое представление о ситуации, сложившейся в зоне разногласий и охватывающей все связанные с ней обстоятельства. Эти представления часто не совпадают. Это может являться причиной или основой конфликтной ситуации. Никто не знает, как представляет себе ситуацию другой, пока тот не сообщит об этом, но для возникновения конфликта не имеет значения ни то, что действительно ли ситуация такова, какой ее видят, ни то, верно ли судят вовлеченные в нее люди об образе мыслей друг друга. Существует так называемая теорема Томаса: «Если ситуация определяется как реальная, она реальна по своим последствиям». Если кто-то полагает, что вступил в конфликт, то он на самом деле оказывается в конфликте. Хотя тот, с кем он конфликтует, может об этом даже не подозревать. Чехов однажды встретился с преступником, который убил совершенно незнакомого человека, сидевшего с ним за одним столом в ресторане. «За что ты его?» — спросил Чехов. — «Да он так противно чавкал, что я не выдержал», — ответил убийца. (Цит. по⁸⁵).

Инцидент. Для того, чтобы конфликт произошел, необходимо не только восприятие хотя бы одной стороной ситуации как конфликтной, но и действий оппонентов, направленных на достижение их целей. Такие действия называются инцидентом. Следовательно, конфликт — это конфликтная ситуация плюс инцидент.

Как пишут Ф. М. Бородкин и Н. М. Коряк, «конфликтная ситуация может существовать задолго до того, как произойдет прямое столкновение оппонентов. Конфликтная ситуация и инцидент «ведут себя» независимо. Например, конфликтная ситуация может определяться объективными обстоятельствами, а инцидент — возникнуть случайно. Кроме того, конфликтная ситуация может создаваться объектом намеренно, ради достижения определенных целей в будущем, но может быть порождена и намеренно, но без определенной цели, иногда и во вред себе. То же самое относится и к инциденту»⁸⁶. У каждого из оппонентов есть своя внутренняя причина, толкающая его на конфликт. Это так называемый *мотив конфликта*.

⁸⁵ Конфликтология / Под ред. А. С. Кармина. СПб.: Лань, 1999. С. 31.

⁸⁶ Бородкин Ф. М., Коряк Н. М. Указ. соч. С. 20.

Конфликтные взаимодействия между одними и теми же оппонентами могут оказаться безразличными к объекту и держаться только на мотиве. Для постороннего наблюдателя такие отношения будут выглядеть как враждебные. Это эмоциональные конфликты. Любой деловой конфликт, оппоненты которого постоянны, имеет тенденцию переходить в эмоциональный, то есть, во-первых, может произойти «потеря» объекта и цели конфликта и, во-вторых, сформируется негативное отношение оппонентов друг к другу»⁸⁷.

Конфликтное поведение. Когда у людей есть зона разногласий, есть различные представления о ситуации, возникающей в связи с существованием этой зоны, есть противоречащие друг другу, одновременно не осуществимые мотивы и цели, то люди начинают вести себя так, что их действия сталкиваются. Действия одной стороны по достижению цели мешают действиям другой достичь своей.

Конфликт подобен айсбергу: действия образуют его «надводную» часть, все остальное (мотивы, зоны разногласий, мотивы конфликтантов) — «подводную». Ситуация осложняется тем, что конфликтанты могут скрывать какие-то свои действия друг от друга и от посторонних.

Действия одной из конфликтующих сторон, которые другая сторона оценивает как конфликтные, враждебные, направленные против нее, могут быть следующими:

- прямые или косвенные помехи для осуществления планов или намерений другой стороной;
- невыполнение одной стороной своих обязательств или обязанностей по отношению к другой;
- захват или удержание того, что, по мнению одной стороны, не должно находиться во владении другой;
- нанесение прямого или косвенного вреда имуществу или репутации другой стороне, например, слухи;
- унижающие человеческое достоинство поступки, в том числе словесные оскорбления и оскорбительные требования;
- угрозы и другие принуждающие действия, заставляющие другого человека делать то, что он не хочет и не обязан делать;
- физическое насилие.

⁸⁷ Бородкин Ф. М., Коряк Н. М. Указ. соч. С. 7-21.

Существуют конструктивные и деструктивные пути выхода из конфликтной ситуации. Конструктивный путь выхода из конфликта предполагает интенсификацию усилий, замену средств достижения цели, замену цели, переоценку ситуации.

К деструктивным способам выхода из конфликта можно отнести агрессию (прямую атаку на препятствие или барьер, посторонние объекты), бегство от ситуации.

Кеннетом У. Томасом и Р. Х. Килменном в 1972 г. предложена следующая система, описывающая типы поведения человека в конфликтной ситуации. Основные стили поведения связаны с общим источником любого конфликта — несовпадением интересов двух или более сторон.

Стиль поведения в конкретном конфликте определяется в той мере, в которой вы хотите удовлетворить собственные интересы (действуя пассивно или активно) и интересы другой стороны (действуя совместно или индивидуально)⁸⁸.

Разберем особенности стилей поведения в конфликте на примере поведения Петра и Павла.

Стиль конкуренции. Петр, выбравший данный стиль, весьма активно и самостоятельно идет к разрешению конфликта. Он не очень заинтересован в сотрудничестве с Павлом, но зато способен на волевые решения. Этот стиль эффективен, если Петр обладает достаточным авторитетом и знает, что предлагаемое им решение — наилучшее из имеющихся; если решение необходимо принять быстро и у Петра достаточно власти для этого; если исход очень важен для Петра и он делает большую ставку на свое решение возникшей проблемы. Петру следует помнить, что когда он использует этот подход, то может быть не очень популярным, но завоеует признание, если получит положительный результат⁸⁹.

Стиль уклонения. Петр может выбрать данный стиль поведения в конфликте, если затрагиваемая проблема не столь важна для него, когда он не хочет тратить силы на ее решение или когда чувствует, что находится в безнадежном положении, так же когда чувствует себя неправым или Павел обладает большей властью. Этот стиль может оказаться подходящим в тех случаях, когда Петр вынужден общаться со сложным партнером Павлом, или когда пытаться решить проблему немедленно — опасно, поскольку вскрытие и открытое обсуждение конфликта может только ухудшить си-

⁸⁸ Фишер Р. и Ури У. Путь к согласию. М.: Наука, 1990. С. 26.

⁸⁹ Там же. С. 31.

туацию. Можно заняться конфликтом и позже, когда Петр будет больше готов к этому.

Стиль приспособления означает, что Петр, выбравший его, действует совместно с Павлом, не пытаясь отстаивать собственные интересы. Этот стиль Петр может использовать, когда исход дела чрезвычайно важен для другого (Павла) и не очень существенен для Петра. Но, если Петр считает, что при этом он уступает в чем-то важном для себя и чувствует в связи с этим неудовлетворенность, то выбор этого стиля нежелателен. Он также неприемлем, если Петр чувствует, что Павел не собирается поступиться чем-то, или он не оценит сделанного Петром поступка. Приспособление как стратегия поведения Петра приемлема, если в данный момент необходимо только смягчить ситуацию, а потом он предполагает вернуться к этому вопросу и отстоять свою позицию.

Стиль сотрудничества. Выбрав этот стиль, Петр активно участвует в разрешении конфликта и отстаивает свои интересы, но старается при этом сотрудничать с Павлом. Этот стиль требует от Петра и Павла более продолжительной работы, поскольку им предстоит сначала «выложить на стол» свои нужды, заботы и интересы, затем обсудить их. Этот стиль особенно эффективен, когда стороны имеют различные скрытые нужды. В таких случаях бывает затруднительным определение источника неудовлетворенности, поскольку существует различие между внешними позициями в споре и подспудными интересами и нуждами, которые служат истинными причинами конфликта.

Стиль компромисса. В этом случае Петру нужно будет немного уступить в своих интересах, чтобы удовлетворить их в оставшемся. Павел делает то же самое. Компромисс позволяет достичь согласия на более поверхностном уровне, нежели сотрудничество. Стиль компромисса наиболее эффективен в тех случаях, когда обе стороны хотят одного и того же, но знают, что одновременно это для них не выполнимо. Компромисс наиболее эффективен, если обе стороны обладают одинаковой властью и имеют взаимоисключающие интересы, если их может устроить временное решение или это позволит им сохранить отношения и одна из сторон предпочитает получить хоть что-то, чем все потерять.

Завершение конфликта представляет собой прекращение конфликта по любым причинам. Основными формами завершения конфликта являются разрешение, урегулирование, затухание, устранение, перерастание в другой конфликт

§ 4. Функции конфликта

В конфликтологии принято выделять следующие функции конфликта.

Деструктивная функция конфликта имеет место, когда его существование порождает состояния дискомфорта, стресса, фрустрации у участников взаимодействия, мешает производству, семейным отношениям, угрожает существованию системы.

Конструктивная функция конфликта имеет место, когда в результате его разрешения проявляются отношения, завершается кризис личности, группа выходит на новый этап развития. Например, социокогнитивные конфликты — источник интеллектуального развития ребенка (Ж. Пиаже, К. Левин). Социокогнитивные конфликты — это ситуация, когда индивиды имеют разные ответы на одну и ту же проблему и мотивированы на достижение совместного решения. Чем значительнее этот конфликт для участников ситуации, тем потенциально сильнее его влияние на их интеллектуальное развитие.

Конфликт (противоречие) как источник развития группы. В совместной деятельности соперничество (сотрудничество, конкуренция) играет роль своеобразного «катализатора» развития способностей. Это так называемый продуктивный конфликт (Б. Ф. Ломов).

Познавательная функция конфликта имеет место, когда он играет роль проверки и коррекции имеющихся у сторон образов ситуаций.

Интегративная функция, когда внешний конфликт может сплотить группу перед лицом внутренних проблем.

Функция стабилизации, когда, обнажая объективные противоречия, устраняя их на стадии разрешения, конфликт освобождает группу от подтачивающих ее факторов.

Сближающая функция, когда конфликт дает возможность партнерам поговорить начистоту и таким образом сблизиться.

Функция разрядки напряжения, «оздоровления» отношений. А. С. Макаренко называл это «методом взрыва». В коллективе всегда существует целый комплекс различных противоречий «разных степеней конфликтности». Выбирая «из общей цепи конфликтных отношений самое яркое, выпирающее и убедительное, для всех понятное», Макаренко рекомендует разрешать его методом «взрыва», когда конфликт доводится до последнего предела, до такого состояния, когда ребром поставлен вопрос — или быть членом общества, или уйти из него. В результате происходит

разрушение неверно сложившихся отношений, на месте которых строятся новые.

Резюме

1. В обществе в процессе совместной деятельности индивиды вступают в отношения, содержание и характер этих отношений изучают различные дисциплины. Часть этих отношений, опосредованная особенностями психической деятельности, есть межличностные отношения. Они могут быть как формальные (ролевые), так и неформальные (межличностные). Их особенности изучаются в рамках различных по величине социальных групп.

В основе межличностных отношений лежат потребности, психологические ресурсы и чувства людей.

Межличностные отношения — сложный процесс, состоящий из социальной перцепции, межличностной коммуникации и интеракции.

2. Социальная перцепция — процесс восприятия и понимания человека человеком, опосредованный системой ценностей. Результатом восприятия другого человека является создание перцептивного образа.

3. Межличностная коммуникация — процесс обмена различными представлениями, идеями, чувствами, знаниями, эмоциями, установками взаимодействующих между собой людей.

Специфика межличностной коммуникации заключается в том, в ходе ее, во-первых, происходит обмен информацией, во-вторых, в процессе межличностной коммуникации осуществляется взаимовлияние партнеров посредством системы знаков, в-третьих, межличностная коммуникация предполагает единую систему кодификации и декодификации.

Существуют вербальные и невербальные средства межличностной коммуникации. Средства коммуникации — визуальные, акустические, тактильно-кинестетические, ольфакторные, речевые.

В социальной психологии выделяют следующие виды трудностей общения: ситуативные трудности, смысловые трудности, мотивационные трудности, барьеры представлений о другом, отсутствие обратной связи.

4. Интеракция как межличностное взаимодействие может рассматриваться в широком и узком смысле слова. Взаимодействие складывается из действий. Все виды социальных действий можно разделить на приспособление, оппозицию, сотрудничество и конкуренцию.

5. Конфликт является одним из видов социального взаимодействия индивидов. Под конфликтом принято понимать острый способ разрешения значимых противоречий, возникающий в процессе взаимодействия,

закрывающийся в противодействии субъектов конфликта и обычно сопровождающийся негативными эмоциями.

Структура конфликта включает в себя следующие элементы: участники, основу или почву, представления о ситуации, инцидент, мотив конфликта, конфликтное поведение.

Существуют конструктивные и деструктивные пути выхода из конфликтной ситуации. Конструктивный путь выхода из конфликта предполагает интенсификацию усилий, замену средств достижения цели, замену цели, переоценку ситуации.

К деструктивным способам выхода из конфликта можно отнести агрессию (прямую атаку на препятствие или барьер, посторонние объекты), бегство от ситуации.

Вопросы для самопроверки

1. Приведите определение межличностных отношений.
2. Что является результатом восприятия другого человека?
3. В чем специфика межличностной коммуникации?
4. Назовите вербальные и невербальные средства межличностной коммуникации.
5. Для чего нужна обратная связь в межличностной коммуникации?
6. Вспомните определение межличностной интеракции.
5. Дайте определение и структуру конфликта.
6. Каковы пути выхода из конфликта?
7. Перечислите типы поведения в конфликтной ситуации.

Список литературы

Обязательная

1. Андреева Г. М. Социальная психология. М.: МГУ, 1980
2. Федоров Ю. М. Социальная психология. Тюмень: Изд-во ТюмГУ, 1997.

Дополнительная

1. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Психология человеческих взаимоотношений; Люди, которые играют в игры. Психология человеческой судьбы. СПб.: Лениздат, 1992.
2. Бодалев А. А. Личность и общение. М.: Международная педагогическая академия, 1995.
3. Бородкин Ф. М., Коряк Н. М. Внимание: конфликт! М.: Наука, 1989.
4. Доценко Е. Л. Психология манипуляции. М.: МГУ, 2000.
5. Гришина Н. В. Психология конфликта. СПб.: Питер, 2000.

6. Каган М. С. Мир общения: Проблема межсубъектных отношений. М.: Политиздат, 1988.
7. Коломенский Я. Человек: психология. М.: Педагогика, 1986.
8. Кроник А., Кроник Е. В главных ролях: вы, мы, он, ты, я. М.: Мысль, 1989.
9. Леонтьев А. А. Психология общения. 3-е изд. М.: Смысл, 1999.
10. Мелибруда Е. Я — Ты — Мы. Психологические возможности улучшения общения. М.: Прогресс, 1986.
11. Ольшанский В. Б. Практическая психология для учителей. М.: Онега, 1994.
12. Петровская Л. А. Компетентность в общении. М.: МГУ, 1989.
13. Психология влияния / Под ред. А. В. Морозова. СПб.: Питер, 2000.
14. Согомонов А. Ю. Социально-нравственная природа зависти // Философ. науки. 1989. № 8.
15. Социальная психология личности в вопросах и ответах / Под ред. В. А. Лабунской. М.: Гардарики, 1999.
16. Уткин Э. Я. Конфликтология. Теория и практика. М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем»; Изд-во «Экмос», 2000.
17. Шибутани Т. Социальная психология. Ростов н/Д: Феникс, 1999.
18. Шостром Э. Анти-Карнеги. Минск: ООО «Попурри», 1996.

РАЗДЕЛ V. СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ГРУППОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

Основные вопросы раздела. Группа как социально- психологический феномен. Традиции в социологическом и социально-психологическом исследования малых групп на Западе: Э. Мэйо, Дж. Морено, К. Левин, Д. Хоманс и др. История исследования малых групп и коллективов в отечественной социальной психологии. Понимание групповой динамики. Механизмы образования и развития малых групп. Условия включения индивида в группу. Понятие групповых норм и их формирование. Отклонения от групповых норм. Феномен конформизма в группе. Групповое давление и конформизм. Понятие групповой сплоченности. Исследование групповой сплоченности в отечественной социальной психологии. Групповая динамика. Основные параметры и социометрическая структура группы. Социально-психологический климат группы. Групповая совместимость. Проблема групповой сплоченности.

Малая группа. Понятие «малой группы». Качественные и количественные характеристики малой группы. Классификация малых групп: первичные и вторичные, формальные и неформальные, открытые и закрытые, группы членства и референтные и т.д. Структура малой группы: формальная, неформальная. Положение индивида в группе. Значение различных типов малых групп для детерминации поведения индивида. Структурные и динамические аспекты малых групп. Лидерство в малых группах. Методики выявления лидеров в малых группах. Механизмы развития группы, проблема группового давления, конформизм. Модели развития групп. Эффективные способы управления малой группой

Референтность. Виды референтных групп. Признаки и типы референтных групп. Функции референтных групп. Межличностные отношения в производственных коллективах как малых группах. Социальная группа. Коллектив. Проблема принятия группового решения, эффективности групповой деятельности. Социально- психологический климат группы.

Феномены межгруппового взаимодействия. Феномены больших социальных групп. Психология примитивной группы. Социально-психологические методы изучения внутригрупповых феноменов.

Основные понятия раздела. Группа, референтная группа, групповое давление, групповая динамика, групповая сплоченность.

Глава 12. Социально-психологические проблемы группы

План

- § 1. Группа как социальный организм
- § 2. Классификация групп
- § 3. Структура группы
- § 4. Основные этапы жизни группы
- § 5. Групповая динамика
- § 6. Социально-психологический климат организации

§ 1. Группа как социальный организм

Термин «группа» появился лишь в новейшее время. В лексикон слово «группа» пришло из Италии. Сначала это был технический термин из сферы изящных искусств: *giorro* или *giorro*, обозначавший несколько симметрично скомпонованных фигур, составляющих сюжет живописного, графического или скульптурного произведения, например, скульптурная группа «Лаокоон» родосских мастеров. Во Франции со середины XVIII в. оно начинает употребляться для обозначения круга, собрания людей. В русский язык слово пришло из немецкого. В Словаре В. Даля словом «группа» названы чета, купа, кучка, связь, сноп, цепь, кружок, толпа⁹¹.

Социально-психологические исследования процессов в малых группах осуществлялись в рамках социологического подхода, начатого хоуторнским экспериментом Э. Мейо, групподинамического подхода К. Левина, социометрического направления Дж. Морено, деятельностного подхода А. Н. Леонтьева и А. В. Петровского и т.д.

В социальной психологии под группой понимается «ограниченная в размерах общность людей, выделяемая из социального целого на основе определенных признаков»⁹⁰. Группа — человеческая общность, выделяемая в социальном целом на основе определенного признака (наличие или характер совместной деятельности, уровень развития межличностных отношений, особенности организаций и т.п.). Это может быть нация, личный состав воинской части, всемирное общество поклонников творчества (или иных достоинств) «Битлз», а может быть хоккейная

⁹⁰ Психология. Словарь / Под общ. ред. А. В. Петровского, М. Г. Яро-шевского. М.: Политиздат, 1990. С. 84.

команда, экипаж космического корабля, семья или клуб любителей кактусов (Берн, 2000).

«Группа — любое собрание людей, которые включены в последовательную, координированную деятельность — деятельность сознательно или бессознательно подчиненную какой-либо общей цели, достижение которой принесет участникам какого-то рода удовлетворение».

§ 2. Классификация групп

В социальной психологии существуют различные подходы к изучению групп, эти подходы и обусловили основания для их классификации.

Классификация групп, предложенная Г. М. Андреевой:

1) условные — реально не существуют и реальные;

2) реальные:

— лабораторные,

— естественные;

3) большие:

— неорганизованные,

— организованные;

4) малые:

— развивающиеся (становящиеся),

— коллектив.

Существуют иные подходы для классификации групп.

Классификация, построенная на общих основаниях:

— **размер** (большие, малые, микрогруппы: диады);

— **общественный статус** (официальные или формальные и неофициальные, неформальные);

— **уровень развития** (ассоциации, корпорации, диффузные группы, коллектив, команда);

— **характер совместной деятельности** (реальные, условные, лабораторные).

Классификация по уровню группового сознания (Л. И. Уманский):

— **группа-конгломерат** — еще не осознавшая единой цели своей деятельности (аналогичны этому понятию диффузная или номинальная группы);

— **группа-ассоциация** — имеющая общую цель; все остальные признаки (подготовленность, организационное и психологическое единство) отсутствуют;

— **группа-кооперация** — характеризуется единством целей и деятельности, наличием группового опыта и подготовленности;

— **группа-корпорация** — которую выше кооперации ставит наличие организационного и психологического единства (иногда такую группу называют автономной). Для корпорации характерно проявление группового эгоизма (противопоставление себя другим группам, личностям, обществу) и индивидуализма вплоть до асоциальности (например, банда);

— **группа-коллектив** — отличается наиболее высоким уровнем социального развития, целями и принципами высокого гуманизма. Гомфотерный («сбитый») коллектив — в котором ко всем прочим качествам добавляется психофизиологическая совместимость (например, экипаж космического корабля).

Классификация по характеру преимущественной направленности активности:

— **группа «Internal»** (Int-группы) направлена внутрь группы, на ее членов, всех вместе или по отдельности, например, неформальная (неофициальная) группа, не имеет юридически фиксированного статуса, для нее характерны отношения дружбы, проявления симпатии, эмоциональной притягательности, взаимопонимания и уважения; детские клубы; психотерапевтические группы и т.п.;

— **группа «External»** (Ext-группы) направлена вовне ее, например, партии, объединения волонтеров, масонские ложи и т.п.

Существуют и иные основания для классификации групп.

Первичная группа — члены ее связаны сильными эмоциональными связями (семья) и **вторичная группа** — связи между ее членами менее эмоциональны, но более рациональны (Ч. Кули). К первичным можно отнести и студенческую группу, и рабочий коллектив.

Формальные — группы, в которых взаимодействие формализовано инструкциями и указаниями, и **неформальные**, группы в которых взаимодействие не регламентировано (Э. Мейо).

Перечислим несколько социально-психологических характеристик групп. **Групповая совместимость**, проявляющаяся в способности ее членов согласовывать свои действия и оптимизировать взаимоотношения. Различают физиологическую, психофизиологическую (совместимость темпераментов), психологическую (по интересам), идеологическую (ценностно-ориентационное единство).

Социально-психологический (психологический, морально-психологический) климат или атмосфера — это качественная сторона межличностных отношений в группе, совокупность психологических условий, способствующих или препятствующих продуктивной совместной деятельности; совокупность ценностей и норм как основы совместной деятельности членов группы.

Ценностно-личностные ориентации (ЦЛО) — свойства личности, наиболее ценимые в данной группе: талант, положение в обществе, обаяние, деловые качества, физическая сила и т.п. (А. В. Петровский). **Коэффициент (индекс) групповой сплоченности (взаимности).** Чем он выше, тем, как правило, сильнее группа. **Характер взаимодействия** (различаются по характеру взаимодействия). **Чувство причастности, принадлежности** членов группы к ее целям, лидеру, миссии и т.д. **Групповая идентичность (тождественность)** — чувство «мы». Необходимо обозначить такое понятие, как «член группы». Это индивид, систематически общающийся и взаимодействующий с другими индивидами, состоящими в группе. Его действия и мнение оказывает влияние на судьбу группы. **Референтность группы для ее членов**, т. е. значимость норм, ценностей, мнений, на которые индивид ориентируется в своем поведении в первую очередь. Из ряда групп, к которым он принадлежит (школьный класс, семья, дворовая компания, спортивная секция, музыкальная группа), референтной является одна. Иногда такую группу называют эталонной. «Понятие эталонной группы (референтной) служит для обозначения такой группы, реальной или воображаемой, чья система взглядов используется воздействующим лицом как система эталонов»⁹¹. Типы референтных групп (по Т. Парсонсу): нормативные — индивид мечтает быть ее членом, во всем следует ее правилам, сравнительные — индивид не желает быть ее членом, но использует только для сравнения, например, зарплаты, условий работы или учебы, негативные — индивид отрицает все характерное для какой-либо группы (чужие, враги).

В обществе группа выполняет следующие функции (по Н. Смелзеру):

- 1) социализирующую (семья, дружеская компания);
- 2) инструментальную (организация как большая группа, музыкальная группа, экипаж самолета и т.д.);

⁹¹ Шибутани Т. Социальная психология. Ростов н/Д.: Феникс, 1999. С. 212.

3) экспрессивную (объединения для выражения чувств членов семьи в день рождения, болельщиков на стадионе и т.д.);

4) поддерживающую (объединяются для психологической поддержки в трудной ситуации).

§ 3. Структура группы

Структура группы может быть сложной или простой, но всегда следует различать внешнюю и внутреннюю структуры. Внешняя структура позволяет выделиться группе в социуме через такие атрибуты, как название, фирменные знаки и т.д.

Внутренняя структура может отражать, например, горизонтальную и вертикальную системы отношений: деловые и межличностные; специфику группы (организационная карта, права и обязанности подразделений, расписаны зоны ответственности каждого члена группы, штатное расписание); делить группу на лидера и ее членов и т.д. К внутренней относится также публичная структура — надписи на кабинетах и частная структура — личный взгляд члена группы на структуру.

§ 4. Основные этапы жизни группы

Как любой организм, группа имеет цикличность жизни. Полный цикл (по Э. Берну) включает:

1. Замысел или дородовую стадию, когда будущая группа существует в воображении ее отцов-основателей или лидера. Создается временный групповой образ.

2. Рождением группы можно считать момент, когда хотя бы два первых его члена приступили к реализации первого намеченного дела. Собирается группа единомышленников.

3. Становление группы характеризуется ростом численности ее членов, формированием ядра, актива, ауры; поиском режима и форм работы, получением первых результатов. Рождается структура, складываются традиции, налаживаются внешние связи. Это самый длительный период жизни группы и плодотворный для развития ее членов, роста авторитета лидера.

4. Расцвет — период наивысшей эффективности реализации задач группы, наиболее благоприятного социально-психологического климата.

5. Старение, увядание сопровождается ухудшением целого ряда характеристик и параметров группы вплоть до утраты некоторых функций, может быть подмена одних задач другими, иногда прямо противоположными объявленным в начале существования группы. При

этом внешние формы существования группы могут оставаться практически неизменными (те же люди, атрибуты, традиции, некоторые формы и методы работы, то же помещение и т.д.).

6. Смерть группы означает утрату большинства функций, почти нулевую эффективность работы в области главной задачи, невысокий средний уровень взаимоотношений, потерю интереса к результатам своей деятельности у членов группы, упадок энтузиазма даже самых приверженных ее членов, склонность к идеализации прошлого⁹².

§ 5. Групповая динамика и групповые процессы

Групповая динамика — это процесс, посредством которого взаимодействие между конкретными индивидами уменьшает напряжение каждого из них в данной ситуации или приводит к их взаимному удовлетворению.

Динамика группы может быть описана следующими изменениями в ее жизни:

1. Знакомство. Состояние равновесия, когда члены группы знакомятся, выясняют, «кто есть кто».

2. Лабилизация. Под влиянием внешних и внутренних факторов нарастает определенное напряжение в отношениях членов группы, которое приводит к разрушению или угрозе разрушения структуры группы. Происходит конфликт, который призван разрешить возникшее противоречие и вывести группу на новый этап развития. В случае конструктивного разрешения конфликта, происходит пере-структурирование, и группа вступает в конструктивную фазу. Могут быть и другие последствия конфликтов в группе: организационные изменения в группе (изменение цели, изменение плана действий по достижению уже имеющейся цели, изменение структуры, смена руководителя группы), образование подгрупп, удаление инакомыслящих членов, выбор «козла отпущения», распад группы. ^

В малой группе протекают следующие социально-психологические процессы.

1. Процесс образования малой группы как потребность общественного разделения труда и превращение группы в психологическую общность.

⁹² Берн Э. Лидер и группа. О структуре и динамике организаций и групп. Екатеринбург: Литур, 2000.

2. Феномен «группового давления», явление конформности или подчинения требованиям группы. Различают конформность внешнюю, внутреннюю, «конформность наоборот» (относительно независимая позиция). Поведение члена группы зависит от меры конформности (А. В. Петровский): принятие мнения группы; конформность, коллективизм. Давление на группу может оказывать нормативное большинство и информационное меньшинство.

3. Процесс групповой сплоченности — степень приверженности к группе ее членов. В качестве критериев могут выступать: большее число положительных выборов (Дж. Морено); частота и прочность коммуникативных связей (Л. Фестингер); согласие, сходность ориентаций и значимых ценностей (Т. Ньюком); взаимосвязь операциональных и символических целей группы (А. Бейвелас); стратометрические показатели деятельностного опосредования межличностных отношений в коллективе (школа А. В. Петровского) и т.д.

4. Организация руководства и лидерство в группе. Отличия лидера от руководителя: по регуляции социальных отношений; по природе; по уровню стабильности; по санкциям; по решениям; по сфере деятельности. Проблема единства руководства и лидерства. Стили лидерства и руководства: авторитарный, демократический и популистский (К. Левин).

5. Процесс принятия групповых решений. Эффективность существования группы требует принятия групповых решений. Это происходит через групповую дискуссию (совещания, диспуты, «мозговая атака», генерирование и критика идей и т.д.). Эффективность групповой деятельности: проявляется в производительности труда, удовлетворенности членов группы совместной деятельностью и т.д.

6. Процесс развития групповой жизни в совместной деятельности.

Согласно теории Б. Такмена развитие группы осуществляется в *межличностной сфере*, через следующие стадии: поиск взаимоприемлемого поведения в группе; взаимодействие, в том числе конфликт; групповая сплоченность; стадия образования ролевой структуры; в *сфере деловой активности* через поиск оптимального решения задач, согласование личных намерений и групповых предписаний, понимание намерений друг друга, принятие решений.

К большим социальным группам относятся социальные слои и классы, профессионально-производственные группы, группы-организации, национально-этнические группы, территориальные (региональные) группы,

религиозные, социально-демографические, стихийные группы (толпа, масса, публика) и массовые социальные движения (стремящиеся к организации — глобальные, локальные и анархистские, преступные группы) и др.

В больших группах протекают следующие социально-психологические процессы:

1. Формирование социально-значимых черт личности на макросоциальном уровне.

2. Регулируется поведение индивидов через особые формы общения: нравы, обычаи, традиции, образ жизни и т.д.

3. Осуществляется особый тип контактов, особые интересы, потребности, ценности, наличие специфического языка индивидов, составляющих большие группы.

4. Происходит типизация индивидуального в личности члена большой группы.

В следующих лекциях мы подробно разберем социально-психологические проблемы больших социальных групп. Сейчас мы лишь кратко отметим необходимые аспекты этого феномена.

Типология больших социальных групп.

1. Стихийные группы (толпа, масса, публика, аудитория).

2. Социальные движения: глобальные, локальные

Социально-психологические процессы в толпе: быстрый сбор, возбуждение и переход к действиям, возможность элементов организации, взаимодействие лидера и толпы; возможность агрессивных действий; преобладание эмоциональных реакций.

Социально-психологические характеристики массы: стабильность образования, организованность, разнородность, неустойчивость.

Социально-психологические функции публики: сбор для совместного времяпрепровождения, возможность неуправляемости.

Социально-психологическая специфика аудитории: управляемость.

Основные характеристики социальных движений: в основе общественное мнение; целью является изменение ситуации; наличие программы; четкое понимание средств достижения целей; социальное движение реализуется в массовом поведении (митинги, демонстрации, съезды).

§ 6. Социально-психологический климат организации

Общая характеристика социально-психологического климата.

Впервые рассматривать психологический климат группы предложили Ф. Ретлисбергер и У. Диксон (1939). В современной социальной психологии используются следующие термины: психологический климат коллектива, социально-психологический климат группы, моральный климат коллектива.

Психологический климат — такое психическое состояние группы, которое отражает основные особенности ее жизнедеятельности: эмоциональный (групповое настроение), когнитивный (мнения и убеждения) и поведенческий (действия членов группы).

Социально-психологический климат — это атмосфера в коллективе, определяемая совокупностью следующих факторов: тип руководства, идеология, культура организации, характер деловых отношений, характер межличностных отношений, эмоциональное состояние сотрудников, характер отношений сотрудников к предприятию и предприятия к сотрудникам. СПК может являться объективной характеристикой коллектива.

Факторы макросреды, влияющие на социально-психологический климат: общественно-политические, социально-экономические особенности общества на данном этапе развития; воздействие со стороны официальных вышестоящих административных структур.

Факторы макросреды, влияющие на социально-психологический климат: освещенность, влажность, температура, особенности формальной организационной структуры и деятельности: совместно-индивидуальная деятельность (преподаватели на кафедре в вузе), совместно-последовательная деятельность (работа на конвейере), совместно-взаимодействующая деятельность (каждый взаимодействует с каждым, например, экипаж самолета) (Уманский).

Существует различные подходы при типологизации социально-психологического климата. Например, Р. Л. Кричевский разделяет социально-психологический климат на *объективно наблюдаемый феномен и субъективно-переживаемое состояние*. Объективно наблюдаемый психологический климат фиксируется в характере отношений, которые складываются между членами коллектива в повседневной жизни; в степени сплоченности коллектива; в степени полного рабочего дня; в степени лидерства; в отношении сотрудников к предприятию; в общественном мнении как совокупности слухов и мифов о самом предприятии и его

героях; а также в традициях и нормах. Субъективно психологический климат — это переживаемое сотрудниками чувство удовлетворенности различными аспектами жизни коллектива; в особенности межличностной перцепции, коммуникации и интеракции; в характере и уровне мотивации; в эмоциональном состоянии сотрудников.

На характер социально-психологического климата влияет и стиль руководства, поэтому его можно определить как авторитарный, демократический и попустительский.

Кроме этого принято различать два типа социально- психологического климата: *доброжелательный или открытый и недоброжелательный или закрытый*. Каждый из них имеет свои характеристики. **Открытый климат** характеризуется:

- 1) конструктивностью и содержательностью коммуникации (сообщение носит не оценочный, а информационный характер);
- 2) конструктивностью отношений между сотрудниками (в фокусе внимания находится решение проблемы, а не трудности ее решения);
- 3) честностью (целью критики является желание помочь исправить положение);
- 4) заботливостью (в коллективе преобладает понимание и сочувствие);
- 5) равенством (ценится участие в процессе общения всех членов коллектива независимо от роли, должности, которые они занимают);
- 6) готовностью прощать (признается неизбежность ошибок и неверность суждений);
- 7) наличием обратной связи.

Закрытый или оборонительный климат характеризуется:

- 1) обвинительным характером коммуникации (акцент делается на поиск виновных; обратная связь оценочная и носит негативный характер);
- 2) навязыванием норм (людям навязываются определенные правила поведения, они должны скрывать и изменять свои намерения и манеру поведения, которые не соответствуют этим нормам);
- 3) лицемерием (сообщение имеет скрытый характер и его целью является манипуляция);
- 4) безразличием (люди не проявляют интереса друг к другу);
- 5) неравенством (подчеркивается квалификация людей);
- 6) догматизмом (нет дискуссий, не принимается другая точка зрения);
- 7) взаимной неприязнью людей.

При этом климате общение сохраняется, но служит личным целям, а не развитию организации. Закрытый тип часто наблюдается в той организации,

где люди перегружены работой, где есть финансовые трудности, где есть угроза сокращения; это также может быть и результатом стиля руководства и культуры организации.

Резюме

1. Группа является важным объектом изучения социальных психологов, принадлежащих к различным школам, основателями которых являются Э. Мейо, К. Левин, Дж. Морено, А. Н. Леонтьев, А. В. Петровский и т.д.

2. В социальной психологии под группой понимается «ограниченная в размерах общность людей, выделяемая из социального целого на основе определенных признаков».

3. Существуют различные подходы к изучению групп, эти подходы и обусловили основания для их классификации.

4. В обществе группа выполняет социализирующую, инструментальную, экспрессивную, поддерживающую, организующую совместную деятельность людей функции.

5. Структура группы может быть сложной или простой, но всегда следует различать внешнюю и внутреннюю структуры. Внешняя структура позволяет выделиться группе в социуме, внутренняя структура отражает системы отношений, специфику группы, делит группу на лидера и ее членов и т.д.

6. Как любой организм, группа имеет цикличность жизни. Полный цикл, по Э. Берну, включает замысел или родовую стадию, рождение группы, становление группы, расцвет, старение или увядание, смерть группы.

7. Групповая динамика — это процесс, посредством которого взаимодействие между конкретными индивидами уменьшает напряжение каждого из них в данной ситуации или приводит к их взаимному удовлетворению.

8. В малой группе протекают следующие социально-психологические процессы: образование малой группы, «групповое давление», явление конформности или подчинения требованиям группы, групповая сплоченность — степень приверженности к группе ее членов, руководство и лидерство, принятие групповых решений, развитие групповой жизни в совместной деятельности.

9. В больших группах протекают следующие социально-психологические процессы: формирование социально-значимых черт личности на макросоциальном уровне, регуляция поведения индивидов через особые

формы общения: нравы, обычаи, традиции, образ жизни и т.д., особый тип контактов, особые интересы, потребности, ценности, наличие специфического языка индивидов, составляющих большие группы, типизация индивидуального в личности члена большой группы.

10. Социально-психологический климат — это атмосфера в группе, определяемая совокупностью следующих факторов: тип руководства, идеология, культура организации, характер деловых отношений, характер межличностных отношений, эмоциональное состояние сотрудников, характер отношений сотрудников к организации и организации к сотрудникам. Социально-психологический климат может являться объективной характеристикой коллектива.

Вопросы для самопроверки

Приведите определение понятия «группа».

Вспомните классификации групп.

Какова структура группы?

6. Назовите полный цикл, по Э. Берну.

7. Что такое групповая динамика?

8. Перечислите социально-психологические процессы в малой группе.

9. Перечислите социально-психологические процессы в большой группе.

10. Что такое социально-психологический климат группы? Что дает его изучение социальному психологу?

Список литературы

Обязательная

1. Андреева Г. М. Социальная психология. М.: МГУ, 1999.

2. Федоров Ю. М. Социальная психология. Тюмень: Изд-во ТюмГУ, 1997.

Дополнительная

1. Введение в практическую социальную психологию / Под ред. Ю. М. Жукова. М.: Наука, 1994.

2. Донцов А. И. Психология коллектива. М.: МГУ, 1984.

3. Коломенский Я. Л. Психология детского коллектива. Минск: Народная асвета, 1984.

4. Кордонский М. Б., Ланцберг В. И. Технология группы Заметки из области социальной психологии неформальных групп. Издание 4-е, испр. и доп. Одесса: Туапсе, 1995.

5. Кричевский Р. Л., Дубовская Е. М. Психология малой группы: Теоретический и прикладной аспекты. М.: МГУ, 1991.
6. Лебедев В. И. Психология управления. М.: ВО «Агропромиздат», 1990.
7. Пайнс Э., Маслач К. Практикум по социальной психологии. СПб.: Питер, 2000.
8. Роберт М. А., Тильман Ф. Психология индивида и группы. М., 1988.
9. Шибутани Т. Социальная психология. Ростов н/Д: Феникс, 2000.

РАЗДЕЛ VI. СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ВЛАСТИ

Основные вопросы раздела. Власть как социально-психологический феномен. Лидерство как социально-психологическая проблема. Различные теоретические подходы к изучению лидерства в истории социальной психологии и в современной социальной психологии. Стиль лидерства и условия его эффективности. Руководство как феномен власти в группе. Феномены межличностного влияния: внушение, заражение, подражание, убеждение. Виды внушения. Феномен конформизма. Различная интерпретация понятий «конформизм», «конформность» и «конформное поведение». Теоретические подходы и экспериментальные исследования конформизма в социальной психологии.

Власть авторитета. Власть референтная. Власть традиции. Чудо, тайна и авторитет как виды власти. Убеждение. Информационная зависимость. Виды манипулятивного воздействия в межличностных отношениях.

Основные понятия раздела. Власть, лидерство, руководство, конформизм.

Глава 13. Социально-психологические проблемы власти в группе

План

§ 1. Власть как социально-политический феномен

§ 2. Виды власти в группе

§ 1. Власть как социально-психологический феномен

Власть — это возможность влиять на поведение других.

Власть рассматривалась в истории человечества с древнейших времен как *социальная роль* (шаман, лидер, вождь, герой), *социально-психологический ресурс* для управления людьми (определенные качества и свойства личности) и *механизмы управления и подчинения одних людей другим* (превосходство, заражение, внушение, авторитет, страх). Мифы первобытных обществ свидетельствуют о наличии в сознании людей стремления к подчинению некоторым выдающимся личностям, отождествляемым с богами и сверхличностями. Древними греками власть рассматривалась как искушение: «Нет человеческой души, которая выстоит перед искушением властью» (Платон).

Власть как феномен проявляется в различных сферах жизнедеятельности человека. В личной жизни — это власть над собой и обстоятельствами, в социуме — это власть над людьми, в биосфере — это власть над природой.

Приведем несколько определений власти как социально-психологического феномена.

1. **Власть — это могущество человека**, взятое в общем виде, его наличные средства, позволяющие достигнуть поставленной цели. «Власть человека, если рассматривать ее универсально, состоит в его нынешних возможностях овладеть очевидными будущими благами» (Т. Гоббс).

2. **Власть над собой** — это способность ставить конкретные цели, умение заставить себя целенаправленно двигаться к намеченным целям, преодолевая биологические, психологические препятствия. Власть над собой — это самообладание (*Ильин, 2000*).

3. **Власть — это ресурсы**, которые используются для связывания и опосредования целенаправленных действий и обязательств (отсроченных действий) в политике. Это мощь, харизма героя или политика.

4. **Власть над обстоятельствами** проявляется в способности преодолевать социальные и психологические препятствия, стоящие на пути к достижению цели, использовать для этого социальные условия и обстоятельства.

5. **Власть как функция**, «личина», роль героя, лидера, авторитета.

6. **Власть в обществе как источник отношений между людьми**. Мы видим ее повсюду: в школе и у домашнего очага, на рынке и в административных учреждениях и, само собой разумеется, в государстве и церкви (С. Московичи). В первую очередь под властью подразумевают государственную власть. Ее синонимы — мощь, сила, господство, авторитет, насилие, полномочие, богатство, нормы, права, влияние, воля, обаяние... Власть в политике выступает в роли организующего начала совместных действий, основного средства политики, «символического посредника» (Т. Парсонс). И сегодня с интересом читаются труды «История Флоренции», «Государь» Н. Макиавелли, позволяющие проникнуть в механизмы политической власти.

Современный американский социолог Р. Даль считает, что власть имеет место в ситуациях, когда субъект заставляет объект делать то, что объект в ином случае не стал бы делать. Она возникает в ходе конфликта между субъектом и объектом, когда субъекту удастся навязать объекту свою волю.

Три аспекта власти. **Директивный аспект.** Власть как господство, принуждение к исполнению. «Власть — это вероятность того, что актер в ходе социального взаимодействия будет в состоянии осуществить свою собственную волю вопреки сопротивлению» (М. Вебер).

Функциональный аспект, — власть как способность и умение практически реализовать функцию общественного управления.

Коммуникативный аспект. Власть реализуется через общение, через определенный язык, понятный обеим сторонам общественного отношения власти.

Способы властвования описываются авторами *в виде метафор*: «львы» — приверженцы открытого, откровенного прямолинейного господства (склонны к применению насилия) и «лисы» (властители скрытных и более гибких методов). (Н. Макиавелли); *через принципы* осуществления власти: принцип порядка (извне) и принцип действия, на которое рассчитывает общество (внутри) (С. Московичи); *как средства* осуществления: *насилие* («Любое государство основано на силе» (Л. Троцкий), *моральное превосходство*, выраженное в хартии, или ином приказе и т.д.; *как легитимность* — внутреннюю веру, дополняющую внешнее насилие. «Легитимность политического порядка измеряется верой в тех, кто подчинен его господству» (Ю. Хабермас).

«Власть партии над нацией, учителя над классом, вождя над массой осуществляется при том условии, что нация, класс или масса верят в них, не оспаривают их легитимность. Эта вера выражает давление общества на индивида, оно навязывает ему дисциплину и учит, что хорошо, что плохо, верно или неверно, вплоть до того, что правила и ценности становятся, в конце концов, частью его самого, инкорпорируют в его конституцию (С. Московичи). Подчинение, основанное на доверии, где нет и зерна сомнения, вот основа дисциплины. Поэтому говорить, значит, не соглашаться.

Важным вопросом властного поведения является мотив власти. Как пишет Х. Хекхаузен, «мотив власти направлен на приобретение и сохранение ее источников либо ради связанного с ним престижа и ощущения власти, либо ради влияния (оно может быть как основной, так и дополнительной целью мотивации власти) на поведение и переживание других людей, которые, будучи представлены самим себе, не поступили бы желательным для субъекта образом. Влияние это должно так изменить их поведение, чтобы оно способствовало удовлетворению потребности субъекта. Для достижения этого субъект должен с помощью имеющихся

источников власти и средств воздействия перестроить привлекательность наиболее важных мотивов другого, причем сделать это возможно более простым и экономичным способом. Сама эта деятельность может соответствовать весьма разнообразным мотивам. Она может совершаться ради своего собственного или чужого блага или же ради какой-либо высшей цели; она может принести другому помощь либо оказать ему вред. Индивидуальный мотив власти ограничен как в отношении приобретения власти, так и в отношении ее применения определенными содержательными областями, связанными с конкретными источниками власти и группами людей, подвергающимися воздействию. На нем также может лежать печать страха перед достижением власти, ее потерей, использованием, перед ответственным применением власти или перед безуспешностью своего воздействия» (цит. по⁹³). Анализируя мотивы и действия субъектов власти, следует учитывать:

1. *Источники власти.* Между людьми существуют различия в силе стремления к умножению и увеличению своих источников власти: престижа, материального положения, статуса, руководящей должности, возможности контроля над информацией.

2. *Способности* индивида к быстрому и безошибочному определению мотивов и специфики поведения другого человека и соотнесению ее со своими источниками власти для выбора наиболее эффективных и экономичных методов достижения поставленных целей и получения необходимых результатов.

3. *Действия власти* для оказания влияния на поведение другого человека от принуждения и наказания до уговоров и убеждения.

4. *Моральность цели* — это границы использования власти, соответствие целей и средств.

5. *Страх перед последствиями действий власти.* В какой степени применение власти может вызвать изменения в субъекте власти обратную реакцию объекта. Это страх самой власти перед: а) разрастанием своих источников; б) их потерей; в) властным использованием; г) ответным применением власти; д) безуспешностью своего воздействия;

6. *Предпочтение определенных сфер использования власти.* Действия власти определяются четырьмя факторами: а) силой мотива и личной значимостью целей, достижение которых возможно только при активном

⁹³ Хекхаузен Х. Мотивация и деятельность: Т. 1. М.: Педагогика, 1986. С. 322.

содействии другого человека; б) отсутствием готовности другого человека оказать это содействие по своей воле; в) типом и мощностью источников власти; г) находящимися в распоряжении субъекта конкретными средствами воздействия, позволяющими использовать власть (*Хекхаузен, 1986*).

§ 2. Виды власти в группе

В группе существует два вида власти: лидерство и руководство.

Как лидерство, так и руководство связаны с проблемой власти и регуляцией взаимоотношений индивидов в процессе совместной деятельности.

Существует несколько теорий лидерства, в основе каждой важные качества и функции групповой динамики. **Теория черт лидера** основывается на предположении, что люди рождаются с набором личностных черт, благодаря которым потом могут руководить (Платон). К основным чертам лидера относят психологические, морально-нравственные, конституциональные, например, интеллект, инициативность, внешний облик, уверенность в себе, здоровье (физическое и психическое), происхождение из «высшего класса», рост физический, который должен заметно отличаться от среднего в любую сторону. Теория **лидерства как функции ситуации** рассматривает лидерство как способность одного из членов малой группы взять управление в свои руки и вывести группу из кризиса, в то время как прежний лидер оказывается неспособным к этому. Сторонники теории **лидерства как функции влияния последователей** отмечают, что лидер должен учитывать установки, мнение, ценности; должен ориентироваться на своих последователей. К. Левиным предложена типология лидерства. Он выделяет автократический, демократический и попустительский.

Сегодня некоторыми специалистами эта типология применяется при анализе стилей управления в группе.

Итак, деятельность группы начинается с установления лидерства. Лидер — это такой член группы, который выдвигается в результате взаимодействия ее членов или организует вокруг себя группу людей с теми же, что и у него, нормами, ценностями и способствует организации и управлению этой группой при достижении общей цели (*Берн, 2000*).

Лидер — начальник группы официальной или вожак неформальной. Особенно удачным является совмещение обоих качеств в одном лице. «Штатный» (универсальный) лидер назначается или избирается на

достаточно длительный срок. Ситуативный лидер — член группы, взявший на себя функции ее лидера в отсутствие или по причине бездействия «штатного» в ситуации, потребовавшей срочного принятия решения, осуществления руководства.

Основной принцип лидерства — превосходство. Он обязан в чем-то превосходить других членов группы. Он решает главные задачи в группе. Специфика в том, что его на эту роль выдвигают и он также «берет» ее в свои руки. Лидер представляется группе через характеристику своих важных для дела качеств. Это должны быть такие качества, которые соответствовали бы предмету взаимодействия (спортсмен должен быть сильным, ловким, иметь медали и т.д.). Лидер должен намекнуть членам группы на свою исключительность в чем-либо важном для дела. Он подает надежду членам группы, что и они смогут, сотрудничая под его руководством, получить некую долю этих качеств. Однако он должен держаться в рамках.

Если лидерство возможно при наличии двух условий — выбор группой на эту роль какого-либо из участников взаимодействия и его стремление играть эту роль, то руководство — это процесс управления индивидом группой (организацией), официально оформленный, предполагающий его юридическую ответственность за функционирование группы, возможность использования санкций для поощрения или наказания подчиненных. В отличие от лидера руководитель обладает формально закрепленными правами и обязанностями.

Куртом Левиным предложены три основных типа руководства группой.

Авторитарный (автократический) стиль — характеризуется явным неравноправием руководителя и рядовых членов группы, исполняющих его волю, основывается на авторитете или могуществе лидера.

Мы можем говорить об *авторитарном стиле управления*, когда руководитель лично обращается к членам группы, чтобы узнать их позицию; прерывает аргументацию говорящего, если считает ее не верной; самостоятельно принимает решения; не дает подчиненным проявлять инициативу; отдает распоряжения в энергичной, часто грубой форме; проявляет недоверие к подчиненным.

Руководитель *демократического стиля*, прежде чем принять решение, советуется с членами группы, участвует в дискуссии наравне со всеми, принятое решение реализуется при разделенной ответственности, все члены группы могут высказываться свободно; активность подчиненных стимулируется, распоряжения отдаются спокойно, по-деловому.

При *либеральном (попустительском, анархическом) стиле* руководства дела в группе идут сами собой, руководитель соглашается с любым мнением, даже если на стадии реализации решения предлагается все переменить. В чистом виде этот стиль самый непродуктивный, губительный для группы.

Ни один из указанных стилей управления группой не является однозначно плохим или хорошим. Важно, чтобы тип руководства соответствовал стадии социально-психологической зрелости группы. Для группы, находящейся на уровне высокоразвитого коллектива, имеющего органы самоуправления, способного к самоорганизации, оптимальным является демократический стиль руководства. В группах со средним уровнем социально-психологической зрелости предпочтителен гибкий стиль руководства, сочетающий в себе элементы демократического и авторитарного.

Глава 14. Социально-психологические проблемы власти в ситуации внегруппового поведения

План

§ 1. Типология власти человека над человеком в ситуации внегруппового поведения

§ 2. Подражание, заражение и внушение как механизмы влияния на человека

§ 1. Типология власти человека над человеком в ситуации внегруппового поведения

Общение индивидов может осуществляться в двух совершенно различных ситуациях: в группе с обозначенными границами и вне группы, в массе. Главный отличительный признак «массового», внегруппового поведения — возникновение стихийной передачи информации, и ситуация общения характеризуется тем, что личность действует часто без ощущения личного контроля над ситуацией. Способы или механизмы воздействия в этом случае приобретают специфику. Какие это механизмы и в каких условиях они применяются людьми?

В первую очередь, они проявляются в различных видах власти. М. Вебером предложена следующая типология власти в больших и макрогруппах.

Рационально-легальная власть. В этом случае человек занимает властное место в силу признания его компетентности и заслуг, в основе — разум.

Традиционная власть. Человек получает ее в соответствии с традицией. В основе привычка, традиции. Например, власть вождя, Папы Римского, власть, передающаяся по наследству и т.д.

Харизматическая власть имеет место, когда, по мнению масс, некий человек наделен особым даром, выдающимися способностями, возвышающими его над всеми остальными людьми. В основе этой власти вера и эмоции. Как отмечает М. Вебер, «термин «харизма» относится к экстраординарному качеству личности, независимо от того, является ли это качество реальным, желаемым или предполагаемым. Харизматический «авторитет» относится, следовательно, к господству над людьми, является ли оно внешним или по преимуществу внутренним, которому люди подчиняются потому, что верят в экстраординарное качество особенной личности» (М. Вебер). Круг таких личностей обширен: герои, пророки, спасители (Иисус, Будда, Моисей); мистики (Пифагор, Е. П. Блаватская, Рерихи, Г. Гюджиев); «неистовые воины» (Ж. Дарк); шаманы, способные приходить в состояние экстаза; основатели авторитарных сект, например, мормонов; герои, революционные вожди и демагоги, добившиеся незаурядного успеха масс (Наполеон, Александр Македонский, Петр 1, К. Маркс, В. И. Ленин, И. В. Сталин, Мао, Ф. Кастро, Де Голль). Носители харизмы приходят к власти в исключительных ситуациях.

В качестве других видов можно указать власть вознаграждения, принуждения, эксперта, референта, информационную, легитимную и т.д.

Рассмотрим некоторые из них.

Власть эксперта или информационная зависимость. Проявляется в ситуации, когда человеку необходимо действовать, принимать решение, а информации, необходимой для этого, у него нет. Парадоксальность заключается в том, что современный человек окружен большим количеством разной информации, однако самой необходимой, на основе которой он бы принял свое решение, нет. Он оказывается в информационной зависимости от другого, имеющего, по его мнению, доступ к этой информации, и полагается на мнение, того, кого принято называть экспертом или лидером мнений. Человеку представляется при этом, что это он принял решение о покупке товара, выборе кандидата в депутаты, составил мнение о деятельности какого-либо журналиста и т.д.

Об опасности состояния человека, у которого преобладает так называемая вторая сигнальная система, который чересчур большое значение придает словам, писал, в свое время И. П. Павлов, называя его «парадоксальным». «У нас находится на излечении больная с чрезвычайно расслабленной нервной системой. Когда ей показывают красный цвет и говорят, что это не красный цвет, а зеленый, она соглашается и заявляет, что, всмотревшись внимательно, она действительно убедилась, что это не красный, а зеленый цвет.». Чем это объяснить?

Академик И. П. Павлов отмечает: «Парадоксальным состоянием. При нем теряется реакция на сильный возбудитель. Действительность, действительный красный или иной цвет — сильный возбудитель. А слова: красный, зеленый и т.д. — это слабые возбудители того же рода. При болезненной нервной системе, при ее парадоксальном состоянии теряется восприимчивость к действительности, а остается восприимчивость только к словам. Слово начинает заменять действительность. Вообще... я должен высказать свой печальный взгляд на русского человека. Русский человек имеет такую слабую мозговую систему, что он не способен воспринимать действительность как таковую. Для него существуют только слова. Его условные рефлексы координированы не с действительностью, а со словами» (цит. по⁹⁴).

Власть референта или нормативная зависимость. Человек имеет дело со многими группами. Ориентироваться на мнение каждой — значит каждые пять минут менять свое собственное. Тогда одна из групп выбирается в качестве эталонной, референтной группы, которая обладает фактически неограниченной властью над человеком. Он добровольно делает все то, что, по его мнению, будет одобрено или совершенно референтной группой. «В ситуации противоречивых требований человек, если он дорожит членством в группе, обычно ведет себя в соответствии с групповыми ожиданиями, а не с теми формальными требованиями, которые предъявляет к нему руководитель (при условии, что руководитель не имеет неформального авторитета в группе). Как показали исследования психологов, хорошие отношения группы обычно ценятся дороже, чем благодарность в приказе, а боязнь потерять расположение и уважение группы сильнее, чем угроза выговора: когда участник группы, следуя групповым ожиданиям, идет на конфликт с руководителем, то группа

⁹⁴ Сарнов Б. Феномен Сталина. М.: Правда, 1990. С. 21.

обычно «принимает удар на себя». В результате конфликт между руководителем и подчиненным перерастает в конфликт между руководителем и группой. Чем сплоченнее группа, тем труднее руководителю оказать воздействие на отдельного ее участника, минуя групповые нормы или вопреки влиянию группы»⁹⁵.

Власть традиций — традиционная зависимость. Этот вид власти держится на единодушном исполнении традиций, это — «само собой разумеющаяся вещь» (ССРВ).

ССРВ — это элементы традиционно сложившихся форм поведения. Например, почему на собрании все слушаются председателя, потому что это СССРВ. Реально лидер реализует всю власть в тех пределах, в которых она согласуется с СССРВ. Этот феномен лежит в основе стереотипов, например, вождя, который должен с ним считаться и соответствовать. «Впервые я встретился с Лениным в декабре 1905 года на конференции большевиков в Таммерфорсе. Я надеялся увидеть горного орла, великого человека, великого не только политически, но и физически, ибо Ленин рисовался в моем воображении в виде великана, статного и представительного.

Каково же было мое разочарование, когда я увидел самого обыкновенного человека, ниже среднего роста, ничем, буквально ничем не отличающегося от обыкновенных смертных.

Принято, что «великий человек» обычно должен запаздывать на собрания, с тем чтобы члены собрания с замиранием сердца ждали его появления: «тсс... тише... идет». Эта обрядность казалась мне не лишней, ибо она импонирует, внушает уважение. Каково же было мое разочарование, когда я узнал, что Ленин явился на собрание раньше и, забившись где-то в углу, по-простецки ведет беседу с самыми обыкновенными делегатами. Не скрою, что это показалось мне некоторым нарушением необходимых правил»⁹⁶. Другое проявление механизма СССРВ — «вера в справедливый мир» (М. Лернер). В массовом сознании имеется убеждение, что раз человека постигло несчастье, значит, он сам в этом виноват. Для обоснования этого убеждения могут отрицаться очевидные реальности. Результаты М. Лернера показывают, что испытуемые, которые могли по своему усмотрению изменить процедуру обучения, заменив

⁹⁵ Бородкин Ф. М., Коряк Н. М. Внимание: конфликт! М.: Наука, 1989. С. 81.

⁹⁶ Сталин И. О Ленине. Речь 28 января 1924 г. Цит. по кн.: Сарнов Б. Феномен Сталина. М.: Правда, 1990. С. 30.

наказание током на определенные вознаграждения, и воспользовались такой возможностью, относились к ней лучше и описали более благоприятно, чем те, кто был бессилён помочь. Как пишет А. А. Налчджан, «среди испытуемых С. Милгрема самыми жестокими оказались индивиды с явно выраженным конформным характером, выражающемся в виде тенденции к безоговорочному подчинению власти авторитетных людей, именно из такой среды чаще всего, как мы полагаем, выходят предатели. Авторитарно-конформная личность, обладающая большой властью и олицетворяющая организацию или социальную группу, имея тенденцию к предательству, проецирует и ее и на других (в первую очередь на людей с низким статусом), и обвиняет их в предательстве и принимает против них превентивные отрицательные санкции»⁹⁷.

§ 2. Подражание, заражение и внушение как механизмы влияния на человека

Кроме рассмотренных нами психологических механизмов влияния человека на человека существуют еще подражание, заражение и внушение.

Подражание направлено на воспроизведение индивидом определенных внешних черт и образцов поведения, манер, действий, которые характеризуются и сопровождаются при этом определенной эмоциональной и рациональной направленностью.

Первым изучил этот феномен Г. Тардт, опубликовав труд «Законы подражания». Подражание, по Тардту, выполняет функции воспроизведения и унификации изобретений и открытий, обеспечивая тем самым как прогресс, так и одновременно определенную стабильность социальных отношений и учреждений. Благодаря подражанию происходит «распространение нововведений» и одновременно благодаря этому механизму население Европы, как отмечал Г. Тардт, превратилось в «издание, набранное одним и тем же шрифтом и выпущенное в нескольких сотнях миллионов экземпляров». Уже в наши годы мы наблюдали действие этого механизма при смене мод. Именно подражанию мы обязаны тем, что эталоны поведения стремительно тиражируются и мгновенно распространяются на всю общность. Г. Тардт рассматривал подражание как универсальное социальное явление, аналогичное наследственности в биологии и молекулярному движению в физике. Пытаясь объяснить при помощи

⁹⁷ Налчджан А. А. Социальная и психологическая адаптация личности. Ереван, 1986. С. 173.

подражания всю общественную жизнь, он писал, что подражания — это реки, вытекающие из тех гор, что представляют собой изобретения (*Тардт, 1892*)

Немецким социологом Г. Зиммелем подражание рассматривалось как «психологическое наследование». Вместе с тем он видел в подражании средство приобщения индивида к системе групповых ценностей, позволяющих избавиться от тяжести персональной ответственности и мук выбора за счет предпочтения той или иной модели поведения. «Подражая, — писал Зиммель, — мы не только перекладываем с себя на других требование произвольной энергии, но одновременно и ответственность за совершенное деяние; так как оно освобождает индивидуума от мук выбора и позволяет ему выступать как сознание группы»⁹⁸. В подражании Г. Зиммель видел одно из существенных средств взаимопонимания.

Другим важнейшим способом групповой интеграции является механизм социально-психологического *заражения*. Его истоки уходят в глубины человеческой истории, а проявления заражения бесконечно разнообразны: от заразных ритуальных танцев и плясок членов первобытной общины до спортивного азарта или религиозного экстаза или массового политически окрашенного психоза (национализм, фашизм), захватывающих в различные исторические отрезки времени большие социальные группы людей.

До сих пор во многом неясными являются сам механизм и функции социально-психологического заражения. В отличие от подражания, являющегося формой адаптации индивида к нормам, шаблонам и эталонам навязываемого по отношению к нему извне поведения, заражение выступает как форма спонтанно проявляющегося внутреннего механизма поведения человека. Заражение характеризует во многом бессознательную невольную подверженность индивида определенным психическим состояниям. Оно осуществляется не через пассивное созерцание, а через передачу психического настроения, обладающего большим эмоциональным зарядом, через накал страстей и чувств. В качестве средства психологического воздействия на группу заражение может использоваться с целью еще большего усиления групповой сплоченности, когда такая сплоченность уже имеет место.

⁹⁸ Цит. по Федоров Ю. М. Социальная психология. Тюмень: Изд-во ТюмГУ, 1998.

Как средство компенсации недостаточно организованной сплоченности группы осуществляется при условии недостатка средств и информации относительно путей достижения необходимой сплоченности на какой-то рациональной основе. В фашистской Германии специальным приказом членам гитлерюгенда предписывалось коллективное прослушивание речей фюрера по радио. В толпе легче поддаются заражению.

Следующим механизмом воздействия человека на человека выступает *внушение*. Между заражением и внушением есть много общего. Как заражение, так и внушение являются способами групповой интеграции, способами сколачивания, объединения общности в одно целое путем создания общего психологического состояния, перерастающего затем в совместную групповую и массовую деятельность. Существует большая степень взаимовлияния заражения и внушения друг на друга. Посредством внушения может осуществляться заражение группы или большой массы людей единым эмоциональным настроем. Но если заражение единым социальным настроением оказывается результатом внушения, то в свою очередь заражение может выступать уже в качестве важной предпосылки дальнейшего повышения эффективности внушающего воздействия.

Однако существуют различия между внушением и заражением. В отличие от заражения, представляющего способ сопереживания людьми одновременно общего психического состояния, внушение не только предполагает, но даже исключает психическое состояние, равновеликое сопереживанию эмоций и представлений объектом и субъектом внушения, индуктором и реципиентом. Внушение — это одностороннее заражение.

В. М. Бехтерев писал, что «внушение есть один из способов влияния одних лиц на другие, которое может происходить как намеренно, так и не намеренно со стороны влияющего лица и которое осуществляется иногда совершенно незаметно для человека, воспринимающего внушение, иногда же оно происходит с ведома и при более или менее ясном его сознании»⁹⁹. Особой силой внушение действует на лиц впечатлительных и вместе с тем не обладающих достаточно развитой способностью к самостоятельному логическому мышлению, не имеющих твердых жизненных принципов и убеждений, а также тех, для кого характерны доминирование ситуативного психического настроения, состояния неуверенности в себе. Важна степень

⁹⁹ Бехтерев В. М. Внушение и его роль в общественной жизни. СПб.: Питер, 2001. С. 2.

авторитетности источника информации, которая в свою очередь располагает к доверию и снимает сколько-нибудь значительное сопротивление внушающему воздействию. Другими условиями, повышающими эффективность внушения, являются присутствие других, например митинг, ослабление воли и физическая усталость людей.

Внушение выступает значимым фактором общественной жизни и находит применение во всех сферах социальных отношений. Б. Д. Поршнев объяснял некоторые важнейшие страницы древнейшей истории человечества через действие механизмов внушения (суггестии) и контрвнушения (контрсуггестии). Суггестия объясняет зависимость человека от принудительных сил коллективных действий и представлений, уходящую в глубокие недра социальной психологии. Контрсуггестия является ключом к пониманию процесса рождения «внутреннего мира», психической независимости личности. Воздействием этих механизмов объясняется и исторический процесс социальной дифференциации человечества (демографической и лингвистической), который нашел выражение, с одной стороны, в быстром расселении человека по материкам и архипелагам земного шара в течение первых 15-20 тыс. лет нашей истории и, во-вторых, в факте возникновения множественности языков из некогда единого праязыка. И тот, и другой процессы, считает Поршнев, могут быть рационально поняты как результаты контрсуггестии, т.е. сопротивления человека, находящегося под бременем межличностного давления, внушающей силе слова в рамках первой исторической общности «мы» (Поршнев, 1971).

Резюме

1. Власть — это возможность влиять на поведение других.
2. Власть рассматривалась в истории человечества с древнейших времен как *социальная роль* (шаман, лидер, вождь, герой), *социально-психологический ресурс для управления людьми* (определенные качества и свойства личности) и *механизмы управления и подчинения одних людей другим* (превосходство, заражение, внушение, авторитет, страх).
3. Три аспекта власти: директивный, функциональный, коммуникативный.
4. Власть проявляется *через принципы* осуществления: порядка (извне) и действия, на которое рассчитывает общество (внутри); как *средство* осуществления: *насилие, моральное превосходство, легитимность*.
5. В группе существует два вида власти: лидерство и руководство.

6. Лидер — это такой член группы, который выдвигается в результате взаимодействия ее членов или организует вокруг себя группу людей с теми же, что и у него, нормами, ценностями и способствует организации и управлению этой группой при достижении общей цели.

7. Руководство — это процесс управления индивидом группой (организацией), официально оформленный, предполагающий его юридическую ответственность за функционирование группы, возможность использования санкций для поощрения или наказания подчиненных. В отличие от лидера руководитель обладает формально закрепленными правами и обязанностями.

8. К. Левиным предложены три основных типа руководства группой.

Авторитарный (автократический) стиль — характеризуется явным неравноправием руководителя и рядовых членов группы, исполняющих его волю, основывается на авторитете или могуществе лидера.

Руководитель *демократического стиля*, прежде чем принять решение, советуется с членами группы, участвует в дискуссии наравне со всеми. Принятое решение реализуется при разделенной ответственности, все члены группы могут высказываться свободно; активность подчиненных стимулируется, распоряжения отдаются спокойно, по-деловому.

При *либеральном (попустительском, анархическом) стиле* руководства дела в группе идут сами собой, руководитель соглашается с любым мнением, даже если на стадии реализации решения предлагается все переменить. В чистом виде этот стиль самый непродуктивный для группы.

9. Общение индивидов может осуществляться в двух совершенно различных ситуациях: в группе с обозначенными границами и вне группы, в массе. Главный отличительный признак «массового», вне- группового поведения — возникновение стихийной передачи информации, и ситуация общения характеризуется тем, что личность действует часто без ощущения личного контроля над ситуацией.

10. М. Вебером предложена следующая типология власти: рационально-легальная, традиционная, харизматическая.

11. В качестве других видов можно указать власть вознаграждения, принуждения, эксперта, референта, информационную, легитимную и т.д.

12. Подражание, заражение и внушение являются механизмами влияния на человека.

Подражание направлено на воспроизведение индивидом определенных внешних черт и образцов поведения, манер, действий, которые характеризуются и сопровождаются при этом определенной эмоциональной и рациональной направленностью.

Как *заражение*, так и *внушение* являются способами групповой интеграции, способами объединения общности в одно целое путем создания общего психологического состояния, перерастающего затем в совместную групповую и массовую деятельность.

Вопросы для самопроверки

1. Что такое власть в обществе с точки зрения социальной психологии?
2. Перечислите социально-психологические аспекты власти.
3. Виды власти в группе.
4. В чем отличие лидера от руководителя?
5. Вспомните типы руководства группой, предложенные К. Левиным.
6. Типология власти М. Вебера.
7. Какие еще существуют виды власти в группе?

Список литературы

Обязательная

1. Андреева Г. М. Социальная психология. М.: МГУ, 1999.
2. Федоров Ю. М. Социальная психология. Тюмень: Изд-во ТюмГУ, 1997.

Дополнительная

1. Аронсон Э. Общественное животное. Введение в социальную психологию. М., 1998.
2. Бехтерев В. М. Избранные работы по социальной психологии. М.: Наука, 1994.
3. Гибш Г., Форверг М. Введение в марксистскую социальную психологию. Пер. с нем. Т. А. Рябушкиной. М.: Прогресс, 1972.
4. Ильин М. В., А. Ю. Мельвиль. Власть // Полис. 1997. № 6. ^
5. Майерс Д. Социальная психология. СПб.: Прайм-Еврознак; М.: Ол- ма-Пресс, 2002.
6. Милграм С. Эксперимент в социальной психологии. СПб.: Питер, 2000.
7. Московичи С. Власть — неизбежный источник отношений между людьми // Сб. Психология власти. Т. 1. С. 169-220.
8. Поршнев Б. Ф. Социальная психология и история. М.: Наука, 1966.
9. Психология власти: В 2 т. Хрестоматия. Самара: Бахрах, 1999.

10. Социальная психология: краткий очерк / Под общ. ред. Г. П. Предвечного и Ю. А. Шерковина. М.: Политиздат, 1975.
11. Чалдини Р. Психология влияния. СПб.: Питер, 2000.

РАЗДЕЛ VII. ПСИХОЛОГИЯ МАССОВОГО ВНЕКОЛЛЕКТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ

Основные вопросы раздела. Общие признаки внеколлективного поведения. Массовая культура. Масса. Массовое общество. Массовое сознание. Общественное мнение. Формирование и изучение общественного мнения. Толпа как проявление массового неколлективного поведения. Паника как феномен массового неколлективного поведения.

Психология массовой коммуникации. Социально-психологические механизмы воздействия СМИ на аудиторию. Психология рекламы. Психологические феномены в рекламе. Слухи и сплетни как социально-психологический феномен.

Основные понятия. Массовая культура, масса, массовое общество, массовое сознание, общественное мнение, толпа, паника, массовая коммуникация, реклама, слухи, сплетни.

Глава 15. Социально-психологические проблемы массового поведения

План

- § 1. Социально-психологические проблемы массовой культуры
- § 2. Массовое общество и массовое сознание
- § 3. Общая характеристика массового поведения

§ 1. Социально-психологические проблемы массовой культуры

Изучение жизнедеятельности человека позволяет описать смену культурных парадигм в истории развития общества. В «начале начал» жизнь человека и общества была сакрализирована, в центре традиционной культуры и самосознания человека находился Бог, Абсолют. Основным парадигмальным концептом являлось утверждение «*Бог есть*». Постепенно, начиная с эпохи Просвещения, Бог, Абсолют вытесняется, в центре культуры и самосознания становится Человек, Знания. Основным парадигмальным концептом являлось утверждение «*Знания — сила*». Это было начало сакральной катастрофы, уничтожившей коренные, базовые основания человеческой экзистенции (Ю. М. Федоров). Катастрофа утвердилась провозглашением Ф. Ницше: «*Бог умер*». В последующем, с

развитием промышленной революции уже Человек был вытеснен из центра социокультурного контекста новой парадигмой — Обществом, Массой. В XX в. основным культурным концептом являлось утверждение «*Массы решают все*». Г. Лебон одним из первых подметил, что в то время, как все наши древние верования колеблются и исчезают, старинные столпы общества рушатся друг за другом, могущество масс представляет единственную силу, которой ничто не угрожает и значение которой все увеличивается. Наступающая эпоха будет поистине *эрой масс* (Лебон, 1896). Эре масс соответствует массовая культура и массовое общество. Культура массового общества является своеобразной социальной технологией, стандартизирующей социальное поведение, унифицирующей ценностные основания жизни человека, утверждающей конформизм основной социально одобряемой моделью поведения. «В качестве массы, я стремлюсь к универсальному, к моде, к кино, к сегодняшнему дню; в качестве народа я хочу быть незаменимой личностью, мне нужен живой театр, нужно присутствие исторического; в качестве массы я в упоении аплодирую звезде у дирижерского пульта; в качестве народа — познаю в глубине интимных переживаний возносящуюся над обыденной жизнью музыку; в качестве массы я мыслю числами, аккумулирую, нивелирую; в качестве народа — примеряю шкалу ценностей и членений», — писал К. Ясперс¹⁰⁰.

Массовая культура носит двойственный характер: с одной стороны, через систему массовой коммуникации миллионы людей получают возможность ознакомиться с произведениями подлинной литературы, искусства, достижениями науки, с другой, — растущее влияние СМИ (радио, телевидения, журналы и т.д.) на вкусы, потребности и поведение членов общества приводит к унификации всех сторон человеческого существования: от стиля жилья и одежды до типа хобби, от выбора идеологической ориентации до форм и ритуалов интимных отношений.

Особенности современной социокультурной среды существования человека заключаются в том, что информация и культура в ее «массовом телевидеоварианте» — это в огромной мере масскультура «сенсационного парадокса». То есть, масскультура насилия и агрессии, масскультура секса и перверсий, масскультура инверсии права и неправя с «плохими полицейскими» и «хорошими бандитами», масскультура ломки всех и

¹⁰⁰ Ясперс К. Истоки истории и ее цель. М.: Прогресс, 1991. С. 5.

всяческих моральных табу. Один известный телепродюсер сформулировал свое профессиональное кредо: «...моя задача — ломать последние табу».

Культуролог из Азии по этому поводу выразился так: «Когда мы открывались западному миру, мы надеялись, что подключаемся к чистому источнику высокой и бессмертной мировой культуры. А нас подключили к канализационной трубе». Но общество, привыкающее к нарушениям табу (что тоже хорошо известно культурологам), практически всегда неуклонно десоциализуется. И наиболее болезненно это отражается на детях, которые особенно плохо различают виртуальную (экранную) образную систему и реальность. В США, в Европе об этом уже буквально кричат. По данным американской ассоциации юристов, более 70% детских преступлений в стране — прямые кальки из недавних «первер-сивных» телесюжетов¹⁰¹.

§ 2. Массовое общество и массовое сознание

Массовой культуре соответствует и массовое общество, которому присущи следующие характерные черты:

1. *Дегуманизация труда* — труд лишается своего содержания. Все процессы производства и общения уподобляются конвейерной линии, потоку.

2. *Урбанизация*. Люди преимущественно селятся в городах. Оторванные от традиционных корней, они поддерживают формальные, не имеющие личностной значимости отношений. В массовом обществе происходит приватизация человеческих отношений.

3. *Бюрократизация жизни общества*. Человек становится не властен в своем поведении. Не только профессиональная, общественная, но и личная жизнь членов общества подчиняется законам бюрократии (власти бумаг и чиновников).

Массовое сознание — это коллективное отражение, непрерывно меняющаяся совокупность коллективных (разделяемых большинством людей) чувственных и умственных образов, возникающая в результате воздействия массовой информации и предвосхищающая их практическую деятельность.

С содержательной точки зрения, в массовом сознании запечатлены знания, представления, нормы, ценности и образцы поведения, разделяемые какой-либо возникающей по тем или иным обстоятельствам совокупностью

¹⁰¹ Ситников А. П. Информационная безопасность — человеческое измерение. Материалы круглого стола. Ситников.сош.

индивидов — массой. Они вырабатываются в процессе общения людей между собой и совместного восприятия ими социально-политической информации (демонстрации, митинги и т.д.). Для зарождения и функционирования массового сознания совершенно необязательна совместная деятельность членов общности, что традиционно принято считать обязательным для появления массового сознания.

Действенное проявление массового сознания — **внеколлективное поведение**, в основном, стихийное, неорганизованное, ситуативное и временное, связанное с особыми обстоятельствами.

Структура массового сознания состоит из двух уровней:

Эмоционально-действенный включает эмоции, чувства, заменяющие групповые нормы, ценности, образцы поведения. Действенным проявлением массового сознания является массовое поведение, в основном стихийное, неорганизованное, ситуативное и временное, связанное с особыми обстоятельствами. Пример — стихийная массовая паника.

Рациональный уровень представлен ценностями, общественным мнением, настроениями масс.

Массовое сознание имеет следующие особенности: оно эмоционально, заразительно, мозаично, подвижно, изменчиво, однородно, аморфно, противоречиво, размыто, иррационально, мифологично, носит бессознательный характер.

К.-Г. Юнг высказал гипотезу о том, что коллективное бессознательное, представляющее собой отражение опыта предыдущих поколений, состоит из мощных первичных образов, так называемых «архетипов». По мнению Юнга, архетипы являются структурными единицами, своего рода строительными блоками коллективного бессознательного.

В аналитической психологии К.-Г. Юнга **«архетипы»** — это устойчивые формы коллективного бессознательного, врожденные идеи или воспоминания, которые располагают людей воспринимать, переживать и реагировать на события определенным образом. В действительности, это не воспоминания или образы как таковые, а, скорее, именно предрасполагающие факторы, под влиянием которых люди реализуют в своем поведении универсальные модели восприятия, мышления и действия в ответ на какой-либо объект или событие.

Архетипы — априорные формы, которые передаются по наследству, а не посредством культурной традиции; вокруг этих форм организуется

внешний и внутренний опыт. В чистом виде архетип не входит в сознание, но он всегда соединяется с представлениями опыта индивида»¹⁰².

С общественным сознанием непосредственно связано общественное мнение. **Общественное мнение** — состояние массового сознания, заключающее в себе скрытые или явные отношения к общественным событиям, к деятельности различных групп, организаций, отдельных личностей; выражает позицию одобрения или осуждения по тем или иным общественным проблемам, регулирует поведение индивидов и социальных групп.

Понятие «общественное мнение» используется в двух смыслах.

1. Мнение, поддерживаемое реальным числом людей, представителями определенной социальной группы и субкультуры в данном обществе. В этом случае мнений может быть много, и их число зависит от степени социального равенства и неравенства в обществе.

2. Доминирующее мнение среди представителей общественности. Это мнение лишь большей части представителей общественности, некий консенсус большого количества точек зрения по обсуждаемой проблеме.

Массовые суждения людей обладают различной степенью объективности. Это объясняется тем, что мнения могут формироваться на основе как научных, так и ложных взглядов и ошибочных представлений. В случае недостатка информации люди компенсируют ее слухами, интуицией и т.д. Общественное мнение может быть ошибочным. Суждения научной критики нередко заменяются предрассудками, выдаваемыми за общественное мнение.

Общественное мнение измеряют (ВЦИОМ и центр изучения общественного мнения «VP», институт Гэллупа). Чаще всего используют метод формализованного интервью, которое представляет собой вопросники, с полным учетом всех возможных ответов на поставленные вопросы.

Общественным мнением управляют с помощью пропаганды и public relations, формируя у общественности нужной для управляющей стороны точки зрения, систему установок на поддержку или опровержение экономических, политических и социальных явлений. Способы и средства формирования общественного мнения: выступления лидеров перед

¹⁰² Юнг К.-Г. Психология бессознательного. М.: ОИ «Реабилитация», 2001. С. 110.

публикой, статьи в журналах, телепередачи, реклама и продвижение товаров на рынке, образовательный процесс (передача норм и ценностей культуры).

Носителями массового сознания выступают особые совокупности индивидов, именуемые массами. Это участники широких политических или социокультурных движений; аудитория средств и каналов массовой коммуникации; потребители социально значимых товаров и услуг; поклонники эстрадных «звезд»; «болельщики» футбольной команды.

§ 3. Общая характеристика массового поведения

Массовидные явления — «совпадающие оценки и установки, принятые стереотипы и внушенные образы поведения, связанные с более или менее одновременно переживаемыми психическими состояниями людей, как результат коммуникаций в больших группах. К массовым явлениям относят многообразные виды поведения толпы, массовую истерию и массовую панику, слухи, моды, а также социально-психологические особенности народов, общественные настроения, общественное мнение.»¹⁰³.

Масса — совокупность индивидов, составляющих весьма многочисленную аморфную группу и не имеющих в своем большинстве прямых контактов между собой, но связанных каким-либо общим более или менее постоянным интересом.

Масса не имеет строгой структуры. Индивиды разобщены, и каждый принимает решение индивидуально (он может включить телевизор или выключить). Подобно толпе каждый индивид в массе анонимен, но в отличие от нее он не утрачивает свое самосознание (нет эмоционального контакта). Если же массовое движение структурируется, то на место массы становится организация (возникают роли, статусы, лидеры и т.д.). В тех районах, где люди утратили связь друг с другом (иммиграция), люди составляют массу (масса золотоискателей).

Неструктурированная человеческая масса, которую мы видим на митингах и шествиях, обладает всеми качествами обособленного индивида, оснащенного определенными чертами характера, который формируется вне связи с качествами индивидов, составивших толпу. Масса объединена консолидированной психикой, имеющей мало общего с психикой

¹⁰³ Психология. Словарь / Под общей ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. М.: Политиздат, 1990. С. 202.

составивших ее индивидов. Кроме того, «душа толпы» имеет свойство проникать в сознание отдельных индивидов, подчиняя их общему «коллективному Я». Тип этого «Я» как будто предназначен для того, чтобы им управляли. Готовность к управляемости составляет главную черту массы.

«Масса всегда консервативна, несмотря на видимую революционность. Основа управления ею — использование архетипа, древнейших психических установок, основополагающих эмоциональных состояний. Для массы прошлое гораздо значительнее настоящего. Впечатления прошлого сохраняются в ее психической жизни и всегда найдутся такие образы, которые стоит оживить»¹⁰⁴.

Формами массового поведения являются толпа и паника, аудитория и публика.

Глава 16. Массовые формы внеколлективного поведения

План

§ 1. Социально-психологические проблемы толпы

§ 2. Паника как психологический феномен

§ 1. Социально-психологические проблемы толпы

Изучение данного вопроса позволило выделить два подхода: политический и психологический. Политический рассматривает толпу как проявления массовых протестов, которые не санкционированы властями: «массовые истерии», «коллективные беспорядки», «бунты», «восстания», «движения за реформы» и «революционные выступления», несанкционированные митинги, хотя они вполне упорядочены и дисциплинированы. С психологической точки зрения — под толпой следует понимать «изначально неорганизованное, или потерявшее организованность скопление людей, не имеющее общей осознанной цели, или утратившее ее, и, как правило, находящееся в состоянии эмоционального возбуждения»¹⁰⁵.

«В обыденном языке толпой называют большое количество людей, находящихся одновременно в одном месте. Под толпой следует понимать

¹⁰⁴ Кольев А. Миф масс и магия вождей. М.: Национальный институт развития, 1999. С. 130-132.

¹⁰⁵ Рошин С. К. Психология толпы: анализ прошлых исследований и проблемы сегодняшнего дня //Психологический журнал. 1990. Т. 11. № 5. С. 3.

скопление людей, не объединенных общностью целей и единой организационно-ролевой структурой, но связанных между собой общим центром внимания и эмоциональным состоянием»¹⁰⁶. В летописях и исторических рукописях содержится немало описаний «народных беспорядков». Еще философы древнего мира отмечали, что «попадая в толпу, человек зачастую теряет свои индивидуальные черты. Спокойный, разумный, рассудительный в своей повседневной жизни, в толпе он подобен щепке, увлекаемой бурным потоком, в зависимости от настроения массы может сделаться агрессивным и начать бить и крушить все вокруг. Может, наоборот, славить вождя, вознося ему божеские почести». Потом свои действия он объяснить, как правило, не может. А Солон говорил: «Один отдельно взятый афинянин — это хитрая лисица, но когда афиняне собираются на народные собрания, уже имеешь дело со стадом баранов». Римляне придумали такую поговорку: «Сенаторы — мужи очень достойные, римский сенат — это скверное животное»¹⁰⁷. Мы находим в трудах М. Монтеня строки, описывающие толпу как возбужденное чудовище: «Менее всего можно надеяться, чтобы толпа — это возбужденное чудовище — обнаружила человечность и кротость, ей можно скорее внушить страх и благоговение»¹⁰⁸.

Первые исследования были предприняты французским социологом Г. Лебоном.

Основные положения теории Г. Лебона.

Человек является, по его мнению, лишь пассивной частью толпы, которая руководствуется инстинктом и выступает как носитель «духа расы». Именно толпа, несмотря на свою иррациональность, обычно понимает и выражает интересы общества. «Очень часто со стороны толпы и редко со стороны специалистов проявляются политический ум, патриотизм и чувство необходимости защищать общественные интересы»¹⁰⁹, — пишет Лебон.

Люди в толпе претерпевают радикальную трансформацию, теряют самоконтроль и индивидуальность и начинают подчиняться примитивному иррациональному «закону психического единства толпы» или

¹⁰⁶ Назаретян А. П. Психология толпы // Педология. 2002. №2. С. 14.

¹⁰⁷ Психология масс. Хрестоматия. Самара: Бахрах-М, 2001. С. 398.

¹⁰⁸ Монтень М. Опыты. Кн. 1. М.: Голос, 1992. С. 167.

¹⁰⁹ Психология масс. Хрестоматия. Самара: Бахрах-М, 2001. С. 240.

«коллективному разуму». «Кем бы ни были индивиды, — пишет он, — составляющие толпу, как бы ни были они похожи или не похожи своим образом жизни, своими характерами, занятиями или разумом, факт превращения их в толпу ставит их во власть своего рода коллективного разума, заставляющего их чувствовать, думать и действовать таким образом, который совершенно отличен от их действий, чувств и того, как каждый индивид чувствовал бы, думал и действовал, если бы находился в одиночестве»¹¹⁰. В толпе происходит уравнивание всех, сведение к одному уровню психических проявлений и поведения, поэтому возникает однородность людей в толпе. Лебон это объясняет идеей коллективного бессознательного: в толпе люди руководствуются лишь бессознательными представлениями, которые для всех одинаковы (так как они выражают «дух расы»), а представления на уровне сознания, в которых и кроются индивидуальные различия между людьми, исчезают или подавляются. «Расовое бессознательное проступает на первый план, гетерогенное тонет в гомогенном...сносится, обессиливается психическая надстройка, столь различно развитая у отдельных людей, и обнажается (приводится в действие) бессознательный фундамент, у всех одинаковый»¹¹¹. Толпа интеллектуально значительно ниже индивидов, ее составляющих; она способна к быстрым переносам внимания, легко и некритично принимает самые фантастичные слухи; легко поддается воздействию призывов, лозунгов, речей лидеров толпы.

Человек в толпе способен совершить любые акты насилия, жестокости, вандализма, которые в обычных условиях ему представляются немыслимыми.

Толпа отличается высокой эмоциональностью и импульсивностью. Эти свойства толпы порождаются с помощью трех основных механизмов: анонимность, заражение, внушаемость.

Психоаналитическая концепция толпы 3. Фрейда («Групповая психология и анализ эго», 1921).

3. Фрейд рассматривал общественные отношения в контексте теории либидо, составлявшем энергетическое начало в поведении людей. Побуждающая энергия либидо направляется и регулируется системой бессознательных механизмов психики, которые трансформируют

¹¹⁰ Там же. С. 245.

¹¹¹ Фрейд З. Психоаналитические этюды. М.: Беларусь, 1991. С. 425-426.

общественно неприемлемые влечения в социально принятые формы их реализации. Рассматривая массу и толпу как один феномен, он характеризует ее как импульсивную, изменчивую и возбудимую, которой почти исключительно руководит бессознательное. Она легковерна и чрезвычайно легко поддается влиянию; она некритична, неправдоподобного для нее не существует; думает образами и не знает ни сомнений, ни неуверенности; она склонна ко всем крайностям, и тот, кто хочет на нее влиять, не нуждается в логической проверке своей аргументации. Приговор психоаналитика толпе суров: массы никогда не знали жажды истины, они требуют иллюзий, без которых они не могут жить. В толпе «сознательная личность исчезает, причем чувства и идеи всех отдельных единиц, образующих целое, именуемое толпой, принимают одно и то же направление. Образуется коллективная душа, имеющая, конечно, временный характер, но и очень определенные черты»¹¹².

Бихевиористская концепция, разработанная в рамках теории фрустрации-агрессивности Дж. Долларда и Н. Миллера, объясняет агрессивность поведения людей, составляющих толпу. Объектами агрессивных действий могут быть как реальные, так и воображаемые виновники фрустрации, а среди них — и сами пострадавшие. Выбор объекта агрессии объясняется, в частности, механизмом генерализации стимула, а также различными защитными механизмами психики, заимствованными из психоаналитической теории.

Французский социальный психолог С. Московичи сравнивает толпу с социальным животным, сорвавшимся с цепи. «Моральные запреты сметаются вместе с подчинением рассудку. Социальная иерархия ослабляет свое влияние. Стираются различия между людьми, и люди выплескивают, зачастую в жестоких действиях, свои страсти и грезы: от низменных до героических, от иступленного восторга до мученичества. Беспреданно кишащая людская масса в состоянии бурления — вот что такое толпа... Толпа — коллективно-психологический феномен, т.е. конкретная группа непосредственно (психологически и практически) взаимодействующих друг с другом лиц»¹¹³.

Особое внимание исследователи уделяли изменению психического состояния и поведения человека в толпе. По мнению Д. В. Ольшанского,

¹¹² Психология масс. Хрестоматия. Самара: Бахрах-М, 2001. С. 11.

¹¹³ Там же. С. 398.

состояние человека в массе близко к состоянию загипнотизированного, «зачарованного» человека¹¹⁴. Г. Блуммер пишет: «Возбуждение, которое индивид воспринимает от тех, кто находится с ним в контакте, уменьшает его обычный самоконтроль, а также пробуждает импульсивные эмоции, постепенно завладевающие им. Он чувствует, будто он увлечен неким духом, происхождение которого неведомо, но воздействие которого воспринимается весьма остро»¹¹⁵.

«В толпе, — говорил Лебон, — человек становится варваром, движимым инстинктами, он склонен к насилию/героизму, снижаются его интеллектуальные способности и чувство индивидуальной ответственности за свои поступки, эмоции выходят из-под контроля»¹¹⁶. «В массе, в силу одного только факта своего множества, индивид испытывает чувство неодолимой мощи, позволяющее ему предаться первичным позывам, которые он, будучи одинок, вынужден был бы обуздывать. Масса всегда анонимна, и тем меньше она дает индивиду повода для самообуздания. В пучине анонимности и коллективной безответственности масс совершенно исчезает чувство ответственности, которое в обычных условиях сдерживает индивида»¹¹⁷.

Человек толпы живет только настоящим, в полном забвении прошлого и всех его тяжелых уроков, в полном неведении будущего. Человек толпы утрачивает всякую связь со своим личным опытом, с него спадают все привычные привязанности, для него перестает существовать всякая этика, он не ведает никаких идеалов и не воспринимает ничего, кроме влекущей толпу в данный момент общей цели, жажды ее обладания и самозабвенного к ней устремления.

Помимо уже названных изменений индивидуального сознания под влиянием массы, существует еще один феномен — так называемая ретроградная амнезия, частичная потеря памяти на прошедшие события. Обычно человек просто не может в деталях вспомнить, что он делал в той или иной массе. Он вполне искренне забывает детали произошедшего. Его воспоминания обычно носят отрывочный, фрагментарный характер.

¹¹⁴ Ольшанский Д. В. Психология масс. СПб.: Питер, 2002. С. 40.

¹¹⁵ Психология масс. Хрестоматия. Самара: Бахрах-М, 2001. С. 51.

¹¹⁶ Там же. С. 15.

¹¹⁷ Там же. С. 16.

Амнезия сопровождается упадком сил после сильного эмоционального стресса, что соответствует состоянию «физиологического аффекта»¹¹⁸.

Большое значение в толпе имеет вождь, лидер.

Г. Тард писал, что не бывает толпы без вожака. «В толпе людей вождь часто бывает только вожаком, но, тем не менее, роль его значительна. Его воля представляет то ядро, вокруг которого кристаллизуются и объединяются мнения. Он составляет собой первый элемент организации разнородной толпы и готовит в ней организацию сект. Пока же это не наступит, он управляет ею, так как толпа представляет собой раболопное стадо, которое не может обойтись без властелина»¹¹⁹. Лебон отмечает, что «чаще всего вожаками бывают психически неуравновешенные люди, полупомешанные, находящиеся на границе безумия. Как бы ни была нелепа идея, которую они защищают, и цель, к которой они стремятся, их убеждения нельзя поколебать никакими доводами рассудка. Личный интерес, семья — все ими приносится в жертву. Толпа всегда готова слушать человека, одаренного сильной волей и умеющего действовать на нее внушительным образом. Люди в толпе теряют свою волю и инстинктивно обращаются к тому, кто ее сохранил. Роль всех великих вожаков главным образом заключается в том, чтобы создать веру, все равно, религиозную ли, политическую, социальную, или веру в какое-нибудь дело, человека или идею, вот почему их влияние и бывало всегда очень велико»¹²⁰. Таким образом, лидер у Лебона обладает достаточно низкими интеллектуальными способностями, но этот недостаток компенсируется наличием сильной воли и смелости. В отличие от Г. Тарда, который говорит, что руководитель — есть зеркало толпы, массы узнают себя в нем. Они признают в нем авторитета их коллективной веры, их общего тирана. Восхищаясь им, они восхищаются собой.

По мнению З. Фрейда, лидер в массе — это прообраз «идеального отца». Массы «уважает силу, добротой же, которая представляется ей всего лишь разновидностью слабости, руководствуется лишь в незначительной мере. От своего героя она требует силы, даже насилия. Она хочет, чтобы ею владели и ее подавляли, хочет бояться своего господина... Хотя потребность массы идет вождю навстречу, он все же должен соответствовать этой потребности своими личными качествами. Он должен быть сам захвачен

¹¹⁸ Ольшанский Д. В. Психология масс. СПб.: Питер, 2002. С. 41.

¹¹⁹ Психология масс. Хрестоматия. Самара: Бахрах-М, 2001. С. 70.

¹²⁰ Психология масс. Хрестоматия. Самара: Бахрах-М, 2001. С. 72-73.

глубокой верой в идею, чтобы пробудить эту веру в массе; он должен обладать сильной импонирующей волей, которую переймет от него безвольная масса»¹²¹.

Выделяют следующие механизмы взаимодействия людей: заражение, внушение, убеждение, подражание.

Большую роль в их изучении сыграли работы французских ученых — Г. Лебона и Г. Тарда. Впервые в их трудах были поставлены проблемы психического заражения и внушения, сформулирован вопрос об управлении людьми в различных культурах.

Основные механизмы изменения поведения человека в толпе.

Подражание — «механизм, способ воздействия людей друг на друга, в том числе в условиях массового поведения,...его специфика состоит в том, что здесь осуществляется не простое принятие внешних черт поведения другого человека или массовых психических состояний, но воспроизведение индивидом черт и образцов демонстрируемого поведения»¹²². В толпе многие формы поведения, в том числе потребительского, воспроизводятся людьми без лишних размышлений.

Заражение — это «процесс передачи эмоционального состояния от одного индивида к другому на психофизиологическом уровне контакта помимо собственно смыслового воздействия или дополнительно к нему. Такая реакция сопутствует эффективным массовым акциям, публичному восприятию ораторских выступлений, произведений искусства и т. д. и служит дополнительным сплачивающим фактором. Способ влияния, основывающийся на общем переживании большой массы людей одних и тех же эмоций»¹²³.

Внушение — «представляет собой особый вид воздействия, а именно целенаправленное, неаргументированное воздействие одного человека на другого или на группу. При внушении осуществляется процесс передачи информации, основанный на ее некритическом восприятии»¹²⁴.

По мнению В. М. Бехтерева, внушение — непосредственное прививание тех или иных психологических состояний от одного лица к

¹²¹ Фрейд З. Психология масс и анализ человеческого Я. Психологические этюды. Минск: Беларусь, 1991. С. 422-480.

¹²² Андреева Г. М. Социальная психология. М.: МГУ, 1980. С. 181.

¹²³ Психология. Словарь / Под общей ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. М.: Политиздат, 1990. С. 121.

¹²⁴ Андреева Г. М. Социальная психология. М.: МГУ, 199. С. 176.

другому без воли воспринимающего лица и без ясного с его стороны сознания. Оно действует, не требуя никаких доказательств и не нуждаясь в логике, прямо и непосредственно на психологическую сферу путем речи, жестов, мимики. «это влияние на человека помимо его «Я» или личного сознания»¹²⁵.

Репрессия — неприкрытое силовое давление полицейского аппарата, партий, администрации и так далее (С. Московичи).

Восхищение предполагает внутреннее основание: стремление, психологическую потребность любить, подражать, подчиняться существу более сильному, от которого мы ждем указаний и защиты (С. Московичи).

Поощрение и наказание. Р. Чалдини пишет, что индивида заставляет действовать так же, как остальные, или стремление избежать наказания со стороны других (осмеяния, отвержения), или стремление получить от них поощрение (любовь или одобрение).

Циркулярная реакция (эмоциональное кружение) — это взаимное заражение, передача эмоционального состояния на психофизиологическом уровне контакта между организмами. Циркулировать могут веселье, скука (если кто-то начинает зевать, такое же желание испытывают окружающие), а также изначально более зловещие эмоции: страх, ярость...

Эмоциональное кружение стирает индивидуальные различия, ситуативно снижается роль личностного опыта, индивидуальной и ролевой идентификации, здравого смысла. Индивид чувствует и реагирует «как все». Происходит эволюционная регрессия: актуализуются низшие, исторически более примитивные пласты психики»¹²⁶. А. Г. Блуммер назвал круговую реакцию «ключом к пониманию природы коллективного поведения»¹²⁷.

Типы толпы: активная, пассивная, агрессивная, спасающаяся, стяжательская, демонстрирующая, повстанческая, экстатическая.

§ 2. Паника как феномен массового внеколлективного поведения

Толпа, обработанная слухами, может оказаться подверженной панике. Слово «паника» происходит от греческого бога Пана, покровителя пастухов, пастбищ, стад. Его гневу приписывалась «паника» — безумие

¹²⁵ Бехтерев В. М. Гипноз. Внушение. Телепатия. М.: Мысль, 1994. С. 49.

¹²⁶ Назаретян А. П. Психология толпы // Педология. 2002. №2. С. 16.

¹²⁷ Психология масс. Хрестоматия. Самара: Бахрах-М, 2001. С. 537.

стада, бросавшегося в пропасть, в огонь из-за незначительной причины. Монтень воспроизводил случай, который произошел в Карфагене в IV в. до н.э. Обстановка в городе была крайне напряженной. Свирепствовала моровая язва, уносившая ежедневно тысячи жизней. Ходили зловещие слухи о приближении кораблей и об африканцах, несметными толпами подступивших к Карфагену. Источник М. Монтеня: Диодор Сицилийский, XV, 24. Он пишет: «Греки различают особый вид страха, который ни при какой степени не зависит от несовершенства наших мыслительных способностей. Такой страх, по их мнению, возникает без всяких видимых оснований и является внушением неба. Он охватывает порою целые народы, целые армии. Таким был тот приступ страха, который причинил в Карфагене невероятные бедствия. Во всем городе слышались лишь дикие вопли, лишь смятенные голоса. Всюду можно было увидеть, как горожане выскакивали из домов, словно по сигналу тревоги, как они набрасывались один на другого, ранили и убивали друг друга, будто это были враги, вторгшиеся, чтобы захватить город. Все смешалось, все было во власти смятения, и так продолжалось до тех пор, пока молитвами и жертвоприношениями они не смирили богов. Такой страх греки называли паническим»¹²⁸.

Наиболее типичный случай панического поведения — спасающаяся толпа. Другие случаи: биржевая паника, массовый ажиотаж — массовое возбуждение, сопровождаемое лихорадочной деятельностью, направленной на избавление от возможной опасности. Средства массовой информации могут усиливать панические настроения населения. Паника на поле битвы, в момент боя. В книге Наполеона «Мысли» есть фраза: «В каждом сражении бывает момент, когда самые храбрые солдаты, после величайшего напряжения, чувствуют желание бежать. Эта паника порождается отсутствием доверия к своему мужеству; ничтожного случая, какого-нибудь предлога достаточно, чтобы вернуть им это доверие: высокое искусство состоит в том, чтобы создавать их».

Факторы, вызывающие панику, могут быть физиологическими, психологическими и социально-психологическими. К физиологическим относятся усталость и физическая депрессия, голод и опьянение, долгая бессонница или предшествовавшее психическое потрясение. К

¹²⁸ Монтень М. Опыты. Избранные произведения: В 3 т. М.: Голос, 1992. Т. 1. С. 97.

психологическим факторам относятся крайнее удивление, большая неуверенность, внезапный страх, чувство изоляции, сознание бессилия перед неотвратимой опасностью. Факторы социально-психологические: отсутствие групповой солидарности, утрата доверия к руководству, дефицит информации, снимающей личное напряжение, или избыток информации, нагнетающий такие напряжения. Вместе факторы порождают высокое эмоциональное напряжение и лихорадочную работу воображения, нагромождающего страхи. Все это дает начало процессам внушения, заражения, подражания. В результате люди, охваченные паникой, превращаются в скопище ничем, кроме взаимного подражания, не связанных индивидов, спасающихся бегством от реальной или мнимой опасности.

Возникновение и прекращение паники. Чаще всего причиной является какой-либо шокирующий стимул. Будучи воспринят, этот стимул прерывает предшествовавшее поведение и, как это часто бывает, приостанавливает действия, ранее совершавшиеся людьми. Для того, чтобы привести к панике, стимул должен быть либо достаточно интенсивным, либо длительным, либо повторяющимся; он также должен вызывать сосредоточение внимания на себе и реакцию страха. Первичная реакция на такой стимул — потрясение и восприятие ситуации как кризисной. Далее потрясение переходит в замешательство, т.е. индивидуальные и неупорядоченные попытки интерпретировать событие в рамках личного опыта или путем лихорадочного припоминания аналогичных случаев (ситуаций) из косвенного опыта. Когда необходимость быстрой интерпретации стимула становится острой и требует немедленного действия, ощущение остроты часто мешает логическому осмыслению кризисной ситуации и вызывает страх. Первоначальная реакция страха обычно сопровождается криком и плачем, возбужденными движениями. Если на первом этапе реакция страха будет подавлена решительной командой, то реакция будет нарастать. Далее нарастание идет по циркулярной реакции: страх одних отражается другими, что в свою очередь усиливает страх первых. Усиливающийся страх служит быстрому уменьшению уверенности в способности присутствующих коллективно противодействовать кризисной ситуации и создает ощущение обреченности. Завершается этот процесс действиями, которые кажутся участникам панического поведения спасительными. Именно такой пример мы встречаем у Гельвеция: «Все одинаково чувствуют красоту слов де

Вандома (известный французский полководец при Людовике XVI), который, видя, как офицеры тщетно пытались остановить бегущих солдат, бросился в середину беглецов и закричал офицерам: «Не удерживайте их, они должны перестроиться не здесь, а там», указав на дерево, стоявшее за сотню шагов. Эти слова показывали, что он нисколько не сомневается в мужестве солдат, и они вызвали в солдатах страстные чувства стыда и чести, которую они надеялись еще сохранить в его глазах. Это был единственный способ остановить беглецов и повести их в битву к победе».

Паника — это одновременно индивидуальное и групповое поведение: это и попытка личного спасения и одновременно имеют место механизмы циркулярной реакции внушения и заражения. Паника заканчивается по мере выхода отдельных индивидов из группового бегства. Но паническое поведение не обязательно заканчивается с окончанием бегства от опасности. Обычные следствия паники — либо усталость и оцепенение, либо состояние крайней тревожности, возбудимости и готовности к агрессивным действиям, реже — вторичное проявление паники.

Глава 17. Социально-психологические проблемы массовой коммуникации

План

§ 1. Средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологии

§ 2. Слухи и сплетни

§ 1. Средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологии

Организации коммуникации в условиях индустриализации и урбанизации в конце XIX — начале XX в. способствовали появившиеся газета, почта, телеграф, железная дорога, образование, дешевый кинематограф, радио. Все это не только организовывало общение больших социальных групп, но и объединяло, унифицировало ценностные установки и поведение отдельных индивидов, омащовляло их. Так постепенно создавалась массовая коммуникация, которая стала играть важную роль в жизнедеятельности общества и государства.

Проблема коммуникации является одной из основных в социальной психологии. Коммуникация понимается в широком и узком смысле слова.

Межличностная коммуникация — это обмен мнениями, знаниями, чувствами, эмоциями, интересами, настроениями, установками между активными субъектами.

Массовая коммуникация (от лат. Communication — сообщение, передача) — «систематическое распространение (с помощью технических средств тиражирования) специально подготовленных сообщений, представляющих социальную значимость, среди численно больших, анонимных, рассосредоточенных аудиторий с целью оказания влияния на установки, оценки, мнения и поведение людей. Массовая коммуникация представляет собой важный социальный и политический институт современного общества»¹²⁹. В массовой коммуникации, как и в межличностной, присутствуют перцептивная, коммуникативная и интерактивная стороны. Наиболее отчетливо выступает коммуникативная или информационная сторона, поэтому термин «массовая коммуникация» часто заменяют «массовой информацией», или «массовыми информационными процессами». Сообщения массовой коммуникации служат одним из основных источников информирования аудитории о событиях внешнего мира, формируют социальные представления аудитории, определенные стереотипы массового сознания.

Из-за опосредованности массовой коммуникации техническими средствами коммуникатор и аудитория не имеют непосредственного контакта. Проявлением интерактивной стороны общения в массовой коммуникации можно считать наличие организованной обратной связи, в виде откликов аудитории на те или иные сообщения, а также соответствующих ответных действий «коллективных коммуникаторов» (авторов, редакторов, редколлегии и т.д.)¹³⁰.

Структура массовой коммуникации по Г. Лассуэллу : «КТО — сообщает ЧТО — по какому КАНАЛУ — КОМУ — с каким ЭФФЕКТОМ».

Постепенно сформировались функции массовой коммуникации, основными из которых являются:

1. Наблюдение за окружающей средой для выявления угрозы представляемому ею обществу и определения возможностей оказания влияния со стороны на ценности как этого общества в целом, так и его составных частей;

2. Корреляция соотношения составных частей общества при его реагировании на «поведение» окружающей среды;

3. Передача социального наследия от поколения к поколению.

¹²⁹ Психология. Словарь / Под общей ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. М.: Политиздат, 1990. С. 202.

¹³⁰ Андреева Г.М. Социальная психология. М.: МГУ, 1998. С. 114.

Особенности современной массовой коммуникации

1. Она имеет «двухступенчатый» характер воздействия: «идеи», поставляемые прессой и радио, телевидением и Интернет, усваиваются многими под влиянием так называемых «лидеров мнения». Информация поступает от СМИ к местному «властителю дум», а от него — к рядовым согражданам. В двухступенчатой схеме коммуникации на аудиторию не только и не столько действуют СМИ, как последующее обсуждение их новостей вместе с «лидерами мнений».

2. Средство коммуникации рассматривается как сообщение (the medium is the message), которое оказывает влияние на человека и общество и другие «средства коммуникации» прежде всего и преимущественно самим фактом своего существования.

3. Быстрота передачи информации с помощью развитых средств осуществляется по всей планете, как бы упраздняет пространство и время, превращая ее в наполненную всевозможными распрями «глобальную деревню» (М. Маклуэн).

Важной составной частью массовой коммуникации является коммуникатор. Коммуникатор — это некая инстанция, организующая и контролирующая массовую коммуникацию. В процессе массовой коммуникации коммуникатор выполняет ряд функций: определяет коммуникативную политику и контроль за ее осуществлением, собирает и обрабатывает, создает «сообщение», определяя его окончательное содержание, принимает на себя ответственность за данное сообщение, поскольку оно идет от его имени и т.д.

Социально-психологические характеристики коммуникатора

Коммуникатор должен быть своим в группе. В этом случае проявляется действие аффилиации, т.е. принадлежности к группе, когда представители «своей» социальной группы обладают в глазах аудитории большим авторитетом и поэтому способны вызывать к себе более высокий уровень доверия.

Привлекательность. Внешность (фактические данные и оформление внешности) необходима для создания его положительного или, наоборот, отрицательного образа. Привлекательность имеет несколько аспектов. Один из них — физическое обаяние. Аргументы, особенно эмоциональные, зачастую более действенны, когда высказываются красивыми людьми.

Коммуникативные данные (тембр голоса, дикция, манера говорить и т.п.).

Внутренние, личностные данные (знания, интеллект, эмоциональность, моральные ценности и т.п.).

Компетентность (знания, эрудиция, опыт, умение доступно излагать материал и т. д.). Адекватное знание коммуникатором той действительности, о которой он говорит (когнитивный аспект), его искренность, правдивость, убежденность в том, что говорит (эмоциональный аспект), и умение довести свои знания, мысли, взгляды до аудитории (поведенческий аспект).

Харизма или «личный магнетизм», лидерство, которое проистекает от личности. На основе многолетних исследований М. Маклурна выделены три типа «харизматической личности».

Герой — идеализированная личность, смел, агрессивен, говорит, что «мы хотим», выглядит, как «мы хотим».

Антигерой — «простой человек», «один из нас». Выглядит, как «мы все», говорит то, «что и мы». С ним чувствуем себя «безопасно».

«Мистическая личность» — чужой нам, необычен, непредсказуем.

Позиции коммуникатора в процессе информационного контакта.

Открытая — высказывание вслух и явная демонстрация в поведении цели.

Закрытая — коммуникатор осознанно или неосознанно стремится скрыть свою действительную цель.

Двойственная — коммуникатор вслух заявляет одну цель, а сам стремится к другой.

В своей профессиональной деятельности коммуникатор принимает во внимание специфику аудитории.

Существуют различные подходы в изучении этого феномена. Например, Г. М. Андреева определяет аудиторию как публику, «собранную в замкнутом помещении». В свою очередь публика — «это кратковременное собрание людей для совместного времяпровождения в связи с каким-то зрелищем.. Публика всегда собирается для общей определенной цели, поэтому она более управляема и в большей степени соблюдает нормы, принятые в данном типе организации»¹³¹.

¹³¹ Андреева Г. М. Социальная психология. М.: МГУ, 1998. С. 114.

Д. Стровский, специалист в журналистике и PR, аудиторию рассматривает как «группу людей, объединенную по степени своего интереса к чему-либо или кому-либо или ставшую объектом внимания со стороны наблюдателя (представленного, в частности, средством массовой информации, рекламным агентством и т.д.). Аудитория может включать в себя в частности коллег по бизнесу, работающих в аналогичных фирмах»¹³². Польский социолог Я. Щепаньский характеризует аудиторию слушателей как временную специфическую общность людей, имеющих относительное сходство интересов и установок и включенных в один и тот же вид деятельности в условиях непосредственного зрительно-слухового контакта и действия групповой психики» (Щепаньский, 1969).

Для журналистики, PR-специалистов, и создателей рекламы важной является *целевая аудитория*, «которая представляет собой часть сообщества людей, конкретный сегмент массы текущих и потенциальных потребителей с выделением специфических признаков (демографических, психологических, социальных с учетом отношения к моде, престижным покупкам, жизненного тона и т.п.)»¹³³

Аудитория печатных СМИ или читательская аудитория включает в себя различные группы:

- активные, избирательные читатели; они критически оценивают газету или журнал, обращаются к ним с профессиональными запросами, ожидают от них более острого и делового обсуждения экономических и социальных проблем;

- активные, но неизбирательные читатели; они читают газету или журнал «запоем», из привычки быть в курсе дел, к содержанию статей имеют мало претензий, довольны тем, что предлагается;

- читатели-«средняки»; они не очень активны, критически оценивают газету с точки зрения ее практической полезности;

- пассивные, но недовольные и требовательные читатели. Это преимущественно люди молодого возраста, ожидающие от газеты более интересных форм, новизны и занятости;

- пассивные и невзыскательные читатели; они обычно принадлежат к старшему поколению (М. Лауристин).

¹³² Стровский Д. Реклама и публик рилейшнз. Екатеринбург, 1999. С. 42.

¹³³ Синяева И. М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности: Учебник / Под ред. проф. Г. А. Васильева. М.: ЮНИТИ, 1998. С. 12.

Аудиторию часто отождествляют с публикой. В этих понятиях есть сходные черты и различие.

Публикой можно назвать группу людей, которая стоит лицом к лицу с некоторой проблемой; может не быть едина во мнении относительно данной проблемы, вовлечена в дискуссии по проблеме.

Я. Щепаньским публика различается на собранную и несобранную. *Несобранной публикой* являются, например, читатели одних и тех же газет, слушатели одних и тех же радиопередач, зрители одних и тех же телевизионных программ, читатели одних и тех же журналов и т.д. *Несобранная публика* — это лишь «поляризованная масса», то есть большое число людей, мышление и интересы которых ориентированы идентичными стимулами в одном направлении, людей, проживающих не «друг с другом», а «друг около друга», но, несмотря на это, ведущих себя сходным образом. В несобранной публике не выступают явления, характерные для толпы, не проявляется в таком объеме «эмоциональное заражение», не исчезает рефлексивность и не возникает процесс деиндивидуализации. Но если, например, радиопередача является слишком возбуждающей, как, например, знаменитая передача, комментировавшая нападение марсиан на США в тридцатые годы (1938), то она может вызвать и бегство миллионов людей. Всякие виды поляризованных масс, несобранной публики представляют собой базу для создания всякого рода моды, восприятия и распространения слухов, восприятия идеологии и образования социальных движений.

Собранная публика — это скопление некоторого количества людей, испытывающих сходное ожидание определенных переживаний или интересующихся одним и тем же предметом (Я. Щепаньский).

Если в толпе решающую роль играют слухи, некритические замечания, то в публике решающей информацией являются различные аргументы, рациональные доводы.

Американский исследователь Дж. Доминик предпринял попытку выделить отдельные психологические потребности аудитории. К ним он относит:

- *потребность в знаниях*, новой информации;
- *потребность в отвлечении* (diversion). Он отмечает, что потребность в отвлечении может выражаться в различных формах, таких как стимуляция (отвлечение от скуки обыденной жизни), расслабление

(уход от жизненных забот), эмоциональная разрядка (преодоление фрустраций);

— *«социальная полезность»*, понимаемая как потребность реципиента в контактах с другими людьми, как «разговорная монета», как осуществление «парасоциальных связей» (когда, например, диктор или комментатор превращается для реципиента почти в постоянного друга);

— *потребность в «уходе от дел, от окружающих», в своего рода самоизоляции от них*, когда реципиент просит не отрывать его от чтения или телевизора;

— потребность «социальной терапии», побега от действительности (Х. Хольцер)¹³⁴.

Особенности восприятия аудиторией информации, сообщаемой СМИ. Современные СМИ представляют мир в виде непрерывного обильного набора сообщений, как правило, не связанных друг с другом прямой, однозначной логической или смысловой связью (нарезка новостей). Одной из наиболее острых проблем нынешнего медиaproстранства, создаваемого различными СМИ, является «фрагментизация» сознания через феномен «клиповости» сообщений и образов, а также их смысловой несвязанности. На человека обрушивается «мозаика» сообщений не через причинно-следственные отношения (которые непосредственно аудитории не представлены), а как бы «через интервалы». Мозаичность достигается также за счет уплотнения программ, когда сжимается информация во времени и происходит уплотнение, когда сокращается содержание освещаемого события и информация превращается в дезинформацию. Происходит создание новой, выдуманной, искусственно создаваемой информации — мифа, который, как в далекие времена, оказывается органичным способом отношения к действительности. Известный философ Ортега-и-Гассет описал этот феномен термином *«мозаичная культура»*, а другие культурологи называли то же самое явление «распадом единства жизни». Другим следствием существования мозаичной культуры, создаваемым современными СМИ, является «разорванное», «клиповое» массовое сознание.

У современной культуры существует еще одно определение «постмодернизм». В современной научной литературе постмодерн

¹³⁴ Олышанский Д. В. Психология масс. СПб.: Питер, 2000. С. 298.

определяется как одна из кратких, преходящих стадий всемирной истории и всемирной культуры, имеющая основные идеи-проблемы:

- множественность мультикультурного, неевропоцентрического мира;

- представление и описание мира как текста, а текста — как некоторое инобытие мира;

- идея смерти Бога и исчезновения человека;

- провозглашение тотального «права виртуальности», года в событиях нет смысла, они самодостаточны, а знаки — не имеют субъектов (Лакан, Деррида);

- знаки и символы — суть симулякры («кажимости»), не соотносящиеся ни с какой реальностью (Бодрийяр);

- сфера медиа, широко понимаемая как текст, который не обязан подчиняться никаким правилам, кроме тех, которые они, эти самые «медиа», захотят (или не захотят) для себя установить не чувствуя никаких обязательств по отношению к обществу;

- современное общество является «обществом спектакля», где не существует ни истины, ни подлинности, а существуют лишь шоу-политика и шоу-правосудие, «шоу-власть», состоящая из театральной рекламности политики и тотальной рекламности жизни (Ги Дебор).

Массовая коммуникация — это процесс передачи информации от коммуникатора к реципиенту как организованно, с помощью технических средств (СМИ), так и стихийно (слухи, сплетни).

§ 2. Слухи и сплетни как социально-психологический феномен

Д. В. Ольшанский в своей книге «Психология масс» дает такое определение слухам — «это особая, обычно недостоверная информация (и/или искажающая форма передачи любой информации, придающая ей некоторую особенность), передающаяся исключительно в устной форме, как бы «по секрету», и функционирующая исключительно в звуковой форме»¹³⁵. Известный отечественный социальный психолог К. К. Платонов пишет, что «согласно общим социально-психологическим определениям, слухи — это массовидное явление межличностного обмена искаженной, эмоционально окрашенной информацией. Чаще всего

¹³⁵ Ольшанский Д. В. Психология масс. СПб.: Питер, 2000. С. 275.

слухи возникают при отсутствии полной и достоверной информации по какому-либо интересующему людей вопросу»¹³⁶.

В статье Б. В. Дубина и А. В. Толстых «Слухи как социально-психологический феномен» содержится следующее определение слуха: «Прежде всего, это теневой мир, своего рода черный рынок информации: ценность слуха в том, что он неофициален, сообщается своим, а значит — о чужих. Иначе говоря, слухи — это вести обо всем интересном чужом (или как бы чужом, в модусе отстранения от него) для своих»¹³⁷. Энциклопедические и толковые словари связывают слухи с недостоверной, ложной или непроверенной информацией. Слухи, как и официальные сообщения, в равной степени могут содержать недостоверную информацию. На сегодняшний день неизвестны какие-либо серьезные исследования, доказывающие, что слухи недостоверны чаще.

Социально-психологические функции слухов: *валидный источник информации* об общественном мнении, политических настроениях, отношении к руководству, к государственному строю, к средствам массовой информации и т.д.; *катализатор социально-политических настроений* и событий в обществе; *формирует настроения, мнения*, а соответственно, поведение людей, т. е. является инструментом политического влияния; *снижает, смягчает эмоциональное напряжение в группе*¹³⁸.

Условия возникновения слухов

1. Неудовлетворенный интерес массовой аудитории к определенной проблеме, событию, персоне.
2. Связь интереса с жизненными потребностями людей.
3. Социально-политическая обстановка в стране.
4. Неудовлетворенность соответствующих потребностей.
5. Недоверие к источнику информации: к известным официальным, правительственным источникам информации.

¹³⁶ Там же.

¹³⁷ Дубин Б. В., Толстых А. В. Слухи как социально-психологический феномен // Вопросы психологии. 1993. № 3. С. 77.

¹³⁸ Назаретян А. П. Психология стихийного массового поведения. СПб., 2003. С. 64-65.

6. Высокая степень эмоционального напряжения в общности и связанная с ней потребность в эмоциональной разрядке посредством интенсификации массового общения.

7. Демонстративная «закрытость», «секретность», эксклюзивность передаваемого сообщения

8. Желание человека повысить свой престиж.

Типология слухов:

1. Противоположные: слухи «желания» — слухи «пугало».

2. Слухи, похожие на правду, слухи, не похожие на правду.

3. Слухи агрессивные — слухи экспрессивные.

Сплетни. Сплетней является ложная или истинная, непроверенная или неподдающаяся проверке (и в этом случае маловероятная), неполная, пристрастная информация о делах, которые рассматриваются как личные, но могут иметь широкий социальный резонанс, об обстоятельствах, касающихся замкнутых групп (*Енд- жеевский, 1980*).

Сплетни передаются секретно, с ощущением их (сплетничающих) взаимной принадлежности к определенному социальному кругу, часто касаются вопросов, на открытое обсуждение которых накладывается табу.

Социальные функции сплетни

1. *Информационно-познавательная.* Сплетня всегда является дополнением институционализированной, общедоступной информации. Она не ликвидирует дефицит информации, но может возбудить определенные настроения и поддерживать их.

2. *Развлекательно-игровая.* В сплетне можно найти различные формы комизма — прозаические кулисы того, кто пользуется всеобщим почетом, величие и обыденность великих людей, забавные конфликты социальных ролей и т.д.

3. *Аффилиативно-интеграционная.* Обмен сплетнями свидетельствует о сходстве ценностей и характеров. Те, с кем мы занимаемся сплетничаньем — «свои». Сплетня становится плоскостью противопоставления «мы — они».

4. *Тактическая.* Сплетня может использоваться в качестве оружия в борьбе между индивидами и группами — путем ослабления доверия, дезинформации, возбуждения эмоций и т.д.

Со сплетнями бороться сложно, их можно гасить другими слухами или сплетнями. Слухи могут рассматриваться как характерный способ передачи и распространения информации в толпе и считаются одной из

отличительных ее особенностей. Они выполняют функцию ориентации участников толпы о складывающейся ситуации, служат для них своего рода способом соотнесения с действиями других участников и, как таковые, выступают в качестве коллективного процесса принятия решений, в результате которого возникают нормы поведения, цели и способы действий.

Глава 18. Социально-психологические проблемы моды и рекламы

План

§ 1. Мода как социально-психологический феномен

§ 2. Реклама как массовая коммуникация

§ 1. Мода как социально-психологический феномен

Мода представляет собой одновременное проявление массового поведения и массовой коммуникации. «Мода — это специфическая и весьма динамическая форма стандартизированного массового поведения, возникающая преимущественно стихийно под влиянием доминирующих в обществе настроений и быстро изменяющихся вкусов, увлечений и т.д.»¹³⁹.

Латинское «modus» используется философией XVII-XVIII вв. и обозначает преходящее свойство материи (предмета), присущее ей (ему) лишь в некоторых состояниях, в отличие от атрибута — всеобщего, неотъемлемого, постоянного свойства материи (предмета) во всех ее (его) состояниях¹⁴⁰. В философии Б. Спинозы модусами называются все преходящие состояния субстанций, имеющие причину своего бытия не в себе самих, а в ее атрибутах; в модусах выражается бесконечная множественность вещей и их качества, в которых находит свое проявление единая, вечная и бесконечная материальная субстанция¹⁴¹. Англичане в XV в. употребляли слово «fashion», образованное от латинского «facere», «faction», для обозначения моды (меры, образа,

¹³⁹ Парыгин Б. Д. Основы социально-психологической теории. М.: Мысль, 1971. С. 281.

¹⁴⁰ Краткий очерк истории философии. М., 1960. С. 178.

¹⁴¹ Спиноза Б. Этика. М., 1998. С. 1.

способа чего-либо), а слово «mode» употребляли в значении «обычай»¹⁴². В XVII в. французы и итальянцы уже пользуются термином «mode» (фр.) и «moda», «modo» (ит.) для обозначения меры, образа, способа чего-либо в сфере быта, в одежде, обуви, мебели, причёске и поведении.

Слово «мода» в русском языке появляется при Петре I и фиксируется в первых русских словарях. Например, В. И. Даль в «Толковом словаре живого великорусского языка» писал, что мода — это «ходящий обычай; временная, изменчивая прихоть в житейском быту, в обществе, в покрое одежды, в нарядах»¹⁴³.

Феномен моды интересовал философов (Г. Гегель, Спенсер, К. Маркс и др.), мыслителей эпохи просвещения (Ж.-Ж. Руссо, Вольтер и т.д.), социологов и социальных психологов IX-XX веков (Г. Тардт, У. Мак-Дауголл, Г. Зиммель, Г. Блумер и др.). В нашей стране волна теоретического интереса началась в 60-е гг. XX века: работы Б. Ф. Поршнева, В. М. Краснова, В. Н. Колбановского, В. И. Толстых и др.

Мода является культурной, психологической и социальной нормой. Социальная норма — это социокультурный стандарт, регулирующий поведение и социальные отношения членов общества. В этом качестве мода транслирует внешние формы культуры; носит конкретно-исторический характер (норма отдельного сословия отдельной страны); является мощным регулятором общественной жизни (универсальная норма, ограниченная во времени, а не в социальном пространстве); она всегда современна, даже если возрождает что-то очень старое; возможна только в обществе, где отсутствуют внутренние жесткие перегородки и которое открыто внешнему миру; диффузна и универсальна¹⁴⁴. Мода проявляется в двух основных измерениях: мода не признает региональных и государственных границ, этнических перегородок; мода игнорирует различия между классами и слоями общества; ее неотъемлемое качество — демонстративность, т.к. в моде понятия «быть» и «казаться» по существу совпадают.

¹⁴² Парыгин Б. Д. Основы социально-психологической теории. М.: Мысль, 1971. С. 285.

¹⁴³ Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка. М.: Русский язык, 1998. Т. 2. С. 337.

¹⁴⁴ Гофман А. Б. Мода и обычай // Рубеж: альманах социальных исследований. 1992. Вып. 3. С. 127.

Процесс освоения внешнего облика человека в онтогенетическом развитии можно разделить на **три этапа**:

1. На первом этапе человек приучается различать по внешнему облику «своих» и «чужих».

2. На втором этапе осваивается система внешних знаков половой дифференциации.

3. На третьем — возникают зачатки социально-психологической классификации людей по внешним признакам.

Отличие «своего» от «чужого», которое мы сегодня в законченном виде находим в строго зафиксированной форме, которую носят военные в армиях разных стран, возникло в отдаленной древности. Юлий Цезарь в трактате «О галльской войне» писал: «Все британцы вообще красятся вайдой, которая придает их телу голубой цвет, и от этого они в сражениях страшнее других на вид». На самом же деле красились они для того, чтобы в бою было легче отличить своих от чужих.

Внутренняя противоречивость феномена моды проявляется в ее социокультурных функциях.

1. *Функция создания и поддержания единообразия и разнообразия в культурных образах.* В то же время мода дает возможность избегать тирании обычаев. Она является формой санкционированного риска, связанного с нововведением.

2. *Инновационная функция.* Действие моды распространяется на различные сферы социально-экономической и культурной жизни. Она способствует адаптации общества, групп, индивидов к изменяющимся условиям их существования, как внутренним, так и внешним. Ей присущи массовидность, динамичность настроений, вкусов и поведения. С другой стороны, мода есть форма, позволяющая индивиду отчетливо, выпукло, зримо продемонстрировать свое «Я».

3. *Функция социальной дифференциации и нивелирования.* С помощью моды производится постоянное ограничение «элиты». Мода служит средством внешней, поддельной идентификации людей, занимающих низкое положение в социальной иерархии с более высокостатусной группой.

4. *Коммуникативная функция.* Мода — средство общения и обмена информацией. С помощью модных образцов от одних людей к другим передаются модные стандарты, т.е. определенные культурные образцы, наделенные модными значениями и ценностями.

5. *Интерактивная функция.* Мода есть средство согласования действий людей, способ их взаимодействия. В модном поведении есть много от психологических игр.

6. *Функция социализации.* Мода — одно из средств приобщения индивида к социальному и культурному опыту. Увлечение модой помогает ему усвоить определенные социальные нормы, ценности и социальные роли, принятые в данной культуре.

6. *Функция престижа.* Мода — один из факторов повышения или понижения престижа тех или иных явлений, ценностей, культурных образцов и т.д.

7. *Функция психофизиологической разрядки.* Однообразие и динамичность повседневной жизни современного человека требуют выхода накопившейся энергии. Этому способствуют модное увлечение спортом, чтением литературы с незатейливым сюжетом, занятиями на дачных участках и т.д.

8. *Компенсаторная функция* позволяет восполнить неудовлетворенные или недостаточно удовлетворенные потребности, выступая в качестве регулятора социальных потребностей.

9. *Функция социальной идентификации.* Хиппи избрали в качестве опознавательного знака длинные волосы. «Длинные волосы жизненно необходимы нам, — заявил один из руководителей Джерри Рубин, — потому что дают возможность узнать друг друга, объединяют нас вместе».

Процесс распространения моды состоит из следующих этапов. Первыми воспринимают моду «конформисты». В борьбу с новыми веяниями вступают старшие поколения. Эта борьба привлекает внимание основной массы населения, и на этом этапе вступает в действие закон подражания. Стремление оторваться от массы является движущим мотивом творцов моды. Они убегают от толпы, которая стремится их догнать. Поскольку материальные ресурсы творцов моды намного выше, чем у массы, то им удастся отрываться. Однако проходит год, и их модели (не буквально, а в виде подобию) становятся массовыми. Творцы снова рвутся вперед, а масса стремящаяся быть модной — за ними.

Сверхмодное часто воспринимается отрицательно:

1. «Сверхмодно» одетый — это человек, в котором доминирует «казаться значимым» над «быть значимым».

2. «Сверхмодное» — всегда резко бросающееся в глаза, и потому оно, как правило, сильно подчеркивает физические недостатки.

3. Безумное следование моде, некритический отбор предметов одежды и прочее ярко свидетельствуют об отсутствии собственных эстетических критериев.

4. Если ориентация на моду становится главной в системе ценностей индивида, это тревожный, но часто очень тонкий симптом: данный человек становится личностью-марионеткой, направляемой, ориентируемой другими.

Гегель писал: «Разумность моды следует видеть в том, что она осуществляет право вновь и вновь изменять преходящее и временное. Выкроенный сюртук опять выходит из моды, и чтобы нравился, необходимо, чтобы он был модным. Но если мода прошла, то прекращается и привычка; то, что еще немного лет тому назад нравилось, сразу становится смешным»¹⁴⁵.

Мода возникает только в обществе, имеющем существенное социальное неравенство, но открытом для культурной конкуренции. А. Б. Гофман выделяет характерные черты тех социальных систем, в которых действует.

1. *Динамичность*. Общество стремится к изменениям, осуществляет их, обладает достаточно высоким инновационным потенциалом.

2. *Открытость*. Общество стремится к разнообразным контактам с другими обществами, осуществляет их, обладает развитыми средствами и каналами коммуникации.

3. *Избыточность*. В обществе существует развитая система тиражирования материальных и культурных благ, некоторая избыточность разнообразных и конкурирующих между собой культурных образцов, из которых может осуществляться выбор индивидами, группами и массами (группами групп).

4. *Социальная дифференциация и мобильность*. Общество неоднородно в социальном отношении, оно разделено на различные классы и другие социальные группы. Однако в отличие от сословий или каст эти группы не разделены между собой непреодолимыми барьерами. Они могут подражать друг другу, заимствовать друг у друга культурные образцы, в них существует социальная мобильность.

¹⁴⁵ Гегель Г. Эстетика: В 4 т. М.: Искусство, 1973. С. 143.

Соответственно *мода отсутствует* в обществах статичных, закрытых, со строго ограниченным набором благ и культурных образцов, социально однородных или, наоборот, с жестко фиксированной иерархией социальных групп (касты, сословия), между которыми не может производиться свободный обмен индивидами и культурными образцами¹⁴⁶.

§ 2. Реклама как массовая коммуникация

Термин **«реклама»** происходит от латинского слова «*rekla- mare*» — «громко кричать» или «извещать» (в Древней Греции и Риме объявления громко выкрикивались или зачитывались на площадях и в других местах скопления народа). В Законе Российской Федерации «О рекламе» (от 14 июня 1995 года) дано следующее ее определение: «Реклама — распространяемая в любой форме, с помощью любых средств информация о физическом или юридическом лице, товарах, идеях и начинаниях (рекламная информация), которая предназначена для неопределенного круга лиц и призвана формировать или поддерживать интерес к этим физическому, юридическому лицу, товарам, идеям и начинаниям и способствовать реализации товаров, идей и начинаний»¹⁴⁷.

Реклама является частью массовой коммуникации, поэтому в ней можно найти все элементы, присущие последней: коммуникатор — сообщение — канал передачи — целевая аудитория — эффект. «Реклама — это платное, однонаправленное и неличное обращение, осуществляемое через средства массовой информации и другие виды связи, агитирующее в пользу какого-либо товара, марки, фирмы (какого-то дела, кандидата, правительства)»¹⁴⁸.

Основная цель рекламы — составить и донести привлекательный образ рекламируемого товара или услуги, воздействовать на психологию потенциального потребителя и управлять его поведением (вызвать желание приобрести товар или воспользоваться услугой).

¹⁴⁶ Гофман А. Б. Мода и обычай // Рубеж: альманах социальных исследований. Сыктывкар, 1992. Вып. 3. С. 123-140.

¹⁴⁷ Цит. по: Реклама в бизнесе: Уч. пособие / Сост. Т. К. Серегина, Л. М. Титкова / Под общ. ред. Л. П. Дашкова. М.: Маркетинг, 1995. С. 5.

¹⁴⁸ Дейян А. Реклама / Пер. с франц. М.: Прогресс, 1993. С. 9.

Реклама всегда обращена к массовой психологии, придавая «человеческий смысл вещам и началам, которые без этого остаются экономическими фетишами — товарами и услугами»¹⁴⁹.

Целевая аудитория представляет собой «часть сообщества людей, конкретный сегмент массы текущих и потенциальных потребителей с выделением специфических признаков (демографических, психологических, социальных, с учетом отношения к моде, престижным покупкам, жизненного тонуса и т.п.)»¹⁵⁰

Под целевой аудиторией понимается группа людей с определенными демографическими, географическими, психологическими, поведенческими и другими характеристиками, отношениями и предпочтениями¹⁵¹. На целевую аудиторию направлено рекламное воздействие. При этом учитываются присущие только ей вышеуказанные характеристики, основными из которых являются мотивы, ценности и убеждения.

Мотив — «побуждение к деятельности, связанные с удовлетворением потребностей субъекта, ...осознаваемая причина, лежащая в основе выбора действий и поступков личности»¹⁵². Специалистами выделяются следующие мотивы аудитории рекламы: эмоциональные, рациональные и утилитарные, эстетические, престижа уподобления, моды, самоутверждения и другие. Как пишет Р. И. Мокшанцев, «потребности или мотивы, порождающие интерес к товару, и психологическая дистанция от товара до их удовлетворения — это две составляющие личностного смысла рекламируемых товаров или услуг»¹⁵³. Внушение означает некритическое восприятие и усвоение информации. Внушающее воздействие обращено не к логике человека, а к его готовности доверительно, не требуя доказательств, без всякой проверки

¹⁴⁹ Ганжин В.Т. Паблик рилейшнз .Что это такое? Введение в средоведческую коммуникацию. М.:Изд-вд МНЭПУ, 1998, С. 75

¹⁵⁰ Синяева И. М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности: Учебник / Под ред. проф. Г. А. Васильева. М.: ЮНИТИ, 1998. С. 12.

¹⁵¹ Шарков Ф. И. Основы теории коммуникации. М.: Перспектива, 2003. С. 158.

¹⁵² Психология. Словарь / Под ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. М.: Политиздат, 1990. С. 219.

¹⁵³ Мокшанцев Р. И. Мотивация. Структура потребностей и мотивы с позиций рекламного дела М.; Новосибирск: Инфра-Сибирское соглашение, 2000. С. 55-61.

воспринимать предложенную информацию. Человек склонен многое в своей жизни воспринимать, не требуя доказательств, например, следуя традициям, обычаям, социальным нормам, которые выработаны культурой, разделять взгляды окружающих на различные вопросы бытия.

В рекламной коммуникации чаще всего используется внушение с помощью авторитетного источника информации и идентификации.

В первом случае внушение строится на доверии к источнику информации, чем выше авторитет источника информации, тем выше доверие. Во втором случае учитывается стремление принадлежать группе значимых для нас людей, т.е. референтной группе. Референтная группа — это та группа лиц, большая или маленькая, к которой мы действительно принадлежим или хотим принадлежать по таким параметрам, как социальный статус, демография, культура, национальность, религия, политика и так далее. Если рекламное сообщение подается персонажем, значимым для целевой аудитории, оно скорее достигнет своей цели — вызовет доверие к информации и желание поступить аналогичным образом.

Подражание часто является следствием внушения. Многие рекламисты обращают внимание на то, что наиболее эффективно срабатывает в тех случаях, когда рекламируется то, что для человека престижно, что покупается им с целью быть похожим на известную, популярную, авторитетную личность. Подражание рекламному персонажу чаще определяется совпадением увиденного с тем, что обусловлено ценностными ориентациями, а также мотивацией и потребностями, желанием целевой аудитории быть похожим на преуспевающего авторитетного человека.

Резюме

1. Культура массового общества является своеобразной социальной технологией, стандартизирующей социальное поведение, унифицирующей ценностные основания жизни человека, утверждающей конформизм основной социально одобряемой моделью поведения.

Современную культуру называют культурой постмодерна. В современной научной литературе «постмодерн» определяется как одна из кратких, преходящих стадий всемирной истории и всемирной культуры, имеющая основные идеи-проблемы:

— множественность мультикультурного, неевропоцентрического мира;

— представление и описание мир как текста, а текста — как некоторое инобытие мира;

— идея смерти Бога и исчезновения человека (Е. Б. Рашковский);

— провозглашение тотального «права виртуальности», когда в событиях нет смысла, они самодостаточны, а знаки — не имеют субъектов (Лакан, Деррида);

— знаки и символы — суть симулякры («кажимости»), не соотносящиеся ни с какой реальностью (Бодрийяр);

— сфера медиа, широко понимаемая как Текст, который не обязан подчиняться никаким правилам, кроме тех, которые они, эти самые «медиа», захотят (или не захотят) для себя установить, не чувствуя никаких обязательств по отношению к обществу;

— современное общество является «обществом спектакля», где не существует ни истины, ни подлинности, а существуют лишь шоу-политика и шоу-правосудие, шоу-власть, состоящая из театральной рекламности политики и тотальной рекламности жизни (Ги Дебор).

2. Массовое сознание — коллективное отражение, непрерывно меняющаяся совокупность коллективных (разделяемых большинством людей) чувственных и умственных образов, возникающая в результате воздействия массовой информации и предвосхищающая их практическую деятельность. В массовом сознании запечатлены знания, представления, нормы, ценности и образцы поведения, разделяемые какой-либо совокупностью индивидов — массой. Они вырабатываются в процессе общения людей между собой и совместного восприятия ими социально-политической информации (демонстрации, митинги и т.д.). Для зарождения и функционирования массового сознания совершенно необязательна совместная деятельность членов общности, что традиционно принято считать обязательным для появления массового сознания.

3. Формами массового поведения являются толпа и паника, аудитория и публика. Под толпой следует понимать скопление людей, не объединенных общностью целей и единой организационно-ролевой структурой, но связанных между собой общим центром внимания и эмоциональным состоянием.

Человек в толпе способен совершить любые акты насилия, жестокости, вандализма, которые в обычных условиях ему представляются немислимыми.

4. Толпа, обработанная слухами, может оказаться подверженной панике. Паника — это одновременно индивидуальное и групповое поведение: это и попытка личного спасения и одновременно имеют место механизмы циркулярной реакции внушения и заражения. Паника заканчивается по мере выхода отдельных индивидов из группового бегства, но паническое поведение не обязательно заканчивается с окончанием бегства от опасности. Обычные следствия паники — либо усталость и оцепенение, либо состояние крайней тревожности, возбудимости и готовности к агрессивным действиям, реже — вторичное проявление паники.

5. Массовая коммуникация — систематическое распространение специально подготовленных сообщений, представляющих социальную значимость, среди численно больших, анонимных, рассредоточенных аудиторий с целью оказания влияния на установки, оценки, мнения и поведение людей.

6. Важной составной частью массовой коммуникации является коммуникатор. В процессе массовой коммуникации *коммуникатор выполняет ряд функций*: определяет коммуникативную политику и контроль за ее осуществлением, собирает и обрабатывает, создает «сообщения», определяя его окончательное содержание, принимает на себя ответственность за данное сообщение, поскольку оно идет от его имени и т.д.

7. В своей профессиональной деятельности коммуникатор принимает во внимание специфику аудитории. «Аудитория слушателей — это временная специфическая общность людей, имеющих относительное сходство интересов и установок и включенных в один и тот же вид деятельности в условиях непосредственного зрительно-слухового контакта и действия групповой психики».

8. Аудиторию часто отождествляют с публикой. В этих понятиях есть сходные черты и различие. Публикой можно назвать группу людей, которая стоит лицом к лицу с некоторой проблемой; может не быть едина во мнении относительно данной проблемы, вовлечена в дискуссии по проблеме. Если в толпе решающую роль играют слухи, некритические

замечания, то в публике решающей информацией являются различные аргументы, рациональные доводы.

9. Слухи и сплетни — это стихийный процесс передачи информации от коммуникатора к реципиенту.

10. Сплетней является ложная или истинная, непроверенная или неподдающаяся проверке (и в этом случае маловероятная) неполная, пристрастная информация о делах, которые рассматриваются как личные, но могут иметь широкий социальный резонанс, об обстоятельствах, касающихся замкнутых групп.

11. Мода представляет собой одновременное проявление массового поведения и массовой коммуникации. Мода — это специфическая и динамическая форма стандартизированного массового поведения, возникающая преимущественно стихийно под влиянием доминирующих в обществе настроений и быстро изменяющихся вкусов, увлечений.

12. Реклама является частью массовой коммуникации, поэтому в ней можно найти все элементы, присущие последней: коммуникатор — сообщение — канал передачи — целевая аудитория — эффект.

13. В рекламной коммуникации в процессе воздействия на целевую аудиторию чаще всего используются внушение и подражание. Внушение осуществляется с помощью апелляции к авторитетному источнику информации и механизма идентификации. В первом случае внушение строится на доверии к источнику информации, чем выше авторитет источника информации, тем выше доверие. Во втором случае учитывается стремление принадлежать группе значимых для нас людей, т.е. референтной группе.

Подражание часто является следствием внушения. Подражание рекламному персонажу чаще определяется совпадением увиденного с тем, что обусловлено ценностными ориентациями, а также мотивацией и потребностями, желанием целевой аудитории быть похожим на преуспевающего авторитетного человека.

Вопросы для самопроверки

1. В чем особенности культуры массового общества?
2. Перечислите проблемы современной культуры.
3. Почему ее называют «культура постмодерна»?
4. Дайте определение массовому сознанию.
5. Каковы формы массового поведения?
6. Особенности поведения человека в толпе.

7. Условия возникновения паники.
8. Что такое массовая коммуникация?
9. В чем отличие аудитории от публики?
10. Почему слухи и сплетни являются стихийным процессом передачи информации?
11. Обоснуйте положение: «Мода представляет собой одновременное проявление массового поведения и массовой коммуникации».
12. Перечислите механизмы воздействия рекламы на целевую аудиторию.

Список литературы

Обязательная

1. Андреева Г. М. Социальная психология. М.: МГУ, 1999. ^
2. Федоров Ю. М. Социальная психология. Тюмень: Изд-во ТюмГУ, 1997.

Дополнительная

1. Беззубцев С. Слухи, которые работают на вас. СПб.: Питер, 2003.
2. Бехтерев В. М. Гипноз. Внушение. Телепатия. М.: Мысль, 1994.
3. Богомолова Н. Н. Социальная психология печати, радио и телевидения. М.: МГУ, 1991.
4. Дубин Б. В., Толстых А. В. Слухи как социально-психологический феномен // Вопросы психологии. 1993. № 3.
5. Лебедев-Любимов А. Психология рекламы. СПб.: Питер, 2004.
6. Майерс Д. Социальная психология. СПб.: Питер, 1999.
7. Московичи С. Век толп: исторический трактат по психологии масс. М.: Центр психологии и психотерапии, 1998.
8. Назаретян А. П. Агрессивная толпа, массовая паника, слухи. Лекции по социальной и политической психологии. СПб.: Питер, 2003.
9. Ольшанский Д. В. Психология масс. СПб.: Питер, 2001. Гл. 3, 4.
10. Ортега-и-Гассет Х. Дегуманизация искусства. Сборник. М.: Радуга, 1991.
11. Психология масс. Хрестоматия. Самара: Бахрах-М, 2001.
12. Фрейд З. Психология масс и анализ человеческого Я, Психологические этюды. Минск: Беларусь, 1991.
13. Чалдини Р. Психология влияния. СПб.: Питер, 2000.
14. Юнг К. Г. Архетип и символ. М.: Ренессанс СП «ИВО-Сид», 1991.
15. Юнг К. Г. Психология бессознательного. М.: ОИ «Реабилитация», 2001.

ПРАКТИКУМ

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Раздел I. Введение в социальную психологию

Практическое занятие 1. История формирования социально-психологических идей

Вопросы:

1. Три периода в истории социальной психологии
2. Возникновение и развитие социальной психологии как науки за рубежом

3. Развитие социальной психологии в нашей стране

4. Основные направления социальной психологии

Цель занятия — изучение истории становления социальной психологии как науки.

В процессе подготовки **первого вопроса** вы узнаете более подробно о каждом из трех периодов в истории социальной психологии.

В процессе подготовки к занятию подумайте над ответами на вопросы:

- Зачем психологу изучать историю науки?
- Каковы предпосылки возникновения социальной психологии?
- В чем заключается специфика первых исторических форм социально-психологического знания ?
- Назовите авторов, развивавших идеи психологии народов в начале XX века.

При подготовке **второго вопроса**, вы узнаете особенности процесса возникновения и развития социальной психологии как науки за рубежом. Охарактеризуйте основные положения следующих направлений психологии: бихевиоризм, психоанализ, когнитивные теории и интеракционизм. Почему они способствовали развитию социальной психологии во второй половине XX в.?

Обратите внимание на положения бихевиоризма — основного направления в американской социальной психологии начала XX в.,

для этого познакомьтесь со статьями Уотсона Дж. «Бихевиоризм», «Психология с точки зрения бихевиориста», Б. Скиннера «Что такое бихевиоризм? Введение».

Подумайте, почему требования В. Меде и Ф. Олпорта превращения социальной психологии в экспериментальную дисциплину были актуальны?

Опишите ключевые идеи видного европейского социального психолога С. Московичи (Франция).

Парадигма символического интеракционизма содержит обоснование того, что все формы взаимодействия людей подразумевают общение, базирующееся на определенных символах. Изучив работы Д. Г. Мида и Ч. Кули, вы узнаете как объясняются отношения индивида и общества в концепции символического интеракционизма.

При подготовке **третьего вопроса**, обратите внимание на сложность и драматичность истории становления социальной психологии в нашей стране.

Изучая концепцию культурного детерминизма Л. С. Выготского, подумайте над ответом на вопрос, в чем заключаются основные идеи концепции культурного детерминизма? Объясните слова Л. С. Выготского: «Описательная психология стремится не к объяснению, а к описанию и пониманию. То, что поэты, в особенности Шекспир, дали в образах, она делает предметом анализа в понятиях»¹⁵⁴.

Прочитав главы из монографии А. Н. Леонтьева, вы сможете познакомиться с деятельностным подходом в психологии и ответить на вопрос о вкладе ученого в развитие социальной психологии.

В процессе подготовки вопроса об основных направлениях социальной психологии, вы узнаете о содержании кризиса современного этапа развития социальной психологии, который заключается в смене основных парадигм, вызванных актуализированностью проблемы неадекватности методологического арсенала экспериментальной социальной психологии ее предмету — социальному поведению людей. В процессе его решения возникли два направления (две парадигмы) социальной психологии: позитивистская (неопозитивистская) и социально-конструктивистская. Подумайте, почему ориентация на позитивизм имеет определенные ограничения для развития науки? Для

¹⁵⁴ Выготский Л. С. Собр. соч. В 6 т. Т. 1. М.: Педагогика, 1982. С. 383.

более глубокого понимания данного вопроса вам следует прочитать главы из учебника Г. М. Андреевой «Социальная психология» и статью А. Н. Онучина «Новая парадигма» в социальной психологии» в хрестоматии.

Имеет ли, на ваш взгляд, перспективу идея о том, что «социальная психология может достичь успеха только на путях ее большей «социологизации», т.е. отступления от канонов индивидуальной психологии и усиления меры и степени ее «социальности» — вплетения в ткань реальных проблем общества. Ведь, по мнению Московичи и всей европейской школы социальной психологии, «вопросы социальной психологии задает общество, социальная психология лишь отвечает на них»¹⁵⁵.

Назовите основные проблемы современного этапа существования социальной психологии.

Практическое занятие 2. Предмет и метод курса «Социальная психология»

Вопросы:

1. Предмет социальной психологии
2. Основные методы социальной психологии

Цель — изучение предмета и метода социальной психологии как науки. В процессе подготовки **первого вопроса** вам следует изучить содержание дискуссии об источниках социальной психологии.

Приведите примеры проблем, решаемых социальной психологией в каждой предметной зоне:

- 1) социально-психологические проблемы личности;
- 2) социально-психологические явления в малых группах;
- 3) социально-психологические явления в больших группах;
- 4) массовидные явления психики;
- 5) массовое сознание;
- 6) психологические механизмы влияния человека на человека;
- 7) социально-психологические аспекты коммуникативных и информационных процессов.

Для этого вам следует прочитать конспект лекции по данной теме и лекцию Ю. М. Федорова «Предмет социальной психологии».

¹⁵⁵ Современная зарубежная социальная психология. Тексты. М.: МГУ, 1983. С. 217.

Прокомментируйте следующие принципы социальной психологии:

- социальной и психологической комплексности;
- социально-психологической причинности;
- единства социально-психологических явлений, среды и активности;
- социально-психологической системности;
- социально-психологического развития;
- объективности.

При подготовке **второго вопроса** вы узнаете, что социальная психология как система научного знания включает в себя совокупность взаимосвязанных методологических уровней, позволяющих специалистам получать в процессе исследования фактический материал, теоретические построения, принципы, законы и категории, гипотезы, подтвержденные выводы, методы, методику и технику исследования.

Важно обратить внимание на все три методологических уровня исследований социально-психологических фактов, явлений и феноменов. Обратите особое внимание на третий уровень, который составляет совокупность конкретных методических приемов исследования или методик.

Методика социально-психологического исследования — это система операций, процедур, приемов установления социально-психологических фактов, их систематизации и средств их анализа, это тактика исследования.

Изучив общие характеристики качественных и количественных методов социально-психологического исследования, назовите круг проблем и феноменов, которые можно изучить с помощью указанных методов, учитывая, что феномены социально-психологической реальности определяются по форме существования, по носителям, по функциональным особенностям, по структурно-динамическим особенностям, по уровню осмысленности, по степени охвата, по субъекту.

Важной частью социально-психологического исследования является составление его программы. Вашей задачей является изучение всех этапов ее составления. Приведите пример такой программы.

Раздел II. Общие вопросы социальной психологии

Практическое занятие 3. Социально-психологические проблемы взаимосвязи общества и личности

Вопросы:

1. Общество как процесс совокупной человеческой деятельности
2. Ролевая теория или социальные роли и маски человека

Цель занятия — изучение социально-психологических проблем взаимосвязи общества и личности.

В процессе подготовки **первого вопроса** проанализируйте два подхода к пониманию общества: Т. Гоббса и К. Маркса.

Объясните, какова роль деятельностного подхода для понимания задач индивидов в существовании и развитии общества. Для этого вам нужно обратиться к понятию деятельность, данного

А. Н. Леонтьевым: «Деятельность — динамическая система взаимодействий субъекта с миром, в процессе которых происходит возникновение и воплощение в объекте психического образа и реализация опосредованных им отношений субъекта в предметной действительности». Приведите примеры, объясняющие функциональный подход деятельностного процесса.

Прокомментируйте слова Пьетро Помпонazzi из «Трактата о бессмертии души» (1516 г.): «Весь человеческий род подобен одному телу, составленному из различных членов, которые обладают различным назначением, но упорядоченных на общую пользу человеческого рода, и один нечто дает другому и получает от того, кому дает, и все взаимодействуют».

Изучая **второй вопрос**, обратите внимание на основные положения ролевой теории, позволяющие более глубоко понять механизмы взаимоотношений индивидов в обществе. Обратите внимание на особенности ролевого поведения, заключающиеся в необходимости определенного поведения и наличии ожиданий окружающих, связанных с ним. Объясните следующие слова

В. Б. Ольшанского: «На идеальной схеме» того или иного типа взаимодействия каждое действующее лицо занимает свою позицию. Более конкретно она определяется в соотнесении с другими позициями. В элементарном случае на схеме существует только «позиция» и «контрпозиция». Например, если некто хочет сделать покупку, он находит

человека в позиции продавца и занимает соответствующую контрпозицию, т.е. ведет себя, как подобает в этой ситуации».

Полезно сделать следующую работу. Подумайте и запишите социальные роли, которые вы играете в своей жизни. Выделите из общего перечня те, которые вы играете для общества, для группы значимых людей, для себя. Сколько в них связано с вашим возрастом, межличностными отношениями? Охарактеризуйте социальные роли, которые вы играете, пользуясь характеристиками социальных ролей, данных в лекции.

Ответьте на следующие вопросы:

1. С какими ожиданиями вы сталкиваетесь, выполняя те или иные роли?
2. Как вы поступаете в таких случаях?
3. С какими санкциями общества или группы вы уже сталкивались в своей жизни?
4. Почему это называется социальным контролем?

Изучите классификацию социальных ролей, предложенную Н. Д. Левитовым. Приведите примеры на каждый тип роли.

1. Роли сознательные и бессознательные, иначе говоря, сознательно принимаемые человеком на себя по собственной инициативе и вынужденные или как бы навязанные обстоятельствами.

2. Роли более или менее устойчивые и эпизодические

3. Роли, неразрывно связанные между собой и не связанные.

4. Роли открытые, внешне выраженные и наоборот — в той или иной степени скрытые.

5. Роли центральные и второстепенные для личности.

6. Роли стереотипные и оригинальные.

7. Роли приписываемые себе человеком и приписываемые человеку другими.

8. Роли реальные и воображаемые.

9. Роли индивидуальные (персональные) и коллективные (групповые).

10. Роли активные и пассивные.

11. Важным аспектом ролевого поведения является ролевой конфликт. Прочитав соответствующую главу из монографии В. Б. Ольшанского, приведите примеры, иллюстрирующие различные виды ролевых конфликтов, подумайте, каковы причины этих конфликтов.

Каков, на ваш взгляд, смысл в фразе К. Маркса «Богатство личности в богатстве ее ролевого репертуара»?

Как вы понимаете слова М. Монтеня: «...кого бы ни взялся изображать человек, он всегда играет, вместе с тем, и себя самого»?

Практическое занятие 4. Социокультурная регуляция человеческой деятельности и общения

Вопросы:

1. Культура и ее значение в регуляции человеческой деятельности
2. Социально-психологические аспекты культуры

Цель — изучение значения культуры в регуляции человеческой деятельности.

В процессе подготовки **первого вопроса**, посвященного роли культуры в регуляции человеческой деятельности и общения, рекомендуется обратить внимание на определение, данное Н. Дж. Смелзером: *«Культура — это убеждения, ценности и выражающие их символы (включая искусство и литературу), которые являются общими для группы людей и служат упорядочению опыта и регулированию поведения ее членов. Убеждения, ценности и символы какой-то части людей в группе часто называют субкультурой...»*. Чтобы понять, почему культура является универсальным регулятором человеческого поведения, необходимо, во-первых, изучить ее основные функции: социализирующую, структурирования человеческой жизни, контроля поведения людей, формирования принадлежности группе и привести примеры на каждую из функций.

Во-вторых, рассмотреть элементы культуры, с помощью которых осуществляется универсальная регуляция человеческого поведения в общения: язык, знаки, значения, символы, ценности, нормы и традиции.

Обратившись к определению языка, данному С. Лемом, подумайте над вопросом о сложностях понимания поведения людей, их верований, мифологии, принадлежащих к различным культурам. *«Язык — один из стабилизаторов культуры; в определенных пределах он способен поддерживать внутрикультурные связи. Языки разных культур примерно одного уровня развития взаимоопереживаемы» (Лем, 1969)*.

Изучая роль знака в управлении человеческим поведением, подумайте над его регулятивной способностью, приведите примеры использования

знаков в организации. В каких еще ситуациях человеку необходима помощь знаков?

В отличие от знака, символ содержит в себе гораздо больше информации. Он опирается на более древние знания и это то, что уже воздействовало на наших предков в качестве источника информации.

Правила и нормы как элементы культуры содержат предписания относительно того, как должен вести себя человек, чтобы жить в согласии с ценностями общества. Правила и нормы могут быть официально закреплены в законодательстве и существовать как традиции. Приведите примеры традиционного поведения индивидов в обществе. Почему традиции являются важными элементами традиционной культуры?

При подготовке **второго вопроса** обратите внимание на функции культуры: социализирующую, контроля поведения людей, формирования принадлежности группе. Приведите примеры на каждую из них.

Ответьте на вопросы:

1. Что происходит в современном обществе, часто называемом массовым, информационным с традиционными правилами и нормами поведения?
2. Почему З. Фрейд назвал свою работу «Бегство от культуры»?

Раздел III. Социально-психологические проблемы личности

Практическое занятие 5. Социализация личности

Вопросы:

1. Социализация как социально-психологическая проблема
2. Содержание процесса социализации личности
3. Институты социализации

Цель — изучение процесса вхождения человека в общество, присвоения им культурного опыта, выражающегося в нормах, ценностях, традициях, правилах выполнения социальных ролей; процесса трансформации социокультурного в индивидуальное.

В процессе подготовки **первого вопроса** проанализируйте различные подходы к пониманию процесса социализации личности. Чем объясняется, на ваш взгляд, такое разнообразие подходов в изучении и описании этого феномена? Приведите аргументы каждого из подходов.

Объясните, в чем заключается различие таких понятий, как «воспитание», «развитие», «социализация».

Изучая **второй вопрос**, обратите внимание на содержание процесса социализации личности в различных психологических школах.

Изучая идентификацию как механизм социализации личности, прокомментируйте слова З. Фрейда: «люди, которые для нас не имеют особого значения, понимаются на основе обычного подражания, но те же, кто эмоционально ценен для нас, понимаются на основе идентификации». Приведите примеры, подтверждающие значимость близких людей в нравственной социализации личности.

Согласно концепции гуманистической психологии (К. Роджерс, Р. Бернс, В. Сатир и другие), главным достижением процесса социализации является формирование у человека чувства самооценности, которое во многом определяет особенности его поведения, реакции на других людей, способы переживания жизненных трудностей. Оно формируется, если ребенок растет в любви, т.е. безусловном принятии его самыми близкими людьми. Подумайте, к каким социально-психологическим последствиям может привести отсутствие таких условий для человека.

Особое внимание рекомендуется обратить на концепцию социализации личности Э. Эриксона. Для этого следует причитать 7 главу из книги «Детство и общество». Приведите примеры, иллюстрирующие каждую из стадий социализации личности.

Изучая особенности нравственного развития личности в процессе социализации личности, следует познакомиться с положениями концепции Л. Колберга и подумать, почему автор считал, что большинство людей достигают по крайней мере третьей стадии нравственного развития, а некоторые на всю жизнь остаются нравственно незрелыми.

Рассматривая вопрос о сроках социализации, приведите аргументы в пользу различных точек зрения.

Первая точка зрения — социализация личности заканчивается к 6 годам жизни.

Согласно второй точке зрения, социализация заканчивается с завершением процесса обучения и получения профессии, примерно к 23 годам.

Третья точка зрения заключается в том, что социализация личности проходит в течение всей жизни. В этом случае возникает вопрос о различии в содержании социализации детей и взрослых. Подумайте, какие

основные социально-психологические задачи решает человек в течение своей жизни.

Для изучения особенностей социализации детей и взрослых следует познакомиться с соответствующими положениями концепции О. Г. Брима-младшего (1966).

Социализация взрослых выражается главным образом в изменении их внешнего поведения, в то время как детская социализация корректирует базовые ценностные ориентации.

Взрослые могут оценивать нормы; дети способны только усваивать их.

Социализация взрослых чисто предполагает понимание того, что между черным и белым существует множество «оттенков серого цвета».

Социализация в детстве строится на полном повиновении взрослым и выполнении определенных правил. А взрослые вынуждены приспособливаться к требованиям различных ролей на работе, дома, на общественных мероприятиях и т.д. Они вынуждены устанавливать приоритеты в сложных условиях, требующих использования таких категорий, как «более хорошо» или «менее плохо». Взрослые не всегда соглашались с родителями; детям же не дано обсуждать действия отца и матери.

Социализация взрослых направлена на то, чтобы помочь человеку овладеть определенными навыками; социализация детей формирует главным образом мотивацию их поведения. Например, на основе социализации взрослые становятся способными выполнять различные социальные роли, детей же учат выполнять правила, быть внимательными и вежливыми.

Изучая особенности социализации взрослых, обратите внимание на роль жизненных кризисов, связанных с изменением социальных условий жизнедеятельности, возрастом. Обратите внимание на термин «ресоциализация», под которым понимается усвоение новых ценностей, ролей, навыков вместо прежних, недостаточно усвоенных, устаревших или неадекватных новым условиям жизни. Ресоциализация охватывает многие виды деятельности — от занятий по исправлению навыков общения или взаимодействия до профессиональной переподготовки или смены основных социальных ролей. Ресоциализация может иметь место в ситуациях необходимости разрешения человеком своих конфликтов и изменения своего поведения.

Обсуждая вопрос о механизмах социализации, способствующих процессу приобретения человеком необходимых навыков, норм и правил поведения, принятых в культуре данного общества, приведите примеры позитивных и негативных механизмов социализации личности.

При подготовке **третьего вопроса** рекомендуется изучить значение институтов социализации личности на разных этапах этого процесса. Подумайте и приведите примеры деятельности институтов социализации личности в детстве, подростковом и юношеском возрасте, зрелости и старости. Почему так много говорят о роли СМИ в социализации современного человека?

Рекомендуется обратить внимание на значение культурного контекста социализации личности. Приведите примеры культурной детерминации этого процесса.

Практическое занятие 6.

Социально-психологическая структура личности

Вопросы:

1. Социально-психологическая структура личности
2. Диспозиционная структура личности
3. Саморегуляция социального поведения

Цель — изучение социально-психологических аспектов процесса становления личности как результата социализации.

При подготовке **первого вопроса** следует вспомнить, что социальных психологов интересует личность как объект и субъект исторического процесса, конкретно-социальных условий и отношений, а также то, что лежит в основе личностной активности индивида: мотивация, ценностные ориентации, социальные установки и другие диспозиционные образования. Поэтому, изучая структуру личности, обратите внимание на важность для человека всех ее компонентов: Я-концепция, мотивы и потребности, установки, социальные роли, ценности.

Изучая Я-концепцию — систему представлений человека о самом себе, целесообразно рассмотреть процесс ее формирования в онтогенезе. Приведите примеры влияния на содержание Я-концепции личности опыта решения человеком жизненных задач, оценки значимых других, сравнения себя с другими, переживание внутренних состояний, восприятие своего внешнего облика.

Рассматривая теорию Я-концепции и воспитания Р. Бернса как совокупность установок «на себя», включающих образ Я, самооценку, потенциальную поведенческую реакцию, заполните предлагаемую Р. Бернсом Шкалу самовосприятия.

№ п/п	Характеристики	Меня это радует	Мне это безразлично	Мне это неприятно
1.	я счастливый			
2.	у меня ничего не ладится			
3.	у меня все получится			
4.	я тугодум			
5.	я неуклюжий			
6.	я зануда			
7.	я неудачник			
8.	я добросовестный			
9.	я обманщик			
10.	я интроверт			
11.	я фантазер			
12.	я оптимист			
13.	я человек надежный			
14.	я раздражительный			
15.	я хороший друг			
16.	я подвержен настроению			
17.	я общительный			
18.	я религиозный			
19.	я умный			
20.	я слабовольный			
21.	я опрометчивый			

Отметьте характеристики, которые вам присущи. Подумайте, какие из характеристик являются наиболее устойчивыми. Отметьте присущие вам характеристики (в соответствующих колонках: «меня это радует», «мне это безразлично», «мне это неприятно»). Перечень характеристик условен, его можно дополнять и изменять. Какими характеристиками вы дополнили бы этот перечень? Как вы думаете, какие из указанных Р. Берном или Вами характеристики останутся через 10 лет, а каких не будет. Почему?

Рассуждая о Я-концепции, важно понять, что она является не только представлением о себе, но и выполняет функции структурирования и обработки поступающей информации в аспекте имеющихся схем, отражающих личностные качества, и мотивирования к повышению собственной значимости.

Прочитав главу из монографии Р. Бернса «Развитие Я-концепции и воспитание», вы узнаете о различных компонентах Я-концепции, о ее значении для целостности и устойчивости личности. Подумайте и приведите примеры когнитивной, оценочной и поведенческой составляющей Я-концепции, ее связи с самооценкой.

Изучение данного вопроса будет более полным, если вы познакомитесь с представлениями о Я-концепции в различных психологических теориях.

Следующий компонент в социально-психологической структуре личности — мотивы и потребности. Приступая к изучению данного компонента структуры личности, следует помнить, что в настоящее время существует несколько подходов к объяснению наличия и природы мотивов и потребностей как важных факторов в жизнедеятельности человека. Для более полного изучения этих подходов рекомендуется ознакомиться с теориями А. Маслоу, прочитав фрагмент главы «Гуманистическое направление в теории личности: Абрахам Маслоу» в монографии «Теории личности» Л. Хьелл и Д. Зиглер.

Важным компонентом социальной структуры личности являются установки, под которыми принято понимать готовность к определенному поведению, реакции. Они могут быть перцептивными, моторными, социальными. Изучая феномен установки, рекомендуется прочитать главу из учебника Г. М. Андреевой «Социальная психология», посвященную социальной установке. Близким к понятию «установка» является «аттитюд». Для изучения этого феномена прочитайте об известном

эксперименте Р. Лапьера и подумайте, в каких случаях мы можем столкнуться с рассогласованием между заявлениями человека и его поступками. Поможет вам в этих рассуждениях материал главы «Поведение и установка» из монографии Д. Майерса «Социальная психология».

Изучая функции аттитюда в межличностных отношениях, обратите внимание на их характеристики, данные В. Б. Ольшанским, и приведите примеры на каждую функцию.

Аттитюды тесно связаны с ценностями и убеждениями человека. М. Рокич является одним из первых ученых, наиболее полно изучившим и описавшим типы человеческих убеждений. Для более подробного и практического изучения концепции ценностей и их места и роли в социально-психологической структуре личности, рекомендуется прочитать статью Д. А. Леонтьева «Ценностные представления в индивидуальном и групповом сознании: виды, детерминанты и изменения во времени» и «Ценности и ценностные представления» и ознакомиться с тестом М. Рокича.

Подумайте над следующими вопросами:

1. Как соотносятся между собой ценности и аттитюды?
2. Какое влияние оказывают ценности на поведение человека? Какое влияние они оказывают на поведение человека (определение целей, способов достижения целей, поведения, отношения к себе и другим людям)?

При подготовке **второго вопроса** подумайте, в чем заключается различие в подходах к данному понятию американских и отечественных ученых. Обоснуйте утверждение отечественных ученых о том, что диспозиции регулируют поведение человека.

Третий вопрос посвящен саморегуляции социального поведения. В процессе подготовки этого вопроса рекомендуется изучить внутренние и внешние регуляторы поведения. Приведите примеры действия внешних регуляторов, в качестве которых выступает социальный контроль, и внутренних (совесть, ценности и аттитюды, чувства страха, стыда и вины). Каким образом социокультурные условия социализации личности «помогают» человеку быть способным к саморегуляции своего поведения в обществе?

Раздел IV. Социально-психологические проблемы межличностных отношений

Практическое занятие 7. Социальная перцепция

Вопросы:

1. Понятие социальной перцепции
2. Механизмы социальной перцепции
3. Динамика межличностного восприятия
4. Типичные формы межличностной перцепции

Цель — изучение социальной перцепции как одной из сторон межличностных отношений.

При подготовке **первого вопроса** вам необходимо изучить понятие социальной перцепции, подумать, в чем отличие процесса перцепции, изучаемого в курсе общей психологии, и социальной перцепции, изучаемой в курсе социальной психологии.

Обратите внимание на специфику социальной перцепции, которая проявляется в том, что в процессе восприятия происходит взаимовлияние людей. Процесс перцепции сопровождается стремлением понять другого человека, но понимание другого невозможно без общего знания того, чем является его личность, без установления межличностных отношений с ним.

Результатом восприятия другого человека является создание перцептивного образа.

Объясните, почему социальная перцепция всегда опосредуется системой ценностей, социальными стандартами восприятия.

Приведите примеры следующих объектов восприятия:

- индивид, принадлежащий к «своей группе»,
- индивид, принадлежащий «чужой» группе,
- «своя группа»,
- «чужая группа»,
- восприятие группой своего члена,
- восприятие группой представителя другой группы,
- восприятие группой самой себя,
- восприятие группой в целом другой группы.

При подготовке **второго вопроса**, необходимо изучить механизмы познания человека человеком в процессе межличностных отношений.

Одним из таких механизмов является эмпатия, т.е. способность понимать другого человека, сочувствовать и принимать его чувства в расчет. Обратившись к статье К. Роджерса «Эмпатия», поясните значение этой способности в различных жизненных ситуациях. Почему, по словам К. Роджерса, «быть эмпатийным трудно»?

Изучая механизм идентификации, то есть отождествления себя с другим, подумайте, что полезного может дать родителям пребывание хотя бы на время «в шкуре» собственного ребенка. В каких еще ситуациях межличностных отношений данный механизм является полезным?

Рефлексия является еще одним механизмом, посредством которого один человек, например, Петя понимает Васю путем размышления за него. В результате этого у Пети появляется **знание** того, как Вася понимает его. Поскольку перцепция является двусторонним процессом, то возникает эффект зеркальных отражений друг друга.

Полезно изучая механизмы социальной перцепции, проделать следующую работу — понаблюдать за своим поведением и поведением других людей и привести примеры идентификации, эмпатии и рефлексии.

Подумайте над психологической загадкой, авторами которой являются Дж. Холмс, Т. Ньюком и Ч. Кули. Сколько человек «присутствуют» в ситуации диадического общения, например, неких Джона и Генри? Ответ на нее вы найдете ниже.

При изучении **третьего вопроса** семинарского занятия вам необходимо изучить барьеры, т.е. помехи, искажающие результаты восприятия и влияющие как на перцептивный образ, так и на характер отношений. Изучая установку, обратите внимание на три функции установки, выделяемые Узнадзе: селективную (отборочную), оценочную и ориентировочную. Приведите примеры из жизненной практики.

При изучении других перцептивных барьеров, описанных в лекции, полезно найти из художественной литературы примеры, иллюстрирующие действие этих барьеров.

Важным механизмом, влияющим на процесс восприятия и понимания человека человеком, является стереотип. Рассматривая его особенности и закономерности формирования, объясните сходство стереотипа с предрассудком.

Изучая стереотипы, обратите внимание на влияние социальных условий, личного опыта на их формирование. Приведите примеры различных стереотипов, возникающих под влиянием этих условий.

Объясните следующие характеристики стереотипа: изменчивость, инертность, лаконичность/образность, устойчивость, вербализованность.

Чтобы понять психологическую природу стереотипизации, рекомендуется изучить механизмы, лежащие в ее основе: категоризация, селективное, селективная интерпретация, селективная идентификация и селективное исключение.

В заключение подготовки данного вопроса семинарского занятия поясните на примерах социально-психологические функции социальных стереотипов: когнитивную, схематизации, упрощения воспринимаемой информации об объекте восприятия; ценностно-защитную — создания и сохранения положительного «Я-образа»; идеологическую — формирования и сохранения групповой идеологии, объясняющей и оправдывающей поведение группы; идентифицирующую — создания и сохранения положительного группового «Мы-образа».

Изучая типичные формы межличностной перцепции, объясните смысл поговорки «встречают по одежке, провожают по уму». Найдите поговорки, иллюстрирующие другие формы межличностной перцепции.

Ответ на загадку. По мнению ученых, в диадическом общении присутствуют 8 человек: Джон, каков он есть на самом деле (каким его создал Господь Бог), Джон, каким он видит себя сам; Джон, каким его видит Генри, Джон, каким ему представляется его образ в сознании Генри и, соответственно, то же самое справедливо для Генри.

Практическое занятие 8.

Межличностная коммуникация

Вопросы:

1. Специфика межличностной коммуникации
2. Средства межличностной коммуникации
3. Обратная связь
4. Барьеры межличностной коммуникации

Цель — изучение специфики, средств межличностной коммуникации и причин, затрудняющих этот процесс.

При подготовке **первого вопроса** обратите внимание, что коммуникацию понимают в широком и узком смысле слова. В каком из них рассматривается межличностная коммуникация в социальной психологии?

Поясните значение таких составляющих процесса межличностной коммуникации, как обмен информацией, ее значимость, взаимовлияние партнеров посредством системы знаков, единая система кодификации и декодификации.

Обратите внимание на сложность модели коммуникативного процесса, приведите примеры, поясняющие значимость каждого элемента:

1. Кто передает сообщение — коммуникатор
2. Что передается — сообщение, текст
3. Как осуществляется передача — канал, способ
4. Кому направлено сообщение — аудитория
5. С каким эффектом — эффективность

Изучая **второй вопрос**, обратите внимание на средства межличностной коммуникации, которые принято разделять на вербальные и невербальные.

К вербальным средствам относится речь, которая может рассматриваться как некая знаковая система в процессе коммуникации.

К невербальным средствам межличностной коммуникации принято относить:

- оптико-кинестетическую систему знаков (жесты, мимика, пантомимика),
- ольфакторную (запахи),
- паралингвистическую и экстралингвистическую — это система вокализации (качество голоса, диапазон, тональность) и паузы, покашливание, смех, темп речи.

Пространство и время в организации коммуникативного процесса выступают также особой знаковой системой и несут смысловую нагрузку (размещение партнеров в разговоре, окрик в спину и т.д.).

Изучение **третьего вопроса** обосновано значимостью информации, которую мы можем поставлять другим и которая содержит нашу реакцию на их поведение.

Следует иметь в виду, что одного теоретического знакомства с правилами обратной связи недостаточно, желательно на практических занятиях отработать практические навыки грамотной коммуникации.

При подготовке **четвертого вопроса** обратите внимание на то, что коммуникативная компетентность предполагает знание барьеров, возникающих в процессе общения. Рекомендуется подумать и привести примеры на различного рода трудности и препятствия, например,

погрешности кодирования и декодирования содержания передаваемой информации, отсутствие единого понимания ситуации общения у общающихся субъектов, вызванного различием культур, к которым они принадлежат, и так называемые фильтры непонимания и недоверия и т.д.

Практическое занятие 9.

Межличностная интеракция

Вопросы:

1. Интеракция в системе межличностных отношений
2. Модели межличностного взаимодействия

Цель — изучение третьего аспекта межличностных отношений — интеракции.

Первый вопрос посвящен роли интеракция в системе межличностных отношений. В социально-психологической литературе интеракция рассматривается различным образом:

1. Как контакт случайный или преднамеренный, частный или публичный, длительный или кратковременный, вербальный или невербальный (А. И. Донцов).

2. Как «система взаимно обусловленных индивидуальных действий, связанных циклической причинной зависимостью, при которой поведение каждого из участников выступает одновременно и стимулом, и реакцией на поведение остальных» (А. И. Донцов).

3. Как «систематическое устойчивое выполнение действий, которые направлены на то, чтобы вызвать ответную реакцию со стороны партнера, при этом вызванная реакция в свою очередь порождает реакцию воздействующего» (Я. Щепаньский, 1979).

Изучая процесс межличностного взаимодействия, обратите внимание на то, что каждое социальное действие представляет собой систему, включающую в себя ряд элементов:

- 1) действующий индивид;
- 2) объект воздействия или индивид, на которого воздействуют;
- 3) средства или орудия воздействия;
- 4) метод воздействия или способ использования средств;
- 5) реакция индивида, на которого воздействуют, или результат действия.

Рекомендуется подробно рассмотреть такие виды социальных действий, как приспособление, оппозицию, сотрудничество и конкуренцию, компромисс, избегание. Для этого следует обратиться к

конспекту лекций по данной теме и тесту Томаса в разделе «Практикум» данного учебного пособия.

Студенту, изучающему межличностное взаимодействие, важно осознавать, что оно всегда социально, т.е. происходит в группе людей, поэтому в его основе лежат социальные потребности и ресурсы, а сопровождается оно эмоциями и чувствами.

Изучая **второй вопрос**, полезно познакомиться с теорией Г. Келли и Дж. Тибо, которые предложили динамические закономерности согласования стратегий поведения в межличностных отношениях. Приведите примеры, подтверждающие значение соотношения вознаграждения и издержек для участников процесса взаимодействия. К вознаграждениям принято относить все, что доставляет человеку удовольствие и удовлетворение. Издержки — это факторы, сдерживающие или останавливающие проявление любого поведения: физическое или умственное напряжение или страдание, смещение или тревога и появление всякого рода противоречивых воздействий или разнородных ответных реакций. Размеры вознаграждений и издержек участников взаимодействия определяются ими субъективно, исходя из потребностей и ценностей, на основе которых они вступают в отношения. Поясните выражение авторов этой теории: «пресыщение снижает вознаграждение, а утомление увеличивает издержки». Рекомендуется проанализировать матрицы исходов, предложенные Тибо и Келли, особое внимание обратите на ситуацию «дилеммы узника».

Познавательной является также «теория обмена» Хоманса, согласно которой социальное поведение человека есть не что иное, как обмен материальными и нематериальными ценностями (например, знаками одобрения). Участвуя в таком обмене, человек нечто отдает (это стоимость) и взамен что-то получает (вознаграждение). Поясните на примерах, почему человек не только стремится к максимальному вознаграждению, но и старается следить за тем, чтобы никто из его окружения не получил большей выгоды.

Изучая теорию психологических игр Э. Берна, вы узнаете, что человеческие игры (игры взрослых), как и детские игры, протекают по определенным законам, состоят из серии ходов, но в отличие от открытой, искренней игры детей содержат ловушку, подвох, «подстроенный» с целью непременно выиграть, они ограничены правилами.

Большинство интеракций по своему психологическому содержанию являются играми, которые могут являться манипуляцией, когда другой человек становится объектом, средством достижения выгоды одного из партнеров-манипулятора или сотрудничеством, если ролевое взаимодействие не мешает индивидам поддерживать субъект-субъектные отношения, обращаться к партнеру как к ценности, вести диалог и придавать ему статус личностного взаимодействия.

Практическое занятие 10. **Конфликтное взаимодействие**

Вопросы:

1. Конфликт как социально-психологический феномен
2. Типология конфликтов
3. Структура конфликта
4. Функции конфликта

Цель — изучение конфликта как социально-психологического феномена и конфликтного поведения как одного из примеров интеракции. Для этого вам следует обратиться к конспекту лекции по данной теме и хрестоматии.

Начать изучение данной темы рекомендуется с анализа имеющихся определений понятия «конфликт» и выделения его признаков: наличие столкновения, противостояния, противоречий; активность субъектов, направленная на преодоление имеющихся противоречий, и наличие субъекта или субъектов как носителей конфликта.

Второй вопрос посвящен типологии конфликтов. Конфликтное взаимодействие осуществляется в различных по масштабу социальных группах, захватывает в сферу своего существования множество людей, различным образом мотивированных и осуществляющих различное поведение. Этим объясняется обширная типология конфликта.

Знакомясь типологией конфликта, обратите внимание на то, какие из признаков конфликтного взаимодействия имеются в каждом типе. Приведите примеры на каждый из типов.

Изучая **структуру конфликта**, ответьте на вопросы, кто входит в число участников или оппонентов конфликта, какова их задача в конфликте? Приведите примеры участников конфликта.

Объясните, почему беспочвенных конфликтов не бывает. Приведите примеры основы или почвы конфликтов.

Прокомментируйте смысл теоремы Томаса: «Если ситуация определяется как реальная, она реальна по своим последствиям».

Обратите внимание на важность инцидента для развития конфликта.

У каждого из оппонентов есть своя внутренняя причина, толкающая его на конфликт. Подумайте, почему так сложно обнаружить так называемый мотив конфликта?

Приступая к изучению конфликтного поведения, целесообразно рассмотреть варианты действий конфликтующих сторон:

- прямые или косвенные помехи для осуществления планов или намерений другой стороной;

- невыполнение одной стороной своих обязательств или обязанностей по отношению к другой;

- захват или удержание того, что, по мнению одной стороны, не должно находиться во владении другой;

- нанесение прямого или косвенного вреда имуществу или репутации другой стороне, например, слухи;

- унижающие человеческое достоинство поступки, в том числе словесные оскорбления и оскорбительные требования;

- угрозы и другие принуждающие действия, заставляющие другого человека делать то, что он не хочет и не обязан делать;

- физическое насилие.

Приведите примеры действий конфликтующих сторон из жизни или художественной литературы.

Обратите внимание на предложенное Кеннетом У. Томасом и Рольфом Х. Килменном описание следующих типов поведения человека в конфликтной ситуации: конкуренция, уклонение, приспособление, сотрудничество, компромисс. Приведите примеры.

Завершение конфликта представляет собой прекращение конфликта по любым причинам. Основными формами завершения конфликта являются разрешение, урегулирование, затухание, устранение, перерастание в другой конфликт.

При подготовке **четвертого вопроса**, вам следует изучить функции конфликта, прокомментировав каждую из них.

Деструктивная функция конфликта имеет место, когда его существование порождает состояния дискомфорта, стресса, фрустрации у

участников взаимодействия, мешает производству, семейным отношениям, угрожает существованию системы.

Конструктивная функция конфликта имеет место, когда в результате его разрешения проясняются отношения, завершается кризис личности, группа выходит на новый этап развития.

Конфликт (противоречие) как источник развития группы. В совместной деятельности соперничество (сотрудничество, конкуренция) играет роль своеобразного «катализатора» развития способностей. Это так называемый продуктивный конфликт (Ломов Б. Ф.).

Познавательная функция конфликта имеет место, когда он играет роль проверки и коррекции имеющихся у сторон образов ситуаций.

Интегративная функция, когда внешний конфликт может сплотить группу перед лицом внутренних проблем.

Функция стабилизации, когда, обнажая объективные противоречия, устраняя их на стадии разрешения, конфликт освобождает группу от подтачивающих ее факторов.

Сближающая функция, когда конфликт дает возможность партнерам поговорить начистоту и таким образом сблизиться.

Функция разрядки напряжения, «оздоровления» отношений. В группе может существовать целый комплекс различных противоречий «разных степеней конфликтности». Какие действия предлагает А. С. Макаренко руководителю такого коллектива?

Приведите примеры каждой функции конфликта. К каким результатам в отношениях или совместной деятельности могут привести конфликты?

Раздел V. Социально-психологические проблемы групповых отношений

Практическое занятие 11.

Социально-психологические проблемы группы

Вопросы:

1. Группа как социальный организм
2. Классификация групп
3. Основные этапы жизни группы
4. Групповая динамика

Цель — изучение группы как социально-психологического феномена.

В процессе подготовки **первого вопроса** вы узнаете историю вопроса, различные подходы к определению этого понятия.

Рекомендуется, изучив различные определения понятия группы, выделить в них общее и отличное. Подумайте, какие основания могут лежать в основе этих различий.

При подготовке **второго вопроса**, вы познакомитесь с различными примерами классификации социальных групп. Изучите приведенные в конспекте лекции данного пособия и приведите примеры к каждой из них.

Для проверки изученного материала решите следующие задачи.

1. Определите, к какому типу относится группа из 15 человек, если известно, что:

- а) они почти не знают друг друга;
- б) их всех знает человек, который не входит в эту группу;
- в) члены группы никогда не собираются вместе.

2. Определите, к какому типу относится группа из 15 человек, если известно, что:

- а) эти люди хорошо знают друг друга;
- б) часто бывают вместе;
- в) у них есть руководитель, назначенный в эту группу.

3. Определите, к какому типу относится группа из 15 человек, если известно, что:

- а) члены этой группы знают друг друга;
- б) говорят о своей группе «мы»;
- в) работают вместе.

4. Определите, к какому типу относится объединение людей (15 человек), если они уже час ждут на остановке запаздывающий пригородный автобус.

Обратите внимание на такие важные социально-психологические характеристики, как групповая совместимость, социально-психологический (психологический, морально-психологический) климат или атмосферу, ценностно-личностные ориентации (ЦЛО); коэффициент (индекс) групповой сплоченности (взаимности), референтность группы для ее членов, характер взаимодействия; чувство причастности, принадлежности членов группы к ее целям, лидеру, миссии, групповая идентичность (тождественность). Рекомендуется познакомиться с методом изучения внутригрупповой динамики — социометрией. Соответствующие материалы можно найти в Приложении.

При подготовке **второго вопроса**, необходимо изучить структуру группы, которая может быть сложной или простой, внешней и внутренней. Приведите примеры на каждый вид структуры.

Изучая **третий вопрос**, особое внимание рекомендуется обратить на этапы жизни группы. Как любой организм, группа имеет цикличность жизни. Существуют различные подходы к описанию этапов жизни группы, например Э. Берн, М. Форверг и др. Знакомство с подходом Э. Берна поможет вам в работе с организациями, М. Форверга — при проведении социально-психологического тренинга.

В этих видах практической работы вам поможет знание групповой динамики и групповых процессов, которым посвящен **четвертый вопрос** семинарского занятия.

Групповая динамика — это процесс, посредством которого взаимодействие между конкретными индивидами уменьшает напряжение каждого из них в данной ситуации или приводит к их взаимному удовлетворению. Рекомендуется обсудить действия ведущего (лидера) в каждом из этапов жизни группы.

Изучая групповую динамику, обратите внимание на такие важные социально-психологические процессы, как образование малой группы, «групповое давление» на члена группы, процесс групповой сплоченности — степень приверженности к группе ее членов, руководство и лидерство, принятие групповых решений, развитие групповой жизни в совместной деятельности. Подумайте, какие проблемы могут возникнуть в группе, какие задачи могут быть поставлены перед психологом и какими социально-психологическими методами он может их решить?

Для более полного и практического изучения внутригрупповых феноменов рекомендуется провести социометрическое исследование. В разделе «Практикум» данного пособия вы найдете методику проведения этой работы. Для закрепления результатов этой работы, решите следующие задачи.

1. В группе нет человека, который получил бы больше всех выборов в социометрическом исследовании. Назовите возможные причины такого результата исследования.

2. В группе из 15 человек проведена социометрия. 5 человек получили одинаковое число выборов. Объясните результаты этого исследования. Наметьте стратегию изучения структуры данной группы.

3. Вы знаете о группе, что она состоит из 15 человек. Мнение наблюдателей о ней такое: «Там каждый сам по себе, никакого лидера нет». Как вы будете с помощью социометрического исследования выявлять структуру этой группы?

4. В ходе проведения социометрического исследования несколько испытуемых не сдали анкеты. Как вы поступите с результатами выборов этих членов группы другими участниками эксперимента:

1. не будете их учитывать при обработке;
2. проведете повторное исследование со всей группой;
3. проведете индивидуальное анкетирование с каждым из отказавшихся членов группы или.

а. В группе из 15 человек проводилось социометрическое исследование.

Факт 1. Никто из членов группы не поинтересовался его результатами.

Факт 2. По данным экспериментального исследования никто в этой группе не получил взаимных выборов.

Как вы думаете, существует ли связь между этими фактами? Как каждый из них характеризует структуру группы?

Раздел VI. Социально-психологические проблемы власти

Практическое занятие 12.

Социально-психологические проблемы власти

Вопросы:

1. Власть как социально-политический феномен
2. Виды власти в группе

Цель — изучение социально-психологических проблем власти.

В процессе подготовки **первого вопроса** вы узнаете более подробно о феномене власти. Рекомендуется для более глубокого изучения вопроса провести анализ следующих определений власти.

1. Власть — это могущество человека, взятое в общем виде, его наличные средства, позволяющие достигнуть поставленной цели. «Власть человека, если рассматривать ее универсально, состоит в его нынешних возможностях овладеть очевидными будущими благами» (Т. Гоббс).

2. Власть над собой — это способность ставить конкретные цели, умение заставить себя целенаправленно двигаться к намеченным целям,

преодолевая биологические, психологические препятствия. Власть над собой — это самообладание (*Ильин, 2000*).

3. Власть — это ресурсы, которые используются для связывания и опосредования целенаправленных действий и обязательств (отсроченных действий) в политике. Это мощь, харизма героя или политика.

4. Власть над обстоятельствами проявляет способности преодолевать социальные и психологические препятствия, стоящие на пути к достижению цели, использовать для этого социальные условия и обстоятельства.

5. Власть как функция, «личина», роль героя, лидера, авторитета.

6. Власть в обществе как источник отношений между людьми. Ее синонимы — мощь, сила, господство, авторитет, насилие, полномочие, богатство, нормы, права, влияние, воля, обаяние. Власть в политике выступает в роли организующего начала совместных действий, основного средства политики, «символического посредника» (Т. Парсонс).

Изучая мотивы властного поведения, предложенные Х. Хекхау-зеном, приведите примеры на каждый из них.

При подготовке **второго вопроса** семинарского занятия вы узнаете о двух видах власти в группе — лидерстве и руководстве. Деятельность группы начинается с установления лидерства. Лидер — это такой член группы, который выдвигается в результате взаимодействия ее членов или организует вокруг себя группу людей с теми же, что и у него, нормами, ценностями и способствует организации и управлению этой группой при достижении общей цели.

Если лидерство возможно при наличии двух условий — выбор группой на эту роль какого-либо из участников взаимодействия и его стремление играть эту роль, то руководство — это процесс управления индивидом группой (организацией), официально оформленный, предполагающий его юридическую ответственность за функционирование группы, возможность использования санкций для поощрения или наказания подчиненных. В отличие от лидера руководитель обладает формально закрепленными правами и обязанностями.

Рекомендуется при изучении предложенных К. Левиным трех основных стилей руководства группой (авторитарный, демократический и попустительский) привести примеры поведения руководителей различных стилей.

Практическое занятие 13.

Социально-психологические проблемы власти в ситуации внегруппового поведения

Вопросы:

1. Типология власти человека над человеком в ситуации внегруппового поведения
2. Подражание, заражение и внушение как механизмы влияния на человека

Цель — изучение социально-психологических проблем власти в ситуации внегруппового поведения. В процессе подготовки **первого вопроса** вы узнаете более подробно о типах власти человека над человеком в ситуации внегруппового поведения. Рекомендуется изучить типологию власти М. Вебера, для закрепления материала, приведите примеры на каждый тип власти.

Подумайте, почему вознаграждение и принуждение специалистами рассматриваются как виды власти над человеком.

Рассматривая *власть эксперта или информационную зависимость*, обратите внимание на условия, в которых человек может оказываться в информационной зависимости от других людей.

Чем вы можете объяснить *власть референта или нормативную зависимость* человека? Опишите механизм влияния референтной группы на поведение и процесс принятия решения членом группы.

Изучая *власть традиций — традиционную зависимость*, приведите примеры того, что называют «само собой разумеющаяся вещь» (ССРВ).

При подготовке **второго вопроса**, рекомендуется изучить социально-психологическую природу подражания, внушения и заражения.

Приведите примеры из общественной жизни и поведения людей, в которых проявлялось бы подражание. Какие социально- психологические функции выполняет этот механизм в жизни больших и малых групп?

Подумайте и приведите аргументы, подтверждающие, что с помощью внушения и заражения возможно управление поведением людей в больших группах. В чем сходство и различие внушения и заражения?

Раздел VII. Психология массового внеколлективного поведения

Практическое занятие 14. Социально-психологические проблемы массового поведения

Вопросы:

1. Социально-психологические проблемы массовой культуры
2. Массовое общество и массовое сознание
3. Общая характеристика массового поведения

Цель — изучение социально-психологических проблем массового поведения. В процессе подготовки **первого вопроса** вы узнаете более подробно о социально-психологических характеристиках массовой культуры.

Обратите внимание на двойственный характер массовой культуры: с одной стороны, через систему массовой коммуникации миллионы людей получают возможность ознакомиться с произведениями подлинной литературы, искусства, достижениями науки, с другой, — растущее влияние СМИ (радио, телевидения, журналы и т.д.) на вкусы, потребности и поведение членов общества приводит к унификации всех сторон человеческого существования: от стиля жилья и одежды до типа хобби, от выбора идеологической ориентации до форм и ритуалов интимных отношений.

Подумайте над вопросом: почему современную культуру обвиняют в разрушении экологической среды обитания человека?

Изучая **второй вопрос**, обратите внимание на характерные черты массового общества:

1. дегуманизация труда;
2. урбанизации;
3. бюрократизация жизни общества.

Массовое сознание — это коллективное отражение, непрерывно меняющаяся совокупность коллективных (разделяемых большинством людей) чувственных и умственных образов, возникающая в результате воздействия массовой информации и предвосхищающая их практическую деятельность.

Общественное мнение — состояние массового сознания, заключающее в себе скрытые или явные отношения к общественным событиям, к деятельности различных групп, организаций, отдельных личностей; выражает позицию одобрения или осуждения по тем или иным

общественным проблемам, регулирует поведение индивидов и социальных групп. Ответьте на вопросы, для чего изучается общественное мнение и какие вопросы могут интересовать исследователей?

Третий вопрос посвящен изучению психологии массовидных явлений. К ним относят многообразные виды поведения толпы, массовую истерию и массовую панику, слухи, моду, а также социально-психологические особенности народов, общественные настроения, общественное мнение. Обратите внимание на такие важные характеристики массы, как отсутствие строгой структуры, разобщенность и анонимность индивидов, сохраняющих свое самосознание. Готовность к управляемости составляет главную черту массы.

Формами массового поведения являются толпа и паника, аудитория и публика.

Практическое занятие 15.

Массовые формы внеколлективного поведения

Вопросы:

1. Социально-психологические проблемы толпы
2. Паника как психологический феномен

Цель — изучение массовых форм внеколлективного поведения. В процессе подготовки **первого вопроса** следует изучить теории толпы: социологическую теорию Г. Лебона, психоаналитическую концепцию толпы З. Фрейда, бихевиористскую концепцию Дж. Долларда и Н. Миллера, социально-психологическую теорию С. Московичи.

Особое внимание следует уделить изменению психического состояния и поведения человека в толпе. Большое значение в толпе имеет вождь, лидер.

Изучив основные механизмы изменения поведения человека в толпе, приведите примеры подражания, внушения, репрессии, циркулярной реакции

Приведите примеры из литературы следующих типов толпы: активной, пассивной, агрессивной, спасающейся, стяжательской, демонстрирующей, повстанческой, экстатической.

Изучая **второй вопрос**, обратите внимание на психологическую природу паники. Толпа, обработанная слухами, может оказаться подверженной панике. Наиболее типичный случай панического поведения — спасающаяся толпа. Студенту следует изучить различные виды паники,

их причины и привести примеры из жизни или художественной литературы.

Практическое занятие 16. Социально-психологические проблемы массовой коммуникации

Вопросы:

1. Средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологи

2. Слухи и сплетни

Цель — изучение социально-психологических проблем массовой коммуникации. В процессе подготовки **первого вопроса** следует изучить средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологи и понять, что общего и в чем отличие межличностной и массовой коммуникации. В массовой коммуникации, как и в межличностной, присутствуют перцептивная, коммуникативная и интерактивная стороны.

Сообщения массовой коммуникации служат одним из основных источников информирования у аудитории представлений о событиях внешнего мира, формируют социальные представления аудитории, определенные стереотипы массового сознания.

Из-за опосредованности массовой коммуникации техническими средствами коммуникатор и аудитория не имеют непосредственного контакта. Проявлением интерактивной стороны общения в массовой коммуникации можно считать наличие организованной обратной связи, в виде откликов аудитории на те или иные сообщения, а также соответствующих ответных действий «коллективных коммуникаторов» (авторов, редакторов, редколлегий и т.д.) (*Андреева, 1988*).

Обратите внимание на структуру массовой коммуникации, наиболее полно она представлена в концепции Г. Лассуэлла: «КТО — сообщает ЧТО — по какому КАНАЛУ — КОМУ — с каким ЭФФЕКТОМ». Приведите примеры, иллюстрирующие эту структуру.

Изучив особенности современной массовой коммуникации, вы узнаете, что она имеет «двухступенчатый» характер воздействия, средство коммуникации рассматривается как сообщение (*the medium is the message*), которое оказывает влияние на человека и общество, быстрота передачи информации с помощью развитых средств осуществляется по всей планете, как бы упраздняет пространство и время, превращая ее в

наполненную всевозможными распрями «глобальную деревню» (М. Маклуэн).

Важной составной частью массовой коммуникации является коммуникатор. Изучая этот важный аспект, обратите особое внимание на функции и социально-психологические характеристики коммуникатора и его позиции в процессе информационного контакта. Полезно привести соответствующие примеры.

В своей профессиональной деятельности коммуникатор принимает во внимание специфику аудитории. Подумайте, в чем разница между аудиторией и публикой.

Рекомендуется на практических занятиях обсудить вопрос о роли СМИ в формировании «мозаичной культуры» и «мозаичного сознания» (Ортега-и-Гассет).

Изучая **второй вопрос**, подумайте о социально-психологических причинах появления слухов и сплетен. Обратите внимание на функции слухов и сплетен и способы их профилактики.

Практическое занятие 17.

Социально-психологические проблемы моды и рекламы

Вопросы:

1. Мода как социально-психологический феномен
2. Реклама как массовая коммуникация

Цель — изучение моды как проявления массового поведения и массовой коммуникации.

Работая над первым вопросом, обратите внимание на историю моды. Мода является культурным, психологическим и социальным феноменом. Она предлагает социальную норму как социокультурный стандарт, регулирующий поведение и социальные отношения членов общества.

Изучая социокультурные функции, обратите внимание на внутреннюю противоречивость феномена моды.

При подготовке **второго вопроса**, следует учесть, что реклама является сложным явлением, изучением которого занимаются специалисты различных областей науки и практики: от юристов до дизайнеров. Социальная психология рассматривает рекламу как массовую коммуникацию, поэтому в ней можно найти все элементы, присущие последней: коммуникатор — сообщение — канал передачи — целевая аудитория — эффект. Кроме этого, важно исследовать механизмы

воздействия рекламы на потребительскую аудиторию: внушение, заражение, подражание. В рекламной коммуникации чаще всего используется внушение с помощью авторитетного источника информации и идентификации.

Подражание часто является следствием внушения. Многие рекламисты обращают внимание на то, что оно наиболее эффективно срабатывает в тех случаях, когда рекламируется то, что для человека престижно, что покупается им с целью быть похожим на известную, популярную, авторитетную личность.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Социальная психология — это наука и практика, изучающая законы и закономерности взаимосвязи индивидуального и социального, их взаимовлияния и взаимосвязи в различных социокультурных контекстах. В учебном пособии представлены различные проблемы взаимодействия людей в социальных группах.

В *первом разделе* курса лекций рассмотрены вопросы истории формирования социальной психологии как науки, ее предмет, методы и актуальные проблемы.

Второй раздел посвящен социально-психологическим проблемам взаимосвязи общества и личности, значению культуры в жизнедеятельности человека, ролевой теории, объясняющей специфику отношений между людьми в обществе.

В *третьем разделе* рассмотрены социально-психологические проблемы личности, институты социализации, значение я-концепции и содержание социальной структуры личности.

В *четвертом разделе* изложены социально-психологические проблемы межличностных отношений, перцепции, коммуникации и интеракции.

Пятый раздел посвящен социально-психологическим проблемам групповых отношений, рассмотрены различные типы групп, подходы и основания для классификации групп, групповая динамика, социально-психологический климат.

Шестой раздел посвящен социально-психологическим проблемам власти в группе и различных ситуациях внегруппового поведения.

В *седьмом разделе* излагаются вопросы психологии массового поведения: толпа, паника, публика и аудитория. Освещаются социально-психологические аспекты массового сознания, общественного мнения, массовой коммуникации, моды и рекламы.

Целесообразно изучить не только теоретические материалы, но и найти ответы на вопросы, помещенные в «Практикуме», овладеть социально-психологическими методами, позволяющими исследовать динамику межличностных отношений в группе.

ЗАДАНИЯ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

Задания для контрольных работ

1. История формирования социально-психологических идей.
2. Предмет и методы социальной психологии.
3. Ролевая теория.
4. Я-концепция.
5. Механизмы социальной перцепции.
6. Барьеры социальной перцепции.
7. Каузальная атрибуция.
8. Основные барьеры межличностной коммуникации.
9. Межличностная интеракция.
10. Виды манипулятивного воздействия в межличностных отношениях.
11. Конфликтное взаимодействие.
12. Группа как социально-психологический феномен. ^
13. Лидерство как социально-психологический феномен.
14. Руководство как социально-психологический феномен.
15. Социометрия как метод изучения внутригрупповой динамики.
16. Теория поля Курта Левина.
17. Внушение как социально-психологический феномен.
18. Заражение как социально-психологический феномен.
19. Подражание как социально-психологический феномен как социально-психологический феномен.
20. Убеждение как социально-психологический феномен.
21. Феномен группового давления. Эксперимент Аша.
22. Конформизм. Эксперименты С. Милгрема.
23. Социальное влияние. Эксперименты Ф. Зимбардо.
24. Теория масс Ле Бона.
25. Психоаналитическая концепция толпы.
26. Социально-психологические характеристики толпы.
27. Флеш-моб — современный вид толпы.
28. Паника как социально-психологический феномен.
29. Мода как социально-психологический феномен.

30. Слухи как социально-психологический феномен.
31. Сплетни как неформальная коммуникация.

Список литературы для написания контрольных работ — в соответствующих разделах и темах.

Требования к оформлению реферата, контрольной работы

1. *Общий объем:* 15-20 стр.
2. *Количество источников:* не менее 6-8 единиц. Ссылки на источники должны быть вставлены по всему тексту (с указанием автора, года издания, страницы). Полный список используемой литературы — в конец работы (пример оформления: Чудновский В. Э. О некоторых исследованиях конформизма в зарубежной психологии // Социальная психология. Хрестоматия. М.: Аспект Пресс, 2000. — 475 с.). Ссылки из Интернета оформляются в общем порядке: указывается автор, работа, адрес сайта.
3. *Оформление текста.* Текст следует размещать на одной стороне листа с соблюдением следующих размеров полей: левое — 30 мм, правое — 10 мм, верхнее — 25 мм, нижнее — 20 мм. Размер шрифта — 14 кегль, полуторный интервал.
4. *Структура.* Работа должна иметь три части: 1) введение — постановка проблемы и цели реферата; 2) основная — раскрытие основных положений темы; 3) заключение — подведение итогов и выводы. Изложение текста должно быть авторским, т.е. цитаты из источников должны быть «облечены» вашими мыслями и комментариями. Рефераты, содержащие простое (бессмысленное) переписывание текста авторов и скопированные из Интернет-источников, не принимаются!

Вопросы к экзамену

1. Возникновение и развитие социальной психологии как науки за рубежом.
2. Развитие социальной психологии в нашей стране.
3. Основные направления социальной психологии.
4. Предмет социальной психологии.
5. Основные методы социальной психологии.
6. Общество как процесс совокупной человеческой деятельности.

7. Ролевая теория или социальные роли и маски человека.
8. Культура и ее значение в регуляции человеческой деятельности.
9. Социализация как социально-психологическая проблема.
10. Социально-психологическая структура личности.
11. Межличностные отношения как предмет социальной психологии.
12. Потребности и чувства человека как основа межличностных отношений.
13. Социальная перцепция.
14. Механизмы социальной перцепции.
15. Динамика межличностного восприятия.
16. Специфика межличностной коммуникации.
17. Средства межличностной коммуникации.
18. Барьеры межличностной коммуникации.
19. Интеракция в системе межличностных отношений.
20. Конфликт как социально-психологический феномен.
21. Группа как социальный организм
22. Власть как социально-политический феномен.
23. Виды власти в группе.
24. Социально-психологические проблемы массовой культуры.
25. Массовое общество и массовое сознание.
26. Социально-психологические проблемы толпы.
27. Паника как психологический феномен.
28. Средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологии.
29. Реклама как социально-психологический феномен.
30. Виды манипулятивного воздействия в межличностных отношениях.
31. Конфликтное поведение.
32. Социально-психологические характеристики малых групп.
33. Социально-психологический климат: основные характеристики.
34. Внутригрупповая динамика.
35. Социометрия как метод изучения внутригрупповой динамики.
36. Теория поля Курта Левина.
37. Лидерство в группе.
38. Руководство как форма осуществления власти в группе.
39. Заражение как социально-психологический феномен

40. Подражание как социально-психологический феномен
41. Убеждение как социально-психологический феномен.
42. Феномен группового давления. Эксперимент Аша.
43. Конформизм. Эксперименты С. Милгрема.
44. Социально-психологические характеристики толпы.
45. Флеш-моб — современный вид толпы.
46. Мода как социально-психологический феномен.
47. Массовая коммуникация: виды, функции.
48. Слухи как социально-психологический феномен.
49. Сплетни как неформальная коммуникация.
50. Реклама как массовая коммуникация.

ГЛОССАРИЙ

Анкетный опрос — метод социально-психологического исследования с помощью анкет.

Архетипы — априорные формы, которые передаются по наследству, а не посредством культурной традиции; вокруг этих форм организуется внешний и внутренний опыт. В чистом виде архетип не входит в сознание, но он всегда соединяется с представлениями опыта индивида (К.-Г. Юнг).

Архетипы — содержание коллективного бессознательного.

Аттитюд — установка, направленность личности на тот или иной вектор поведения (У. Томас и Ф. Знанецкий).

Аттракция (от лат. attrahere — привлекать, притягивать) — понятие, обозначающее возникновение при восприятии человека человеком привлекательности одного из них для другого.

Бессознательное — то общее, что не только объединяет индивидуумы друг с другом в народ, но и связывает нас протянутыми назад нитями с людьми давно прошедших времен и с их психологией (К.-Г. Юнг).

Взаимодействие — систематически устойчивое выполнение действий, которые направлены на то, чтобы вызвать ответную реакцию со стороны партнера, при этом вызванная реакция в свою очередь порождает реакцию воздействующего (Я. Щепаньский).

Власть — это возможность влиять на поведение других.

Власть над собой — способность ставить конкретные цели, умение заставить себя целенаправленно двигаться к намеченным целям, преодолевая биологические, психологические препятствия. — ^ **Влияние** — процесс и результат изменения индивидом поведения другого человека, его установок, намерений, представлений, оценок и т.п. в ходе взаимодействия с ним.

Внеколлективное поведение — поведение людей, в основном, стихийное, неорганизованное, ситуативное и временное, связанное с особыми обстоятельствами.

Внушение — особый вид воздействия, а именно целенаправленное, неаргументированное воздействие одного человека на другого или на

группу. При внушении осуществляется процесс передачи информации, основанный на ее некритическом восприятии (Г. М. Андреева).

Внушение (суггестия) (от лат. suggestio) — процесс воздействия на психическую сферу человека, связанный со снижением сознательности и критичности при восприятии и реализации внушаемого содержания, с отсутствием целенаправленного активного его понимания, развернутого логического анализа и оценки в соотношении с прошлым опытом и данным состоянием субъекта.

Внушение — различные способы вербального и невербального эмоционально окрашенного воздействия на человека с целью создания у него определенного состояния или побуждения к определенным действиям. Путем внушения могут быть вызваны ощущения, представления, эмоциональные состояния, волевые побуждения. В основе процесса внушения лежит ослабление действия сознательного контроля, осуществляемого в отношении воспринимаемой информации. Эффект внушения может возникать как следствие эмоционального заражения или в процессе целенаправленного воздействия средствами рекламы, пропаганды и т.д. (Д. В. Ольшанский).

Внушение — процесс воздействия на психическую сферу человека, связанный со снижением сознательности критичности восприятия информации

Группа — ограниченная в размерах общность людей, выделяемая из социального целого на основе определенных признаков (характера выполняемой деятельности, социальной принадлежности, структуры композиции, уровня развития и т.д.).

Групповая динамика — совокупность внутригрупповых социально-психологических процессов и явлений, характеризующих весь цикл жизнедеятельности малой группы (образование, функционирование, развитие, стагнацию, регресс, распад); к процессам групповой динамики относятся руководство и лидерство, принятие групповых решений, выработка групповых мнений, правил и ценностей, сплочение, конфликты и т.д.

Групповая социограмма — произвольное по форме плоскостное изображение, на котором выделены и представлены группировки индивидов, взаимно выбравших друг друга, и связи между ними (Г. М. Андреева).

Деятельность — динамическая система взаимодействий субъекта с миром, в процессе которых происходит возникновение и воплощение в объекте психического образа и реализация опосредованных им отношений субъекта в предметной действительности (А. Н. Леонтьев).

Диспозиция — жизненная позиция личности — устойчивая направленность на определенные ценности (Ядов).

Диспозиция — расположение или predisposed субъекта к чему-либо (Ядов).

Заражение — процесс передачи эмоционального состояния от одного индивида к другому на психофизиологическом уровне контакта помимо собственно смыслового воздействия или дополнительно к нему.

Знак — предмет (явление), служащий представителем другого предмета, явления, процесса.

Знаковое опосредствование — базовое понятие культурно-исторической теории Л. С. Выготского, обозначающее способ управления поведением, осуществляемый самим индивидом. В этой теории все психическое развитие рассматривается как изменение структуры психического процесса за счет включения в нее знака, что ведет к преобразованию натуральных, непосредственных процессов в культурные, опосредствованные. Первоначально в онтогенетическом развитии знак как психологический инструмент выступает посредником во взаимоотношениях между ребенком и взрослым. В этом процессе знак приобретает определенное значение, соответствующее социальным нормативам организации деятельности.

Значение — обобщенная форма отражения индивидом общественно-исторического опыта, запечатленного в схемах действий, понятиях, социальных ролях, нормах и ценностях. Система значений индивида обуславливает управление процессами его деятельности. В качестве знаков могут выступать структуры естественного языка, схемы, карты, формулы и чертежи, символические образы.

Идентификация (от лат. *Identificare* — отождествлять) — уподобление, отождествление с кем-либо, чем-либо.

Идентификация — усвоение нравственных норм и ценностей принятых в данной культуре через отождествление себя со значимым другим, являющимся носителем этой культуры (Л. В. Лебедева).

Изолированный — это индивид, который не получил ни одного позитивного, ни одного негативного выбора, и сам не выбрал никого или нескольких членов группы (Г. М. Андреева).

Индивидуальная социограмма — здесь произвольно или целенаправленно выбранный член группы изображается в системе всех его связей, выявленных в ходе исследования (Г. М. Андреева).

Интеракция (от англ. interaction — взаимодействие, воздействие друг на друга) — это та сторона межличностного общения, которая связана с организацией совместных действий (Ю. М. Федоров).

Интеракция — процесс социального взаимодействия.

Каузальная атрибуция (от лат. са^а — причина и attribuo — придаю, наделяю) — интерпретация объектом субъектом межличностного восприятия причин и мотивов поведения других людей.

Когнитивный диссонанс — это ситуация психологического дискомфорта, причиной которой являются представления, чувства или идеи, вступающие в противоречие с другими представлениями, чувствами или идеями индивида (Л. Фестингер).

Коллективное бессознательное — наиболее глубинный уровень психики, результат предшествующего филогенетического опыта, априорные формы психики и совокупность коллективных идей, образов, представлений человечества. Это наиболее распространенные в ту или иную эпоху мифологемы, выражающие дух времени (К.-Г. Юнг).

Коммуникативные вопросы — выявляют реальные типы взаимоотношений, существующих в группе (Г. М. Андреева).

Коммуникатор — индивид, сообщаящий информацию массовой аудитории.

Коммуникатор — это некая инстанция, организующая и контролирующая массовую коммуникацию (Д. В. Ольшанский).

Контрсуггестия — мера сопротивления внушению, которую оказывает отдельная личность, фильтр недоверия, сопротивление суггестии. (Б. Ф. Поршнев).

Конфликт (от лат. Conflictus — столкновение) — столкновение противоположно направленных целей, интересов, позиций, мнений или взглядов оппонентов или субъектов взаимодействия.

Конформность — некритическое принятие человеком чужого неправильного мнения, сопровождаемое неискренним отказом от собственного мнения, в правильности которого человек внутренне не сомневается.

Культура — это убеждения, ценности и выражающие их символы (включая искусство и литературу), которые являются общими для группы

людей и служат упорядочению опыта и регулированию поведения ее членов (Н. Дж. Смелзер).

Лидер — член группы, за которым она признает право принимать решения в значимых для нее ситуациях.

Лидерство — отношения доминирования и подчинения, влияния и следования в системе межличностных отношений в группе.

Малая группа — небольшое объединение людей (от 2-3 до 20-30 человек), занятых каким-либо общим делом и находящихся в прямых взаимоотношениях друг с другом.

Манипуляция — отношение к партнеру по взаимодействию как к «вещи особого рода — тенденция к игнорированию его интересов и намерений. Стремление добиться своего, с оглядкой на производимое впечатление. Воздействие скрытое, с опорой на автоматизмы и стереотипы, с привлечением более сложного, опосредованного давления. Наиболее частые способы воздействия — провокация, обман, интрига, намеки (Ю. М. Федоров).

Масса — совокупность индивидов, составляющих весьма многочисленную аморфную группу и не имеющих в своем большинстве прямых контактов между собой, но связанных каким-либо общим более или менее постоянным интересом.

Массовая коммуникация (от лат. Communication — сообщение, передача) — систематическое распространение (с помощью технических средств тиражирования) специально подготовленных сообщений, представляющих социальную значимость, среди численно больших, анонимных, рассредоточенных аудиторий с целью оказания влияния на установки, оценки, мнения и поведение людей. МК представляет собой важный социальный и политический институт современного общества.

Массовая коммуникация — это массовый процесс производства информации, ее передачи средствами прессы, радио, телевидения, и общение людей как членов «массы», осуществляющееся с помощью технических средств.

Массовидные явления — совпадающие оценки и установки, принятые стереотипы и внушенные образы поведения, связанные с более или менее одновременно переживаемыми психическими состояниями людей как результат коммуникаций в больших группах. К массовым явлениям относят многообразные виды поведения толпы, массовую истерию и массовую панику, слухи, моду, а также социально-

психологические особенности народов, общественные настроения, общественное мнение.

Массовое сознание — наиболее распространенная форма практического существования и воплощения общественного сознания. В массовом сознании запечатлены знания, представления, нормы, ценности и образцы поведения, разделяемые массой. Они вырабатываются в процессе общения людей между собой или в процессе восприятия ими какой-либо информации (например, в ходе митинга).

Межличностная коммуникация — обмен мнениями, знаниями, чувствами, эмоциями, интересами, настроениями, установками между активными субъектами.

Межличностные отношения — субъективно переживаемые взаимосвязи между людьми, объективно проявляющиеся в характере и способах взаимных влияний, оказываемых людьми друг на друга в процессе совместной деятельности и общения.

Мотив — это побуждения к деятельности, связанные с удовлетворением потребностей субъекта; совокупность внешних или внутренних условий, вызывающих активность субъекта и определяющих ее направленность.

Общение — 1) сложный, многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями в совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание другого человека; 2) осуществляемое знаковыми средствами взаимодействие субъектов, вызванное потребностями совместной деятельности и направленное на значительное изменение в состоянии, поведении и личностно-смысловых образованиях партнера. Специфика общения определяется тем, что в его процессе субъективный мир одного человека раскрывается для другого.

Общественное мнение — состояние массового сознания, заключающее в себе отношения (скрытые или явные) к общественным событиям, к деятельности различных групп, организаций, отдельных личностей; выражает позицию одобрения или осуждения по тем или иным общественным проблемам, регулирует поведение индивидов и социальных групп (Д. В. Ольшанский).

Отношение индивида к группе — сумма всех отрицательных и положительных выборов, которые сделал индивид, деленная на $2(n-1)$, где n — число членов группы (Г. М. Андреева).

Паника — эмоциональное состояние, возникающее как следствие дефицита информации о какой-то пугающей или непонятной ситуации, либо ее чрезмерного избытка, и проявляющаяся в импульсивных действиях.

Роль — функция, нормативно одобренный образ поведения, ожидаемый от каждого, занимающего данную позицию» (И. С. Кон).

Подражание — следование какому-либо примеру, образцу. ^

Подражание — воспроизведение индивидом определенных внешних черт и образцов поведения, манер, действий, которые характеризуются и сопровождаются при этом определенной эмоциональной и рациональной направленностью.

Подражание — механизм, способ воздействия людей друг на друга, в том числе в условиях массового поведения, хотя его роль и в иных группах, особенно в специальных видах деятельности, также достаточно велика. Подражание имеет ряд общих черт с явлениями заражения и внушения, однако его специфика состоит в том, что здесь осуществляется не простое принятие внешних черт поведения другого человека или массовых психических состояний, но воспроизведение индивидом черт и образцов демонстрируемого поведения (Г. М. Андреева).

Позиция социальная — место, положение индивида или группы в системе отношений в обществе (синоним — статус).

Потребность — свойство организма требовать для своего нормального функционирования строго определенных условий, без которых он не может поддерживать состояние внутреннего равновесия (К. Обуховский).

Правила — элементы (включающие и нормы), которые определяют, как должен вести себя человек, чтобы жить в согласии с ценностями своей культуры (Дж. Смелзер).

Пренебрегаемый — это индивид, получивший максимальное количество негативных выборов (Г. М. Андреева).

Реклама — процесс информирования о товаре и услуге (В. Н. Селезнев). Реклама — часть массовой коммуникации (Ч. Сендидж и др.).

Рефлексия — это осознание действующим индивидом того, как он воспринимается партнером по общению., это своеобразный удвоенный процесс зеркального отражения друг друга (Ю. М. Федоров).

Руководитель — лицо, на которое официально возложены функции управления коллективом и организации его деятельности.

Саморегуляция — это процесс управления человеком собственным поведением на основе интериоризованных в ходе социализации культурных норм, принятых в данном обществе.

Символ — знак, образ, воплощающий какую-либо идею, тайный условный знак, что-то, за которым скрыто нечто большее.

Слухи — это особая, обычно недостоверная информация (и/или искажающая форма передачи любой информации, придающая ей некоторую особенность), передающаяся исключительно в устной форме, как бы «по секрету», и функционирующая исключительно в звуковой форме (Д. В. Ольшанский).

Слухи — процесс обмена искаженной, эмоционально окрашенной информацией.

Слухи — это теневой мир, своего рода черный рынок информации, вести обо всем интересном чужом (или как бы чужом, в модусе отстранения от него) для своих (Б. В. Дубин, А. В. Толстых).

Социализация — это процесс накопления людьми опыта и социальных установок, соответствующих их социальным ролям (Дж. Смелзер).

Социализация — это двусторонний процесс, включающий в себя, с одной стороны, усвоение индивидом социального опыта путем вхождения в социальную среду, систему социальных связей; с другой стороны — процесс активного воспроизводства системы социальных связей индивидом за счет его активной деятельности, активного включения в социальную среду (Г. М. Андреева).

Социализация — это процесс вхождения человека в общество (И. С. Кон).

Социальная перцепция (от лат. perceptio — восприятие и so- cialis — общественный) — восприятие, понимание и оценка людьми социальных объектов (других людей, самих себя, групп, социальных общностей и т.п.).

Социальная психология — наука, изучающая явления психики, существующие только в группе людей (общественное мнение, психологический климат, мода, паника) или у личности только в группе (коллективизм, психологическая совместимость).

Социальная роль — нормативно одобренный образ поведения, ожидаемый от каждого, занимающего данную позицию (И. С. Кон).

Социально-психологический климат — это атмосфера в коллективе, определяемая совокупностью следующих факторов: тип руководства, идеология, культура организации, характер деловых отношений, характер межличностных отношений, эмоциональное состояние сотрудников, характер отношений сотрудников к предприятию и предприятия к сотрудникам. СПК может являться объективной характеристикой коллектива.

Социально-психологический климат группы — это качественная сторона деловых и межличностных отношений. Она проявляется в виде совокупности психологических условий, способствующих или препятствующих продуктивной совместной деятельности и развитию личности в группе.

Социальные функции — это тот объективный вклад, который вносят (или должны вносить) члены общества в производство социальных ценностей в соответствии со сложившимся в обществе разделением труда. Это определенные реальные вклады, которые должны вносить индивиды в процесс совместной деятельности (В. Б. Ольшанский).

Социальный статус — сумма всех отрицательных и положительных выборов, которые индивид получил от группы, деленное на $2(n-1)$, где n — число членов группы (Г. М. Андреева).

Социограмма — специальная схема, изображающая картину межличностных отношений в группе, выявленных с использованием специальной социометрической методики (Г. М. Андреева).

Социоматрица — это перевод качественных характеристик в количественные показатели; способ упорядочения полученной информации (Г. М. Андреева).

Социометрическая звезда — индивид, получивший наибольшее число позитивных выборов от группы.

Социометрия — одно из направлений западной социальной психологии и разработанная в его русле совокупность измерительно-исследовательских процедур, основу которых составляют различные варианты социометрической методики.

Сплетня — ложная или истинная, непроверенная или неподдающаяся проверке (и в этом случае маловероятная) неполная, пристрастная информация о делах, которые рассматриваются как личные, но могут

иметь широкий социальный резонанс, об обстоятельствах, касающихся замкнутых групп (Ц. Енджеевский).

Сплоченность группы — это разность сумм взаимных положительных и взаимных отрицательных выборов, деленная на $n(n-1)$, где n — число членов группы (Г. М. Андреева).

Статус личности — социально-психологическая характеристика положения, занимаемого индивидом в структуре как функционально-ролевых, так и межличностных отношений в коллективе. (Б. Д. Парыгин).

Статус (от лат. status — положение, состояние) — положение субъекта в системе межличностных отношений, определяющее его права, обязанности и привилегии.

Страх — инстинктивно-биологическое, присущее всем животным, настороженное отношение к потенциально враждебным и опасным внешним силам (Ю. Лотман).

Стыд — специфически человеческий, сформированный культурой психический механизм, гарантирующий соблюдение определенных норм и обязанностей по отношению к «своим» (Ю. Лотман).

Субкультура — убеждения, ценности и символы какой-то части людей в группе.

Толпа — изначально неорганизованное, или потерявшее организованность скопление людей, не имеющее общей осознанной цели, или утратившее ее, и, как правило, находящееся в состоянии эмоционального возбуждения (С. К. Роштин).

Толпа — скопление людей, не объединенных общностью целей и единой организационно-ролевой структурой, но связанных между собой общим центром внимания и эмоциональным состоянием.

Трансакция — обмен коммуникативными стимулами (Э. Берн).

Трансакция — это соизмерение партнеров по общению в ходе не только общей предметной деятельности, но и чисто человеческого взаимодействия их чувств и мыслей (Ю. М. Федоров).

Убеждение — конкретный социально-психологический метод сознательного организованного идеологического и социально-психологического воздействия на массы, на основе которого формируются новые оценки, взгляды на происходящие процессы, факты и проблемы (Д. Ганчев).

Установка — это готовность к определенному поведению, реакции.

Установка — готовность, предрасположенность субъекта, возникающая при предвосхищении им появления определенного объекта и обеспечивающая устойчивый целенаправленный характер протекания деятельности по отношению к данному объекту.

Установка — своеобразный аппарат вероятностного предвидения, служащий для направления активности организма в соответствии с поступающей в мозг информацией и информацией, хранящейся в нем (В. Б. Ольшанский).

Фасцинация — часть информации, предназначенная для повышения уровня эффективности коммуникативного акта (Ю. М. Федоров).

Фиксации — это защитные тактика, позволяющая избежать страдания, которая найдена случайно при попытке справиться с затруднительной ситуацией и с этого времени повторяется автоматически при каждой подобной угрозе (Ю. М. Федоров).

Фрустрация — объективно непреодолимые (или субъективно так воспринимаемые) трудности, возникающие на пути к достижению цели или к решению задачи (Н. Д. Левитов).

Ценности — разделяемые всеми убеждения относительно целей, к которым следует стремиться (Дж. Смелзер).

Ценности — это устойчивое убеждение, что специфический тип поведения или конечное состояние существования личностно или социально предпочтительнее другому или противоположному типу поведения или конечному состоянию существа (М. Рокич).

Ценностная система — это устойчивая организация убеждений, касающаяся предпочтительных типов поведения или целей существования по континууму относительной важности (М. Рокич).

Циркулярная реакция — это взаимное заражение, передача эмоционального состояния на психофизиологическом уровне контакта между организмами. Циркулировать может веселье, скука (если кто-то начинает зевать, такое же желание испытывают окружающие), а также изначально более зловещие эмоции: страх, ярость...

Член группы — это индивид, систематически общающийся и взаимодействующий с другими индивидами, состоящими в группе. Его мнение и действие оказывают влияние на судьбу группы.

Чувства — основная аналитическая единица для изучения межличностных отношений (Т. Шибутани).

Эмоции — это генетические программы поведения, обладающие энергетическими свойствами — способностью воспроизведения, трансформации, динамикой, интенсивностью, побуждающим влиянием (В. Бойко).

Эмпатия (от греч. *empathia* — сопереживание) — постижение эмоционального состояния, проникновение — вчувствование в переживания другого человека.

Я-концепция — это система представлений человека о самом себе.

Я-концепция — относительно устойчивая, в большей или меньшей степени осознанная, переживаемая как неповторимая система представлений индивида о самом себе, на основе которой он строит свое взаимодействие с другими людьми и относится к себе.

Я-концепция — фундаментальный компонент структуры личности, формирующийся в процессе взаимодействия субъекта с окружающей (прежде всего социальной) средой и являющейся интегральным механизмом саморегуляции его поведения (К. Роджерс).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература

1. Андреева Г. М. Социальная психология. М.: МГУ, 1980.
2. Аронсон Э. Общественное животное. Введение в социальную психологию. М.: Аспект-Пресс, 1998.
3. Бэрн Р., Бирн Д., Джонсон Б. Социальная психология: ключевые идеи. СПб.: Питер, 2003.
4. Новиков В. В. Социальная психология. Учебное издание. М.: Международная Академия психологических наук, 2002.
5. Пайнс Э., Маслач К. Практикум по социальной психологии. СПб.: Питер, 2000.
6. Федоров Ю. М. Социальная психология. Тюмень: Изд-во ТюмГУ, 1996.
7. Шибутани Т. Социальная психология. Ростов н/Д.: Феникс, 2002.

Словари

Социальная психология. Словарь / Под. ред. М. Ю. Кондратьева. М., 1999.
Психологический лексикон. Энциклопедический словарь в шести томах / Ред.-сост. Л. А. Карпенко. Под общ. ред. А. В. Петровского. М.: ПЕР СЭ, 2006. 176 с.

Журналы

Вестник Московского университета. Серия 14 — «Психология»
Иностранная психология
Психологический журнал
Социологические исследования
Культурно-историческая психология
Журнал социологии и социальной антропологии
Журнал психологии личности и социальной психологии на сайте- Journal of Personality and Social Psychology

Сайты Интернета

<http://drupal.psychosfera.ru>
<http://psyjournals.ru/journal> _____ catalog/index.shtml
<http://www.bookap.by.ru/sociopsy/sociopsy.shtml>
<http://social.psypublica.ru/>
<http://www.bookap.net/sociopsy/sociopsy.shtml>
<http://slovari.yandex.ru/dict/psychlex4>
<http://www.i-u.ru/biblio/archive/andreeva> _____ social __psihology/

<http://www.elitarium.ru/psychology/socialnaja> _____ psikhologija/

<http://yurpsy.by.ru/biblio/socpsy/socpsy.htm#a>

<http://yurpsy.by.ru/biblio/index> _____ biblio.htm

<http://psyberlink.flogiston.ru/internet/journ> _____ ru/socpsychjourn.htm

Учебное издание

Лебедева Людмила Васильевна

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ

Учебное пособие

Подписано в печать 28.04.2013.

Электронное издание для распространения через
Интернет.

ООО «ФЛИНТА», 117342, г. Москва, ул. Бутлерова, д. 17-Б,
комн. 324. Тел./факс: (495) 334-82-65; тел. (495) 336-03-11.
E-mail: flinta@mail.ru; WebSite: www.flinta.ru.