

МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра «Гуманитарные дисциплины»

# СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ

*Методические рекомендации к практическим занятиям  
для студентов всех специальностей  
дневной и заочной форм обучения*



Могилев 2023

УДК 316.6  
ББК 88.5  
С69

Рекомендовано к изданию  
учебно-методическим отделом  
Белорусско-Российского университета

Одобрено кафедрой «Гуманитарные дисциплины» «22» декабря 2022 г.,  
протокол № 10

Составитель ст. преподаватель Г. Я. Алексютина

Рецензент д-р пед. наук, доц. Е. И. Снопкова

Методические рекомендации предназначены для подготовки студентов всех специальностей очной и заочной форм обучения к практическим занятиям по дисциплине «Социальная психология». Рассмотрены основные темы, дан перечень необходимой литературы.

Учебное издание

## СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ

Ответственный за выпуск	Н. Н. Рытова
Корректор	Т. А. Рыжикова
Компьютерная верстка	Н. П. Полевничая

Подписано в печать . Формат 60×84/16. Бумага офсетная. Гарнитура Таймс.  
Печать трафаретная. Усл. печ. л. . Уч.-изд. л. . Тираж 31 экз. Заказ №

Издатель и полиграфическое исполнение:  
Межгосударственное образовательное учреждение высшего образования  
«Белорусско-Российский университет».  
Свидетельство о государственной регистрации издателя,  
изготовителя, распространителя печатных изданий  
№ 1/156 от 07.03.2019.  
Пр-т Мира, 43, 212022, г. Могилев.

© Белорусско-Российский  
университет, 2023

## Содержание

1 Введение в социальную психологию.....	4
2 Личность в социальном мире.....	7
3 Личность как субъект социального познания .....	8
4 Межличностная коммуникация и факторы ее эффективности .....	11
5 Межличностное восприятие и понимание .....	13
6 Межличностные конфликты и способы их разрешения .....	15
7 Психология малых групп.....	18
8 Психология больших групп и массовые психические явления .....	21
9 Социализация личности .....	27
10 Социально-психологическое воздействие.....	29
Список литературы.....	31

## 1 Введение в социальную психологию

Социальная психология возникла на стыке двух наук – психологии и социологии. Значительное число явлений общественной жизни не может быть исследовано без объединенных усилий двух наук. Задолго до того, как социальная психология стала наукой, философы искали ответ на ключевой социально-психологический вопрос: «Какова социальная природа человека?»

В истории формирования социально психологических идей принято выделять три этапа:

1) накопление социально-психологических знаний в сфере философии (VI в. до н.э. – середина XIX в.);

2) выделение описательной социальной психологии из философии в самостоятельную область знания (50–60-е гг. XIX – 20-е гг. XX в.);

3) оформление социальной психологии в экспериментальную науку (20-е гг. XX в.)

Первые учебные издания по социальной психологии были опубликованы в 1908 г. (У. Мак-Дугалл, Э. Росс, В. М. Бехтерев), но некоторые исследователи называют 1924 г. как историческую дату, когда социальная психология впервые получила статус независимой области психологии. В этом году вышла в свет книга Г. Олпорта «Социальная психология», которая была ближе к современному пониманию науки.

Специфику науки, возможность ее отделения от других наук определяет ее предмет. Общепринятого представления о предмете социальной психологии нет. В зарубежной социальной психологии в качестве такового рассматриваются:

– изучение опыта и поведения индивида в связи с воздействием на него социального стимула (М. Шериф, 1969);

– поведение индивидов как функция социальных стимулов (Джонс, Джерард, 1967);

– зависимость и взаимозависимость между индивидуальными поведениями (Р. Зайонц, 1966);

– влияние, которое люди оказывают на убеждения или поведение других людей (Э. Аронсон, 1998).

В отечественной науке по вопросу о предмете социальной психологии сложилось три подхода. Первый, который получил распространение в основном среди социологов, понимал социальную психологию как науку о массовидных явлениях психики. Второй подход главным предметом исследования социальной психологии видит личность. Третий подход в каком-то смысле синтезировал два предыдущих. Социальная психология была рассмотрена как наука, изучающая и массовые психические процессы и положение личности в группе.

Г. М. Андреева, один из ведущих российских специалистов в методологических вопросах социальной психологии, в результате длительной дискуссии между российскими философами, психологами и социологами, сформулировала следующее определение социальной психологии: «Социальная психология – наука, изучающая закономерности поведения, деятельности и общения

людей, обусловленные фактом их включения в социальные группы, а также психологические характеристики этих групп».

Объектом социальной психологии являются конкретные социальные общности и отдельные их представители. Предмет социальной психологии – система социально-психологических явлений, базирующихся на психическом взаимодействии людей. Социально-психологические явления – это феномены, возникающие в результате взаимодействия субъектов (индивидов и общностей) в определенных условиях, выражающие отношения к ним, побуждающие и регулирующие поведение людей, осуществляющие обмен сообщениями и переживаниями, а также способствующие организации деятельности.

Основными разделами социальной психологии являются следующие.

1 Психология совместной деятельности и общения. В рамках данного раздела изучаются психологические факты, закономерности и механизмы общения и взаимодействия людей при совместной деятельности. В данном случае совместная деятельность понимается как организованная система совместной активности индивидов, направленная на производство материальных и духовных объектов.

2 Социальная психология личности. В отличие от психологии личности, социальную психологию интересуют особенности проявления и формирования личности в различных общностях людей. Личность при этом рассматривается как системное качество, которое приобретает индивид, взаимодействуя с социальным окружением.

3 Психология межличностных отношений. Данный раздел социальной психологии посвящен анализу психологических характеристик взаимоотношений между субъектами (проявление симпатии/антипатии, совместимости, срабатываемости).

4 Психология социальных групп. Особое место в социальной психологии занимает проблема больших и малых групп. Исследователей интересуют процессы возникновения, функционирования и развития различных групповых общностей, особенности влияния группы на личность и др.

Социальная психология делится на теоретическую и прикладную социальную психологию. На такие же группы классифицируются и задачи данной науки.

Теоретическая психология включает в себя:

1) социальную психологию личности и малых групп, которая изучает процессы социализации, социально-психологические механизмы, взаимоотношения, общение и взаимодействие, массовые социально-психологические явления, психологию малых групп, психологию личности в группе, психологию различных типов групп и т. д;

2) социальную психологию больших сообществ (групп), изучающую социально-психологические характеристики больших групп, социально-гендерную психологию, социально-политическую психологию, психологию общественных движений, этнопсихологию, социально-возрастную психологию, психологию религии и т. д.;

3) социальную психологию общества, которая изучает психологию социально-экономических систем, власть и общество, правовое общество, психологию социальных кризисов и т. д.

Прикладная психология включает в себя:

1) профессиональную социальную психологию, которая включает в себя социально-психологическую профессиографию, социальную психологию профессиональной деятельности, трудового коллектива, инноваций, социально-психологические особенности деятельности различных специалистов и др.;

2) отрасль социальной психологии, изучающую социальную психологию управления, экономики и предпринимательства, международных отношений, закона и порядка, образования, культуры, торговли, рекламы, конкуренции, соперничества, конфликтологии и т. д.;

3) практическую психологию, включающую систему социально-психологического обеспечения практики, личность и деятельность социального психолога, социально-психологическую диагностику, экспертизу, анализ, консультирование, технологию службы доверия, семью и др.

### **Виды социально-психологического знания.**

1 Житейское (обыденное) знание. Его основные характеристики:

– отражает личный индивидуальный опыт человека, полученный им в процессе жизнедеятельности и являющийся результатом обобщения поверхностного, внешнего и непосредственного;

– имеет несистематизированный характер, который представлен совокупностью набора различных фактов, догадок, случаев и интерпретаций с точки зрения имеющих у индивида «здорового смысла», «домашнего обихода» и общепринятых взглядов;

– направлено на установление эффективных взаимоотношений между людьми;

– фиксируется в рамках обыденного разговорного языка, которым человек выражает индивидуальную и общую смысловую оболочку.

2 Художественное знание. Включает в себя различные эстетические взгляды, которые фиксируют как типичные, так и уникальные формы психологии человека, существующего в рамках определенной эпохи, социального строя и т. д.

3 Философские знания. Конкретные морально-мировоззренческие рефлексивные обобщения, выполняемые на основании фундаментальных принципов взаимодействия человека и социума.

4 Эзотерическое (внутреннее) знание. Это разновидности видов социально-психологических знаний, таких как магическое, оккультное, мистическое, религиозное и т. д.

5 Практико-методическое знание. Это результат обобщений ряда экспериментов. По своей сути представляет собой готовый алгоритм действий в конкретных жизненных ситуациях.

6 Научное знание. Представляет собой экспериментально обоснованную и логически непротиворечивую систему взаимосвязанных суждений, понятий и умозаключений, каждое из которых описывает конкретные социально-психо-

логические явления, а также объясняет природу их возникновения, осуществляет прогноз динамики развития и возможности внешнего управления. Может быть двух видов: научно-экспериментальное и научно-теоретическое знание.

## 2 Личность в социальном мире

Проблема личности в социальной психологии является одной из центральных проблем. Понятие «личность» раскрывает социально-психологическую сущность человека, формирующуюся в результате усвоения человеком общественных форм сознания и поведения, общественно-исторического опыта человечества.

Специфика социально-психологического подхода состоит в выявлении, каким образом происходило формирование социально-психологических черт, по какой причине в одних условиях формирования личности происходило их проявление в полной мере, а в других возникают определенные социально-типические черты, вне зависимости от принадлежности личности к соответствующей социальной группе.

Для этого внимание акцентируется на микросреде формирования личности. В первую очередь важно определить, с помощью каких групп общество влияет на личность, каким образом происходит социализация личности. С другой стороны, социальная психология рассматривает итоги взаимодействия личности и группы, что представляет собой проблему социальной установки.

К. К. Платонов указывал на то, что, осуществляя социально-психологический анализ личности, важно точно разграничить понятия «личность», «индивид», «индивидуальность». Личность – это человек в качестве субъекта активной деятельности. Он преобразует мир, следовательно, является носителем сознания и самосознания.

Современные отечественные исследователи дают следующее определение данного понятия: личность – это индивид как член общества и определенных социальных групп, способный по уровню своего социально-психологического развития к осознанной и активной деятельности в основных сферах общественной жизни, проявляющий себя субъектом соответствующих социальных отношений в актуальной жизненной ситуации (А. Л. Журавлев).

Центральной категорией социально-психологической проблематики личности является «самость». В западной психологической традиции принято определение самости как сложного динамического единства, отражающего реализующее поведение и опосредующее, регулирующее его. В отечественной психологии самость определяется как интегральная целостность индивида, его тождественность самому себе, на основании которой он отличается от внешнего мира и других людей.

Составляющей самости является идентичность – личностная и социальная. Личностная идентичность – это самоопределение в терминах физических, интеллектуальных и нравственных черт индивида. Социальная идентичность –

это оценка значимости своего бытия с точки зрения общества, осознания себя как элемента социального мира. Большое значение для личности имеет формирование профессиональной идентичности, которая свидетельствует о принятии избранной профессиональной деятельности в качестве средства самореализации и развития.

Процесс развития личности часто выступает как динамика освоения социальных ролей. Фиксация определенного положения, которое занимает тот или иной индивид, определяется социальной ролью. Т. Шибутани полагал, что упорядоченность повседневной жизни обуславливается последовательностью выполнения человеком тех или иных социальных ролей, которые связаны с правами и обязанностями. Дисбаланс между правами и обязанностями может свидетельствовать о том, что социальная роль не совсем усвоена.

В процессе социализации формируется зрелая социально-адекватная «Я-концепция», зрелая потребностно-мотивационная сфера (направленность личности), социально-психологические качества личности.

Я-концепция – это сложный составной образ или картина, включающая в себя совокупность представлений личности о себе самой вместе с эмоционально-оценочными компонентами этих представлений. В Я-концепции Р. Бернс выделяет три составляющие:

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

По мнению Б. Ф. Ломова, своеобразным фундаментом, на котором формируются жизненные цели личности, является потребностно-мотивационная сфера личности. Потребностями называются внутренние (психические) состояния, переживаемые человеком, когда он испытывает настоятельную нужду в чем-либо. Мотивы – это осознанные побуждения поведения и деятельности. Под мотивацией понимается совокупность внутренних и внешних движущих сил, побуждающих человека действовать специфическим, целенаправленным образом.

### **3 Личность как субъект социального познания**

Ежедневно мы получаем большое количество информации о себе, других людях, явлениях и событиях, произошедших в личной и общественной жизни. Эта информация используется нами в процессе социального познания.

Под социальным познанием понимается процесс формирования оценок и представлений о людях, социальных событиях и явлениях.

Социальное познание – это процесс формирования представления о людях (группах людей), а также их позитивной или негативной оценки.



В структуру социального познания входят следующие этапы.

1 Стимул (человек, явление, событие).

2 Восприятие.

3 Первичная категоризация.

4 Приписывание характеристик.

5 Представление о конкретном человеке, его позитивная или негативная оценка.

В разные временные промежутки для когнитивной традиции были характерны разные психологические модели рассматривания познающего человека. Выделяют (М.Хьюстон, В. Штребе и др.) пять таких моделей:

1) рационализирующая личность;

2) наивный ученый (психолог);

3) производитель данных, практикующий обработку данных;

4) когнитивный скряга (скупец);

5) когнитивно-аффективный тип (мотивированный тактик или социальный агент).

Рациональный человек ориентирован на логические доводы, звешенность, расчет. Наивный психолог имеет клишированное сознание, делает необоснованные обобщения, генерализирует. Производитель данных ориентируется на первые впечатления. Когнитивный скупец делает много ошибок, т. к. пользуется минимумом информации. Когнитивно-аффективный тип ориентируется скорее на эмоциональное впечатление, чем на рассудочные основания.

Единицами социально-познавательной активности личности являются социальные категории, прототипы, схемы, эвристики, стереотипы, социальные репрезентации.

Категория – это совокупность двух или более объектов, которые рассматриваются сходным образом и имеют сходные характеристики. Взрослый человек обладает большим количеством самых разных социальных категорий, позволяющих ему быстро классифицировать новых людей, события и явления. Категории формируются прижизненно под влиянием личного опыта. Чтобы «поместить» нового человека или событие в социальную категорию, мы должны понимать, какими свойствами обладают составляющие ее объекты, чем они похожи между собой и отличаются от других.

Информация об особенностях, свойственных представителям социальной категории, хранится в виде схем, примеров и прототипов.

Схема – совокупность свойств (внешнего вида, поведения, психологических особенностей) и связей между ними, присущих представителям определенной категории.

Пример – описание конкретного человека (события), который входит в состав категории.

Прототип – это описание наиболее яркого представителя категории. Как правило, это собирательный образ, поэтому ни один конкретный пример не соответствует прототипу полностью. Однако одни примеры больше соответствуют прототипу, чем другие.

Схемы и прототипы определяют центральную тенденцию категории: они гарантируют, что объекты, которые входят в ее состав, будут похожи друг на друга по главным параметрам.

Примеры обеспечивают изменчивость категории: они позволяют поместить в категорию объекты, которые различаются второстепенными характеристиками.

Чаще всего категоризация человека или события происходит на основе хорошо заметных признаков – внешнего вида, стиля речи поведения.

### **Виды схем.**

Персональные схемы включают в себя знания об относительно стабильной взаимосвязи между особенностями внешнего вида, поведением и психологическими характеристиками человека. К их числу относятся схемы типа «бородастый – значит неконформист», «помогает другим людям – значит добрый» и т. д.

Рольевые схемы включают знания о человеке в тот момент, когда он играет определенную роль. Например, «врач задает мало знакомым людям вопросы, которые обычно не обсуждают публично»; «прокурор обвиняет подсудимого» и т. д.

Групповые схемы или стереотипы образуют знания об относительно стабильных особенностях, присущих членам социальной группы, выделенной по половому, возрастному, этническому, идеологическому или какому-либо иному признаку.

Я-схемы включают черты, которые человек приписывает себе.

Скрипты группируют знания о последовательности действий в определенной ситуации. Скрипт – это обыденное представление о ситуациях определенного типа, например о посещении ресторана или зубного врача, сдаче экзамена, участии в митинге и т. д. Скрипты помогают человеку выстроить собственную линию поведения и предсказать действия других людей.

Любой скрипт состоит из нескольких сцен. Некоторые сцены занимают в структуре скрипта более важное место, чем другие. Каждая сцена состоит из отдельных действий.

Скрипты хранятся в памяти человека в виде четко определенных представлений и служат своеобразным фильтром при восприятии, интерпретации и запоминании информации. Человек обращает большее внимание на те аспекты происходящего, которые либо полностью соответствуют скрипту, либо резко противоречат ему.

Под эвристикой понимается правило, регламентирующее отбор информации, которая ляжет в основу суждения. К числу наиболее известных эвристик относятся эвристики репрезентативности, доступности, приспособления и моделирования.

Эвристика репрезентативности – правило, согласно которому, оценивая человека, явление, событие, мы принимаем во внимание его соответствие прототипу.

При использовании этой эвристики мы сравниваем объект с прототипом.

Эвристика доступности – правило, согласно которому, оценивая человека, явление, событие, мы опираемся на доступность информации – легкость ее

восприятия и припоминания. При использовании этой эвристики человек кладет в основу суждения примеры, которые легко приходят в голову.

Эвристика приспособления – правило, согласно которому, оценивая человека или событие, мы отталкиваемся от «якоря» – критерия сравнения. Как следствие, итоговая оценка зависит от этого критерия.

Ассимиляции и контраст. В первом случае человек оценивается как более похожий на «якорь», а во втором – как более отличающийся от него.

Стереотип – упрощенное, заранее принятое представление, не вытекающее из собственного опыта человека, возникающее на основе опосредованного восприятия объекта.

Под социальным стереотипом обычно понимают упрощенный, схематизированный, эмоционально окрашенный и чрезвычайно устойчивый образ какой-либо социальной группы или общности, с легкостью распространяемый на всех ее представителей.

#### **4 Межличностная коммуникация и факторы ее эффективности**

В социальной психологии общение понимается как процесс и результат установления и развития контактов между людьми, включающий обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание людьми друг друга.

Одним из общепринятых является выделение в общении трех взаимосвязанных сторон или характеристик – информационной, интерактивной и перцептивной (Г. М. Андреева). Коммуникативная сторона общения состоит в обмене информацией между общающимися индивидами. Интерактивная сторона заключается в организации взаимодействия между общающимися индивидами. Перцептивная сторона общения означает процесс восприятия друг друга партнерами по общению и установления на этой основе взаимопонимания.

Коммуникация в общении предполагает обмен между партнерами различными представлениями, идеями, интересами, настроениями, чувствами, установками и пр. Природа человеческой коммуникации сложна и многомерна. Существуют различные концептуальные подходы к ее объяснению.

В современной теории коммуникации преобладает подход социального конструирования, согласно которому люди создают, конструируют свое понимание мира и придают смысл всему, что в мире происходит, совместно, коллективно.

Модель коммуникации Гарольда Лассуэла – первая модель, предложенная для описания коммуникации. Она предполагает изучение процесса коммуникации с помощью ответов на следующие вопросы.

- 1 Кто? (передает сообщение) – Коммуникатор.
- 2 Что? (передается) – Сообщение (текст).

3 Как? (осуществляется передача) – Канал.

4 Кому? (направлено сообщение) – Аудитория.

5 С каким эффектом? – Эффективность.

Выделяются следующие виды коммуникации:

1) интраперсональная коммуникация (внутренний диалог с самим собой);

2) межличностная коммуникация (в такой коммуникации участвуют, как правило, двое коммуникантов, но есть варианты наблюдателя, включенного наблюдателя и постороннего, коммуникации на фоне присутствующих свидетелей, в толпе, в ресторане и т. п.);

3) групповая коммуникация (внутри группы, между группами, индивид – группа);

4) массовая коммуникация (в том случае, если сообщение получает или использует большое количество людей, зачастую состоящее из различных по своим интересам и коммуникативному опыту групп (телевидение, радио, интернет).

Передача любой информации возможна посредством знаковых систем, сообразно которым выделяют вербальную и невербальную коммуникацию. Первая использует в качестве знаковой системы человеческую речь. Средствами невербальной коммуникации являются выразительные движения, визуальный контакт (взгляд), динамические прикосновения, пространственно-временные характеристики общения, а также особенности голоса и речи (экстралингвистические и паралингвистические).

Реагирование одного из партнеров в ответ на действия другого, позволяющее понять, как было принято предыдущее сообщение, в теории коммуникации принято называть обратной связью. Обратная связь выступает регулятором поведения и межличностных отношений, является источником самопознания.

Адекватность восприятия информации зависит от наличия или отсутствия в процессе общения коммуникативных барьеров. В самом общем смысле коммуникативный барьер – это психологическое препятствие на пути адекватной передачи информации между партнерами по общению. В случае возникновения барьера информация искажается или теряет изначальный смысл, а в ряде случаев вообще не поступает к реципиенту. А. А. Бодалев выделяет барьеры понимания, барьеры социально-культурных различий и барьеры отношения.

Массовые коммуникации – это опосредованное техническими средствами общение больших социальных групп. Существует ряд особенностей, которыми обладают массовые коммуникации по сравнению с межличностной коммуникацией. К ним относятся убеждающее воздействие, формирование стереотипов установок, создание условий для реализации феноменов подражания и заражения, формирование слухов и др.

## 5 Межличностное восприятие и понимание

Социальная перцепция – процесс восприятия социальных объектов в социальном контексте. Социальная перцепция – процесс, возникающий при человеческом взаимодействии на основе естественного общения и протекающий в форме восприятия и понимания человека человеком.

В процессе восприятия оценивается и анализируются внешний облик и психологические особенности поведения собеседника; формируются представления о его намерениях, мыслях, эмоциях, установках; интерпретируются поступки и поведение собеседника.

В структуру межличностного восприятия входят субъект и объект восприятия, процесс восприятия и его результат в виде образа (Г. М. Андреева).

Человек осознает себя через другого человека посредством определенных механизмов межличностной перцепции. К ним относятся:

- 1) познание и понимание людьми друг друга (идентификация, эмпатия, аттракция);
- 2) познание самого себя в процессе общения (рефлексия);
- 3) прогнозирование поведения партнера по общению (или же каузальная атрибуция).

Идентификация – механизм познания другого человека через осознанное или бессознательное уподобление его характеристикам самого субъекта. Осознание субъектом того, как он сам воспринимается партнёром по общению, выступает в форме рефлексии.

Эмпатия – способность эмоционального отклика на переживания другого человека, проникновение в его чувства (сочувствие, сопереживание). В отличие от идентификации, ситуация не столько продумывается, сколько переживается.

Аттракция (привлечение) – форма познания другого человека, основанная на формировании устойчивого позитивного чувства к нему.

Рефлексия – механизм самопознания в процессе общения, в основе которого лежит способность человека представлять, как он воспринимается партнером по общению.

Каузальная атрибуция (атрибуция – от лат. attribuo – придаю, наделяю; каузальный – от лат. causa – причина) – приписывание причин поведения другого человека; приписывание намерений, чувств, качеств личности.

Выделяют механизмы, влияющие на адекватность формирования представления о воспринимаемом человеке: функционирование имплицитной (внутренней) структуры личности, влияние первого впечатления, стереотипизация, упрощение, идеализация, этноцентризм.

Имплицитная теория личности предполагает наличие у каждого человека сложившейся структуры, характеризующейся наиболее значимыми для него психологическими особенностями. Она начинает формироваться с детских лет и заканчивается к 16–18 годам. В ней аккумулируется жизненный опыт познания людей (И. С. Кон; А. А. Бодалев). Имплицитная структура представлений о людях бессознательно влияет на процесс познания людей. В ней

находит свое отражение жизненная позиция воспринимающего, его социальные установки и другие моменты, которые определяют восприятие и познание.

Влияние первого впечатления о воспринимаемом (механизм первичности или новизны). Его суть сводится к тому, что первое впечатление влияет на последующее формирование образа о познаваемом.

Первое впечатление создается на основе характеристик физического облика (пол, возраст, фигура, экспрессия), который по сравнению с социальным обликом является относительно более стабильным. По мнению А. А. Бодалева, более правильное понимание человека складывается у общающихся людей при не очень длительном и, главное, не очень тесном знакомстве.

Механизм проекции – перенос психических особенностей субъекта восприятия. Осуществляется приписывание как положительных, так и отрицательных черт, свойств, которых в действительности у объекта нет. У людей, отличающихся малой самокритичностью и слабым проникновением в собственную личность, механизм проекции выражен более сильно (А. А. Бодалев).

Механизм стереотипизации (категоризации) предполагает отнесение воспринимаемого человека к одному из известных субъекту типов людей. В процессе социализации человек учится классифицировать познаваемых людей, относя их к разным категориям на основе сходства и различия. У человека в прошлом формируются обобщенные представления о познаваемых им людях (возрастные, этнические, профессиональные и прочие стереотипы).

Механизм стереотипизации играет двойную роль. С одной стороны, он облегчает познание воспринимаемых людей, заимствуя психологические особенности различных общностей и приписывая их оцениваемому человеку, а с другой – приводит к формированию неадекватного образа познаваемого, наделяя его типологическими особенностями в ущерб индивидуальным.

Механизм упрощения. Его суть – неосознаваемое стремление иметь четкие, непротиворечивые, упорядоченные представления о воспринимаемых лицах. Это приводит к «сглаживанию» существующих противоречивых психологических характеристик личности. Тенденция к преувеличению однородности позволяет уменьшить фиксацию проявлений полярных черт, качеств и других особенностей, что искажает объективность формирования образа объекта познания.

Механизм идеализации называют и «галлоэфектом», и «эффектом ореола». Его смысл заключается в наделинии познаваемого объекта исключительно положительными качествами. При этом механизм проявляется не только в завышении положительных черт, качеств, но и в преуменьшении негативных психологических особенностей. Идеализация тесно связана с установкой, которая является пусковым моментом для ее запуска. Механизм проявляется при первоначальной ограниченной информации о воспринимаемом (Г. М. Андреева).

Механизм этноцентризма. Этническая принадлежность приводит в действие так называемый фильтрующий механизм личности, через который пропускается вся информация о воспринимаемом объекте. В случае принадлежности объекта и субъекта к одной и той же национальности происходит завышение

положительных особенностей воспринимаемого, а в случае принадлежности к другому этносу – занижение или объективная оценка.

## **6 Межличностные конфликты и способы их разрешения**

Конфликт (от лат. *conflictus* – столкновение) – столкновение противоположных интересов, целей, идей, убеждений и т. д., которое сопровождается острыми отрицательными эмоциями. Конфликты чреваты негативными, деструктивными последствиями. Они мешают установлению взаимопонимания между людьми, затрудняют принятие решений, ведут к нестабильности и беспорядкам, сопровождаются неприятными переживаниями, могут привести к разрыву отношений. Именно поэтому в сознании большинства людей конфликт приобретает негативную оценку.

Между тем в современных концепциях конфликт характеризуется как нормальное, закономерное явление в жизни человека, которое не всегда приводит к разрушению, а напротив – выполняет ряд позитивных функций. Конфликты могут быть источником развития, сигналом к изменениям. Разрешение конфликта переводит взаимоотношения на новый, качественно иной уровень, способствует усилению взаимопонимания, доверия между людьми, повышению сплоченности, сближению, стабильности в отношениях. Конфликтами можно управлять в направлении преодоления их отрицательных последствий и использования их конструктивного потенциала.

### **Структура конфликта.**

Конфликтная ситуация – совокупность всех объективных и субъективных условий, при которых возможно возникновение и развитие конфликта. Элементами конфликтной ситуации являются оппоненты и предмет конфликта.

Оппоненты (субъекты) конфликта – противоборствующие стороны (индивиды, малые и большие социальные группы, общности, государства).

Предмет конфликта – причина конфликта, его движущая сила, лежащее в его основе противоречие.

Образ конфликта предполагает осознание несовместимости интересов, взглядов, потребностей и т. д.

Инцидент – первоначальное действие, провоцирующее конфликт. Инцидент отличается от предмета конфликта, как повод от причины. Конфликтное взаимодействие характеризуется совершением участниками конфликта действий, направленных на реализацию в конфликте их собственных интересов.

Исход конфликта – это результат конфликта.

Динамика конфликта:

1) возникновение конфликтной ситуации: назревает противоречие, выделяются противоположные стороны – оппоненты, растет напряженность в отношениях между ними, накапливается неудовлетворенность сложившейся ситуацией;

2) осознание ситуации как конфликтной: участники понимают несовместимость своих целей, взглядов и т. д., возникает ощущение угрозы их

интересам;

3) переход к конфликтному поведению;

4) разрешение конфликта. О полном его разрешении можно говорить лишь в случае удовлетворения интересов обеих сторон. При любом исходе конфликта напряженность в отношениях между его участниками некоторое время сохраняется.

В зависимости от того, насколько человек стремится удовлетворить свои интересы и интересы оппонента, выделяют следующие стили поведения в конфликте:

– уклонение – это по сути игнорирование проблемы, стремление избежать взаимодействия с партнером по общению в связи с возникшими разногласиями; не отстаиваются собственные интересы и не рассматриваются интересы оппонента;

– приспособление – отказ от собственных интересов в пользу интересов партнера;

– конкуренция – стремление отстаивать свою позицию без учета интересов оппонента;

– сотрудничество – предполагает выработку взаимовыгодного решения, полностью удовлетворяющего интересы обеих сторон;

– компромисс – предполагает поиск решения, частично удовлетворяющего интересы обеих сторон на основе взаимных уступок.

Наиболее эффективным традиционно считается стиль сотрудничества. Но в зависимости от ситуации адекватным и приемлемым может оказаться любой из перечисленных вариантов поведения в конфликте.

Переговоры – метод управления конфликтом, в процессе которого стороны обмениваются мнениями, совместно осуществляют поиск и обсуждение способов сближения интересов в целях достижения согласия. Переговорный процесс в своем развитии проходит четыре этапа:

1) подготовка к переговорам: сбор необходимой для понимания проблемы информации. Формируются установки на переговорный процесс и готовность к сотрудничеству;

2) начало переговоров: установление контакта, создание благоприятной атмосферы взаимного доверия, ощущения безопасности и успеха. Стороны обмениваются информацией, излагают свое видение проблемы и пути ее решения, знакомятся с позициями, интересами, опасениями и ожиданиями друг друга;

3) поиск приемлемого варианта решения проблемы: стороны работают над возможными способами преодоления затруднений, обсуждают альтернативные варианты выхода из ситуации, соотносят их с интересами, которые представлены в конфликте;

4) завершение переговоров: на этом этапе стороны заключают соглашение, предоставляют друг другу обратную связь относительно процесса переговоров и принятого решения, обсуждают возможности и условия его выполнения, уточняют детали. Рассматриваются варианты дальнейшего сотрудничества и возможность возникновения новых противоречий.



В случае неудовлетворительных результатов переговоров, если стороны не пришли к согласию или выработали решение, требующее дополнительного обсуждения, оговариваются варианты дальнейшей работы, необходимость повторной встречи, привлечения к работе посредника и т. д.

### **Переговорные стили.**

Жесткий стиль характеризуется тем, что участник переговоров стремится к победе, принятию решения в свою пользу, к полной реализации в конфликте своих интересов. Аргументы оппонента не учитываются, игнорируются. Сторона ведет себя напористо и даже агрессивно, пытаясь оказать давление на другого участника.

Избегающий стиль проявляется в стремлении уйти от решения проблемы и даже ее отрицании. Сторона отказывается от участия в переговорах, избегает взаимодействия, считает проблему несуществующей, надуманной, неактуальной либо, напротив, осознавая ее остроту и значимость, пытается уйти от нее и связанного с ней дискомфорта.

Мягкий (уступающий) стиль проявляется в уступках оппоненту. Чаще всего такой стиль характеризует либо стремление сохранить отношения с противоположной стороной, либо попытку уйти от решения конфликта.

Торговый стиль переговоров предполагает готовность уступить и ожидание уступок в ответ. Стороны приходят к согласию, частично удовлетворяя свои интересы, а частично уступая партнеру. Таким образом, они согласуют свои позиции, сходясь на некоем среднем варианте решения. Этот стиль реализует тактика ведения переговоров, получившая название «позиционный торг».

Сотрудничающий переговорный стиль характеризуется ориентацией участников конфликта на удовлетворение как своих собственных интересов, так и интересов оппонента. Этот стиль реализуется в рамках метода принципиальных переговоров. Он противопоставляется позиционному торгу и направлен на поиск интегративного, а не компромиссного, варианта решения, полностью удовлетворяющего интересы всех субъектов конфликта.

При обсуждении спорного вопроса авторы метода предлагают:

- 1) не переходить на личности. Объектом внимания должно быть лежащее в основе конфликта противоречие интересов, идей, взглядов и так далее. Нет необходимости при этом обсуждать личность оппонента, тем более что это вряд ли приведет к ее изменению;
- 2) сосредоточиться на интересах, а не на позициях;
- 3) выработать альтернативные варианты взаимовыгодных решений;
- 4) использовать объективные критерии оценки принимаемого решения.

## 7 Психология малых групп

В настоящее время исследователи этого феномена еще не пришли к однозначному пониманию термина «малая группа». Разные авторы дают свои определения и акцентируют внимание на различных аспектах этого понятия.

Г. М. Андреева под малой группой понимает группу, члены которой объединены общей социальной деятельностью и находятся в непосредственном личном общении, что является основой для возникновения эмоциональных отношений, групповых норм и групповых процессов.

Родовым признаком малой группы является принадлежность к социальным группам, видовым – непосредственный устойчивый личный контакт (общение, взаимодействие). Малые группы – это реально существующие группы людей, которые имеют непосредственные контакты друг с другом. Их поведение опосредовано совместной деятельностью и определяется особыми нормами, принятыми в группе. Также следует подчеркнуть роль общественных отношений, где группа выступает как звено определенной общественной системы, как часть общественной структуры, при этом через личные контакты реализуются определенные общественные связи.

Среди малых групп выделяют первичные и вторичные группы. Первичная группа состоит из небольшого числа людей, между которыми устанавливаются взаимоотношения, основанные на индивидуальных особенностях. Впервые понятие первичных групп ввел Ч. Кули в 1909 г. применительно к семье. Первичная группа отличается высокой степенью солидарности и глубоко развитым чувством «мы». Характерными чертами ее являются малочисленный состав, пространственная близость членов, длительность существования, единство цели, добровольность вступления в группу, неформальный контроль за поведением членов группы. Ч. Кули отмечал, что первичные группы выполняют две функции: являются источником моральных норм, которые ребенок получает в детстве и которыми руководствуется в течение всей жизни; служат средством поддержки и стабилизации взрослого человека.

Вторичная группа образуется из людей, между которыми почти отсутствуют эмоциональные отношения, их взаимодействие обусловлено стремлением к достижению определенных целей. В этих группах основное значение придается не межличностным качествам, а умению выполнять определенные функции. Также группы подразделяются на формальные и неформальные.

Формальные группы создаются для выполнения определенной цели, задачи, их деятельность сознательно координируется. Образование такой группы оформляется юридически.

Неформальные группы образуются спонтанно, в том числе и в рамках формальной организации, на основе межличностных отношений, общих интересов, взаимных симпатий. Неформальные группы характеризуются относительной независимостью от официальных структур, иногда нечетко выраженной целью групповой деятельности, неформальным контролем за членами группы. Такие группы иногда называют группами по интересам.

Выделяют также референтные, или эталонные, группы. Референтной группой называется группа, мнением которой человек дорожит и принадлежность к которой старается сохранить. Как правило, индивид соотносит себя с референтной группой как с эталоном. На нормы, мнения, ценности и оценки этой группы он ориентируется в своем поведении и самооценке. В свою очередь, референтные группы делятся на реальные и вымышленные, на позитивные и негативные.

Организация как группа людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели или целей, служит наиболее эффективным средством в деятельности социальных групп. Организацию можно рассматривать как систему, как состояние и как процесс. Под организацией как системой понимается непосредственный вид системы, устройство системы, что предопределяет исходные позиции для формирования теории организаций. Организация как состояние предполагает наличие определенного порядка или определенную степень упорядоченности. Организация как процесс реализуется в качестве одной из основных функций управления при создании и совершенствовании системы.

Термин «групповая динамика» был впервые использован в 1939 г. немецким ученым, представителем гештальтпсихологии К. Левином. Он впервые сформулировал вывод о том, что в группах людей каждый член признает свою зависимость от других членов группы. По определению, предложенному К. Левином, групповая динамика – это дисциплина, исследующая положительные и отрицательные силы, которые действуют в данной группе.

В современной литературе существует несколько значений термина «групповая динамика»:

- 1) направление исследований малых групп;
- 2) метод изучения малых групп, то есть это особый вид лабораторного эксперимента, используемый при проведении исследований социальных установок и межличностных отношений в группе;
- 3) совокупность динамических процессов в группе, которые проходят одновременно в определенную единицу времени.

К характеристикам групповой динамики относятся: цели и задачи группы; нормы группы; структура группы, групповые роли и проблема лидерства; групповая сплоченность; групповое напряжение; фазы развития группы.

Проблема лидерства и руководства является одной из кардинальных проблем социальной психологии, ибо оба эти процесса не просто относятся к проблеме интеграции групповой деятельности, а психологически описывают субъекта этой интеграции.

Лидер – авторитетный член организации или малой группы, личностное влияние которого позволяет ему играть главную роль в социальных процессах, ситуациях. Авторитет и повседневное влияние лидера являются неформальными средствами группового контроля.

Руководитель – лицо, на которое официально возложены функции управления коллективом и организация его деятельности. Руководитель несет юридическую ответственность за функционирование группы (коллектива)

перед назначившей (избравшей, утвердившей) его инстанцией и располагает строго определенными возможностями санкционирования – наказания и поощрения подчиненных в целях воздействия на их производственную (научную, творческую и пр.) деятельность.

В отечественной социальной психологии понятия лидерства и руководства содержательно разведены Б. Д. Парыгиным. Выделяются следующие различия лидера и руководителя:

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

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

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

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

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

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

Стиль лидерства – это типичная для лидера система приемов воздействия на членов группы (подчиненных или ведомых).

Еще в 1930-е гг. К. Левин выделил три стиля лидерства, конкретизировав как минимум две стороны: содержание решений, предлагаемых лидером группе, и техника (приемы, способы) осуществления этих решений.

При авторитарном стиле качество рассматриваемого лидера зависит от информации, которой он обладает, и от его способности правильно ее интерпретировать. Однако авторитарный лидер не всегда владеет достаточной информацией для принятия решения, поскольку между ним и его группой существует большая социальная дистанция. Подчиненные не слишком открыты с авторитарным лидером, и о многих событиях в группе он может не знать. Авторитарный стиль способствует увеличению иерархических ступеней.

При демократическом стиле лидер имеет больше информации о групповых процессах, что облегчает принятие решений и делает их более адекватными ситуации. Однако само принятие осуществляется медленнее в связи с демократическими процедурами. Данный стиль способствует более благоприятному психологическому климату в группе, нежели авторитарный стиль, но тем не менее у лидера могут быть проблемы в связи с контролем деятельности.

Попустительский стиль встречается значительно реже, чем первые два. При таком стиле группа существует самостоятельно и сама определяет основные направления своей жизнедеятельности. Постепенно происходит

полный отказ от формальных отношений, социальная дистанция между членами группы резко сокращается, увеличивается фамиллярность в общении друг с другом. В такой ситуации может снизиться интерес к делу, и совместная цель может быть и не достигнута. Только высокий уровень личностного или профессионального развития членов группы может способствовать нормальной работе группы при таком управлении.

В последние десятилетия в производственной сфере все более возрастает потребность в кооперации и сотрудничестве на рабочем месте. Многие организации углубляют специализацию, технологические процессы требуют интеграции, обмен информацией приобретает глобальный характер. В связи с этим значительно возрос интерес к изучению групп, особенно в 1970–80-е гг. Появилось значительное число книг о руководстве и лидерстве, где авторы подчеркивают важную роль команд и командной работы.

Команда – это группа людей, имеющих общие цели, взаимодополняющие навыки и умения, высокий уровень взаимозависимости и разделяющих ответственность за достижение конечных результатов.

Можно выделить ряд признаков, характерных для команд.

1 Взаимозависимость. Каждый член команды вносит свой индивидуальный вклад в общую работу. Другие члены команды зависят от работы каждого. В команде все делятся рабочей информацией друг с другом. Члены команды также воспринимаются как равноправные участники процесса деятельности и имеют возможность влиять друг на друга.

2 Разделяемая ответственность. Ответственность за командные цели понимается и разделяется всеми.

3 Результат. Ответственность за командные результаты разделяется всеми членами группы и фокусирует групповую активность.

## **8 Психология больших групп и массовые психические явления**

Большая социальная группа – это совокупность людей, объединенная на основе социального признака, формирующая социальную общность большого размера, в которой люди не имеют непосредственных эмоционально-личностных контактов со всеми членами группы. «Большие» в количественном отношении образования людей разделяются на два вида:

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

2) случайно, стихийно возникшие, достаточно кратковременно существующие общности, куда относятся толпа, публика, аудитория.

Общие признаки большой социальной группы.

1 Существуют специфические регуляторы социального поведения – нравы, обычаи, традиции, образ жизни.

2 Существует специфический язык (национальный или жаргон).

Структура психологии большой социальной группы включает в себя:

1) психический склад как более устойчивое образование (к которому могут быть отнесены социальный или национальный характер, нравы, обычаи, традиции, вкусы и т. п.);

2) эмоциональную сферу как более подвижное динамическое образование (в которую входят потребности, интересы, настроения).

Психический склад выступает как наиболее устойчивое образование в психологии общности. К нему относятся социальный характер, традиции, обычаи, привычки, нравы. Социальный характер группы, народа определяется специфической культурой, системой знаков, символов. Он формируется в конкретных условиях, под воздействием социального бытия, той системы ценностей, ориентации, в которых проходит процесс социализации. Характер с определенной логикой и последовательностью детерминирует одну линию поведения, одни поступки и исключает другие.

Традиции представляют собой исторически сложившиеся под влиянием определенных условий жизни узаконенные способы воспроизведения исторически сложившихся правил, норм поведения, отношений людей.

В традициях осуществляется преемственность тех или иных социально значимых форм поведения в типичных ситуациях, в различных сферах деятельности, сознательно поддерживающихся, закрепляющих те или иные отношения.

Обычай представляет собой прочно установившиеся в той или иной социальной группе, у того или иного народа правила реагирования на определенные события, осуществления некоторых общественно значимых действий. Обычай хранит определенный народный опыт, является символом ценностей, выработанных общностью.

Элементом психического склада, примыкающим к социальным обычаям, являются предрассудки. Предрассудок – это укоренившееся в обществе мнение «без разумного отчета в основательности его» (В. Даль), но относящееся преимущественно к «предостерегательным, суеверным правилам». Предрассудки определяют отношения данной социальной группы к тем или иным природным или социальным явлениям. Общественно опасными являются национальные и религиозные предрассудки. Их общественная опасность сильно возрастает, когда эти предрассудки объединяются.

Образ жизни – это совокупность устоявшихся, типичных для определенных социально-экономических отношений форм жизнедеятельности народов, классов, социальных групп, отдельных людей в материальном и духовном производстве, в общественно-политической и семейно-бытовой сфере. В образе жизни раскрывается, как живут люди, какими действиями и поступками

заполнена их жизнь, каков стиль их мышления, их потребности, интересы, идеалы, умонастроения, содержание и формы общения, какие цели они преследуют. В образе жизни общности, человека выражается система их отношений к обществу, труду, другим общностям, другим людям, к себе. Эти отношения отражаются в мировоззрении, ценностных ориентациях, жизненных позициях, социальных и личностных установках, потребностях, стиле жизни и поведении.

Среди всего многообразия больших социальных групп в исследовании отечественных психологов особое место занимают национально-этнические группы и классы. Национально-этнические группы – это большие социальные группы, включающие тысячи и миллионы людей, связанных общими внешними и психологическими чертами: род и племя, народ и нацию, расу и этнос. Д. Б. Ольшанский определяет их следующим образом. Род является первичной этнической группой и представляет собой группу кровных родственников, ведущих свое происхождение по одной линии, по большей части осознающих себя потомками общего предка (реального или мифического), носящих общее родовое имя и, естественно, имеющих общие потребности и интересы, проявляющиеся в единых социально-политических действиях. Объединение двух или более родов образует племя. Это более высокая форма организации, объединяющая некоторое число родов и семейнородовых кланов на общей этнической основе. Рода и племена в ходе исторического развития объединились в нации.

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

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

Этнос (этническая общность) – исторически возникший вид устойчивой общности людей, представленной племенем, народностью, нацией или даже группой наций и национальностей. В советской психологии широко исследовалась психология такой разновидности больших социальных групп, как классы.

Классы – большие социальные группы, выделяемые в зависимости от места в общественной жизни, от отношения к средствам производства и от способа получения общественного богатства. В качестве социально-психологических признаков классов выделяются:

– социальный статус, означающий положение в социальной иерархии;

- определенный образ, качество и стиль жизни, шкала ценностей, система потребностей и интересов;

- традиции, установки, картины мира, стереотипы, привычки, круг общения;

- социальная этика, сленг, жаргон. Используя терминологию классового подхода, в обществе условно выделяют низший, средний и высший классы.

В переходные, кризисные исторические периоды в структуре общества происходят динамичные процессы, в том числе отражающиеся на изменении классовой структуры общества, на перераспределении общественных богатств и др. Классовая структура общества зависит от типа государства, экономики и общества.

Особую роль во влиянии на классы оказывают партии. Основные причины объединения людей в партии связаны с психологией влечения к власти. Неслучайно под партией подразумевают любую политическую группу, представленную на выборах, через которые она способна поставить своих кандидатов у власти.

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

Социальные движения – особый класс социальных явлений, который должен быть рассмотрен в связи с анализом психологической характеристики больших социальных групп и массового стихийного поведения. Социальное движение представляет собой достаточно организованное единство людей, ставящих перед собой определенную цель, как правило, связанную с выражением коллективного недовольства, поддержки или сопротивления каким-либо социальным изменениям.

Социальные движения демонстрируют несколько общих черт.

- 1 Любое социальное движение базируется всегда на определенном общественном мнении, которое как бы подготавливает социальное движение, хотя впоследствии само формируется и укрепляется по мере развития движения.

- 2 Всякое социальное движение имеет в качестве цели изменение ситуации в зависимости от его уровня: то ли в обществе в целом, то ли в регионе, то ли в какой-либо группе.

- 3 В ходе организации движения формулируется его программа с той или другой степенью разработанности и четкости.

- 4 Движение отдает себе отчет в тех средствах, которые могут быть использованы для достижения целей, в частности в том, допустимо ли насилие как одно из средств.

- 5 Всякое социальное движение реализуется в той или иной степени в различных проявлениях массового поведения, включая такие виды, как демонстрации, манифестации, митинги, съезды и пр.

Массовидные явления – это социально-психологические явления, возникающие в человеческих общностях. К массовым явлениям относят механизмы



поведения толпы (слухи, паника), социально-психологические особенности народов, общественное мнение. Массовидные явления могут быть как конструктивными (мирными), так и деструктивными (разрушительными).

Слухи – это форма искаженной информации о значимом объекте, циркулирующей в массе людей в условиях неопределенности и социально-психологической нестабильности. Слухи помогают человеку адаптироваться к изменяющейся социальной среде, выполняя некоторые важные функции:

- удовлетворяют естественную социальную потребность человека в познании окружающего мира;

- стимулируют эту потребность;

- в большой степени снимают или, по меньшей мере, снижают неопределенность относительно важных событий, в которой человек не может пребывать длительное время, т. е. слухи делают социальную среду для человека субъективно более ясной, понятной;

- слухи не только помогают человеку сориентироваться в ситуации, но и регулируют его поведение, которое в соответствии с ними может изменяться.

Ю. А. Шерковин предлагает брать за основу типологии слухов две характеристики: информационную и экспрессивную. В соответствии с информационной характеристикой слухи условно можно подразделить на четыре типа:

- 1) абсолютно недостоверные слухи;
- 2) недостоверные слухи с элементами правдоподобия;
- 3) правдоподобные слухи;
- 4) достоверные слухи с элементами неправдоподобия.

Границы между этими четырьмя типами достаточно условны, и практика может представить трудно различимые пограничные случаи. В соответствии с экспрессивной характеристикой и общим типом вызываемой эмоциональной реакции слухи можно подразделить на:

- 1) слух-желание;
- 2) слух-пугало;
- 3) агрессивный слух.

По этой схеме на основе синтеза двух видов признаков может быть классифицирован любой слух, а его характеристики могут дать нити к выявлению психического состояния аудитории, в которой слух циркулирует, к определению мер для прекращения циркуляции слуха через восполнение имеющегося дефицита информации и через изменение психического состояния аудитории какими-либо иными способами.

Слухи возникают в связи с важными для людей событиями или значимыми для них социальными объектами (например, о предстоящей денежной реформе в России или какой-то надвигающейся угрозе для нормальной жизнедеятельности людей и т. п.) Информация о незначимом или значимом только для узкого круга людей обычно широко не распространяется.

Слухи также возникают в условиях неопределенности, когда информация либо совсем отсутствует, либо явно недостаточна, либо является противоречивой и тем самым порождает неопределенность.

Важным условием, способствующим зарождению и распространению слухов, является политическая и экономическая нестабильность в общности, в которую входит интересующая диффузная группа.

Благоприятным фактором порождения слухов становится желание людей стать свидетелями чего-то необычного в жизни, какой-то сенсации или чуда.

В привычно текущей жизни, узнав информацию о необычном явлении, человек страстно стремится передать ее другим людям – это очень благоприятная почва для зарождения слухов. Общая стратегия профилактики слухов состоит в том, чтобы противодействовать условиям, способствующим их возникновению и распространению.

Учитывая вышеописанные благоприятные для слухов условия, необходимо следующее:

- добиваться высокой степени информированности больших диффузных групп о наиболее важных для них событиях, социальных условиях жизни;

- информация при этом должна быть доступной для понимания и непротиворечивой, что позволит снимать неопределенность;

- в экстремальных условиях необходимо организовать регулярную работу специальных источников информации;

- целенаправленно снижать значимость тех социальных объектов, событий или явлений, вокруг которых прогнозируется возникновение слухов;

- позитивное профилактическое воздействие на слухи оказывают условия политической, экономической, межнациональной стабильности и устойчивости развития тех общностей, в которые входят большие диффузные группы (город, регион или общество в целом);

- в ситуациях, когда слухи уже возникли, важно выяснить их действительные причины и только после этого проводить разъяснительную работу, сделать эти причины достоянием людей, которые легче поймут и объяснят для себя складывающуюся социальную ситуацию и менее эмоционально будут к ней относиться и т. д.;

- в условиях, благоприятных для слухов, появляются их активные распространители (число и уровень их активности увеличиваются с возрастанием степени экстремальности условий жизни людей), которые могут представлять серьезную угрозу, поэтому необходимо выявлять распространителей слухов и нейтрализовывать их влияние на группу и др.

Особой ситуацией, где усиливается воздействие через заражение, является паника. Паника – это чаще стихийно возникающее, неорганизованное состояние и поведение людей, для которого характерны неопределенность, хаотичность в действиях и неадекватность поведения. Паника относится к таким явлениям, которые трудно поддаются исследованию. Ее нельзя непосредственно наблюдать, во-первых, потому, что заранее не известны сроки ее возникновения, во-вторых, потому, что в ситуации паники сложно остаться наблюдателем.

Для предотвращения паники можно использовать следующие способы: громкое и властное убеждение, планирующие и регулирующие приказы, применения сверхсильного раздражителя.

Людей, составляющих массу, объединяет массовое сознание – особое «надгрупповое» сознание, представляющее собой производное от ситуативного общественного сознания и объединяющее людей общими переживаниями. Массовое сознание может сжиматься и расширяться, захватывая все большее количество людей.

К основным психическим свойствам массового сознания относят:

- эмоциональность;
- заразительность;
- мозаичность;
- подвижность;
- изменчивость.

Эти свойства обуславливают возможность управления массовым сознанием. Формы существования массового сознания – общественное мнение и массовые настроения.

Общественное мнение – сложное образование, выражающееся в оценках и характеризующее явное или скрытое отношение к актуальным проблемам действительности, присущее общностям людей. Этапы формирования общественного мнения: зарождение индивидуальных мнений, обмен мнениями, кристаллизация общей точки зрения из множества мнений и объективизация, переход от отражательного к преобладающему состоянию.

Массовое настроение – это более или менее устойчивое эмоциональное состояние общностей, которое окрашивает все их переживания.

Мода – массовидное явление психики, которое проявляется в выборе того, что в данный момент является наиболее предпочитаемым и одобряемым большим количеством людей.

Социальная оценка – это одобрение или неодобрение, которые проявляют общности людей по отношению к своим членам в ответ на выполнение или невыполнение предъявленных требований.

## **9 Социализация личности**

Социализация – это процесс включения личности в систему общественных связей и отношений, овладение и принятие общественно приемлемых форм поведения, норм, ценностей, в результате чего личность становится полноправным членом общества. Подразумевается, что в процессе социализации происходит превращение изначально асоциального субъекта в социальную личность. Благодаря социализации люди учатся жить в обществе, эффективно взаимодействовать друг с другом. Социализация идет повсеместно и непрерывно в процессе своего физического и психологического развития.

Основные социально-психологические условия социализации:

а) свобода выбора в сочетании с ответственностью за последствия выбора социализации;

б) доступно-напряженный психологический путь социализации, ведущий не только к свободе общения и поведения, но и к повышению статуса в результате образования;

в) осознанности выбора путей и способов самосоциализации;

г) помощь в осуществлении выбора пути социализации в подростковом и юношеском возрасте;

д) раннее включение личности в социально активную деятельность и получение социального опыта;

е) благоприятная социальная среда в основных институтах социализации личности, таких как семья, школа, ВУЗ, трудовой, досуговый коллектив;

ж) динамичность жизни в группах, в которых происходит социализация личности.

Социализация человека происходит посредством механизмов социализации – способов сознательного или бессознательного усвоения и воспроизводства социального опыта.

Одним из первых был выделен механизм единства подражания, имитации, идентификации. Сущность заключается в стремлении человека к воспроизводству воспринимаемого поведения других людей.

Выделяют механизм полоролевой идентификации (половой идентификации) или полоролевой типизации. Его сущность состоит в усвоении субъектом психологических черт, особенностей поведения, характерных для людей определенного пола.

К механизмам социальной оценки относятся социальная фасилитация (или фацилитация) и социальная ингибиция.

Социальная фасилитация предполагает стимулирующее влияние одних людей на поведение других.

Социальная ингибиция проявляется в тормозящем влиянии одного человека на другого.

Наиболее распространенным механизмом социализации является социальный конформизм. Под этим понятием понимается некритическое принятие и следование господствующим в обществе стандартам, авторитетам и идеологии. Посредством группового давления и распространения стереотипов массового сознания формируется тип обезличенного обывателя, лишённого самобытности и оригинальности.

Определены и другие явления, рассматриваемые как механизмы социализации: внушение, групповые экспектации, ролевое научение и др.

### **Стадии процесса социализации.**

Стадия первичной социализации – продолжается от рождения до подросткового периода, когда ребенок усваивает социальный опыт некритически, адаптируется, приспосабливается, подражает. Большое значение на этой стадии имеют познавательные процессы и овладение ребенком социальными ролями в игровой деятельности, его упражнения в самоидентификации, появление и закрепление системы ожиданий, требования к нему со стороны родителей, характер их обращения с ним. Происходит в малых социальных группах (семья,

ясельная группа и т. д.). Основными агентами социализации являются родители, родственники, друзья семьи и т. д. (первичные агенты социализации).

Стадия индивидуализации или же маргинализации – наблюдается в подростковом и юношеском возрасте, происходит в больших социальных группах и проявляется желанием выделить себя среди других, критическим отношением к общественным нормам поведения. К первичным агентам социализации добавляются вторичные – социальные институты социализации. Эти институты по своему социальному статусу могут быть формальными и неформальными. Формальные и неформальные институты социализации часто имеют разные цели и способы воздействия, вследствие чего возникает борьба между ними.

В подростковом возрасте для стадии индивидуализации характерно самоопределение понятия «мир и я», неустойчивость мировоззрения и характера подростка. В юношеском возрасте вырабатываются устойчивые свойства личности.

Стадия интеграции наблюдается в позднем юношеском возрасте, когда появляется желание найти свое место в обществе.

Стадия устойчивой социализации, или трудовая стадия социализации, продолжается весь период трудовой деятельности человека, когда он не только усваивает социальный опыт, но и воспроизводит его. На этой стадии человек обычно достигает стабильного положения в обществе, что свидетельствует о социально-психологической адаптированности личности.

Стадия утраты статуса, или послетрудовая стадия социализации, начинается с выхода на пенсию, характеризуется воспроизводством социального опыта в процесс передачи его новым поколениям.

## **10 Социально-психологическое воздействие**

Поведение в больших социальных группах во многом определяется действием определенных механизмов социально-психического воздействия. Традиционно к ним относят заражение, внушение, подражание, убеждение.

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

Особой ситуацией, где усиливается воздействие через заражение, является ситуация паники. С заражением часто связано подражание.

Внушение – процесс воздействия на психику человека, связанный со снижением сознательности и критичности при восприятии информации.

Воздействие информации, воспринятой на основе внушения, отличается навязчивостью: с трудом поддается осмыслению и коррекции.

Сила воздействия зависит от:

- наглядности;
- доступности;
- образности;
- лаконичности.

Эффект особенно силен, если внушаемое соответствует потребности и интересам человека.

Эффективность внушения зависит от:

1) свойств суггестора (человека, который произносит рекламный текст или от имени которого исходит информация) – статус, рейтинг, волевое, интеллектуальное и характерологическое превосходство;

2) свойств суггеренда (человека, которому внушают что-то) – тревожность, сниженная самооценка, робость, повышенная эмоциональность, впечатлительность, некоторые психические состояния, низкий уровень осведомленности;

3) отношений между суггестором и суггерендом – доверие, авторитет, зависимость;

4) способа «конструирования» сообщения – уровень аргументированности, сочетание логических и эмоциональных компонентов.

Далеко не всякому человеку можно что-либо внушить, тем более без особой аргументации. Люди с критическим мышлением, высокой профессиональной компетентностью, высоким интеллектом, мало эмоциональные, уверенные в себе, социально зрелые обладают очень низкой внушаемостью.

Внушаемость может быть существенно повышена за счет факторов времени, среды, технических приемов.

Подражание – это процесс следования личности или группы какому-либо эталону, образцу, проявляющийся в принятии, заимствовании и воспроизведении внешних или внутренних особенностей других людей. Формы подражания – копирование, конгруэнтность, референтность. Согласно теории подражания (Г. Тард), фундаментальным принципом развития и существования общества служит подражание. Различают виды подражания: логическое и внелогическое, внутреннее и внешнее, подражание-мода и подражание-обычай, подражание внутри одного социального класса и подражание одного класса другому.

Убеждение – это способ воздействия, основанный на сознательном обращении к разуму человека, на добровольном принятии им той информации, с помощью которой его пытаются убедить. Индивидуальные различия в эффективности воздействия при помощи убеждения связаны с интеллектуальным и культурным уровнем развития как убеждающего, так и убеждаемого.

На убеждаемых людей влияют особенности их характера, психологическое состояние в момент убеждения, отношение к убеждающему источнику, а также обстановка, в которой происходит убеждение. Убеждение более эффективно, если убеждается вся группа, а не отдельные индивиды (индивид). Более убедительными являются люди высокого уровня интеллектуального развития и логического мышления, добрые и покладистые (уступчивые, сговорчивые) по характеру, пребывающие в хорошем настроении.

Всякое влияние предполагает психологическое противостояние ему. Видами такого противостояния могут быть следующие.

1 Контраргументация – сознательный аргументированный ответ на попытку убеждения, опровергающий или оспаривающий доводы инициатора воздействия.

2 Конструктивная критика – подкреплённое фактами обсуждение целей, средств или действий инициатора воздействия и обоснование их несоответствия целям, условиям и требованиям адресата.

3 Энергетическая мобилизация – сопротивление адресата попыткам внушить или передать ему определённое состояние, отношение, намерение или способ действий.

4 Творчество – создание нового, пренебрегающее влиянием образца, примера или моды либо преодолевающее его.

5 Уклонение – стремление избегать любых форм взаимодействия с инициатором воздействия, в том числе случайных личных встреч и столкновений.

6 Психологическая самооборона – применение речевых формул и интонационных средств, позволяющих сохранить присутствие духа и выиграть время для обдумывания дальнейших шагов в ситуации деструктивной критики, манипуляции или принуждения.

7 Игнорирование – действия, свидетельствующие о том, что адресат умышленно не замечает либо не принимает во внимание слов, действий или выраженных адресатом чувств.

8 Конфронтация – открытое последовательное противопоставление адресатом своей позиции и своих требований инициатору воздействия.

9 Отказ – выражение адресатом своего несогласия выполнить просьбу инициатора воздействия.

## Список литературы

1 **Андреева, Г. М.** Социальная психология: учебник для студентов вузов / Г. М. Андреева. – 5-е изд., испр. и доп. – Москва: Аспект Пресс, 2021. – 360 с.

2 **Крысько, В. Г.** Психология. Курс лекций: учебное пособие / В. Г. Крысько. – Москва: Вузовский учебник; ИНФРА-М, 2021. – 251 с.

3 **Кравченко, А. И.** Психология и педагогика: учебное пособие / А. И. Кравченко. – Москва: РИОР; ИНФРА-М, 2021. – 112 с.

4 **Кудряшева, Л. А.** Педагогика и психология: учебное пособие / Л. А. Кудряшева. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 160 с.

5 Социальная психология: современная теория и практика: учебное пособие / В. В. Макерова [и др.]; под ред. Л. В. Оконечникова. – 2-е изд., стер. – Москва: ФЛИНТА; Екатеринбург: Урал. ун-т, 2019. – 228 с.

6 Социальная психология: учебник и практикум для вузов / под ред. И. С. Клециной. – Москва: ЮРАЙТ, 2020. – 348 с.