

МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра «Гуманитарные дисциплины»

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ

*Методические рекомендации к практическим занятиям
для студентов направления подготовки
01.03.04 «Прикладная математика»
дневной формы 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 № 6

Составитель ст. преподаватель Г. Я. Алексютина

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

Методические рекомендации предназначены для подготовки студентов к
практическим занятиям по дисциплине «Социальная психология». Рассмотрены
основные темы, дан перечень необходимой литературы.

Учебно-методическое издание

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ

Ответственный за выпуск	Н. Н. Рытова
Корректор	И. В. Голубцова
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 Социальная психология как наука.....	4
2 Методология социальной психологии.....	6
3 Социальная психология общения.....	10
4 Проблема конфликта в социальной психологии.....	14
5 Психология малых групп	17
6 Психология больших групп.....	22
7 Психология массовых социально-психологических явлений.....	24
8 Социализация личности	27
9 Личность в группе.....	29
Список литературы.....	31

1 Социальная психология как наука

Социология как научная дисциплина возникла в середине XIX в. во Франции, где в течение долгих лет происходили социальные и политические волнения, революции и контрреволюции как ответ на потребности общественного развития. Впервые понятие «социология» введено в научный оборот французским ученым О. Контом.

В XVIII в. в странах Западной Европы началось отделение королевской власти, или государства, от гражданского общества. В ответ на потребности формирования гражданского общества и возникает социология как наука, изучающая общество, социальные отношения, социальные общности и их деятельность. Задача новой науки состояла в том, чтобы максимально объективно проанализировать и исследовать их с целью выявления законов, управляющих обществом. А поскольку общество состоит из различных групп и личностей, то социология изучает общество в различных формах его проявления: от общих законов функционирования и развития до поведения малых групп и отдельных личностей.

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 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».

Основными разделами социальной психологии являются следующие.

- 1 Психология совместной деятельности и общения. В рамках данного раз-

дела 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.

Теоретическая психология включает в себя:

1) социальная психология 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) социальная психология больших сообществ (групп), изучающая социально-психологические характеристики больших групп, социально-гендерная психология, социально-политическая психология, психология общественных движений, этнопсихология, социально-возрастная психология, психология религии и т. д.;

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

Прикладная психология включает в себя:

1) профессиональная социальная психология, 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, изучающая социальную психологию управления, экономики и предпринимательства, международных отношений, закона и порядка, образования, культуры, торговли, рекламы, конкуренции, соперничества, конфликтологии и т. д.;

3) практическая психология, включающая систему социально-психологического обеспечения практики, личность и деятельность социального психо-

лога, 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 имеющихся 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-психологические 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 Методология социальной психологии

В переводе с греческого термин «методология» означает «путь познания».

Методология – это система принципов, способов организации и построения теоретической и практической деятельности, а также учение об этой системе. Методология определяет способы достижения и построения какого-либо определенного знания.

В современных работах методология социальной психологии рассматривается как трехуровневая система.

Первый уровень – общая методология, некий общий философский подход, способ познания явлений объективного мира. Методология этого уровня формулирует общие принципы, которые осознанно или бессознательно применяются в социопсихологических исследованиях. Это антропоцентристский подход. Он означает, что для социальной психологии принципиально важен вопрос о соотношении общества и личности. Философские принципы обычно не применяются в исследованиях каждой науки (в том числе и социальной психологии) непосредственно. Они преломляются в ней через принципы специальной методологии.

Второй уровень – частная, или специальная, методология. Она представляет собой совокупность методологических принципов, которые используются уже в конкретной области знания, применительно к специфическому объекту исследования, более узкой сфере знания. В социальной психологии специальная методология формируется при условии адаптации методологических принципов психологии и социологии. Специфические принципы, присущие обеим, дисциплинам, как бы трансформируются в своеобразный норматив социально-психологического исследования, определяют исследовательскую стратегию.

Третий уровень – методология как совокупность конкретных приемов. Обычно это называют термином «методика». Важная особенность таких приемов состоит в том, что они могут быть (и обычно являются) относительно не зависимыми от общеметодологических принципов и применяются, как правило, в одной и той же форме в рамках различных методологических предпочтений.

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

В социальной психологии различают три уровня исследования: эмпирический, теоретический и методологический.

Эмпирический уровень – сбор первичной информации, фиксирующей социально-психологические факты, и описание полученных данных, обычно в рамках определенных теоретических концепций.

Теоретический уровень исследования обеспечивает объяснение эмпирических данных путем соотнесения их с результатами других работ. Это уровень построения концептуальных, теоретических моделей социально-психологических процессов и явлений.

Методологический уровень с содержательной стороны рассматривает многоуровневую, системную организацию социально-психологических явлений и составляющих их элементов, соотношение принципов и категорий, определяет исходные принципы изучения этих явлений. С формальной стороны методология определяет операции, при помощи которых происходит сбор и анализ эмпирических данных.

Иногда выделяют и четвертый уровень – процедурный (Г. М. Андреева, 1972). Это система знаний о методах, приемах исследования, обеспечивающая

надежность и устойчивость психологической информации. В совокупности эти уровни создают условия для разработки исследовательской программы.

Специфика эмпирического исследования в социальной психологии:

а) использование в качестве полноправных как данных об открытом поведении и деятельности индивидов в группах, так и характеристик сознания (представлений, мнений, установок, ценностей и т. п.) этих индивидов;

б) социальный контекст исследования, влияющий на отбор, интерпретацию и изложение фактов;

в) неустойчивость и постоянное изменение социально-психологических явлений;

г) культурно обусловленная относительность социально-психологических закономерностей;

д) работа с реальными конкретными объектами исследования (индивидами и группами).

Весь набор методов социально-психологического исследования можно подразделить на две большие группы: методы исследования и методы воздействия.

Среди методов исследования различают методы сбора информации и методы ее обработки. Методы обработки данных часто не выделяются в специальный блок, поскольку большинство из них не являются специфичными для социально психологического исследования.

Методы сбора социально-психологических данных – это совокупность приемов, процедур и операций, с помощью которых эти данные могут быть установлены и подвергнуты первичному анализу. Среди них выделяют количественные и качественные методы исследования.

К количественным относятся методы, для которых основными являются процедуры измерения, категоризации и кодирования.

Для качественных методов характерно представление информации в виде описаний, значений и т. д. К ним относят опросники, составленные из открытых вопросов, нестандартизированное интервью, включенное и несистематическое наблюдение, метод репертуарных решеток, дискурсный анализ. Качественные методы дают богатый материал, но подвержены влиянию субъективных факторов, поэтому с их помощью нельзя получать объективные данные, как при использовании количественных методов.

Методы сбора информации: наблюдение, чтение документов (контент-анализ), опросы (анкеты, интервью), тесты (социометрический тест), эксперимент (лабораторный, естественный).

Наблюдение – ведущий метод социальной психологии. Главной проблемой является обеспечение фиксации каких-то определенных классов характеристик, чтобы «прочтение» протокола наблюдения было понятно и другому исследователю.

Изучение документов. Особая проблема возникает в связи с тем, как интерпретирует документ исследователь, человек со своими собственными, присущими ему индивидуальными психологическими особенностями («контент-анализ»).

Опросы – распространенный прием в социально-психологических исследе-

дованиях. Наиболее распространены интервью и анкеты. Главные проблемы заключаются в конструировании вопросника.

Тест – это особого рода испытание, в ходе которого испытуемый выполняет или специально разработанное задание, или отвечает на вопросы, отличающиеся от вопросов анкет или интервью. Вопросы в тестах носят косвенный характер. Чаще всего в социальной психологии применяют личностные тесты, реже – групповые тесты. Смысл последующей обработки состоит в том, чтобы при помощи «ключа» соотнести полученные ответы с определенными параметрами.

Эксперимент – один из основных методов исследования в социальной психологии. Эксперимент – определенным образом организованное исследование, когда экспериментатор осуществляет планомерное манипулирование одной или несколькими переменными (факторами) и регистрирует эффекты, производимые этими воздействиями на другие переменные.

Различают два основных вида эксперимента: лабораторный и естественный. Для обоих видов существуют некоторые общие правила, выражающие суть метода: произвольное введение экспериментатором независимых переменных и контроль за ними, требование выделения контрольной и экспериментальной групп, чтобы результаты измерений могли быть сравнимы с некоторым эталоном.

Социально-психологический тренинг относится к методам воздействия. Он ориентирован на использование активных методов групповой психологической работы с целью развития у человека компетентности в общении.

Базовыми методами социально-психологического тренинга являются групповая дискуссия и ролевая игра в различных модификациях и сочетаниях.

Существует масса разновидностей тренинга, наиболее известные из них:

1) Т-группы (от англ. training group – группа тренинга) – малая группа, создаваемая для обучения базовым межличностным умениям);

2) тренинг перцептивный – вид социально-психологического тренинга, направленный на развитие способности адекватного и полного познания себя; поведенческий тренинг. Основывается на идеях поведенческой психотерапии; целью его является обучение приспособительным умениям, необходимым при столкновении со сложными жизненными ситуациями;

3) ролевой тренинг – метод индивидуального профессионального развития и изменения, фокусируется на определенной роли;

4) видеотренинг – тренинг, на котором происходит запись выполняемых участниками упражнений, с последующим разбором и коррекцией их поведения. Этот прием позволяет участникам увидеть «со стороны» детали своего поведения, скорректировать их, выработать новую модель общения и поведения.

Тенденции развития социально-психологических методов исследования:

1) повышение надежности методов, применяемых для сбора информации, за счет алгоритмизации исследования и формализации процедуры измерения (шкалирование признаков объекта, стандартизация правил сбора первичной информации и ее обработки);

2) разработка компьютерных аналогов существующих методик исследования;

3) комплексность сбора эмпирической информации, сочетание разнооб-

разных приемов измерения, а также источников информации (тесты, опросники, экспертные оценки и т. п.);

4) разработка методов, уменьшающих субъективное влияние исследователя и исследуемых на процесс сбора эмпирической информации (аппаратные методы, проведение исследований в естественных условиях и др.).

3 Социальная психология общения

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, 1980). 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.

Другие основания для выделения структурных компонентов использует Б. Д. Парыгин (1999), выделяя следующие компоненты: субъекты общения; средства общения; потребности, мотивация и цели общения; способы взаимодействия, взаимовлияние и отражение влияний в процессе общения; результаты общения.

Р. С. Немов в качестве важнейших аспектов общения выделяет содержание, цель и средства общения. Содержание общения включает разноплановую информацию, которая в межличностных контактах передается от одного субъекта к другому. Цель общения подразумевает образ желаемого исхода взаимодействия. У человека они определяются и материальными, и социальными, и духовными потребностями. Важнейшими целями общения, как правило, являются: получение и передача информации; снятие напряжения; оказание влияния на действия других людей; управление своими действиями; оказание помощи другим людям. Средства общения представляют собой способы кодирования, передачи, переработки и расшифровки информации, которая передается в процессе общения от одного существа к другому.

Виды общения по средствам:

1) вербальное общение – осуществляется посредством речи и является прерогативой человека. Оно предоставляет человеку широкие коммуникативные возможности и гораздо богаче всех видов и форм невербального общения, хотя в жизни не может полностью его заменить;

2) невербальное общение происходит с помощью мимики, жестов и пантомимики, через прямые сенсорные или телесные контакты (тактильные, зрительные, слуховые, обонятельные и другие ощущения и образы, получаемые от

другого лица). Невербальные формы и средства общения присущи не только человеку, но и некоторым животным (собакам, обезьянам и дельфинам).

В большинстве случаев невербальные формы и средства общения человека являются врожденными. Они позволяют людям взаимодействовать друг с другом, добиваясь взаимопонимания на эмоциональном и поведенческом уровнях. Важнейшей невербальной составляющей процесса общения является умение слушать.

Виды общения по целям:

1) биологическое общение связано с удовлетворением основных органических потребностей и необходимо для поддержания, сохранения и развития организма;

2) социальное общение направлено на расширение и укрепление межличностных контактов, установление и развитие интерперсональных отношений, личностного роста индивида.

Виды общения по содержанию:

1) материальное – обмен предметами и продуктами деятельности, которые служат средством удовлетворения их актуальных потребностей;

2) когнитивное – передача информации, расширяющей кругозор, совершенствующей и развивающей способности;

3) кондиционное – обмен психическими или физиологическими состояниями, оказание влияния друг на друга, рассчитанное на то, чтобы привести человека в определенное физическое или психическое состояние;

4) деятельностное – обмен действиями, операциями, умениями, навыками;

5) мотивационное общение состоит в передаче друг другу определенных побуждений, установок или готовности к действиям в определенном направлении.

По опосредованности:

1) непосредственное общение – происходит с помощью естественных органов, данных живому существу природой: руки, голова, туловище, голосовые связки и т. п.;

2) опосредствованное общение – связано с использованием специальных средств и орудий для организации общения и обмена информацией (природных (палка, брошенный камень, след на земле и т. д.) или культурных предметов (знаковые системы, записи символов на различных носителях, печать, радио, телевидение и т. п.);

3) прямое общение строится на основе личных контактов и непосредственного восприятия друг другом общающихся людей в самом акте общения (например, телесные контакты, беседы людей друг с другом и т. д.);

4) косвенное общение происходит через посредников, которыми могут быть другие люди (например, переговоры между конфликтующими сторонами на межгосударственном, межнациональном, групповом, семейном уровнях).

Другие виды общения:

1) деловое общение – общение, целью которого является достижение какого-либо четкого соглашения или договоренности;

2) воспитательное общение – предполагает целенаправленное воздействие одного участника на другого с достаточно четким представлением желаемого

результата;

3) диагностическое общение – общение, целью которого является формулировка определенного представления о собеседнике или получение от него какой-либо информации (таково общение врача с пациентом и т. п.);

4) интимно-личностное общение возможно при заинтересованности партнеров в установлении и поддержании доверительного и глубокого контакта, возникает между близкими людьми и в значительной степени является результатом предшествующих взаимоотношений.

Коммуникация в общении предполагает обмен между партнерами различными представлениями, идеями, интересами, настроениями, чувствами, установками и пр.

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 (разговор с самим собой);

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

Также могут быть дополнительные разновидности коммуникации:

а) межкультурная (коммуникация между народами-носителями различных языков и коммуникативных культур или между государствами);

б) межличностная – между отдельными представителями этих народов или государств);

в) организационная (коммуникация в деловой и производственной сфере, включающая межличностную, групповую и личностно-групповую).

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. Бодаев выделяет барьеры понимания, барьеры социально-культурных различий и барьеры отношения.

Массовые коммуникации – это общение масс, т. е. больших групп людей, объединенных общими интересами или переживаниями. Это обуславливает ряд особенностей, которым обладают массовые коммуникации по сравнению с межличностной коммуникацией.

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.

Социальная перцепция зависит от эмоций, мнений, установок, пристрастий и предрасположений.

Наиболее распространенные механизмы межличностного восприятия – идентификация, эмпатия, децентрация, социальная рефлексия, аттракция, каузальная атрибуция.

Идентификация – механизм познания другого человека через осознанное или бессознательное уподобление его характеристикам самого субъекта. Осознание субъектом того, как он сам воспринимается партнером 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 прочувствуется. Децентрация – способность и умение человека отойти от своей позиции и взглянуть на партнера и на ситуацию взаимодействия как бы со стороны, глазами стороннего наблюдателя. Стереотипизация – классификация форм поведения и интерпретация (иногда без каких-либо оснований) их причин путём отнесения к уже известным или кажущимся известными явлениям, т. е. к социальным стереотипам. Стереотип – устойчивое представление о каких-либо людях как представителях той или иной социальной группы.

Интерактивная сторона общения – это компоненты, связанные с взаимодействием, т. е. организацией обмена действиями, формами и нормами действий, реализация группой общей деятельности (Г. М. Андреева).

Наиболее распространенным является дихотомическое деление всех возможных видов взаимодействия на два противоположных вида: кооперация и конкуренция.

Кооперация, кооперативное взаимодействие, означает координацию единичных сил участников (упорядочивание, комбинирование, суммирование этих сил). Атрибутами кооперации являются такие процессы, как взаимопомощь участников, их взаимовлияние, их включенность во взаимодействие. Кооперация – необходимый элемент совместной деятельности, порожденный ее особой природой.

А. Н. Леонтьев называл две основные черты совместной деятельности:

- 1) разделение единого процесса деятельности между участниками;
- 2) изменение деятельности каждого, т. к. результат деятельности каждого не приводит к удовлетворению его потребности, что на общепсихологическом языке означает, что «предмет» и «мотив» деятельности не совпадают. Важным показателем «тесноты» кооперативного взаимодействия является включенность в него всех участников процесса.

Другой тип взаимодействия – конкуренция. Здесь на обыденном уровне чаще всего предлагаются негативные характеристики этого процесса (включающие в себя даже отождествление его с враждой). В ряде исследований вводится понятие «продуктивная конкуренция», характеризуемая как гуманная, честная, справедливая, созидательная, в ходе которой у партнеров возникает конкурентно-созидательная мотивация. В этом случае во взаимодействии хотя и сохраняется единоборство, но оно не перерастает в конфликт, а обеспечивает лишь подлинную состязательность.

Различают несколько степеней продуктивной конкуренции, различающихся мерой «мягкость/жесткость»:

- а) соревнование, когда партнер не несет угрозы и проигравший не гибнет;
- б) соперничество, когда только победитель оказывается безусловно выигравшим, другой партнер оказывается в абсолютном проигрыше, что означает нарушение партнерства, возникновение элементов конфликта;
- в) конфронтация, когда со стороны одного участника взаимодействия возникает намерение нанести другому ущерб, т. е. соперники превращаются во врагов. Последняя степень непосредственно может перерасти в конфликт.

Кооперация в социально-негативной деятельности не обязательно та форма, которую необходимо стимулировать: напротив, деятельность, конфликтная в условиях асоциальной деятельности, может оцениваться позитивно. Кооперация и конкуренция лишь формы «психологического рисунка» взаимодействия, содержание же и в том и в другом случае задается более широкой системой деятельности, куда кооперация или конкуренция включены.

4 Проблема конфликта в социальной психологии

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 – 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 спосо-

бов 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: стороны работают над возможными способами преодоления затруднений, обсуждают альтернативные варианты выхода из ситуации, соотносят их с интересами, которые представлены в конфликте;

4) завершение переговоров: 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 т. д. 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.

5 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 стремлени-

ем 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.

Современное понимание термина «организация» (от фр. *organisation* – упорядочиваю, устраиваю, сообщаю стройный вид) проявляется в следующих основных направлениях научной мысли:

- внутренняя упорядоченность, согласованность взаимодействия более или менее дифференцированных частей единого целого – организация как состояние;
- совокупность индивидуальностей, совместно реализующих некоторую программу или заданную цель и действующих на основании определенных правил или процедур, – организация как система;
- совокупность процессов или действий, ведущих к образованию и совершенствию взаимосвязей между частями единого целого, – организация как процесс;
- целенаправленное воздействие как метод изменения сложившихся состояний систем или процессов функционирования, – организация как метод.

Термин «групповая динамика» был впервые использован в 1939 г. немецким ученым, представителем гештальтпсихологии К. Левинем. 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) это направление исследований малых групп;
- 2) метод их изучения, т. е. особый вид лабораторного эксперимента, используемый при проведении исследований социальных установок и межличностных отношений в группе;
- 3) совокупность динамических процессов, которые одновременно проходят в группе 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;

б) 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 30-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 откровенны 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 те 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 фамильярность 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 70–80-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.

6 Психология больших групп

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 истори-

чески 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, харак-

тера 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. Не случайно 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 демонстрации, манифестации, митинги, съезды и пр.

7 Психология массовых социально-психологических явлений

Поведение в больших социальных группах во многом определяется действием определенных механизмов психического воздействия.

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.

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

Приёмы внушения:

1) ключевые слова. В рекламе используются слова, которые имеют однозначное значение, а не абстрактные понятия, которые можно интерпретировать по-разному;

2) использование ярких прилагательных и эпитетов. В рекламе при описании товаров используют красочные прилагательные и эпитеты для создания в представлении покупателя красивой, яркой, запоминающейся картинки;

3) избегание отрицательных частиц. В психике человека используемая в рекламе частица «не» может вызывать сомнения по поводу эффективности товара, поэтому в рекламе отрицательные предложения переделывают

в положительные;

4) речевая динамика. Считается одним из самых эффективных средств внушения. Тембр речи, высота голоса, мягкость, разнообразие интонаций, мягкость голоса – всё это помогает увеличить силу внушения.

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 (человек, 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.

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.

Типология слухов.

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.

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.

8 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 за-

крепление 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 (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.

9 Личность в группе

Социальная психология личности – один из разделов социальной психологии, в котором формирование и поведение личности рассматриваются в связи с ее включением в социальные группы, в процессы общения, совместной деятельности и межличностных отношений. Ключевыми проблемами социальной психологии личности выступают социализация, социально-психологическая структура личности и регуляция социального поведения личности.

Социальная психология рассматривает личность в контексте всех разнообразных социальных связей и включенности в различные социальные группы как на макроуровне, так и на уровне малых групп. Для социальной психологии важно понять личность как взаимодействующего и общающегося субъекта. Все приобретенное личностью в процессе социализации, все сформированные у нее социальные установки не являются чем-то застывшим, но подвергаются постоянной коррекции, когда личность действует в реальном социальном окружении, в конкретной группе.

Социальная идентичность – в наиболее общем виде характеристика индивида с точки зрения его принадлежности к какой-либо социальной общности, группе. Идентичность может рассматриваться и как комплекс ролей и статусов, построенных адекватно социальной системе, важнейшими составляющими которого являются общение, опыт, речь.

В структуре социальной идентичности выделяются такие центральные компоненты, как гендерная, этническая, возрастная, профессиональная идентичности.

Личность характеризуют такие понятия, как мотивация, эмоциональный склад, характер, социальные нормы и установки, нравственные и моральные качества. Все эти понятия можно сгруппировать в блоки: блок моральных норм и духовных ценностей; блок интеллектуальных и творческих способностей; блок свойств характера. Структура психической жизни личности очень сложна, разнообразна и многогранна, все выше перечисленные компоненты, входящие в структуру личности, взаимосвязаны. Каждый человек постоянно меняется и развивается, и вместе с ним меняется и структура личности, в основе своей достаточно устойчивая.

Но более подробный ответ на вопрос можно дать, только изучив проявления личности в тех реальных группах, в которых и организуется ее деятельность. Это не следует понимать слишком узко, т. е. лишь как функционирование личности только в своей первичной среде – непосредственном окружении. Естественно, что должна быть изучена система групп, в которые включена личность, в том числе и больших социальных групп, т. к. общие ценности общества, культуры она постигает именно в этих группах.

Соответственно двум сторонам взаимодействия личности и группы – совместная деятельность и общение – можно условно выделить два ряда социально-психологических качеств личности: качества, проявляющиеся непосредственно в совместной деятельности, и качества, необходимые в процессе общения.

Социально-психологическая компетентность личности – явление многомерное. Она складывается из коммуникативной, перцептивной (когнитивной) компетентности и знаний в области взаимодействия, поведения.

Коммуникативная компетентность, по мнению профессора Л. А. Петровской, имеет двоякий смысл – это и эмпатическое свойство (сопереживание), и знания о способах ориентации в различных ситуациях, свободном владении вербальными и невербальными средствами общения.

Перцептивная компетентность означает степень соответствия сформировавшихся картин мира, стереотипов, образов научным картинам мира.

Компетентность в области взаимодействия сводится к знаниям о природе социальных влияний.

Компетентность социально-психологическая – способность индивида эффективно взаимодействовать с окружающими людьми в системе отношений межличностных. Формируется в ходе освоения индивидом систем общения и включения в деятельность совместную.

В ее состав входят:

- 1) умение ориентироваться в ситуациях социальных;

2) умение правильно определять особенности личностные и состояния эмоциональные других людей;

3) умение выбирать адекватные способы обращения с ними и реализовать их в процессе взаимодействия. Особую роль играет умение поставить себя на место другого (рефлексия; эмпатия).

Список литературы

1 **Андреева, Г. М.** Социальная психология: учебник для высших учебных заведений / Г. М. Андреева. – 5-е изд., испр. и доп. – Москва: Аспект Пресс, 2018. – 360 с.

2 **Крысько, В. Г.** Психология. Курс лекций: учебное пособие / В. Г. Крысько. – Москва: Вузовский учебник; ИНФРА-М, 2017. – 251 с.

3 **Мальцева, Т. В.** Психология: учебное пособие / Т. В. Мальцева. – Москва: РИОР; ИНФРА-М, 2017. – 276 с.

4 **Почебут, Л. Г.** Социальная психология. Стандарт третьего поколения: учебник для вузов / Л. Г. Почебут. – Санкт-Петербург: Питер, 2017. – 400 с.

5 **Макурова, В. В.** Социальная психология: современная теория и практика: учебное пособие / В. В. Макурова; под общ. ред. Л. В. Оконечниковой. – Екатеринбург: Урал. федер. ун-т, 2016. – 228 с.

6 Социальная психология: учебное пособие для студентов вузов / А. Н. Сухов [и др.]; под ред. А. Н. Сухова. – 7-е изд., перераб. и доп. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 615 с.