

**Министерство образования и науки РФ**

**ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»**

**Институт психологии и образования**



**П.Н. Афанасьев, Н.В. Ахметзянова**

**Социальная психология**

**Конспект лекций**



**Казань-2014**

**Афанасьев П.Н., Ахметзянова Н.В.**

Социальная психология: Конспект лекций / П.Н. Афанасьев, Н.В. Ахметзянова; Казанский (Приволжский) федеральный университет. – Казань, 2014. – 92 с.

#### Аннотация

Предлагаемый курс лекций предназначен для студентов программ педагогического образования. Основной целью курса лекций по социальной психологии в вузе является формирование у студентов системных знаний о закономерностях и особенностях поведения и деятельности людей, обусловленных их включением в социальные группы, а также об основных характеристиках самих этих групп, закономерностях и особенностях их формирования и развития, группового поведения и отношениях между его субъектами: индивидами, группами и обществом.

Электронная версия курса – <http://tulpar.kpfu.ru/course/view.php?id=360>

Принято на заседании кафедры психологии ИПО К(П)ФУ

Протокол № 7 от 25.03.14

© Казанский федеральный университет

© Афанасьев П.Н.

© Ахметзянова Н.В..

## **Направление подготовки:**

050100.62: Педагогическое образование: (профили: «Родной (татарский) язык и литература и иностранный язык (английский)»; «Родной (татарский) язык и литература и иностранный язык (китайский)»; «Литература и иностранный (английский) язык»; «Иностранный (французский) язык»; «Иностранный (немецкий) язык и второй иностранный (английский) язык»; «Иностранный (английский) язык и второй иностранный язык»; «Русский язык и иностранный (английский) язык»; «Музыка и иностранный (английский) язык»; «Хореографическое искусство»; «Биология и английский язык»; «Биология и химия»; «География и иностранный (английский) язык») (бакалавриат, 2 курс, 4 семестр; очное обучение)

**Дисциплина:** «Социальная психология»

**Количество часов:** 36 (в том числе: лекции - 14, практические занятия - 22, лабораторные работы – 0, самостоятельная работа - 36; форма контроля: зачет (3-й семестр).

**Темы (разделы):** 1. Введение в социальную психологию. 2. Психология общения и взаимодействия. 3. Социальная психология личности. 4. Психология групп и массовых психических явлений.

**Ключевые слова:** социализация, общение, интеракция, коммуникация, вербальная и невербальная коммуникация, социальная перцепция, межличностные отношения, социальное влияние, психологическое воздействие, эмпатия, идентификация, идентичность, я-концепция, социальная установка, социальные представления, социальное познание, социальная роль, каузальная атрибуция, когнитивный диссонанс, самооценка, социальная группа, референтная группа, групповая динамика, социометрия, групповые эффекты, конформность, стихийные массовые явления.

**Дата начала использования:** 1 сентября 2014 г.

## **Авторы - составители:**

Афанасьев Павел Николаевич, кандидат социологических наук, доцент кафедры психологии ИПО КФУ;

Ахметзянова Наталья Викторовна, кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии ИПО КФУ.

## Оглавление

<b>РАЗДЕЛ 1. ВВЕДЕНИЕ В СОЦИАЛЬНУЮ ПСИХОЛОГИЮ</b>	7
<b>ЛЕКЦИЯ № 1. ПРЕДМЕТ, ОБЪЕКТ, СТРУКТУРА И МЕТОДЫ СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ</b>	7
Определение социальной психологии	8
Развитие и значение социально-психологического знания	10
Предмет социальной психологии	10
Основные объекты исследования в социальной психологии	11
Структура социальной психологии	11
Методы социально-психологического исследования	12
Выводы	15
Вопросы для самоконтроля и задания	15
Список литературы	15
Рекомендуемые информационные ресурсы	16
<b>РАЗДЕЛ 2. СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ ОБЩЕНИЯ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ</b>	17
<b>ЛЕКЦИЯ № 2. СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБЩЕНИЯ. СТРУКТУРА ОБЩЕНИЯ</b>	17
Понятие общения	17
Функции общения	18
Виды общения	19
Стили общения	21
Общение как коммуникация	21
Общение как перцепция	23
Общение как интеракция	25
Выводы	26
Вопросы для самоконтроля и задания	26
Список литературы	27
Рекомендуемые информационные ресурсы	28
<b>ЛЕКЦИЯ № 3. МЕЖЛИЧНОСТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ</b>	29
Определение базовых понятий	29
Структура межличностных отношений	31
Факторы межличностной привлекательности	32
Виды любви	32
Выводы	33
Вопросы для самоконтроля и задания	33
Список литературы	34
Рекомендуемые информационные ресурсы	34
<b>РАЗДЕЛ 3. СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ ЛИЧНОСТИ</b>	36
<b>ЛЕКЦИЯ № 4. СОЦИАЛИЗАЦИЯ. ЛИЧНОСТЬ В ГРУППЕ. СОЦИАЛЬНЫЕ УСТАНОВКИ И СОЦИАЛЬНЫЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ</b>	36
Понятие социальной роли	36

Виды социальных ролей .....	38
Основные характеристики социальной роли .....	39
Освоение социальных ролей .....	40
Определение социальной установки и ее структура .....	41
Свойства социальных установок .....	42
Функции социальных установок .....	42
Виды социальных установок.....	43
Выводы .....	45
Вопросы для самоконтроля и задания .....	45
Список литературы .....	46
Рекомендуемые информационные ресурсы .....	47
<b>ЛЕКЦИЯ № 5. Я-КОНЦЕПЦИЯ И ИДЕНТИЧНОСТЬ ЛИЧНОСТИ. ПСИХОЛОГИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПОЗНАНИЯ.....</b>	<b>48</b>
Понятия «Я-концепция» личности .....	48
Структура «Я-концепции» .....	49
Источники развития и формирования Я-концепции.....	50
Определение социального познания .....	52
Особенности социального познания .....	52
Теория атрибуции.....	53
Тенденциозности (предвзятость, необъективность) в социальном познании .....	53
Выводы .....	54
Вопросы для самоконтроля и задания .....	55
Список литературы .....	55
Рекомендуемые информационные ресурсы .....	56
<b>РАЗДЕЛ 4. СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ ГРУПП И МАССОВЫХ ПСИХИЧЕСКИХ ЯВЛЕНИЙ.....</b>	<b>57</b>
<b>ЛЕКЦИЯ № 6. СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ ГРУППЫ. СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ МАЛОЙ ГРУППЫ.....</b>	<b>57</b>
Понятие и признаки малой группы .....	58
Типология малых групп.....	60
Динамические процессы в малой группе .....	61
Выводы .....	62
Вопросы для самоконтроля и задания .....	62
Список литературы .....	63
Рекомендуемые информационные ресурсы .....	64
<b>ЛЕКЦИЯ № 7. ГРУППОВЫЕ ЭФФЕКТЫ. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ БОЛЬШИХ СОЦИАЛЬНЫХ ГРУПП И МАССОВИДНЫХ ЯВЛЕНИЙ .....</b>	<b>65</b>
Эффекты принадлежности к группе и социальной фасилитации.....	65
Эффекты социальной лени и «синергии».....	66
Эффекты конформизма и группомыслия .....	67
Эффекты группового фаворитизма и группового эгоизма .....	69
Понятие и виды больших социальных групп.....	70

Уровни развития больших социальных групп .....	71
Психические явления в больших социальных группах .....	71
Признаки толпы.....	72
Виды толп.....	73
Психологические особенности поведения человека в толпе.....	74
Вопросы для самоконтроля и задания .....	75
Список литературы .....	75
Рекомендуемые информационные ресурсы .....	76
Примерные вопросы к зачету.....	77
Рекомендуемая литература .....	78
<b>КРАТКИЙ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ СЛОВАРЬ.....</b>	<b>80</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ.....</b>	<b>86</b>
Тест по курсу «Социальная психология» .....	86

## РАЗДЕЛ 1. ВВЕДЕНИЕ В СОЦИАЛЬНУЮ ПСИХОЛОГИЮ

### ЛЕКЦИЯ № 1. ПРЕДМЕТ, ОБЪЕКТ, СТРУКТУРА И МЕТОДЫ СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ

**Аннотация.** В данной лекции дается определение социальной психологии как самостоятельной науки, возникшей на стыке «материнских» дисциплин: психологии и социологии. Рассказывается о развитии и значении социально-психологического знания для общества в целом и для педагогической деятельности. Описаны современные представления о предмете социальной психологии, рассмотрены основные объекты исследования, такие как личность в группе, малая группа, большая социальная группа. Дается структура социальной психологии, систематизированы методы социально-психологического исследования.

**Ключевые слова.** Социальная психология, социально-психологические явления, социальная ситуация, социальная психология личности, психология общения, психология групп, методы исследования, методы социально-психологического воздействия.

**Методические рекомендации по изучению темы.** Лекция содержит теоретическую часть, где даются общие представления по теме. Вначале необходимо её изучить с определениями основных понятий. После этого следует ответить на контрольные вопросы, приведенные в конце лекции. В качестве самостоятельной работы предлагается составить тестовые задания и глоссарий к теме, дать описание и характеристику активным групповым методам. Для самопроверки усвоения темы имеются вопросы и тестовые задания. Для контроля усвоения материала необходимо выполнить все задания и отправить их на проверку. Вопросы, возникшие при изучении данной темы, можно обсудить в разделе Форум.

*«Первая задача жизни заключается в том, чтобы жить; и чтобы жить успешно, люди должны знать нечто о себе самих и о мире, частью которого они являются» (Т. Шибутани).*

*«Социальная психология... занимается одной-единственной проблемой: почему существует конфликт между индивидом и обществом?» (С. Московичи).*

## Определение социальной психологии

Современный американский психолог Д. Майерс определяет психологию (греч. «*psyche*» - душа и «*logos*» - учение) как науку, цель которой – описание и объяснение того, как мы мыслим, чувствуем и действуем, как науку о поведении (наблюдаемом действии) и психических процессах (внутреннем субъективном опыте). Психика человека – предмет изучения психологии, – относится к явлениям «невидимым» и переживается нами непосредственно лишь через свои простейшие проявления: *мысли, чувства, действия* или желания (см. рис. 1).



Рис. 1

Социальная психология является одной из отраслей психологической науки. По мнению другого американского ученого, Э. Аронсона, это наука, изучающая, как люди думают, чувствуют и ведут себя, находясь под влиянием реального или воображаемого присутствия других людей (см. рис. 2).

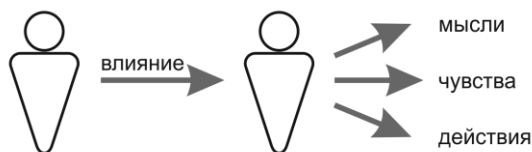


Рис. 2

Однако на сегодняшний день мы можем говорить о существовании трёх традиций, подходов или *парадигм* (греч. «модель, образец») в определении социальной психологии: *американской, европейской и российской*. Центральная категория в американской традиции – «влияние».

Один из значимых представителей европейской социальной психологии – С. Московичи, – определяет её как науку о явлениях идеологии (когнитивные явления и социальные представления) и коммуникативных феноменах. Все это – на разных уровнях человеческих отношений: отношений между индивидами, между индивидами и группами и между группами (см. рис. 3). Здесь центральная категория – это «социальные представления».



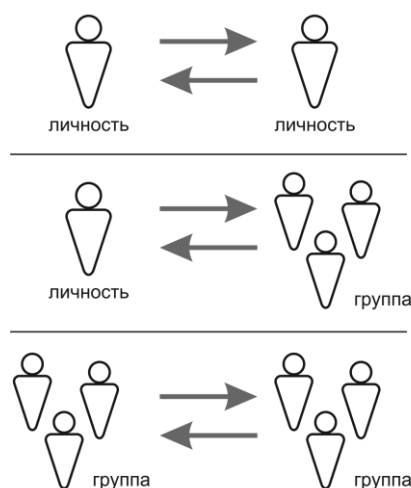


Рис. 3

Отечественные исследователи, в частности Г.М. Андреева, А.Л. Журавлёв, говорят о социальной психологии или как об изучении закономерностей поведения и деятельности людей, обусловленных включением их в социальные группы, а также психологических характеристик самих этих групп, или как об изучении психологических явлений (процессов, состояний и свойств), характеризующих *индивида и группу* как субъектов социального *взаимодействия*. Основные категории – «общение», «взаимодействие».

Подходы	Американский	Западноевропейский	Советско-русский
<b>Базовая парадигма</b>	Парадигма объяснения	Парадигма понимания	Парадигма преобразования
<b>Основная модель человека</b>	«Человек реагирующий»	«Номо simbolikus» - человек образующий и интерпретирующий смыслы с помощью символов (знаков)	«Человек действующий, преобразующий социальную действительность»
<b>Основная категория</b>	Социальное влияние	Социальные представления	Общение, взаимодействие
<b>Основная задача</b>	Объяснение причин социального поведения и феномена влияния людей друг на друга	Понимание сущности социально-психологических явлений в широком культурном контексте	Выявление закономерностей поведения, деятельности и общения людей

Учитывая всю сложность и разнообразие подходов, мы можем сформулировать следующее *рабочее определение*:

**Социальная психология** – это область науки, которая, с одной стороны, изучает причины и закономерности человеческого *поведения* и *мышления* в *социальных ситуациях*, а с другой – психологические характеристики *социальных групп*.

Социальная ситуация – внешние события и обстоятельства, связанные со взаимодействием с другими людьми.

## **Развитие и значение социально-психологического знания**

*Социальная психология* как самостоятельная отрасль научного знания начала формироваться в конце XIX века, хотя само понятие стало широко употребляться только после 1908 года в связи с появлением работ У. Мак-Дугалла и Э. Росса. Эти авторы впервые вынесли термин «социальная психология» в название своих работ. Некоторые вопросы социальной психологии были поставлены очень давно в рамках философии и носили характер осмысления особенностей взаимоотношения человека и общества. Однако исследование собственно социально-психологических научных проблем началось в XIX веке, когда социологи, психологи, философы, литературоведы, этнографы, медики стали анализировать *психологические феномены больших социальных групп и особенности психических процессов и поведения человека в зависимости от влияния окружающих людей*. К этому времени наука вполне «созрела» для того, чтобы выявить некоторые социально-психологические закономерности. Но оказалось, что поставленные проблемы весьма трудно изучать только в рамках существовавших тогда наук. Необходима была интеграция. И прежде всего интеграция социологии и психологии, поскольку психология исследует психику человека, а социология – общество.

Психология и социология, по образному выражению Г.М. Андреевой, стали «материнскими» дисциплинами по отношению к социальной психологии. Социальную психологию интересует человек в обществе. Понимание социальной психологии, рассмотрение ее основной проблематики всегда было тесно связано с междисциплинарным статусом этой науки. Известный историк и философ Б.Ф. Поршнев высказал в свое время предположение, что социальная психология в своем дальнейшем развитии окажется еще более фундаментальной наукой, еще более «общей», чем сама общая психология. До поры до времени в пределах науки психологии останется некоторого рода соревнование: какой из этих составных частей будет принадлежать ведущая роль. Тенденции развития современной социальной психологии, использование её методов в широкой психологической и педагогической практике (в частности социально-психологического тренинга) действительно свидетельствуют о том, что социальной психологии принадлежит большое будущее.

## **Предмет социальной психологии**

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

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

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

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

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

## **Основные объекты исследования в социальной психологии**

В зависимости от того или иного понимания предмета социальной психологии выделяются основные *объекты* ее изучения, то есть *носители социально-психологических явлений*. К ним относятся: *личность в группе* (системе отношений), взаимодействие в системе «личность — личность» (родитель — ребенок, руководитель — исполнитель, врач — больной, психолог — клиент и т. д.), *малая группа* (семья, школьный класс, трудовая бригада, воинский экипаж, группа друзей и т. п.), взаимодействие в системе «личность — группа» (лидер — ведомые, руководитель — трудовой коллектив, командир — взвод, новичок — школьный класс и т. д.), взаимодействие в системе «группа — группа» (соревнование команд, групповые переговоры, межгрупповые конфликты и т. д.), *большая социальная группа* (этнос, партия, общественное движение, социальный слой, территориальная, конфессиональная группы и т. п.).

## **Структура социальной психологии**

В соответствии с основными объектами исследования современная социальная психология дифференцировалась на такие *разделы*, как

- *социальная психология личности*;
- *социальная психология общения и межличностного взаимодействия*;
- *социальная психология групп*.

Социальная психология личности охватывает проблематику, обусловленную общественной природой личности, ее включенностью в различные группы и общество в целом. Это, например, вопросы социализации личности, ее социально-психологических качеств, мотивации поведения личности, влияния социальных норм на это поведение.

Социальная психология общения и межличностного взаимодействия рассматривает различные виды и средства коммуникаций между людьми (включая и массовые коммуникации), механизмы этих коммуникаций, типы взаимодействия людей — от кооперации до конфликта. Тесно связаны с данной проблематикой и вопросы социального познания, такие как восприятие, понимание и оценка людьми друг друга.

Социальная психология групп охватывает разнообразные групповые явления и процессы, структуру и динамику малых и больших групп, различные стадии их жизнедеятельности, а также межгрупповые отношения.

Д. Майерс выделяет несколько иные, но во многом сходные *разделы*:

- *социальное мышление*, где рассматриваются такие темы как Я в социальном мире, социальные убеждения и суждения, поведение и установки личности;
- *социальные отношения*, посвященный проблемам человеческих предрассудков, антипатии к другим, агрессии, влечению и близости, дружбе и любви, альтруизму, конфликту и примирению, другими словами, феноменам, связанным со сферой общения людей друг с другом;
- *социальное влияние*, охватывающий темы культурного и гендерного влияния, конформизма, влияния группы.

## **Методы социально-психологического исследования**

Методы, применяемые в социальной психологии для сбора эмпирических данных, являются в известной мере междисциплинарными и применяются не только в социальной психологии, но и в других науках, например, в социологии, психологии, педагогике. Весь набор методов можно подразделить на две большие группы: методы исследования и методы воздействия. Последние относятся к специфической области социальной психологии, к так называемой «психологии воздействия». Методы исследования, в свою очередь, различаются на методы сбора информации и методы ее обработки.

Среди методов сбора информации нужно назвать: *наблюдение*, *изучение документов* (в частности, контент-анализ), разного рода *опросы* (анкеты, интервью), различного рода *тесты* (в том числе наиболее распространенный социометрический тест), наконец, *эксперимент* (как лабораторный, так и естественный). В большинстве случаев эти методы идентичны тем, что применяются в социологии и психологии. Дадим их *характеристику* в таблице.

Метод	Описание	Преимущества	Недостатки
-------	----------	--------------	------------

<i>Описательные корреляционные методы</i>			
<i>Наблюдение</i>	Незаметная регистрация поведения в естественной обстановке.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- поведение спонтанное;</li> <li>- не основывается на способностях людей отмечать собственные переживания.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- исследователь может вмешаться;</li> <li>- некоторые интересные виды поведения встречаются очень редко;</li> <li>- исследователь может по своему выбору уделить внимание одним событиям и игнорировать другие;</li> <li>- отнимает много времени.</li> </ul>
<i>Изучение отдельных случаев</i>	Интенсивное исследование отдельного человека или группы.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- богатый источник гипотез;</li> <li>- дает возможность исследовать редкие виды поведения.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- предубеждение наблюдателя;</li> <li>- трудно обобщить данные, основываясь на отдельном случае;</li> <li>- невозможно воссоздать причины, исходя из сложности произошедших событий.</li> </ul>
<i>Архивы</i>	Исследуются официальные данные о множестве случаев.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- легкий доступ к большому количеству заранее собранной информации.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- многие виды интересного социального поведения не фиксируются.</li> </ul>
<i>Опросы</i>	Исследователь задает людям прямые вопросы.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- позволяет изучить трудные для наблюдения типы поведения, мысли и чувства.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- выборка респондентов, отвечающих на вопросы, может не быть репрезентативной;</li> <li>- участники могут испытывать предубеждение или неискренне реагировать.</li> </ul>
<i>Психологическое тестирование</i>	Исследователь пытается оценить способности человека, знания, мотивацию или поведение.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- позволяет определить характеристики, не всегда легко наблюдаемые.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- тесты могут быть ненадежными (приводятся противоречивые данные);</li> <li>- тесты могут быть не валидными (не будут измерять именно те характеристики, которые нужно измерять).</li> </ul>
<i>Экспериментальные методы</i>			
<i>Лабораторный эксперимент</i>	Исследователь непосредственно манипулирует переменными и наблюдает за их воздействием на	<ul style="list-style-type: none"> <li>- позволяет сделать выводы о причинах и следствиях того или иного поведения;</li> <li>- позволяет контролировать</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- искусственные манипуляции могут не соответствовать подходящим событиям в их естественном проявлении. Реакции</li> </ul>

	поведение участников лабораторного исследования.	внешние переменные.	участников могут быть неестественными, т.к. они знают, что за ними наблюдают.
<i>Полевой эксперимент</i>	Похож на лабораторный эксперимент, но испытуемые находятся в естественной обстановке.	- позволяет делать выводы о причинах и следствиях; - участники более естественно реагируют.	- манипуляции могут не отражать соответствующих событий в естественной обстановке; - меньше, чем в лабораторном эксперименте, контролируются внешние факторы.

К методам обработки информации относятся:

- методы математико-статистического анализа данных;
- методы качественного анализа.

Классификация методов социально-психологического воздействия:

Цель воздействия	Название группы методов	Методы
Оптимизация	<i>Оптимизирующие</i>	Формирование благоприятного психологического климата, тренинг общения, комплектование совместимых групп.
Интенсификация (стимулирование, активизация)	<i>Интенсифицирующие</i>	Приемы рациональной организации труда, комплектование сработанных групп.
Управление	<i>Управляющие</i>	Психологический отбор, расстановка кадров, планирование жизнедеятельности групп.
Развитие, формирование	<i>Развивающие</i>	Групповая подготовка, обучение и воспитание.
Предупреждение	<i>Профилактические</i>	Способы коррекции психологических свойств индивида и группы.
Оценка	<i>Диагностические</i>	Аттестация, самоаттестация.
Информирование	<i>Информирующие</i>	Психологическое консультирование.

Методы активного социально-психологического обучения – способы формирования коммуникативной культуры человека:

- *дискуссионные методы* (групповая дискуссия, разбор случаев из практики, анализ ситуаций морального выбора и т.д.) – основные методы освоения и реализации общения, построенного по принципу диалога;
- *игровые методы* (дидактические и творческие игры: деловые, ролевые и т.д.) – методы активного обучения;
- *сенситивный тренинг* – тренировка межличностной чувствительности и восприятия себя как психофизического единства.

## Выводы

Социальная психология – это область науки, которая, с одной стороны, изучает причины и закономерности человеческого *поведения и мышления в социальных ситуациях*, а с другой – психологические характеристики *социальных групп*. Как самостоятельная отрасль научного знания социальная психология начала формироваться в конце XIX века.

Предметом исследования социальной психологии являются состояния и свойства индивида как представителя тех или иных социальных групп, феномен взаимодействия между людьми, психологические процессы, состояния и свойства различных социальных групп, массовые психические явления.

В соответствии с основными объектами исследования современная социальная психология дифференцировалась на такие *разделы*, как *социальная психология личности, социальная психология общения и межличностного взаимодействия, социальная психология групп*.

Тенденции развития современной социальной психологии, использование её методов в широкой психологической и педагогической практике свидетельствуют о том, что социальной психологии принадлежит большое будущее.

## Вопросы для самоконтроля и задания

1. Дайте определение социальной психологии.
2. В чем отличие американского, европейского и российского подходов к определению социальной психологии?
3. Какие явления составляют предмет социальной психологии?
4. Что можно отнести к основным объектам исследования в социальной психологии?
5. Назовите основные разделы социальной психологии.
6. Перечислите методы социально-психологического исследования и дайте им характеристику.
7. Перечислите методы социально-психологического воздействия и обучения.
8. Составьте тестовые задания по теме лекции.
9. Дайте описание и характеристику активным групповым методам. Оценить их прикладное значение для педагогической деятельности.
10. Подготовьте пакет методик социально-психологического исследования личности и группы.

## Список литературы

1. Андреева Г.М. Социальная психология: учебник для вузов. 5-е изд., испр. и доп. - М.: Аспект-Пресс, 2007. - 365 с.
2. Андреева Г.М., Богомолова Н.Н., Петровская Л.А. Зарубежная социальная психология XX столетия. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 288 с.

3. Почебут Л.Г., Мейжис И.А. Социальная психология. – СПб.: Питер, 2010. – 672 с.
4. Слейтер Л. Открыть ящик Скиннера. – М.: АСТ, 2007. – 317 с.
5. Социальная психология. Хрестоматия. Под общ. ред. и с коммент. Н.С. Минаевой. – Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 2005.
6. Фестингер Л. Теория когнитивного диссонанса. – СПб.: Ювента, 1999.
7. Чалдини Р., Кенрик Д., Нейберг С. Социальная психология. Пойми себя, чтобы понять других. – СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2002. – 336 с.
8. Шагивалеева Г.Р., Штерц О.М. Хрестоматия по социальной психологии: учебное пособие – Елабуга: Изд – во ЕГПУ, 2007. с.
9. Янчук В.А. Введение в современную социальную психологию. – Мн.: АСАР, 2005. – 800 с.

### **Рекомендуемые информационные ресурсы**

1. <http://tulpar.kpfu.ru/course/view.php?id=360>
2. <http://vocabulary.ru/> – Национальная психологическая энциклопедия
3. <http://univertv.ru/> – Образовательный видеопортал
4. <http://psypress.ru/> – Агентство психологических новостей
5. <http://psyjournals.ru/> – Портал психологических изданий
6. <http://psyresearchdigest.blogspot.ru/> – Дайджест психологических исследований
7. <http://bookap.info/> – Психологическая библиотека
8. <http://www.koob.ru/> – Электронная библиотека
9. <http://www.sbiblio.com/> – Русский гуманитарный интернет-университет
10. <http://psychlib.ru/> – Электронная библиотека МГППУ
11. <http://www.twirpx.com/> – Всё для студента
12. <http://www.socialpsychology.org/> – Social Psychology Network



## РАЗДЕЛ 2. СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ ОБЩЕНИЯ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

### ЛЕКЦИЯ № 2. СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБЩЕНИЯ. СТРУКТУРА ОБЩЕНИЯ

**Аннотация.** В данной лекции рассматривается центральная для социальной психологии категория, категория «общение». Дается определение данного понятия, описываются функции, виды и стили общения. Говорится о важности диалогического общения в педагогической деятельности. Структура общения представлена характеристикой его трех основных сторон: коммуникативной, интерактивной и перцептивной. Предложены способы преодоления коммуникативных барьеров, затрудняющих взаимопонимание при общении. Описаны основные стратегии взаимодействия в ситуации конфликта.

**Ключевые слова.** Общение, контакт, функции общения, межличностное и ролевое общение, ритуал, монолог, манипуляция, диалог, конгруэнтность, стили общения, коммуникация, социальная перцепция, социальная интеракция, коммуникативный барьер, техники активного слушания, невербальная коммуникация, проксемика, кинесика, идентификация, эмпатия, рефлексия, стереотипизация, эффекты межличностного восприятия, конфликт.

**Методические рекомендации по изучению темы.** Лекция содержит теоретическую часть, где даются общие представления по теме. Вначале необходимо её изучить с определениями основных понятий. После этого следует ответить на контрольные вопросы, приведенные в конце лекции. В качестве самостоятельной работы предлагается составить тестовые задания и глоссарий к теме, описать приемы, способствующие преодолению коммуникативных барьеров при взаимодействии. Для самопроверки усвоения темы имеются вопросы и тестовые задания. Для контроля усвоения материала необходимо выполнить все задания и отправить их на проверку. Вопросы, возникшие при изучении данной темы, можно обсудить в разделе Форум.

*«Люди, с которыми мы вступаем во взаимно приятное общение, и есть то, что я называю родиной» (И.В. Гёте).*

### Понятие общения

Общение – важнейшее из понятий, описывающее мир людей. Мир, в который попадает человек с момента своего рождения и в котором протекает вся его жизнь. Человеческий мир – это поле смыслов и значений. С рождения

до смерти человек погружён в символическое пространство отношений и разнообразных взаимодействий с другими людьми.

*Общение* – универсальная реальность бытия Человека, порождаемая и поддерживаемая разнообразными формами человеческих отношений. В этой реальности формируются и развиваются как различные виды социальных отношений, так и психологические особенности отдельного человека.

Ключевыми словами в понимании сущности общения являются следующие: *контакт, связь, взаимодействие, обмен, способ объединения*. Наиболее точным словом для обозначения общения как социально-психологического феномена является слово *контакт*, т.е. соприкосновение. Контакт между людьми осуществляется посредством *языка и речи*. Речь является основным средством общения.

*Общение* – сложный, многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порожденный потребностью в совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятия и понимания партнера по общению. Общение как феномен является неоднозначным и весьма разнородным: оно может быть формальным, а может быть образцом взаимопонимания, может быть лишь обменом, а может быть и творчеством, может являться проявлением эгоизма, манипуляции, а может служить примером взаимоуважения и высокой нравственности.

Человек становится *личностью* в результате взаимодействия и общения с другими людьми, посредством своего отношения к другим, а бытие человека в его отношении к другим людям есть сфера этического. Уровень нравственного развития оказывает самое существенное влияние на все стороны процесса общения, поскольку личность не только формируется в общении, но и во многом определяет его.

## **Функции общения**

Общение всегда рассматривалось как *полифункциональный процесс*. Вот далеко не полный перечень *функций* общения, которые определены по различным критериям: эмоциональная, информационная, социализирующая, связующая, самопознания; установления общности, инструментальная, осознания, самоопределения; сплочения, инструментальная, трансляционная, самовыражения; контактная, информационная, побудительная, координационная, понимания, эмотивная, установления отношений, оказания влияния и др. Если же рассматривать общение в *определенной системе отношений*, то можно выделить совокупность *трех групп* функций.

1. Психологические функции обуславливают развитие человека как индивида и личности. В условиях общения многие психические процессы протекают иначе, чем в условиях изолированной индивидуальной деятельности. Общение стимулирует развитие мыслительных процессов (когнитивная деятельность), волевых процессов (активность), эмоциональных процессов (эффективность). Общение является *формой*

*существования и проявления человеческой сущности.*

2. Социальные функции детерминируют развитие общества как социальной системы и развитие групп как составных единиц этой системы. Интеграция общества возможна только при условии наличия общения во всех его видах, типах и формах.

3. Инструментальные функции определяют многочисленные связи между человеком и миром в самом широком смысле слова; между различными социальными группами. Общение выполняет в коллективной деятельности людей коммуникативно-связующую роль.

Общение способствует удовлетворению следующих потребностей:

- потребности в стимуляции,
- потребности в событиях,
- потребности в узнавании,
- потребности в достижениях и признании,
- потребности в структурировании времени.

## **Виды общения**

Первая классификация: межличностное и ролевое. Степень социальной заданности общения весьма различна. Отношения, на которые социальные нормы и правила оказывают невыраженное, косвенное влияние, можно охарактеризовать как непосредственные, *контактные*. А тип общения, их создающего, называется межличностным типом общения. Оно строится на основе эмоциональной привлекательности, ценностного сходства партнеров и мало зависит от их социальных рангов и ролей.

Отношения, строго опосредованные социальными требованиями и ожиданиями, - *дистантные*, опосредованные. Они реализуются в ролевом общении. Здесь человек несвободен в выборе стратегии своего поведения, восприятии партнера и самовосприятии. Он лишается определенной спонтанности своих реакций. Образы, действия, представления и даже чувства задаются ему его социальной позицией. Лишаясь спонтанности, человек в ролевом общении приобретает ряд не менее важных ценностей: чувство принадлежности, социальной защищенности, включенности в группу и отношения. Можно сказать, что есть культуры, более тяготеющие к ролевому общению, а есть культуры, склонные к выстраиванию между людьми межличностных, эмоциональных отношений.

Вторая классификация: ритуальное, монологическое, диалогическое. Ритуальное общение – пролог к построению отношений и способ подтверждения своего существования в качестве члена той или иной важной для человека группы. Оно выполняет ряд важных функций: укрепление психологической связи с группой, повышение самооценки, демонстрация и подкрепление установок и ценностей. Важная особенность ритуальных отношений – их «безличность». Наличие и достойное выполнение членами общества различных ритуалов (приветствия, извинения, религиозных, государственных и т.п.) – показатель стабильности и социальной

грамотности общества. По своей сути *ритуальное общение* – это *ролевое, «объект-объектное» общение*, в силу того, что ценность личности, индивидуальности в нём нивелирована, у него нет конкретного автора, нет направленности на конкретного человека. Участники равны в своей безличности и в своем праве удовлетворить те важные социальные потребности, ради которых они вступили в ритуал.

Монологическое общение предполагает позиционное неравноправие партнеров. Один – автор воздействия, лицо активное, другой – объект воздействия, лицо пассивное. Можно выделить две разновидности монологического общения: *императив* и *манипуляция*.

Императивное общение – это авторитарная, директивная форма воздействия на партнера по общению с целью достижения контроля над его поведением и внутренними установками, принуждения к определенным действиям или решениям. *Особенность* императива в том, что конечная цель общения – принуждение партнера – не завуалирована: «Будешь делать, как я скажу». В качестве средств оказания влияния используются *приказ, указания, предписания и требования, наказания, поощрения*. Данное общение может быть эффективно в военных, экстремальных, чрезвычайных и сложных условиях. Но оно неуместно и неэтично в интимно-личностных, супружеских и детско-родительских отношениях. В практике воспитания считается, что есть только три момента, которые могут быть привиты ребенку при помощи жесткого императива: *не делай того, что является угрозой для твоей жизни; не делай того, что является угрозой для жизни другого человека; не наноси вред имуществу и ценностям семьи*.

Манипулятивное общение – скрытое управление личностью, такое психологическое воздействие на человека, которое призвано обеспечить негласное получение манипулятором односторонних преимуществ, но так, чтобы у партнера сохранилась иллюзия самостоятельности принятых решений. *Особенность* манипуляции – партнер не информируется об истинных целях общения: они либо просто скрываются от него, либо подменяются другими. В *манипулятивном общении* партнер по общению воспринимается не как целостная уникальная личность, а как носитель определенных, «нужных» манипулятору свойств и качеств. Сферами «разрешенной манипуляции» являются бизнес, политика, идеология. В любом обучении присутствует элемент манипуляции. Э. Шостром выделил восемь типов манипуляторов, которые легко объединяются в четыре пары: *диктатор – тряпка; вычислитель – прилипала; хулиган – славный парень; судья – защитник*.

Э.Шостром, описывая манипуляторов, отмечал их стремление к постоянному контролю своего поведения и поведения других людей, отсутствие искренности, желание произвести впечатление, цинизм, деформацию эмоциональной сферы

В *императиве* и *манипуляции* человек, рассматривая другого как объект своего воздействия, по сути дела общается сам с собой, не видя истинного собеседника (*эффект «двойника»*, по А. Ухтомскому).

Диалог – это равноправное субъект-субъектное общение, имеющее целью взаимное познание, самопознание и саморазвитие партнеров по общению. Характеристиками такого общения являются:

1. *Конгруэнтность* партнеров по общению, т.е. соответствие между опытом (переживаниями), осознанием этого опыта и средствами общения. Человек не считает нужным лицемерить и лукавить.
2. *Безоценочное восприятие личности партнера*, доверие к его намерениям.
3. Проблемный, дискуссионный характер общения, разговор на уровне точек зрения и позиций, а не на уровне аксиом и вечных истин. Диалог разрушается, если общающиеся переходят на язык догм.
4. *Персонифицированный характер общения*, разговор от имени собственно «Я»: «Я считаю», «Я думаю», – вместо безличных обобщений: «Всем известно», «Не вызывает сомнений».

### Стили общения

Стили общения – это устоявшиеся привычные формы поведения человека по отношению к другим для достижения тех или иных целей в отношениях (см. рис. 5). Выделяют следующие стили:



Рис. 5

### Общение как коммуникация

Общение имеет три взаимосвязанные *стороны*:

- коммуникативную, анализирует общение с точки зрения передачи и обмена информацией;
- интерактивную, рассматривает общение как взаимодействие индивидов;
- перцептивную, в которой предметом анализа является взаимное восприятие партнерами друг друга (см. рис. 6).



Рис. 6

Когда говорят о *коммуникации* в узком смысле слова, то, прежде всего, имеют в виду тот факт, что в ходе совместной деятельности люди обмениваются между собой различными представлениями, идеями, интересами, настроениями, чувствами, установками и пр. Все это можно рассматривать как *информацию*, и тогда сам процесс коммуникации может быть понят как процесс *обмена информацией*.

Но люди в процессе коммуникации не просто обмениваются значениями, они стремятся выработать общий *смысл*, а это возможно лишь в том случае, если информация не только принята, но и осмыслена.

Общение одного субъекта с другим рассматривается как *межличностный* уровень коммуникативной деятельности, общение субъекта с группой — как *личностно-групповой*, общение субъекта с массой — как *личностно-массовый*. Отличительной особенностью межличностной коммуникации является процесс психологической *обратной связи*. Сущность процесса психологической *обратной связи* состоит в необходимости субъектов выработать единую знаковую систему и единое понимание обсуждаемых во время общения вопросов.

*Единицей* коммуникативной деятельности выступает *диалог*, а элементарными единицами диалога — такие действия как *высказывания* и *слушание*. Коммуникация между людьми реализуется с учетом отношений между ними, их установок, целей, намерений. Это приводит не просто к движению информации, но и к уточнению, обогащению знаний, сведений и мнений, которыми обмениваются люди. Описывая *коммуникационный процесс*, следует отметить следующее:

- направляя информацию, человек ориентируется в своем партнере, т.е. анализирует его мотивы, цели, установки (*социальная перцепция*);
- партнеры могут повлиять друг на друга, т. е. обмен информацией предполагает воздействие на поведение партнера (*социальная интеракция*). Это означает, что при обмене информацией происходит изменение самого типа отношений, который сложился между участниками коммуникации;
- коммуникативное взаимодействие возможно только в том случае, когда человек, направляющий информацию (*коммуникатор*) и человек, принимающий ее (*реципиент*) обладают сходной системой *кодификации* и *декодификации* информации. То есть «все должны говорить на одном языке»;

- в условиях человеческой коммуникации могут возникать *коммуникативные барьеры*. Они носят социальный или психологический характер.

В целях избежания искажения информации опытными коммуникаторами используются приемы *активного слушания*. Например, пониманию партнера по общению будут способствовать следующие приемы:

1. *Проговаривание*. Мы дословно повторяем высказывания партнера. При этом можно начать с вводной фразы: «Как я понял вас...», «По вашему мнению...», «Ты считаешь...» и т. д.

2. *Перефразирование*. Мы воспроизводим высказывания партнера в обобщенном, сокращенном виде, кратко формулируем самое существенное в его словах. Начать можно с вводной фразы: «Вашими основными идеями, как я понял, являются...» или «Другими словами, ты считаешь, что...».

3. *Интерпретация и развитие идеи*. Мы пытаемся вывести логическое следствие из высказывания партнера или выдвинуть предположения относительно причин высказывания. Вводной фразой может быть: «Если исходить из того, что вы сказали, то выходит, что...» или «Вы так считаете, видимо, потому что...».

Коммуникативный барьер – это психологическое препятствие, возникающее на пути передачи адекватной информации. В современной социальной психологии выделяют различные типы коммуникативных барьеров. Прежде всего это *барьеры непонимания*: *фонетический* (языковой), *семантический* (смысловой), *стилистический* (особенности речи), *логический* (обоснованность выводов) и др. Выделяют также *барьеры социально-культурных различий*: *социальные* (принадлежность субъектов к разным слоям общества), *политические* (разные идеология и представления о структуре и смысле власти), *религиозные* (могут определяться толерантностью самой религии по отношению к представителям другой веры), *профессиональные* и др.

Обнаружено, что в акте коммуникаций непосредственно слова занимают лишь 7 %; 38 % – это звуки и интонации и 55 % уходит на невербальные коммуникации.

Невербальная коммуникация – это обмен невербальными сообщениями между людьми, а также их интерпретация. Невербальные сообщения могут передаваться посредством: *оптико-кинестической системы знаков* (жесты, мимика, пантомимика), *тактильной системы* (различные прикосновения), *параязыка* (паралингвистической и экстралингвистической системы знаков), *организации микросреды общения* (изменение характеристик пространства общения), *ольфакторной системы* (различные запахи), *визуального контакта* (контакта глаз).

## **Общение как перцепция**

Общение начинается с восприятия человека человеком. *Социальная перцепция* — это важный психологический процесс, ответственный за

осуществление человеком определенного социального поведения. Он включает восприятие внешних признаков человека, соотнесение их с его личностными характеристиками, интерпретацию и прогнозирование на этой основе его поступков.

Центральными проблемами в области *социальной перцепции* являются:

- возрастные, половые, профессиональные особенности социальной перцепции;
- условия и факторы, влияющие на точность и адекватность оценки одним человеком другого;
- закономерности формирования первого впечатления;
- влияние на эти процессы прошлого жизненного опыта, характера взаимоотношений, самооценки и личностных свойств взаимодействующих людей.

Выделяют следующие *механизмы взаимопонимания*:

1. Идентификация — это способ понимания другого человека через осознанное или бессознательное уподобление его самому себе. Это попытка понять состояние, настроение человека, его отношение к миру и себе, поставив себя на его место, слившись с его «Я».

2. Эмпатия — постижение эмоционального состояния, вчувствование в другого человека. Эмпатия основана на умении правильно представлять себе, что происходит в душе другого человека, что он переживает, как оценивает окружающий мир. Эмпатия имеет три уровня:

- *первый - когнитивная эмпатия*, проявляющаяся в виде понимания психического состояния другого человека без изменения своего состояния;
- *второй* предполагает *эмоциональную эмпатию*, не только в виде понимания состояния другого человека, но и сопереживания и сочувствия ему, эмпатического отреагирования;
- *третий уровень* - высшая форма, включающая *когнитивный, эмоциональный и поведенческий* компоненты. Она в полной мере выражает межличностную идентификацию, которая является не только мысленной (воспринимаемой и понимаемой) и чувственной (сопереживаемой), но и действенной. На этом уровне эмпатии проявляются реальные действия и поведенческие акты по оказанию помощи и поддержки партнеру по общению (иногда такой стиль поведения называется *помогающим*).

3. Рефлексия — это осмысление субъектом того какими средствами, почему он произвел то или иное впечатление на партнера по общению. Другими словами это представление о том, что думают обо мне другие. Это и познание другого через то, что он думает обо мне, и познание себя гипотетическими глазами другого.

4. Стереотипизация — это классификация форм поведения и интерпретация их причин путем отнесения к уже известным или кажущимся известными явлениям, социальным стереотипам.

Стереотипное восприятие людей по эталонам связано с целым рядом специфических ошибок:



- *эффектом проекции* — когда приятному для нас собеседнику мы склонны приписывать свои собственные достоинства, а неприятному — свои недостатки, т. е. наиболее четко выявлять у других те черты, которые ярко представлены у нас самих;
- *эффектом средней ошибки* — тенденцией смягчать оценки наиболее ярких особенностей другого человека в сторону среднего;
- *эффектом порядка* — когда при противоречивой информации больший вес придается данным, полученным первыми, а при общении со старыми знакомыми, наоборот, доверять больше последним сведениям;
- *эффектом ореола* — когда к человеку складывается определенное отношение по его какому-либо поступку, ореол может иметь как положительную, так и отрицательную окраску;
- *эффектом стереотипизации*, который заключается в приписывании человеку черт, характерных для определенных социальных групп (например, профессиональным: учителю, продавцу, математику мы приписываем определенные черты личности).

### **Общение как интеракция**

Процесс *взаимодействия* или *интерактивная сторона общения* — это процесс непосредственного или опосредованного воздействия субъектов общения друг на друга, а также организации их совместной деятельности.

В структуре взаимодействия можно выделить два *компонента*: *эксплицитный (внешний)* и *имплицитный (внутренний)*. Первый — составляет *этикет*, т. е. установленный, регламентированный порядок действий в конкретной ситуации. Ритуальный характер взаимодействия позволяет экономить силы, не изобретая каждый раз средства для налаживания оптимальных отношений. Каждая ситуация диктует свой стиль поведения и действий: в каждой из них человек по-разному «подает» себя, а если эта самоподача не адекватна, взаимодействие затруднено.

*Второй* — относится к психологической стороне взаимодействия. Дело в том, что, вступая во взаимодействие, мы удовлетворяем целый ряд *потребностей*, связанных с поддержанием *психического равновесия*. Есть потребности, которые мы можем удовлетворить только вместе и посредством других людей: например, потребность в определении принадлежности и статуса, потребность в поддержании хороших отношений.

С точки зрения взаимодействия, можно выделить три позиции коммуникатора во время коммуникативного процесса:

- *открытая* — коммуникатор открыто объявляет себя сторонником излагаемой точки зрения, оценивает различные факты в подтверждение;
- *отстраненная* — коммуникатор держится подчеркнуто нейтрально, сопоставляет противоречивые точки зрения, не исключая ориентацию на одну из них, но не заявленную открыто;
- *закрытая* — коммуникатор умалчивает о своей точке зрения, скрывает ее.

*Интерактивная сторона общения* представляет собой общую стратегию взаимодействия. К ведущим стратегиям поведения во взаимодействии относят:

- *сотрудничество*, которое направлено на полное удовлетворение участниками взаимодействия своих потребностей без ущемления интересов другого (реализуются мотивы кооперации, либо конкуренции);
- *соперничество* (противодействие) — предполагает ориентацию исключительно на свои цели без учета целей партнеров по общению (индивидуализм);
- *компромисс* — реализуется в частном достижении целей партнеров ради условного равенства;
- *уступчивость* (приспособление) предполагает жертву собственных целей для достижения целей партнера (альтруизм);
- *избегание* — представляет собой уход от контакта, потерю собственных целей для исключения выигрыша другого.

## **Выводы**

*Общение* – универсальная реальность бытия Человека, порождаемая и поддерживаемая разнообразными формами человеческих отношений. Это *сложный, многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порожденный потребностью в совместной деятельности*. Человек становится *личностью* в результате взаимодействия и общения с другими людьми, посредством своего отношения к другим, а бытие человека в его отношении к другим людям есть сфера этического.

Общение может быть межличностным и ролевым, ритуальным, монологическим и диалогическим, императивным и манипулятивным. Высшей формой является диалог как равноправное субъект-субъектное общение, имеющее целью взаимное познание, самопознание и саморазвитие партнеров. Характеристиками такого общения являются: *конгруэнтность, безоценочное восприятие личности партнера, персонифицированный характер общения*.

В процессе общения люди сталкиваются с *коммуникативными барьерами* – это психологические препятствия, возникающие на пути передачи адекватной информации. В целях избежания искажения информации опытными коммуникаторами используются приемы *активного слушания*. К механизмам взаимопонимания относят идентификацию, эмпатию и рефлекссию.

## **Вопросы для самоконтроля и задания**

1. Что понимается под общением и какие виды общения можно выделить?
2. Перечислите характеристики диалога как вида общения.
3. Что понимается под коммуникативной стороной общения?
4. В чем важность обратной связи и какие приемы активного слушания вы можете назвать?

5. Что такое невербальная коммуникация и каково её значение?
6. Назовите механизмы взаимопонимания.
7. Назовите возможные ошибки восприятия другого человека при общении.
8. Какие можно выделить стратегии взаимодействия?
9. Составить список из перечня факторов: слева: способствующих установлению контакта, справа – препятствующих этому.
10. Опишите приёмы, которые могут способствовать преодолению коммуникативных барьеров при взаимодействии.
11. Проанализировав рекомендуемую литературу, составьте «карту пространственного расположения» учителя на уроках разных типов.

### **Список литературы**

1. Андреева Г.М. Социальная психология: учебник для вузов. 5-е изд., испр. и доп. - М.: Аспект-Пресс, 2007. - 365 с.
2. Андриенко Е.В. Социальная психология: учеб. пособие для студ. пед. вузов. - М.: Изд. центр "Академия", 2000. - 264 с.
3. Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р. Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме. – СПб.: ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК, 2004. – 560 с.
4. Битянова М.Р. Социальная психология: Учебное пособие. 2-е изд., перераб. – СПб.: Питер, 2008. – 368 с.
5. Вердербер Р., Вердербер К. Психология общения. – СПб.: ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК, 2003. – 320 с.
6. Журавлев А.Л., Соснин В.А., Красников М.А. Социальная психология. – М.: ФОРУМ: ИНФРА, 2006. – 416 с.
7. Зимбардо Ф., Ляйппе М. Социальное влияние — СПб.: Питер, 2001. — 448 с.
8. Ильин Е.П. Психология общения и межличностных отношений. – СПб.: Питер, 2009. – 576 с.
9. Классическая социальная психология. Под общ. ред. Е.И. Рогова. – М.: ИКЦ «МарТ», 2008. – 416 с.
10. Майерс Д. Социальная психология. – СПб.: Питер, 2005. – 794 с.
11. Панкратов В.Н. Манипуляции в общении и их нейтрализация. – М.: Изд-во Института Психотерапии, 2001. – 208 с.
12. Петровская Л.А. Компетентность в общении: социально-психологический тренинг. – М.: Изд-во МГУ, 1989. – 216 с.
13. Платонов Ю.П. Основы социальной психологии. – СПб.: Речь, 2004.
14. Почебут Л.Г., Мейжис И.А. Социальная психология. – СПб.: Питер, 2010. – 672 с.
15. Реан А.А., Коломинский Я.Л. Социальная педагогическая психология. – СПб.: Питер Ком, 1999. – 416 с.
16. Свенцицкий А.Л. Социальная психология: Учебник. – М.: Проспект, 2003. – 336 с.
17. Чалдини Р. Психология влияния. – СПб.: Питер, 2006. – 288 с.

## Рекомендуемые информационные ресурсы

1. <http://tulpar.kpfu.ru/course/view.php?id=360>
2. <http://vocabulary.ru/> – Национальная психологическая энциклопедия
3. <http://univertv.ru/> – Образовательный видеопортал
4. <http://psypress.ru/> – Агентство психологических новостей
5. <http://psyjournals.ru/> – Портал психологических изданий
6. <http://psyresearchdigest.blogspot.ru/> – Дайджест психологических исследований
7. <http://bookap.info/> – Психологическая библиотека
8. <http://www.koob.ru/> – Электронная библиотека
9. <http://www.sbiblio.com/> – Русский гуманитарный интернет-университет
10. <http://psychlib.ru/> – Электронная библиотека МГППУ
11. <http://www.twirpx.com/> – Всё для студента
12. <http://www.socialpsychology.org/> – Social Psychology Network

## ЛЕКЦИЯ № 3. МЕЖЛИЧНОСТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ

**Аннотация.** В данной лекции даются определения таких понятий как межличностные отношения, межличностная совместимость, межличностная привлекательность или аттракция, социальная и психологическая дистанция и др. Раскрывается структура межличностных отношений: когнитивный, аффективный и поведенческий компоненты. Рассмотрены факторы, определяющие межличностную привлекательность индивида, и виды этой привлекательности, в частности, любовь.

**Ключевые слова.** Социальная дистанция, психологическая дистанция, межличностная совместимость, межличностная привлекательность, аттракция, конъюнктивные чувства, факторы межличностной привлекательности, теория взаимной симпатии, теория обмена, теория справедливости, трехкомпонентная теория любви.

**Методические рекомендации по изучению темы.** Лекция содержит теоретическую часть, где даются общие представления по теме. Вначале необходимо её изучить с определениями основных понятий. После этого следует ответить на контрольные вопросы, приведенные в конце лекции. В качестве самостоятельной работы предлагается составить тестовые задания и глоссарий к теме, описать факторы, способствующие возникновению аттракции при взаимодействии. Для самопроверки усвоения темы имеются вопросы и тестовые задания. Для контроля усвоения материала необходимо выполнить все задания и отправить их на проверку. Вопросы, возникшие при изучении данной темы, можно обсудить в разделе Форум.

*«Любить – не значит смотреть друг на друга, любить – значит смотреть в одном направлении» (Антуан де Сент-Экзюпери).*

### Определение базовых понятий

Межличностные отношения — это объективно переживаемые, в разной степени осознаваемые взаимосвязи между людьми. В их основе лежат разнообразные эмоциональные состояния взаимодействующих людей. *Эмоциональные состояния* - это такие психические состояния личности, которые связаны с устойчивыми переживаниями личности, влияющими на ее мысли, поступки и общий характер поведения и отношений с людьми.

Социальная дистанция предполагает такое сочетание официальных и межличностных отношений, которое определяет близость общающихся, соответствующих социокультурным нормам общностей, к которым они принадлежат.

Психологическая дистанция характеризует степень близости межличностных отношений между партнерами по общению (приятельские, товарищеские, дружеские, доверительные).

Межличностная совместимость — это оптимальное сочетание психологических особенностей партнеров, способствующих оптимизации их общения и деятельности. В качестве равнозначных слов используются «гармонизация», «согласованность», «консолидация» и пр. Межличностная совместимость основана на принципах сходства и взаимодополнительности. Ее показателями являются удовлетворенность совместным взаимодействием и его результатом. Вторичный результат — появление взаимной *симпатии*. Противоположный феномен совместимости — это *несовместимость*, а чувства, вызываемые ею — *антипатия*.

Межличностная привлекательность — это сложное психологическое свойство личности, которое как бы «притягивает к себе» партнера по общению и непроизвольно вызывает у него чувство *симпатии*. Обаяние личности позволяет ей располагать к себе людей. Привлекательность человека зависит от его физического и социального облика, способности к сопереживанию и т. д.

В научной и популярной литературе часто используется такое понятие, как «эмоциональная привлекательность» — способность личности к пониманию психических состояний партнера по общению и особенно — к сопереживанию с ним. Последнее (способность к сопереживанию) проявляется в отзывчивости чувств на различные состояния партнера. Данное понятие несколько уже, чем «межличностная привлекательность».

Понятие «аттракция» тесно связано с межличностной привлекательностью. Одни исследователи рассматривают аттракцию как процесс и одновременно результат привлекательности одного человека для другого; выделяют в ней уровни (симпатия, дружба, любовь) и связывают ее с *перцептивной стороной* общения. Другие полагают, что *аттракция* — это своеобразная социальная установка, в которой преобладает позитивный эмоциональный компонент. Некоторые под аттракцией понимают процесс предпочтения одних людей другими, взаимного *притяжения* между людьми, взаимной симпатии.

*Аттракция* обусловлена *внешними* факторами (степенью выраженности у человека потребности в аффилиации, эмоциональным состоянием партнеров по общению, пространственной близостью места проживания или работы общающихся) и *внутренними*, собственно межличностными детерминантами (физической привлекательностью, демонстрируемым стилем поведения, фактором сходства между партнерами, выражением личного отношения к партнеру в процессе общения). Данное понятие заимствовано из англо-американской психологии и перекрывается отечественным термином «межличностная привлекательность». В связи с этим представляется целесообразным использовать названные термины как равнозначные.

Под понятием «притяжение» понимается потребность одного человека быть вместе с другим, обладающим определенными особенностями, которые получают положительную оценку воспринимающего. Оно обозначает переживаемую симпатию к другому человеку. Притяжение может быть одно- и двунаправленным. Противоположное понятие «отталкивание» связано с имеющимися у партнера по общению психологическими особенностями, которые воспринимаются и оцениваются негативно; поэтому партнер вызывает отрицательные эмоции.

## **Структура межличностных отношений**

Интерперсональные отношения включают три элемента — *когнитивный* (гностический, информационный), *аффективный* и *поведенческий* (практический, регулятивный).

Когнитивный элемент предполагает осознание того, что нравится или не нравится в межличностных отношениях.

Аффективный аспект находит свое выражение в различных эмоциональных переживаниях людей по поводу взаимосвязей между ними. Эмоциональный компонент, как правило, является ведущим.

Эмоциональное содержание межличностных отношений изменяется в двух противоположных направлениях от *конъюнктивных* (позитивных, сближающих) к *индифферентным* (нейтральным) и *дизъюнктивным* (негативным, разделяющим) и наоборот. Варианты проявлений интерперсональных отношений огромны. *Конъюнктивные чувства* проявляются в различных формах позитивных эмоции и состояний, демонстрация которых свидетельствует о готовности к сближению и совместной деятельности. *Индифферентные чувства* предполагают проявления нейтрального отношения к партнеру. Сюда можно отнести безучастность, безразличие, равнодушие и пр. *Дизъюнктивные чувства* выражаются в проявлении различных форм негативных эмоции и состоянии, что расценивается партнером как отсутствие готовности к дальнейшему сближению и общению. В отдельных случаях эмоциональное содержание межличностных отношений может быть *амбивалентным* (противоречивым).

Поведенческий компонент межличностных отношений реализуется в конкретных действиях. В случае если один из партнеров нравится другому, поведение будет доброжелательным, направленным на оказание помощи и продуктивное сотрудничество. Если же объект не симпатичен, то интерактивная сторона общения будет затруднена.

Межличностные отношения строятся по *вертикали* (между руководителем и подчиненным и наоборот) и *горизонтали* (между лицами, занимающими одинаковый статус). Эмоциональные проявления межперсональных связей обуславливаются социокультурными нормами групп, к которым принадлежат общающиеся, и индивидуальными различиями, варьирующими в пределах названных норм. Межличностные

отношения могут формироваться с позиций *доминирования—равенства—подчинения* и *зависимости—независимости*.

### **Факторы межличностной привлекательности**

К факторам межличностной привлекательности относят:

- *получение социальной поддержки* – эмоциональная, материальная или информационная помощь, предоставляемая другими людьми;
- *получение информации* об объективной реальности, социальных нормах и т.д.;
- *приобретение статуса*;
- *обмен материальными благами*.

Одна из первых переменных, вызывающих *влечение* людей друг к другу – *пространственная близость*, или *эффект близости*: люди, с которыми вы случайно чаще всего входите в контакт, вероятнее всего, будут вашими друзьями и любовниками. Это происходит благодаря *эффекту простого нахождения в поле зрения*; в целом, нахождение вблизи любого стимула приводит к симпатии к нему.

*Сходство* между людьми, будь то установки, ценности, черты личности или демографические характеристики, является также мощной причиной привлекательности и симпатии. Сходство намного сильнее предсказывает влечение людей, чем их взаимодополнение и идея о том, что противоположности притягиваются, реже проявляется в жизни.

То, как люди ведут себя по отношению к нам, также имеет важное значение. *Теория взаимной симпатии* утверждает, что в целом нам нравятся те, кто ведет себя так, как если бы мы им нравились. *Физическая привлекательность* также играет важную роль в возникновении симпатии. Повсеместное распространение стереотипа «То, что красиво – то и хорошо» показывает, что люди считают, будто физическая привлекательность ассоциируется с другими ценными человеческими качествами.

Многие из детерминантов привлекательности отношений можно объяснить *теорией социального обмена*, которая утверждает, что восприятие людьми своих взаимоотношений зависит от того, какие в их понимании награды сулят им эти отношения и какие затраты влекут за собой. Для того, чтобы определить, будет ли человек поддерживать взаимоотношения, нам нужно знать его *уровень сравнения* – ожидание исхода отношений и *уровень сравнения альтернатив* – ожидание того, насколько счастлив он будет в других отношениях. *Теория справедливости* утверждает, что мы чувствуем себя счастливее всего, когда пропорция вознаграждений и затрат оказывается приблизительно такой же, как и у другого человека.

### **Виды любви**

Социальные психологи выделяют разные виды и стили любви. Одной из наиболее известных теорий является *трехкомпонентная теория любви* (см. рис. 7).



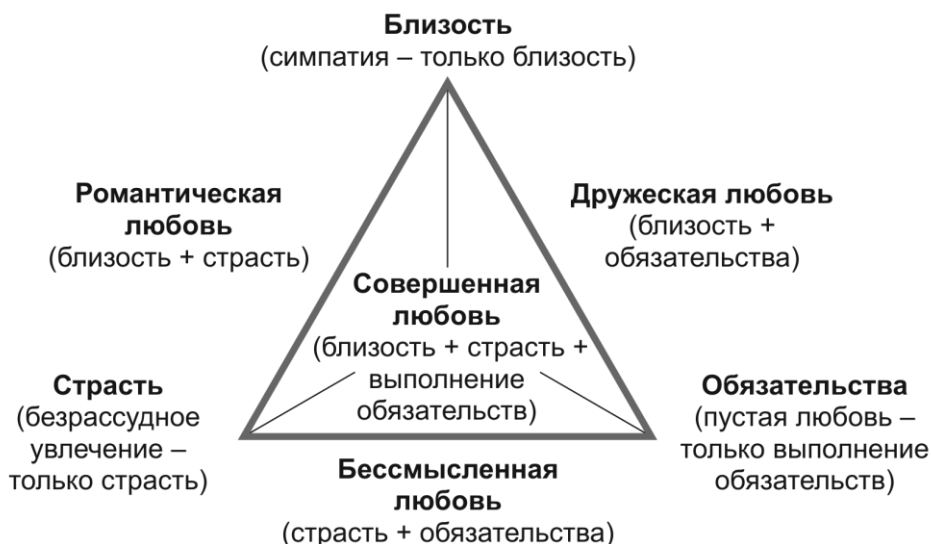


Рис. 7

Понятие диалектики отношений говорит о том, что близкие отношения постоянно меняются из-за противоположных сил *автономии-связи, новизны-предсказуемости, открытости-закрытости*. *Автономия-связь* — напряжение между нашим желанием сохранить нашу независимость и автономию и нашим желанием чувствовать эмоциональную связь с партнером. *Новизна-предсказуемость* — напряжение между нашим желанием новизны в отношениях и нашим желанием устойчивости и предсказуемости. *Открытость-закрытость* — напряжение между нашим желанием быть открытыми и откровенными и стремлением к уединению и сдержанности. Взаимоотношения — это постоянно меняющийся *процесс*, а не фиксированная сущность.

## Выводы

*Межличностные отношения* — это объективно переживаемые, в разной степени осознаваемые взаимосвязи между людьми. В их основе лежат разнообразные *эмоциональные состояния* взаимодействующих людей.

*Межличностная совместимость* — это оптимальное сочетание психологических особенностей партнеров, способствующих оптимизации их общения и деятельности.

*Межличностная привлекательность* — это сложное психологическое свойство личности, которое как бы «притягивает к себе» партнера по общению и непроизвольно вызывает у него чувство *симпатии*.

Интерперсональные отношения включают три элемента — *когнитивный* (гностический, информационный), *аффективный* (эмоциональный, чувственный) и *поведенческий* (практический, регулятивный).

## Вопросы для самоконтроля и задания

1. Чем обусловлена межличностная привлекательность?
2. Назовите факторы и переменные межличностной привлекательности.

3. Опишите трехкомпонентную теорию любви. Какие концепции любви вы еще знаете?
4. Что понимается под диалектикой отношений?

### **Список литературы**

1. Андреева Г.М. Социальная психология: учебник для вузов. 5-е изд., испр. и доп. - М.: Аспект-Пресс, 2007. - 365 с.
2. Андриенко Е.В. Социальная психология: учеб. пособие для студ. пед. вузов. - М.: Изд. центр "Академия", 2000. - 264 с.
3. Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р. Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме. - СПб.: ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК, 2004. - 560 с.
4. Битянова М.Р. Социальная психология: Учебное пособие. 2-е изд., перераб. - СПб.: Питер, 2008. - 368 с.
5. Вердербер Р., Вердербер К. Психология общения. - СПб.: ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК, 2003. - 320 с.
6. Журавлев А.Л., Соснин В.А., Красников М.А. Социальная психология. - М.: ФОРУМ: ИНФРА, 2006. - 416 с.
7. Зимбардо Ф., Ляйппе М. Социальное влияние — СПб.: Питер, 2001. — 448 с.
8. Ильин Е.П. Психология общения и межличностных отношений. - СПб.: Питер, 2009. - 576 с.
9. Классическая социальная психология. Под общ. ред. Е.И. Рогова. - М.: ИКЦ «МарТ», 2008. - 416 с.
10. Майерс Д. Социальная психология. - СПб.: Питер, 2005. - 794 с.
11. Панкратов В.Н. Манипуляции в общении и их нейтрализация. - М.: Изд-во Института Психотерапии, 2001. - 208 с.
12. Петровская Л.А. Компетентность в общении: социально-психологический тренинг. - М.: Изд-во МГУ, 1989. - 216 с.
13. Платонов Ю.П. Основы социальной психологии. - СПб.: Речь, 2004.
14. Почебут Л.Г., Мейжис И.А. Социальная психология. - СПб.: Питер, 2010. - 672 с.
15. Реан А.А., Коломинский Я.Л. Социальная педагогическая психология. - СПб.: Питер Ком, 1999. - 416 с.
16. Свенцицкий А.Л. Социальная психология: Учебник. - М.: Проспект, 2003. - 336 с.
17. Чалдини Р. Психология влияния. - СПб.: Питер, 2006. - 288 с.

### **Рекомендуемые информационные ресурсы**

1. <http://tulpar.kpfu.ru/course/view.php?id=360>
2. <http://vocabulary.ru/> – Национальная психологическая энциклопедия
3. <http://univertv.ru/> – Образовательный видеопортал
4. <http://psypress.ru/> – Агентство психологических новостей
5. <http://psyjournals.ru/> – Портал психологических изданий

6. <http://psyresearchdigest.blogspot.ru/> – Дайджест психологических исследований
7. <http://bookap.info/> – Психологическая библиотека
8. <http://www.koob.ru/> – Электронная библиотека
9. <http://www.sbiblio.com/> – Русский гуманитарный интернет-университет
10. <http://psychlib.ru/> – Электронная библиотека МГППУ
11. <http://www.twirpx.com/> – Всё для студента
12. <http://www.socialpsychology.org/> – Social Psychology Network

## РАЗДЕЛ 3. СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ ЛИЧНОСТИ

### ЛЕКЦИЯ № 4. СОЦИАЛИЗАЦИЯ. ЛИЧНОСТЬ В ГРУППЕ. СОЦИАЛЬНЫЕ УСТАНОВКИ И СОЦИАЛЬНЫЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ

**Аннотация.** Данная лекция раскрывает основные базовые понятия социальной роли и статуса, приводятся основные характеристики социальных ролей и проблемы их освоения. Дается определение социальной установки и ее структура, дается характеристика свойств, функций и видов социальных установок.

**Ключевые слова.** Социальный статус, социальная роль, ролевой репертуар, ролевой конфликт, социальный контроль, социализация, агенты социализации, институты социализации, этапы социализации, социальная установка, направленность личности, аттитюд, потребности, мотивы, интересы, ценности.

**Методические рекомендации по изучению темы.** Лекция содержит теоретическую часть, где даются общие представления по теме. Вначале необходимо её изучить с определениями основных понятий. После этого следует ответить на контрольные вопросы, приведенные в конце лекции. В качестве самостоятельной работы предлагается составить тестовые задания, глоссарий к теме и социально-психологический портрет личности учащегося. Для самопроверки усвоения темы имеются вопросы и тестовые задания. Для контроля усвоения материала необходимо выполнить все задания и отправить их на проверку. Вопросы, возникшие при изучении данной темы, можно обсудить в разделе Форум.

*«Весь мир — театр.  
В нем женщины, мужчины — все актеры.  
У них свои есть выходы, уходы,  
И каждый не одну играет роль» (В.  
Шекспир).*

#### Понятие социальной роли

Социально-психологический подход к личности требует рассмотрения ее в тесной связи с социальным окружением. Прежде всего, имеются в виду те *социальные группы*, в состав которых личность входит, с членами которых взаимодействует. Для того чтобы лучше понять взаимосвязи личности и ее социальной среды, психологи обращаются к положениям *ролевой теории личности*.

В научный оборот термин "*роль*" ввели в 20—30-е гг. XX в. американские исследователи Д. Мид и Р. Линтон. Последний определял роль как «динамический аспект статуса». Под *статусом* понималась какая-либо

социальная позиция личности, а *роль* выступала здесь как определенная демонстрация этой позиции.

Являясь членом тех или иных социальных групп, вступая во взаимодействие с другими людьми, человек в каждом из этих случаев обладает той или иной позицией (*статусом*) — местом в данной конкретной системе социальных взаимосвязей. Человек, находящийся в той или иной официальной позиции, имеет соответствующие *права* и *обязанности*. Каждый человек обладает целым рядом различных социальных позиций, что составляет его "*статусный набор*".

Рассмотрение любой позиции в группе или в обществе всегда подразумевает наличие других, связанных с ней позиций. Например, позиция руководителя подразумевает существование позиции подчиненного. Позиция врача подразумевает наличие позиции пациента. Имеется определенная взаимозависимость между сотрудниками любой организации, между членами семьи, индивидами, вступающими друг с другом даже в один-единственный непродолжительный контакт (например, между продавцом и покупателем). Таким образом, можно говорить о наличии соответствующих взаимоотношений между указанными лицами. В рамках данных отношений индивиды выполняют определенные социальные *роли*, а эти взаимоотношения называются *ролевыми*.

Имеется много определений понятия «*социальная роль*». Мы будем понимать *роль* как нормативную систему действий, ожидаемых от индивида, в соответствии с его социальной *позицией* (положением). Отсюда следует, что *роль* обусловлена конкретным местом человека в структуре социальных связей и в известном смысле не зависит от его индивидуально-психологических свойств. Так, выполнение роли преподавателя вуза должно подчиняться одним официальным предписаниям, а выполнение роли студента — другим. Эти предписания безличны, они никак не ориентированы на особенности характеров тех или иных преподавателей и студентов. Т. Шибутани полагал, что социальные роли несут функцию закрепления оптимальных способов поведения в определенных обстоятельствах, выработанных человечеством на протяжении длительного времени.

Гармония *прав* и *обязанностей* предполагает оптимальное выполнение социальной роли, нарушение же гармонизации, приводя к доминированию только обязанностей или прав, может свидетельствовать о том, что социальная роль не совсем усвоена или между людьми не существует согласия относительно прав и обязанностей. В любом случае социальная роль имеет два аспекта изучения: *ролевое ожидание* и *ролевое исполнение*. Определенная согласованность ролевого ожидания с ролевым исполнением служит гарантией оптимального социального взаимодействия.

Поскольку человек одновременно выполняет несколько социальных ролей, а разные социальные роли требуют различного (иногда взаимоисключающего) поведения, возникают *ролевые конфликты*. Ролевые

конфликты часто обуславливаются противоречием межличностных и конвенциональных отношений. Так, дружеские отношения могут вступить в противоречие с производственными отношениями, особенно если друзья занимают позиции «руководитель - подчиненный».

### Виды социальных ролей

Виды социальных ролей определяются вариативностью социальных групп, типов деятельности и отношений, в которые включена личность. В зависимости от общественных отношений выделяют социальные и межличностные социальные роли. *Социальные* роли связаны с социальным статусом, профессией или видом деятельности (учитель, ученик, студент, продавец). В интеракционистских концепциях такие роли называют *конвенциональными* (конвенция - соглашение). Это *стандартизированные* безличные роли, строящиеся на основе прав и обязанностей, независимо от того, кто эти роли исполняет. Выделяют *социально-демографические* роли: муж, жена, дочь, сын, внук и др. Мужчина и женщина - это тоже социальные роли, биологически predetermined и предполагающие специфические способы поведения, закрепленные общественными нормами, обычаями.

*Межличностные* роли связаны с *межличностными* отношениями, которые регулируются на *эмоциональном* уровне (лидер, обиженный, пренебрегаемый, кумир семьи, любимый и т.д.). Многие межличностные роли определяются индивидуальными особенностями человека. И даже среди многообразия индивидуально-типических проявлений личности можно заметить *социально-типические* роли. В жизни, в межличностных отношениях, каждый человек выступает в какой-то доминирующей социальной роли, своеобразном социальном амплуа как наиболее типичном индивидуальном образе, привычном для окружающих. Изменить привычный образ крайне трудно как для самого человека, так и для восприятия окружающих его людей. Чем более длительный период времени существует группа, тем в большей степени становятся привычными для окружающих доминирующие социальные роли каждого участника группы и тем сложнее изменить привычный для окружающих *стереотип* поведения.

По степени проявления выделяют активные и латентные роли. *Активные* роли обуславливаются конкретной социальной ситуацией и исполняются в данный момент времени (учитель на уроке); *латентные* не проявляются в актуальной ситуации, хотя субъект потенциально является носителем данной роли (учитель дома). Поскольку каждый человек, как правило, входит в разнообразные социальные группы, в которых он не может находиться одновременно, он имеет большое количество латентных социальных ролей.

По способу усвоения роли делятся на предписанные (определяются возрастом, полом, национальностью) и приобретенные, которые субъект усваивает в процессе социализации.

## Основные характеристики социальной роли

Они выделены американским социологом Т. Парсонсом. К ним относятся: масштаб, способ получения, эмоциональность, формализация, мотивация. Масштаб роли зависит от диапазона межличностных отношений. Чем больше диапазон, тем больше масштаб. Так, например, социальные роли супругов имеют очень большой масштаб, поскольку между мужем и женой устанавливается широчайший диапазон отношений. С одной стороны, это отношения межличностные, базирующиеся на многообразии чувств и эмоций; с другой - отношения регулируются также и нормативными актами и в определенном смысле, являются формальными. Участники данного социального взаимодействия интересуются самыми разными сторонами жизни друг друга, их отношения практически не ограничены. В других случаях, когда отношения строго определяются социальными ролями (например отношения продавца и покупателя), взаимодействие может осуществляться только по конкретному поводу (в данном случае - покупки). Здесь масштаб роли сводится к узкому кругу специфических вопросов и является небольшим.

Способ получения роли зависит от того, насколько неизбежной является данная роль для человека. Так, роли молодого человека, старика, мужчины, женщины автоматически определяются возрастом и полом человека и не требуют особых усилий для их приобретения. Здесь может быть только проблема соответствия своей роли, которая уже существует как *данность*. Другие роли *достигаются* или даже завоевываются в процессе жизни человека и в результате целенаправленных специальных усилий. Например, роль студента, академика, писателя и т.д. Это практически все роли, связанные с профессией и любыми достижениями человека.

Социальные роли существенно отличаются по уровню эмоциональности. Каждая роль несет в себе определенные возможности эмоционального проявления ее субъекта. Существуют такие роли, которые предписывают эмоциональную сдержанность и контроль, как, например, работа следователя или хирурга. Ожидания окружающих, социальные нормы, обычаи или даже мода могут определять те или иные особенности эмоционального проявления человека в определенной ситуации.

Формализация как описательная характеристика социальной роли определяется спецификой межличностных отношений носителя данной роли. Одни роли предполагают установление только формальных отношений между людьми с жесткой регламентацией правил поведения; другие, напротив, - только неформальные; третьи могут сочетать в себе как формальные, так и неформальные отношения. Следует отметить, что формальные отношения весьма часто сопровождаются неформальными, ведь человек, воспринимая и оценивая другого, проявляет к нему симпатию либо антипатию. Так, коллеги, работающие вместе и связанные формальными отношениями, скорее всего, испытывают по отношению друг к другу какие-то чувства, хотя работа предполагает согласованность действий прежде всего

на конвенциональном уровне. Здесь чувства участников взаимодействия по отношению друг к другу выступают как побочный, но относительно стойкий эффект.

Мотивация зависит от потребностей и мотивов человека. Разные роли обусловлены различными мотивами. Родители, заботясь о благе своего ребенка, руководствуются прежде всего чувством любви и заботы; руководитель трудится во имя дела и т.д.

### **Освоение социальных ролей**

Влияние социальной роли на развитие личности достаточно велико. Развитию личности способствует ее взаимодействие с лицами, играющими целый ряд ролей, а также ее участие в максимально возможном ролевом репертуаре. Чем больше социальных ролей способен воспроизвести индивид, тем более приспособленным к жизни он является. Таким образом, *процесс развития личности часто выступает как динамика освоения социальных ролей.*

Развивающаяся личность вносит в «исполнение» социальной роли свое индивидуальное своеобразие. Однако в жизни человека освоение социальной роли - явление сложное и противоречивое. Д.А.Леонтьев выделил два аспекта освоения социальной роли: *технический* и *смысловой*. *Технический* аспект включает в себя восприятие сущности роли субъектом и овладение ее содержанием. *Смысловой* аспект связан с отношением человека к собственной роли. Прежде всего, индивид должен овладеть содержанием роли, т.е. освоить ее *технически*. Чаще всего такое освоение идет через механизм подражания. Многие социальные роли усваиваются довольно легко, но некоторые требуют особых усилий и способностей. *Смысловая* сторона социальной роли заключается в принятии человеком роли для себя. Она должна ему понравиться или, по крайней мере, не вызывать негативного отношения.

Иногда складывается ситуация, когда содержание роли вполне усвоено, но есть внутренние препятствия для ее принятия. Человек стремится доказать себе и другим, что он нечто большее, чем роль. С другой стороны, роль может настолько сильно увлечь, что индивид полностью подчиняет себя ей. Таким образом, возникают три проблемы усвоения социальной роли:

- *проблема трудности усвоения роли,*
- *проблема неприятия роли,*
- *проблема нарушения меры в ее усвоении.*

Всю свою жизнь человек занимается освоением новых ролей, поскольку меняются его возраст, позиция в семье (сын, муж, отец, дедушка), профессиональный статус, межличностные отношения и т.д. Освоение может быть простым и легким, а может сопровождаться значительными трудностями. В идеальном варианте освоения роли технический аспект соответствует смысловому, т.е. человек легко, без трудностей усваивает новую роль, овладевая ее содержанием, и при этом относится к ней



положительно. Но могут возникать более сложные и противоречивые варианты освоения роли. Например, субъект не в состоянии по какой-то причине технически освоить роль в силу незнания правил или недостаточной подготовки.

Второй проблемой может быть неприятие роли даже в том случае, когда ее техническое содержание легко усвоено индивидом. Здесь индивид может продемонстрировать некоторое пренебрежение по отношению к той или иной социальной функции, которую он в данный момент исполняет, как бы показывая тем самым, что он и его социальная роль не одно и то же. Так, поведение подростка в школе на уроке иногда может быть названо провокационным, когда молодой человек демонстрирует свою индивидуальность, независимость, оригинальность, самобытность. Он больше, чем просто школьник, ученик определенного класса, он прежде всего - личность.

Уровень принятия человеком социальной роли для себя тоже может быть разным. Роль может быть использована как инструмент, своеобразное средство, направленное к достижению определенной цели. Но может и сама стать целью, конечным результатом, к которому субъект стремится на протяжении длительного времени. В этом случае роль может «покорить» личность. Иными словами, за ролью личность уже не будет видна.

### **Определение социальной установки и ее структура**

Существуют различные определения социальной установки. Часто используется определение, которое было дано Г. Оллпортом: *социальная установка* — это состояние *психологической готовности* личности вести себя определенным образом в отношении объекта, детерминированное ее прошлым опытом.

Понятие «социальная установка» используется для обозначения односторонней психологической связи человека с людьми, а также с любыми объектами и явлениями окружающей его действительности. Понятие «установка» ввели в обиход социальной психологии У. Томас и Ф. Знанецкий. Они определяли социальную установку как процесс переживания личностью *значимости* социального объекта.

М. Смит предложил различать в структуре установки три ее взаимосвязанных *компонента*:

- *когнитивный* (познавательный) компонент — обнаруживается в виде мнений, и утверждений относительно объекта;
- *аффективный* (эмоциональный) компонент — отношение к объекту, выраженное на языке чувств и переживаний, которые он вызывает;
- *поведенческий* компонент — готовность индивида к осуществлению конкретной деятельности (поведения) с объектом.

Человек не рождается с готовым набором социальных установок, но развивает их по мере взросления. Главным путем передачи установок выступает вербальная форма.

## Свойства социальных установок

Основными свойствами установок выступают, с одной стороны, *устойчивость*, а с другой, *изменчивость*. Если человек во всех разнообразных ситуациях реализует ставший для него привычным и естественным способ поведения в отношении объекта, то это свидетельствует об устойчивости его установки. Поступающая новая информация об объекте установки определенным образом соотносится с уже имеющимися знаниями с целью определения того, совместима она с ней или нет.

Если установка содержит в себе информационные противоречия («*когнитивный диссонанс*»), то под влиянием поступления новой информации и разумных аргументов в ней могут происходить изменения. Изменение установки весьма вероятно под влиянием сведений, открывающих, что объект соответствует интересам и нуждам человека в большей степени, чем тот предполагал раньше. В результате оценка в отношении объекта может меняться с отрицательной на положительную, а вслед за ней меняется и само поведение человека.

Установка выступает как некий *практический определитель* вещей и явлений, на которые направлены интересы человека. Различают три вида установок по их модальности:

- *положительные* («за» объект);
- *отрицательные* («против» объекта);
- *нейтральные*.

## Функции социальных установок

Основная *функция* установки — *регуляция* социального поведения человека. Система индивидуальных установок обеспечивает возможность его ориентировки в окружающей действительности. Изначально изучение социальных установок шло по пути рассмотрения проблемы *адаптации*, что впоследствии нашло выражение в выделении следующих функций социальной установки:

1. *Инструментальная (адаптивная) функция* выражает приспособительные тенденции поведения человека, способствует увеличению вознаграждения и уменьшению потери. Социальная установка направляет субъекта к тем объектам, которые служат достижению его целей. Кроме того, поддержка определенных социальных установок дает возможность человеку заслужить одобрение и быть принятым другими людьми, поскольку их скорее привлекает тот, у кого установки сходны с их собственными.

2. *Эго-защитная функция* социальной установки способствует разрешению внутренних конфликтов личности, защищает людей от неприятной информации о самих себе или о значимых для них социальных

объектах. Люди часто действуют и думают таким образом, чтобы оградить себя от неприятной информации. Например, чтобы повысить свою собственную значимость или значимость своей группы, человек часто прибегает к формированию негативной установки по отношению к членам аут-группы.

3. *Функция выражения ценностей* (или функция самореализации). Социальная установка дает человеку возможность выразить то, что важно для него, и позволяет организовать свое поведение соответствующим образом. Осуществляя определенные действия в соответствии со своими установками, человек реализует себя в отношении к социальным объектам, социальные установки помогают человеку самоопределиться и понять, что он собой представляет.

4. *Функция организации знаний* основана на стремлении человека к смысловому упорядочиванию окружающего мира. С помощью установок существует возможность оценки поступающей из внешнего мира информации и соотнесения ее с существующими у человека мотивами, целями, ценностями и интересами. Установка упрощает задачу изучения новой информации.

### **Виды социальных установок**

*Перцептивная* установка характеризует предрасположенность человека к определенной интерпретации воспринимаемых элементов действительности. *Стереотип и предрассудок* (предубеждение) рассматриваются как разновидности перцептивных установок. От обычной социальной установки стереотипы и предрассудки отличаются прежде всего содержанием своего *когнитивного* компонента. *Стереотип* – это социальная установка с застывшим, нередко обедненным содержанием когнитивного компонента. *Предрассудок* – это социальная установка с искаженным содержанием ее когнитивного компонента, вследствие чего человек воспринимает некоторые социальные объекты в неадекватном виде.

Когда говорят о *стереотипном мышлении*, имеется в виду ограниченность, упрощенность и поверхностность представлений человека о тех или иных объектах действительности. Стереотипы полезны и необходимы как форма экономии мышления и действий в отношении достаточно простых и стабильных объектов и ситуаций. Там же, где объект требует творческого осмысления или изменился, а представления о нем остались прежними, стереотип становится тормозом в процессах взаимодействия личности с действительностью.

Когда говорят о предрассудке или предубеждении, то подразумевается, что речь идет о пристрастной *негативной* социальной установке, т. е. о негативном отношении к членам определенной социальной группы или к этой группе в целом. С когнитивным компонентом предубеждения часто связан сильный, т. е. эмоционально насыщенный аффективный компонент. В

результате предрассудков обуславливает не только искаженное восприятие социальных объектов, но и неадекватные действия по отношению к ним.

К числу наиболее известных *предрассудков* относятся:

- предубеждения по отношению к этническим и расовым группам (расизм);
- предубеждения по отношению к людям определенного пола (сексизм);
- предубеждения по отношению к людям определенного возраста (эйджизм);
- предубеждения по отношению к людям нетрадиционной сексуальной ориентации (гомофобия).

За последние пятьдесят лет проведено много эмпирических исследований *предубеждений*, и психологи обычно выделяют три их компонента, соответствующие трем компонентам других социальных установок:

- *когнитивный* – безосновательно враждебные представления о социальной группе;
- *аффективный* – ненависть, отвращение, чувство брезгливости;
- *поведенческий* – негативное поведение, направленное на членов социальной группы из-за членства в ней.

*Предрассудок* может нести и позитивную оценку объекта, быть не «против чего-то», а «в пользу чего-то» – предрассудком любви, например, к собственной группе. Но предубеждение «в пользу чего-либо» скорее можно определить как *пристрастную* позитивную социальную установку.

При исследовании предубеждений наиболее важным является вопрос о причинах их возникновения. *Первая* причина связана с *индивидуальными различиями*, другими словами, есть люди, предрасположенные к проявлению предубеждений в отношении других людей и групп. По мнению Т. Адорно и его коллег, истоки негативного отношения к чужим группам у людей определенного психологического типа кроются в условиях их ранней социализации. У человека, воспитанного в семье, где царят жестоко регламентированные отношения и он ощущает крайнюю зависимость от родителей, часть агрессивности выплескивается на чужие группы.

*Второй* источник предубеждений – *конкуренция между группами* за ограниченные ресурсы, власть и статус, т. е. реальный конфликт интересов.

*Третьим* источником предубеждений может оказаться осознание индивидом своей принадлежности к группе, т. е. *социальная идентичность*. Предубеждение по отношению к другим группам возникает вследствие процессов (социальной категоризации, дифференциации, сравнения и оценки), направленных на достижение позитивного отличия своей группы от другой группы.

*Четвертый* источник предубеждений – *социальное научение*. Предполагается, что предрассудки детей есть отражение установок их родителей, друзей и других людей.

Пятым источником предубеждений является *восприятие угрозы* со стороны чужой группы. К предубеждениям может привести восприятие угрозы вне зависимости от того, реальна она или нет.

Хотя разные исследователи выделяют различные причины появления предрассудков, следует отметить, что для предубеждений характерна *множественная* причинность, а при их анализе необходимо учитывать не только психологические, но и исторические, культурные, экономические факторы.

Для ослабления предрассудков социальные психологи используют следующие *механизмы*:

- осознание и признание предрассудков;
- контакт между группами, обладающими равным статусом и преследующими общие цели (гипотеза контакта);
- специальный метод кооперативного обучения (мозаичный метод).

## **Выводы**

Социально-психологический подход к личности требует рассмотрения ее в тесной связи с социальным окружением. Прежде всего, имеются в виду те *социальные группы*, в состав которых личность входит, с членами которых взаимодействует. Являясь членом тех или иных социальных групп, вступая во взаимодействие с другими людьми, человек в каждом из этих случаев обладает той или иной позицией (*статусом*) — местом в данной конкретной системе социальных взаимосвязей. Человек, находящийся в той или иной официальной позиции, имеет соответствующие *права* и *обязанности*. Каждый человек обладает целым рядом различных социальных позиций, что составляет его "*статусный набор*".

В зависимости от общественных отношений выделяют *социальные* и *межличностные* социальные роли. По степени проявления выделяют *активные* и *латентные* роли. По способу усвоения роли делятся на *предписанные* и *приобретенные*. Основные характеристики социальной роли выделены американским социологом Т. Парсонсом. К ним относятся: масштаб, способ получения, эмоциональность, формализация, мотивация. Процесс развития личности часто выступает как динамика освоения социальных ролей.

Социальная установка — это состояние *психологической готовности* личности вести себя определенным образом в отношении объекта, детерминированное ее прошлым опытом.

## **Вопросы для самоконтроля и задания**

1. Как связаны друг с другом статус и роль личности?
2. В каких случаях возникают ролевые конфликты?
3. Назовите основные виды социальных ролей.
4. Назовите основные характеристики социальной роли.
5. Назовите основные аспекты освоения социальной роли.

6. С какими проблемами индивид может столкнуться при освоении социальной роли?
7. Дайте определение социальной установки и назовите её компоненты.
8. Перечислите свойства и функции социальных установок.
9. В чем заключаются положительные и отрицательные стороны стереотипов?
10. Какие предрассудки наиболее известны?
11. Каковы причины возникновения предрассудков?
12. Каким образом можно ослабить влияние предрассудков?

### Список литературы

1. Андреева Г.М. Психология социального познания. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 288 с.
2. Андреева Г.М. Социальная психология: учебник для вузов. 5-е изд., испр. и доп. - М.: Аспект-Пресс, 2007. - 365 с.
3. Андриенко Е.В. Социальная психология: учеб. пособие для студ. пед. вузов. - М.: Изд. центр "Академия", 2000. - 264 с.
4. Аронсон Э. Общественное животное. Введение в социальную психологию. – М.: Аспект Пресс, 1999. – 517 с.
5. Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р. Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме. – СПб.: ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК, 2004. – 560 с.
6. Бернс Р. Развитие Я-концепции и воспитание. – М.: Прогресс, 1986. – 420 с.
7. Девяткин А.А. Явление социальной установки в психологии XX века. – Калининград: Калинингр. ун-т, 1999. – 309 с.
8. Журавлев А.Л., Соснин В.А., Красников М.А. Социальная психология. – М.: ФОРУМ: ИНФРА, 2006. – 416 с.
9. Зимбардо Ф., Ляйппе М. Социальное влияние. – СПб.: Питер, 2000. – 448 с.
10. Классическая социальная психология. Под общ. ред. Е.И. Рогова. – М.: ИКЦ «МарТ», 2008. – 416 с.
11. Кон И.С. В поисках себя: личность и её самосознание. – М.: Политиздат, 1984. – 336 с.
12. Майерс Д. Социальная психология. – СПб.: Питер, 2005. – 794 с.
13. Микляева А. В., Румянцева П. В. Социальная идентичность личности: содержание, структура, механизмы формирования: Монография. - СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2008.
14. Налчаджян А.А. Психологическая адаптация: механизмы и стратегии. – М.: Эксмо, 2010. – 368 с.
15. Почебут Л.Г., Мейжис И.А. Социальная психология. – СПб.: Питер, 2010. – 672 с.
16. Психология самосознания: Хрестоматия. – Самара: Бахрах-М, 2000. – 672 с.

17. Чалдини Р., Кенрик Д., Нейберг С. Социальная психология. Пойми себя, чтобы понять других. – СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2002. – 336 с.
18. Шибутани Т. Социальная психология. – Ростов н/Д: «Феникс», 2002. – 544 с.

### **Рекомендуемые информационные ресурсы**

1. <http://tulpar.kpfu.ru/course/view.php?id=360>
2. <http://vocabulary.ru/> – Национальная психологическая энциклопедия
3. <http://univertv.ru/> – Образовательный видеопортал
4. <http://psypress.ru/> – Агентство психологических новостей
5. <http://psyjournals.ru/> – Портал психологических изданий
6. <http://psyresearchdigest.blogspot.ru/> – Дайджест психологических исследований
7. <http://bookap.info/> – Психологическая библиотека
8. <http://www.koob.ru/> – Электронная библиотека
9. <http://www.sbiblio.com/> – Русский гуманитарный интернет-университет
10. <http://psychlib.ru/> – Электронная библиотека МГППУ
11. <http://www.twirpx.com/> – Всё для студента
12. <http://www.socialpsychology.org/> – Social Psychology Network

## ЛЕКЦИЯ № 5. Я-КОНЦЕПЦИЯ И ИДЕНТИЧНОСТЬ ЛИЧНОСТИ. ПСИХОЛОГИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПОЗНАНИЯ

**Аннотация.** В лекции дается определение одного из базовых понятий социальной психологии, понятия «личности». Описана структура я-концепции, источники её развития и формирования. Раскрываются особенности социального познания и значение теории атрибуции. Дано понятие фундаментальной ошибки атрибуции. Описаны тенденциозности в социальном познании.

**Ключевые слова.** Я-концепция, идентичность, самоуважение, самооценка, самоотношение, я-образ, внутриличностный конфликт, социальное познание, теории когнитивного соответствия, теория каузальной атрибуции, ошибки атрибуции, внешние и внутренние атрибуции, картина мира, социальная категоризация, эвристики, социальные представления, конструирование социальной реальности, тенденциозность в социальном познании.

**Методические рекомендации по изучению темы.** Лекция содержит теоретическую часть, где даются общие представления по теме. Вначале необходимо её изучить с определениями основных понятий. После этого следует ответить на контрольные вопросы, приведенные в конце лекции. В качестве самостоятельной работы предлагается составить тестовые задания, глоссарий к теме и социально-психологический портрет личности учащегося. Для самопроверки усвоения темы имеются вопросы и тестовые задания. Для контроля усвоения материала необходимо выполнить все задания и отправить их на проверку. Вопросы, возникшие при изучении данной темы, можно обсудить в разделе Форум.

*«Наша социальная личность создана  
мыслями других» (М. Пруст).*

*Личность* – это индивид как член общества и определенных социальных групп, способный по уровню своего социально-психического развития к осознанной и активной деятельности в основных сферах общественной жизни, проявляющий себя субъектом соответствующих социальных отношений в актуальной жизненной ситуации.

### Понятия «Я-концепция» личности

Термин «Я-концепция» появился в научном языке на рубеже XIX–XX вв.

Концепция идентичности – это понимание своего единого, неразрывного, целостного, протяженного, одновременно меняющегося и неизменного в течение всей жизни «Я».

Функции «Я» следующие:



- *организующая* – позволяет личности замечать, обдумывать и вспоминать;

- *эмоциональная* – определяет эмоциональные реакции;

- *регулятивная* – управляет поведением, принятием решений.

*Идентификация* – это процесс самопознания для определения своего места в сообществе и группе.

«Я-концепция» — это сложный составной образ, или картина, включающая в себя совокупность представлений личности о себе самой вместе с эмоционально-оценочными компонентами этих представлений. «Я-концепция» личности формируется в процессе жизни человека на основе взаимодействий со своим психологическим окружением и реализует мотивационно-регуляторную функцию в поведении личности.

Американский психолог У. Джемс в конце XIX в. первый предложил идею «Я-концепции» и внес существенный вклад в ее разработку. Он выделил две подструктуры Я-концепции – *чистое Я* и *эмпирическое Я – Мое*. *Мое* – совокупность всего того, что человек может назвать своим: семья, предки, творческие достижения. Включает в себя следующие подсистемы:

- *телесное Я* – тело,

- *материальное Я* – одежда, дом и другая собственность;

- *социальное Я* – то, чем признают данного человека окружающие;

- *духовное Я* – способности, склонности, особенности, привычки.

Существует опасность отождествления эмпирического Я со всей Я-концепцией: какая-либо подсистема может начать доминировать в Я-концепции и подчинять себе личность.

Указанные аспекты образуют для каждого человека уникальный образ, или совокупность представлений о себе как личности. Кроме этого, Джемс предложил формулу оценивания личностью самой себя. Формула самооценки выражается в сравнении достигнутых успехов с уровнем притязаний:

$$\text{самооценка} = \text{успехи} / \text{притязания}$$

Это означает, что самооценка каждого человека зависит от оценки его собственных успехов и соотнесения их с уровнем своих же притязаний. Например, человек, достигший небольших успехов на каком-либо поприще, но имеющий большой уровень притязаний относительно своих результатов, будет обладать невысокой самооценкой.

### Структура «Я-концепции»

Образ «Я» (структура представлений о себе самом) складывается из *когнитивных* составляющих установок (ролевые, статусные, имущественные, ценностные характеристики человека). Все они входят в образ «Я» с разными весами, т. е. образуют иерархию с точки зрения субъективной значимости.

Второй компонент — динамический, процессуальный — это *эмоционально-оценочный* компонент. Источниками оценочных суждений человека о самом себе могут стать:

- а) социокультурные стандарты и нормы социального окружения;
- б) социальные реакции других людей (их субъективная интерпретация);
- в) индивидуальные критерии и стандарты, усвоенные человеком в течение жизни.

Человек реализует два процесса самооценки:

- сравнение *реального «Я»* с *идеальным «Я»*;
- сравнение *реального «Я»* с *зеркальным «Я»*.

*Реальное «Я»* - это система приписываемых себе в данный момент жизни качеств, свойств, характеристик.

*Идеальное «Я»* - представление о себе в соответствии с желаниями (каким я хотел(а) бы быть).

*Зеркальное «Я»* - представление индивида о том, что думают о нем другие.

По Д. Майерсу, «*Я-структуры*» — это психические модели, с помощью которых человек организует свою жизнь. «*Я-структуры*» (восприятие себя как человека подвижного, энергичного или способного) оказывают существенное влияние на процессы обработки социальной информации, а также на запоминание, восприятие, оценивание себя и других.

### **Источники развития и формирования Я-концепции**

Наиболее жизненно важными являются следующие (хотя их значимость меняется в различные периоды жизни человека): представление о своем теле; язык — как развивающаяся способность выражать словами и формировать представления о себе и других людях; субъективная интерпретация обратной связи от значимых других о себе; идентификация с приемлемой моделью половой роли и усвоение связанных с этой ролью стереотипов (мужчина–женщина); практика воспитания детей в семье.

*Телесное Я и образ тела.* Рост, вес, телосложение, цвет глаз, пропорции тела тесно связаны с установками индивида к себе, самочувствием и переживаниями своей адекватности и принятия себя. Образ своего тела, подобно другим компонентам Я-концепции, субъективен, но ни один другой элемент так не открыт для внешнего обозрения и социальных оценок, как тело человека.

Чувства и эмоциональные оценки, которые испытывает индивид в отношении своего тела, совпадают с чувствами, которые он испытывает к самому себе в целом, как к личности. Общий уровень удовлетворенности своим телом пропорционально соизмерим с общим уровнем принятия себя. Другими словами, так же, как для каждого из нас существует идеальная Я-концепция себя, существует, по-видимому, и идеальный образ тела. Этот идеальный образ формируется на основе усвоения индивидом культурных норм и стереотипов. Чем ближе образ тела к идеалу, тем вероятнее наличие у индивида высокой Я-концепции и целом.

*Язык и развитие Я-концепции.* Значение языка для развития Я-концепции очевидно, поскольку развитие способности ребенка к

символическому отражению мира помогает ему выделить себя из этого мира («Я», «мое» и т. д.) и дает первый толчок к развитию Я-концепции. Другими словами, Я-концепция осознается человеком в языковых терминах, и ее развитие осуществляется посредством языковых средств.

Обратная связь от значимых других. Приобретение опыта принятия себя другими (в любви, уважении, привязанности, защите и т. п.) — другой важный источник формирования Я-концепции. Если индивид принимается, одобряется, признается другими людьми, пользуется их уважением и осознает это, то у него, вероятнее всего, развивается положительная Я-концепция. Если другие — родители, сверстники, учителя — отвергают его, выставляют на посмешище, принижают, больше критикуют, то, вероятнее всего, у него будет развиваться отрицательная Я-концепция.

Не подлежит сомнению, что *первичная группа* сверстников (школьные группы и др.) имеет огромное значение для формирования и «оформления» центральных Я-установок в подростковом возрасте.

Полоролевая идентификация. Принадлежность личности к мужскому или женскому полу является одним из краеугольных оснований Я-концепции человека, все другие функции и характеристики покоятся именно на этих представлениях — Я существо мужского или женского пола.

Различают два процесса формирования половой принадлежности индивида — половая идентификация и половая типизация. *Идентификация* — это более ранний процесс (в основном бессознательный) отождествления себя с ролью другого человека (родителя или его заместителя) и подражание его поведению. *Половая типизация*, следующая за идентификацией, — более осознанный процесс овладения культурно одобряемыми нормами поведения, типичными для роли женщины или мужчины в данной культуре. Для описания процесса половой типизации исследователями введено понятие «*стандарта половой роли*» как приобретенных в процессе социального научения форм поведения и личностных характеристик, типичных для данного пола в данной культуре.

Воспитание детей в семье. Большинство психологов разделяют ту точку зрения, что первые 5 лет жизни являются периодом, когда закладывается базовая основа личности и Я-концепции человека. Первые человеческие отношения, которые ребенок познает в семье, выступают для него прототипом будущих отношений с другими людьми.

Результаты исследований позволяют утверждать, что нет какого-то золотого правила или общей модели воспитания, позволяющей ребенку развить высокую самооценку. Однако, следующие условия воспитания в семье с большей вероятностью способствуют развитию здоровой высокой самооценки личности:

- положительная расположенность к ребенку, сердечное, теплое, уважительное принятие родителями своих детей;

- четкое установление социальных норм, границ и правил поведения детей; целенаправленное и согласованное поддержание этих норм родителями;
- уважение со стороны родителей индивидуальной инициативы ребенка в этих установленных пределах;
- минимум агрессивности, отрицания, неуважения и неопределенности в общении с детьми.

### **Определение социального познания**

*Социальное познание* – это присущее людям умение (свойство, качество) постоянно приобретать знания о себе и о других людях, а также о ценностях, нормах, законах и правилах жизни в обществе. *Социальное познание* – это длящийся всю жизнь процесс, который чаще всего носит автоматический, спонтанный и непосредственный характер. Он мало замечен и самому человеку, поскольку с самого рождения человек включен в социальные ситуации как наблюдатель, участник, а позднее их создатель. Все наше время, все наши мысли занимают наши отношения с другими людьми, суждения о них и о себе.

Условно социальное познание можно разделить на две части, которые в обыденной жизни слиты воедино: на социальное познание как *понимание других людей* и на социальное познание как *понимание социальных ситуаций*, связанных с отношениями людей.

### **Особенности социального познания**

Всю жизнь мы, сами того не осознавая, учимся. Мы учимся поддерживать контакты, вести непринужденные беседы и деловые переговоры, мы учимся любить, сочувствовать, сопереживать, помогать и принимать помощь. Мы учимся вместе работать, решать социальные проблемы, творить, конкурировать и многому другому. К особенностям социального познания человека относят:

- *способность к изобретению знаковых систем*, которая необходима для того, чтобы человек мог сообщить о себе и своих потребностях другим;
- *способность оценивать и соотносить новую информацию с уже имеющимися знаниями о предметах и явлениях*;
- *социальное познание обусловлено обыденным человеческим общением и рождается в ходе естественного разговора*;
- *способность к обобщению*;
- *уровень коммуникативной одаренности*.

*Социальное познание* – это деятельность человека, которая связана с его способностью отбирать, использовать и интерпретировать *информацию* о других людях при вынесении суждений и принятии решений.

## Теория атрибуции

Теория атрибуции или каузальной атрибуции (лат. «causa» — причина, «attribuo» — придаю, наделяю) описывает, как мы объясняем причины своего поведения и поведения других людей. Ф. Хайдер первым пришел к выводу о том, что существует два типа умозаключений, которые он назвал *внешней* и *внутренней* атрибуцией. Он проиллюстрировал свою мысль на примере двух возможных оценок поведения отца, отругавшего своего сына. В первом случае мы оцениваем отца как самодура, который не умеет воспитывать детей. Мы объясняем его поведение *внутренними* причинами – особенностями его личности, характером и мировоззрением, т.е. мы считаем, что причина его поступка кроется в нём самом. Это *внутренняя атрибуция*. Но мы можем интерпретировать ситуацию иначе: например, сын вышел на проезжую часть дороги, где его могла сбить машина. В этом случае его отец поступил так, как поступили бы тысячи других родителей, т.е. поведение отца спровоцировано ситуацией угрозы жизни ребенка. И это уже *внешняя атрибуция*, потому что продиктована сложившейся ситуацией. Поэтому теория атрибуции – это теория о том, как люди объясняют поведение других: приписывают ли они причину действий *внутренним* диспозициям человека (устойчивым чертам, мотивам, установкам) или *внешним* ситуациям.

В том, как мы понимаем и интерпретируем социальный мир, психологи обнаружили три обобщенные *характеристики* на уровне здравого смысла:

1. *Тенденция постоянства*. Пытаясь понять, почему человек ведет себя так, а не иначе, мы вспоминаем, как же этот человек вел себя в других ситуациях.
2. *Тенденция согласованности*. Мы пытаемся для себя уяснить, связана ли полученная информация с качествами конкретного человека (внутренние причины) или определена ситуацией, которую он может использовать в свою пользу (внешние причины).
3. *Тенденция единодушия, или консенсуса*. Мы стараемся собрать информацию о том, как вели себя другие люди в аналогичной ситуации.

Фундаментальная ошибка атрибуции – это тенденция преувеличивать значение личностных факторов и недооценивать значение ситуации, в которой приходится действовать человеку.

## Тенденциозности (предвзятость, необъективность) в социальном познании

Социальные психологи обнаружили три обобщенные тенденциозности, которые часто воздействуют на наши объяснения:

- Тенденциозность деятеля-наблюдателя заключается в том, что люди по-разному оценивают причины своих и чужих поступков. То есть, например, я сам, честный благородный и хороший парень, вынужден поступать плохо под воздействием ситуации. А другие поступают плохо,

потому что они бесчестные, жадные, карьеристы и т.д. Они поступают плохо из-за присущих им отрицательных черт характера. Исследования показали:

а) оценивая успехи и неудачи тестирования, студенты склонны объяснять результаты других, исходя из их способностей, а собственные результаты – исходя из сложности теста;

б) студенты, добровольно принимающие участие в психологическом эксперименте, приписывают свое участие важности данного исследования, а в качестве наблюдателей оценивают участие других как проявление их склонности к участию в подобных экспериментах;

в) наблюдая за поведением сверстников, студенты приходят к выводу, что человек и дальше будет действовать в подобном духе, как он действовал в наблюдаемой ситуации; но в качестве деятеля они считают, что в дальнейшем они будут действовать иначе;

г) студенты, которых просят ответить, почему их друг выбирает именно данную девушку и именно данную специальность, объясняют, что это связано с качествами их друга; однако когда дело касается их самих, то они объясняют свой выбор качествами девушки или специальности;

д) люди приписывают больше личностных черт другим, нежели самим себе.

- Тенденциозность в познании себя заключается в сохранении и улучшении нашего мнения о себе. *Эгоцентрическое мышление* присуще всем людям, и это означает, что человек воспринимает себя как находящегося в центре событий, играющего главную роль в развитии событий. При самовозвеличивающей тенденциозности в случае успеха люди приписывают себе его причины, а в случае неудачи обвиняют обстоятельства. Люди склонны воспринимать себя позитивно и отрицать наличие у себя каких бы то ни было отрицательных качеств.

- Создание защитных атрибуций, которые призваны избежать чувства ранимости и осознания неизбежной смерти. Человеку очень трудно признать тот факт, что он смертен, может заболеть, с ним могут произойти плохие события. Одна из форм защиты – создание специальных атрибуций, с помощью которых человек утверждает, что все плохое случается с другими людьми, но не с ним. Первая форма защиты – *нереалистичский оптимизм*. Люди верят в то, что хорошее с большей вероятностью произойдет именно с ними, а плохое с другими. Вторая форма защиты – *вера в справедливый мир*, вера, что каждый получает по заслугам, соответственно плохие события происходят с плохими людьми, а хорошие – с хорошими.

## Выводы

Личность – это индивид как член общества и определенных социальных групп. *Концепция идентичности* – это понимание своего единого, неразрывного, целостного, протяженного, одновременно меняющегося и неизменного в течение всей жизни «Я».

«Я-концепция» — это сложный составной образ, или картина, включающая в себя совокупность представлений личности о себе самой вместе с эмоционально-оценочными компонентами этих представлений. «Я-концепция» личности формируется в процессе жизни человека на основе взаимодействий со своим психологическим окружением и реализует мотивационно-регуляторную функцию в поведении личности.

Социальное познание – это присущее людям умение (свойство, качество) постоянно приобретать знания о себе и о других людях, а также о ценностях, нормах, законах и правилах жизни в обществе.

Теория атрибуции или каузальной атрибуции описывает, как мы объясняем причины своего поведения и поведения других людей. Фундаментальная ошибка атрибуции – это тенденция преувеличивать значение личностных факторов и недооценивать значение ситуации, в которой приходится действовать человеку.

### **Вопросы для самоконтроля и задания**

1. Дайте определение личности.
2. Что такое я-концепция?
3. Какова структура я-концепции, согласно У. Джемсу?
4. Как вы понимаете формулу самооценки?
5. Что является источником оценочных суждений человека о самом себе?
6. Какие процессы самооценки реализует человек?
7. Опишите источники развития и формирования я-концепции личности.
8. Какие условия воспитания в семье с большой вероятностью способствуют развитию здоровой высокой самооценки личности?
9. Дайте определение и назовите особенности социального познания.
10. Что описывает теория каузальной атрибуции?
11. Какие характеристики содержит наше понимание и объяснение социального мира?
12. Что такое фундаментальная ошибка атрибуции? Приведите её примеры.
13. Какие существуют тенденциозности в социальном познании?
14. Какие формы защитных атрибуций выделяют социальные психологи?

### **Список литературы**

1. Андреева Г.М. Психология социального познания. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 288 с.
2. Андреева Г.М. Социальная психология: учебник для вузов. 5-е изд., испр. и доп. - М.: Аспект-Пресс, 2007. - 365 с.
3. Андриенко Е.В. Социальная психология: учеб. пособие для студ. пед. вузов. - М.: Изд. центр "Академия", 2000. - 264 с.
4. Аронсон Э. Общественное животное. Введение в социальную психологию. – М.: Аспект Пресс, 1999. – 517 с.

5. Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р. Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме. – СПб.: ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК, 2004. – 560 с.
6. Бернс Р. Развитие Я-концепции и воспитание. – М.: Прогресс, 1986. – 420 с.
7. Девяткин А.А. Явление социальной установки в психологии XX века. – Калининград: Калинингр. ун-т, 1999. – 309 с.
8. Журавлев А.Л., Соснин В.А., Красников М.А. Социальная психология. – М.: ФОРУМ: ИНФРА, 2006. – 416 с.
9. Зимбардо Ф., Ляйппе М. Социальное влияние. – СПб.: Питер, 2000. – 448 с.
10. Классическая социальная психология. Под общ. ред. Е.И. Рогова. – М.: ИКЦ «МарТ», 2008. – 416 с.
11. Кон И.С. В поисках себя: личность и её самосознание. – М.: Политиздат, 1984. – 336 с.
12. Майерс Д. Социальная психология. – СПб.: Питер, 2005. – 794 с.
13. Микляева А. В., Румянцева П. В. Социальная идентичность личности: содержание, структура, механизмы формирования: Монография. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2008.
14. Налчаджян А.А. Психологическая адаптация: механизмы и стратегии. – М.: Эксмо, 2010. – 368 с.
15. Почебут Л.Г., Мейжис И.А. Социальная психология. – СПб.: Питер, 2010. – 672 с.
16. Психология самосознания: Хрестоматия. – Самара: Бахарх-М, 2000. – 672 с.
17. Чалдини Р., Кенрик Д., Нейберг С. Социальная психология. Пойми себя, чтобы понять других. – СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2002. – 336 с.
18. Шибутани Т. Социальная психология. – Ростов н/Д: «Феникс», 2002. – 544 с.

### **Рекомендуемые информационные ресурсы**

1. <http://tulpar.kpfu.ru/course/view.php?id=360>
2. <http://vocabulary.ru/> – Национальная психологическая энциклопедия
3. <http://univertv.ru/> – Образовательный видеопортал
4. <http://psypress.ru/> – Агентство психологических новостей
5. <http://psyjournals.ru/> – Портал психологических изданий
6. <http://psyresearchdigest.blogspot.ru/> – Дайджест психологических исследований
7. <http://bookap.info/> – Психологическая библиотека
8. <http://www.koob.ru/> – Электронная библиотека
9. <http://www.sbiblio.com/> – Русский гуманитарный интернет-университет
10. <http://psychlib.ru/> – Электронная библиотека МГППУ
11. <http://www.twirpx.com/> – Всё для студента
12. <http://www.socialpsychology.org/> – Social Psychology Network



## РАЗДЕЛ 4. СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ ГРУПП И МАССОВЫХ ПСИХИЧЕСКИХ ЯВЛЕНИЙ

### ЛЕКЦИЯ № 6. СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ ГРУППЫ. СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ МАЛОЙ ГРУППЫ

**Аннотация.** В данной лекции рассматривается один из основных объектов изучения социальной психологии, социальная группа. Представлена классификация групп, характеристики и признаки малой группы. Описана типология малых групп, их структура и значение в жизни человека. Дана характеристика динамических процессов в малой группе.

**Ключевые слова.** Малая группа, контактность, целостность, коллектив, формальные и неформальные группы, деловой аспект группы, эмоциональный аспект группы, социометрия, этапы развития группы.

**Методические рекомендации по изучению темы.** Лекция содержит теоретическую часть, где даются общие представления по теме. Вначале необходимо её изучить с определениями основных понятий. После этого следует ответить на контрольные вопросы, приведенные в конце лекции. В качестве самостоятельной работы предлагается составить тестовые задания, глоссарий к теме, нарисовать и описать основные виды структур коммуникационной сети малых групп, привести примеры подобных коммуникационных связей. Для самопроверки усвоения темы имеются вопросы и тестовые задания. Для контроля усвоения материала необходимо выполнить все задания и отправить их на проверку. Вопросы, возникшие при изучении данной темы, можно обсудить в разделе Форум.

*«Люди вместе могут совершить то, чего не в силах сделать в одиночку; единение умов и рук, сосредоточение их сил может стать почти всемогущим»  
(Д. Уэбстер).*

Американский социальный психолог Р. Чалдини в своих работах предлагает рассматривать характеристики социальной общности людей как некоторый *континуум групповости*:



### Понятие и признаки малой группы

Проблема малой группы является наиболее традиционной и хорошо разработанной проблемой социальной психологии. Большинство эмпирических исследований в социальной психологии выполнены на малых группах. Большая часть жизни человека протекает в малых группах: в семье, игровых компаниях сверстников, учебных и трудовых коллективах, соседских, приятельских и дружеских общностях. Именно в малых группах происходит формирование личности, проявляются ее качества, поэтому личность нельзя изучать вне группы. Через малые группы осуществляются связи личности с обществом: группа трансформирует воздействие общества на личность, личность воздействует на общество сильнее, если за ней стоит группа. Статус социальной психологии как науки, ее специфика во многом определяются тем, что малая группа и возникающие в ней психологические феномены являются центральными признаками в определении ее предмета. Малые группы на протяжении всей истории социальной психологии являлись основным объектом эмпирических исследований, в том числе лабораторных экспериментов.

Малая группа определяется как небольшое по размеру объединение людей, в котором общественные отношения выступают в форме непосредственных личных контактов.

Границы малой группы определяются *качественными* признаками, основными из которых являются *контактность* и *целостность*. *Контактность* — это возможность каждого члена группы регулярно общаться друг с другом, воспринимать и оценивать друг друга, обмениваться информацией, взаимными оценками и воздействиями. *Целостность*

определяется как социальная и психологическая общность входящих в группу людей, позволяющая воспринимать их как единое целое.

Помимо *качественных* признаков малой группы, выделяют ее *количественные* показатели. Нижняя граница размеров малой группы — три человека, поскольку в группе из двух человек (диаде) групповые социально-психологические феномены протекают особым образом. Верхняя граница малой группы определяется ее качественными признаками и обычно не превышает 20–30 человек. *Оптимальный размер* малой группы зависит от характера выполняемой совместной деятельности и находится в пределах 5–12 человек. В меньших по размеру группах скорее возникает феномен социального пресыщения, группы большего размера легче распадаются на более мелкие, в которых индивиды связаны более тесными контактами. В этой связи принято выделять группы первичные, т. е. наименьшие по размеру и далее не делимые общности, и вторичные, формально представляющие собой единые общности, но включающие в себя несколько первичных групп.

Таким образом, *малая группа* — ограниченная совокупность непосредственно взаимодействующих людей, которые:

- 1) относительно регулярно и продолжительно контактируют лицом к лицу, на минимальной дистанции, без посредников;
- 2) обладают общей целью или целями, реализация которых позволяет удовлетворить значимые индивидуальные потребности и устойчивые интересы;
- 3) участвуют в общей системе распределения функции и ролей в совместной жизнедеятельности, что предполагает в различной степени выраженную кооперативную взаимозависимость участников, проявляющуюся как в конечном продукте совместной активности, так и в самом процессе его производства;
- 4) разделяют общие нормы и правила внутри- и межгруппового поведения, что способствует консолидации внутригрупповой активности и координации действий по отношению к среде;
- 5) расценивают преимущества от объединения как превосходящие издержки и большие, чем они могли бы получить в других доступных группах, а потому испытывают чувство солидарности друг с другом и признательность группе;
- 6) обладают ясным и дифференцированным (индивидуализированным) представлением друг о друге;
- 7) связаны достаточно определенными и стабильными эмоциональными отношениями;
- 8) представляют себя как членов одной группы и аналогично воспринимаются со стороны.

## Типология малых групп

Обилие малых групп в обществе предполагает их огромное разнообразие. В настоящее время известно около пятидесяти различных оснований классификации. Так по уровню группового сознания различают следующие виды групп:

- *Группа–конгломерат* — еще не осознавшая единой цели своей деятельности (аналогичны этому понятия диффузная или номинальная группы).

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

- *Группа–кооперация* — характеризуется единством целей и деятельности, наличием группового опыта и подготовленности.

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

- *Коллектив* — группа, отличающаяся наиболее высоким уровнем социального развития, целями и принципами высокого гуманизма.

- *Гомфотерный («сбитый») коллектив* — в котором ко всем прочим качествам добавляется психофизиологическая совместимость (например, экипаж космического корабля).

При прочих равных условиях *коллектив* обладает наибольшей эффективностью (особенно при решении задач с ярко выраженным общественным содержанием), наиболее человечными межличностными отношениями, большей стойкостью к трудностям. Коллективистские отношения определяют через понятия: нравственность, ответственность, открытость, коллективизм, контактность, организованность, эффективность и информированность.

По характеру преимущественной направленности активности групп различают два их типа. Активность группы типа «*Internal*» (Int–группы) направлена внутрь группы, на ее членов (всех вместе или по отдельности). Это детские клубы, психотерапевтические группы и т.п. Активность группы типа «*External*» (Ext–группы) направлена вовне ее. К этому типу принадлежат объединения волонтеров, масонские ложи и т.п.

Малые группы также разделяют на *формальные* и *неформальные*. Формальная группа отличается тем, что в ней четко заданы все позиции ее членов, они предписаны групповыми нормами. Соответственно в формальной группе также строго распределены и роли всех членов группы, в системе подчинения так называемой *структуре власти*: представление об отношениях по вертикали как отношениях, определенных системой ролей и статусов.

Таким образом, **формальные** группы — группы, членство и взаимоотношение в которых носят преимущественно формальный характер, т.е. определяются формальными предписаниями и договоренностями. Формальными малыми группами являются прежде всего первичные коллективы социальных организаций — например, небольшие трудовые коллективы — сотрудники одного отдела, бригады или цеха. Ведущей сферой активности и основным психологическим механизмом объединения людей в рамках организационных и институциональных малых групп является *совместная деятельность*.

*Неформальные* группы — объединения людей, возникающие на основе внутренних, присущих индивидам потребностей в общении, принадлежности, понимании, симпатии и любви.

С субъективной точки зрения, группы и *формальные*, и *неформальные* образуются в процессе реализации людьми их потребностей в общении, однако в рамках неформальных групп общение и возникающие на его основе тесные взаимоотношения являются ведущей сферой активности, и в этом плане центральным феноменом психологии малых групп является *психологическая общность*.

*Референтность* малой группы — значимость групповых ценностей, норм, оценок для индивида. Основные функции референтной группы — *сравнительная* и *нормативная*, благодаря которым человеку предоставляются возможности соотносить свои мнения и поведение с принятыми в группе и оценивать их с точки зрения соответствия групповым нормам и ценностям.

По времени существования выделяются группы *временные*, в рамках которых объединение участников ограничено во времени, и *стабильные*, относительное постоянство существования которых определяется их предназначением и долговременными целями функционирования.

Группы делятся на *открытые* и *закрытые* — в зависимости от степени произвольности решения человека вопроса о вхождении в ту или иную группу, участия в ее жизнедеятельности и выхода из нее.

С практической точки зрения особый интерес представляют *группы социально-психологического тренинга* и *психокоррекционные* — временные группы, специально создаваемые для формирования навыков эффективного общения, взаимопонимания и решения психологических проблем под руководством психолога-тренера.

## **Динамические процессы в малой группе**

В своем развитии группа проходит следующие четыре этапа:

1. *Стадия проверки и зависимости*. Для вновь образованных групп на данной стадии характерно формирование чувства принадлежности к группе, возникновение желания устанавливать отношения с другими участниками, ориентация в групповых задачах и нормах, распределение групповых ролей. Существующие малые группы вновь проходят эту стадию при определенных

условиях, например, появление нового члена группы, изменение целей группы.

2. Стадия внутреннего конфликта. Характеризуется тем, что в группе падает сплоченность, возрастает напряжение и недовольство, начинается процесс распределения ролей. Однако, процессы, проходящие с группой в этот период, необходимо отличать от процессов, происходящих в межличностном конфликте. Данная стадия имеет большое значение для последующего развития группы, поскольку от нее зависит эффективность следующей стадии. Успешность прохождения группой данной стадии определяется ее руководителем или лидером.

3. Стадия продуктивности. На этой стадии развивается групповая сплоченность, участники группы начинают эффективно взаимодействовать друг с другом, решая поставленные цели.

4. Стадия сплоченности и привязанности. Участники группы устанавливают более тесную эмоциональную связь, они собираются вместе только для того, чтобы пообщаться друг с другом, при этом (если это, например, производственный коллектив) ее непосредственные цели и задачи отступают на второй план.

## Выводы

Проблема малой группы является наиболее традиционной и хорошо разработанной проблемой социальной психологии. Большая часть жизни человека протекает в малых группах: в семье, игровых компаниях сверстников, учебных и трудовых коллективах, соседских, приятельских и дружеских общностях. Именно в малых группах происходит формирование личности, проявляются ее качества, поэтому личность нельзя изучать вне группы.

*Малая группа* – это небольшое по размеру объединение людей, в котором общественные отношения выступают в форме непосредственных личных контактов. Основные качественные признаки малой группы – контактность и целостность. Количественные признаки определяют размер малой группы. Группы имеют динамическую природу.

Обилие малых групп в обществе предполагает их огромное разнообразие. В настоящее время известно около пятидесяти различных оснований классификации. С практической точки зрения особый интерес представляют *группы социально-психологического тренинга* и *психокоррекционные* — временные группы, специально создаваемые для формирования навыков эффективного общения, взаимопонимания и решения психологических проблем под руководством психолога–тренера.

## Вопросы для самоконтроля и задания

1. Приведите примеры малых групп и объясните их значение в жизни индивида.
2. Перечислите характеристики малых групп.

3. Перечислите типологии малых групп.
4. Дайте характеристику школьному классу как малой группе.
5. Опишите основные виды структур коммуникационной сети малых групп и приведите примеры подобных коммуникационных связей.
6. Составьте развернутую социально-психологическую характеристику любой малой группы, которую вы очень хорошо знаете, с описанием всех параметров.

### **Список литературы**

1. Андреева Г.М. Социальная психология: учебник для вузов. 5-е изд., испр. и доп. - М.: Аспект-Пресс, 2007. - 365 с.
2. Андриенко Е.В. Социальная психология: учеб. пособие для студ. пед. вузов. - М.: Изд. центр "Академия", 2000. - 264 с.
3. Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р. Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме. – СПб.: ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК, 2004. – 560 с.
4. Битянова М.Р. Социальная психология: Учебное пособие. 2-е изд., перераб. – СПб.: Питер, 2008. – 368 с.
5. Журавлев А.Л., Соснин В.А., Красников М.А. Социальная психология. – М.: ФОРУМ: ИНФРА, 2006. – 416 с.
6. Кричевский Р.Л., Дубовская Е.М. Социальная психология малой группы. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 318 с.
7. Крысько В.Г. Социальная психология: учебник для студ. высш. учеб. заведений. - 2-е изд. - М.: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2007. - 432 с.
8. Назаретян А. П. Агрессивная толпа, массовая паника, слухи. Лекции по социальной и политической психологии. – СПб.: Издательство: Питер, 2003 г. - 192 с.
9. Ойстер К. Социальная психология групп. – СПб.: ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК, 2004. – 224 с.
10. Платонов Ю.П. Основы социальной психологии. – СПб.: Речь, 2004.
11. Платонов Ю.П. Основы этнической психологии. – СПб.: Речь, 2003.
12. Почебут Л.Г., Мейжис И.А. Социальная психология. – СПб.: Питер, 2010. – 672 с.
13. Психология совместной жизнедеятельности малых групп и организаций. Ответственные редакторы: А.Л. Журавлев, Е.В. Шорохова. – М.: Изд-во «Социум»; «Институт психологии РАН», 2001. – 288 с.
14. Свенцицкий А.Л. Социальная психология: Учебник. – М.: Проспект, 2003. – 336 с.
15. Чалдини Р., Кенрик Д., Нейберг С. Социальная психология. Пойми других, чтобы понять себя. – СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2002. – 256 с.
16. Чалдини Р., Кенрик Д., Нейберг С. Социальная психология. Пойми себя, чтобы понять других. – СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2002. – 336 с.

## Рекомендуемые информационные ресурсы

13. <http://tulpar.kpfu.ru/course/view.php?id=360>
14. <http://vocabulary.ru/> – Национальная психологическая энциклопедия
15. <http://univertv.ru/> – Образовательный видеопортал
16. <http://psyppress.ru/> – Агентство психологических новостей
17. <http://psyjournals.ru/> – Портал психологических изданий
18. <http://psyresearchdigest.blogspot.ru/> – Дайджест психологических исследований
19. <http://bookap.info/> – Психологическая библиотека
20. <http://www.koob.ru/> – Электронная библиотека
21. <http://www.sbiblio.com/> – Русский гуманитарный интернет-университет
22. <http://psychlib.ru/> – Электронная библиотека МГППУ
23. <http://www.twirpx.com/> – Всё для студента
24. <http://www.socialpsychology.org/> – Social Psychology Network



## **ЛЕКЦИЯ № 7. ГРУППОВЫЕ ЭФФЕКТЫ. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ БОЛЬШИХ СОЦИАЛЬНЫХ ГРУПП И МАССОВИДНЫХ ЯВЛЕНИЙ**

**Аннотация.** В данной лекции рассматриваются способы влияния людей друг на друга, а также механизмы функционирования группы. Описаны такие социально-психологические закономерности развития и функционирования группы как эффект социальной фасилитации, эффект конформизма, эффект социальной лени, эффект группового эгоизма и др. Также в лекции идет речь о больших социальных группах, уровнях их развития, о психологических особенностях поведения человека в толпе.

**Ключевые слова.** Конформизм, социальная лень, синергия, социальная фасилитация, группомыслие, групповой эгоизм, большая социальная группа, нация, этнос, социальные классы, профессиональные группы, стихийная группа, масса, толпа, публика, деиндивидуализация, паника, общественное мнение, реклама, мода, пропаганда, слухи.

**Методические рекомендации по изучению темы.** Лекция содержит теоретическую часть, где даются общие представления по теме. Вначале необходимо её изучить с определениями основных понятий. После этого следует ответить на контрольные вопросы, приведенные в конце лекции. В качестве самостоятельной работы предлагается составить тестовые задания, глоссарий к теме и написать эссе к предложенному фильму. Для самопроверки усвоения темы имеются вопросы и тестовые задания. Для контроля усвоения материала необходимо выполнить все задания и отправить их на проверку. Вопросы, возникшие при изучении данной темы, можно обсудить в разделе Форум.

*«Когда сто человек стоят друг возле друга, каждый теряет свой рассудок и получает какой-то другой» (Ф. Ницше).*

**Групповые эффекты** — это способы влияния людей друг на друга, а также механизмы функционирования группы, посредством которых осуществляются групповые процессы и достигаются групповые состояния.

### **Эффекты принадлежности к группе и социальной фасилитации**

Согласно *теории социальной идентичности*, человек, отождествляя себя с какой-либо группой, стремится оценить ее положительно, поднимая таким образом *статус группы* и собственную *самооценку*. **Групповая идентичность** является установкой на принадлежность к определенной группе. Как и любая установка, она состоит из трех компонентов —

когнитивного, эмоционального и поведенческого — и регулирует поведение человека в группе.

*Когнитивный компонент* заключается в осознании человеком принадлежности к группе и достигается путем сравнения своей группы с другими группами по ряду значимых признаков.

*Эмоциональный компонент* заключается в переживании своей принадлежности к группе в форме различных чувств — любви или ненависти, гордости или стыда.

*Поведенческий компонент* проявляется тогда, когда человек начинает реагировать на других людей с позиций своего группового членства, а не с позиций отдельной личности, с того момента, когда различия между своей и чужими группами становятся заметными и значимыми для него.

**Эффект «мы и они»** — это *чувство принадлежности к определенной группе* людей (эффект «мы») и, соответственно, *чувство отстраненности от других*, размежевания с другими группами (эффект «они»).

**Эффект социальной фасилитации** связан с *усилением доминантных реакций в присутствии других*. Эффект присутствия других может как усиливать, так и снижать *мотивацию* человека.

Повышенное *социальное возбуждение* способствует доминирующей реакции. Однако тогда, когда известен алгоритм решения и правильного ответа человек не видит, *социальное возбуждение*, т. е. бессознательная реакция на присутствие других, затрудняет умственные операции (анализ, синтез, установление причинно-следственных связей) и приводит к неправильному решению. Внимание человека переключается с решения задачи на окружающих людей. При решении же простых задач реакция является врожденной или хорошо усвоенной. Присутствие других людей оказывается сильнейшим стимулятором и способствует правильному решению.

Социальный психолог Д. Майерс считает, что определяющими *факторами* такого рода реакций являются:

- *количество окружающих людей*. Воздействие других возрастает с увеличением их количества. Человек гораздо сильнее возбуждается в окружении большого количества людей;
- *взаимоотношения симпатии или антипатии внутри группы*;
- *значимость окружающих людей для человека*;
- *степень пространственной близости между людьми*. Социальное возбуждение тем сильнее, чем теснее друг к другу располагаются люди.

### **Эффекты социальной лени и «синергии»**

**Эффект социальной лени** заключается в том, что по мере увеличения количества членов, в группе происходит уменьшение среднего индивидуального вклада в общегрупповую работу. М. Рингельман экспериментировал с поднятием тяжестей группой и отдельными людьми. Оказалось, что если продуктивность одного человека принять за 100%, то

двое вместе в среднем поднимут вес, который не в два раза больше, а составляет лишь 93% суммарного веса, поднятого двумя отдельно работающими людьми. «Коэффициент полезного действия» группы из трех человек окажется равным 85%, а из восьми человек — только 49%. Рингельман предложил формулу для определения среднего индивидуального вклада участников в группах разной величины:  $C = 100 - 7 \times (K-1)$ , где  $C$  — средний индивидуальный вклад участников;  $K$  — количество членов группы.

Б. Латайне описал *феномен невмешивающегося свидетеля*. Проведя серию разнообразных экспериментов, он доказал, что само число свидетелей трагического происшествия препятствует оказанию помощи со стороны кого-либо из них. Жертва несчастного случая с меньшей вероятностью дожидется помощи, если за ее страданиями наблюдает большое число людей. Обнаружена следующая закономерность: вероятность получения помощи выше, если человек находится в малой группе, и гораздо ниже, если он находится в окружении большого числа людей.

Факторами *социальной лени* являются:

- наличие индивидуальной ответственности за результаты своего труда: чем выше ответственность, тем ниже социальная лень;
- групповая сплоченность и дружеские отношения: люди в группах меньше бездельничают, если они друзья, а не чужие друг другу люди;
- численность группы: чем больше численность группы, тем выше социальная лень;
- кросс-культурные различия: представители коллективистических культур проявляют меньше социальной лени, чем члены индивидуалистических культур;
- гендерные различия: женщины в меньшей степени проявляют социальную лень, чем мужчины.

**Эффект «синергии»** — это *прибавочная интеллектуальная энергия, которая возникает при объединении людей в целостную группу и выражается в групповом результате, который превышает сумму индивидуальных результатов*, т. е. отвечает требованию  $1+1>2$ . Группа по успешности в работе действительно может превосходить индивидуальную успешность отдельных людей. Это проявляется не только в интеллектуальной сфере, но и в повышении наблюдательности людей в группе, точности их восприятия и оценок, объеме памяти и внимания, эффективности решения сравнительно простых задач, не требующих сложного и согласованного взаимодействия.

## **Эффекты конформизма и группомыслия**

**Эффект конформизма** — это *изменение поведения или мнения человека в результате реального или воображаемого давления группы*. Изучение эффекта конформизма весьма популярно в социальной психологии. Выделяют несколько *условий* возникновения конформизма:

- *тип личности*: люди с заниженной самооценкой больше подвержены групповому давлению, нежели люди с завышенной самооценкой;
- *численность группы*: наибольшую степень конформизма люди проявляют тогда, когда сталкиваются с единодушным мнением трех и более человек;
- *состав группы*: конформность повышается, если, во-первых, группа состоит из *экспертов*, во-вторых, члены группы являются *значительными* людьми для человека, в-третьих, члены группы принадлежат к одной социальной среде;
- *ловушка «группомыслия»* среди людей;
- *сплоченность*: чем больше степень сплоченности группы, тем больше у нее власти над своими членами;
- *статус, авторитет*: люди, имеющие наибольший статус, обладают и наибольшим влиянием, им легче оказывать давление, им чаще подчиняются;
- *наличие союзника*: если к человеку, отстаивающему свое мнение или сомневающемуся в единодушном мнении группы, присоединяется хотя бы один союзник, давший правильный ответ, то тенденция подчиняться давлению группы падает;
- *публичный ответ*: более высокий уровень конформизма люди показывают тогда, когда они должны выступить перед окружающими, а не тогда, когда они записывают свои ответы в свои тетради. Высказав мнение публично, люди, как правило, продолжают его придерживаться.

Степень конформизма возрастает, если задание *сложное* или испытуемый чувствует свою *некомпетентность*.

Д. Майерс называет *три причины* конформного поведения. *Во-первых*, настойчивое и упрямое поведение других людей может убедить человека в ошибочности его первоначального мнения. *Во-вторых*, член группы осознанно или неосознанно стремится избежать наказания, порицания, осуждения, ostracизма со стороны группы за несогласие и непослушание. *В-третьих*, неопределенность ситуации и неясность информации способствуют ориентации человека на мнения других людей, они становятся определенными и ясными источниками информации.

В групповом взаимодействии эффект конформизма играет существенную роль, поскольку является одним из механизмов принятия группового решения.

**Эффект группомыслия** – это способ мышления, приобретаемый людьми в ситуации, когда поиск согласия становится настолько доминирующим в сплоченной группе, что начинает пересиливать реалистическую оценку возможных альтернативных действий. Открытие этого феномена и изобретение термина «*группомыслие*» (groupthink), или «*огруппление мышления*», принадлежит американскому психологу И. Джанису. Эффект «группомыслия» возникает в ситуации, когда критерием истинности служит сплоченное мнение группы, которое противопоставляется мнению отдельного человека. В том случае, когда

члены группы сталкиваются с угрозой разногласий, споров и конфликтов, они стараются уменьшить групповой *когнитивный диссонанс* и устранить возникшие при этом негативные чувства, пытаясь найти решение, устраивающее всех, даже если это решение не будет объективным и разумным с точки зрения каждого отдельного члена группы.

Человек зависим от группы в своих контактах с окружающим миром, в подавляющем большинстве случаев он склонен уступать группе. Даже сенсорная информация человека может быть искажена социальным давлением.

**Эффект «маятника»** – это циклическое чередование групповых эмоциональных состояний стенического и астенического характера. Интенсивность проявления и временная протяженность эмоциональных состояний определяются значимыми для членов группы условиями и событиями их совместной деятельности.

Настроение зависит от некоторых факторов:

- времени суток и дня недели: в конце рабочего дня и недели настроение работников ухудшается, поскольку накапливается усталость;
- особенностей психологической структуры группы, лидерских процессов;
- уровня дисциплины труда в группе: чем выше дисциплина труда, тем лучше настроение и эмоциональное состояние членов группы;
- сложившейся системы взаимоотношений в группе, уровня конфликтности или сплоченности: чем выше уровень конфликтности, тем хуже настроение.

## **Эффекты группового фаворитизма и группового эгоизма**

**Эффект группового фаворитизма** – это тенденция каким-либо образом благоприятствовать членам своей группы, в противовес членам другой группы. Эффект группового фаворитизма базируется на эффекте «мы и они» и как бы устанавливает «демаркационную линию» между теми людьми, которые по каким-либо критериям воспринимаются как «свои», и теми, которые по этим же критериям воспринимаются как «чужие».

Вот некоторые закономерности действия механизма группового фаворитизма:

- эффект группового фаворитизма сильнее проявляется в тех случаях, когда для группы очень значимы критерии сравнения по результатам деятельности и специфике взаимоотношений с другими группами, т. е. когда группы находятся в ситуации конкуренции друг с другом;
- групповой фаворитизм проявляется сильнее в отношении тех групп, критерии сравнения с деятельностью которых не только значимы для группы, но и соответствуют ее собственным критериям, т. е. в этом случае появляется возможность четкой однозначной сравнимости групп;
- членство в группе оказывается более важно, чем межличностное сходство: люди чаще предпочитают «своих», хотя и не похожих на них самих

по личностным качествам, и отказывают в предпочтении «чужим», хотя и сходным с ними по взглядам, интересам, личностным особенностям;

- члены группы склонны объяснять возможный успех своей группы внутригрупповыми факторами, а ее возможную неудачу — факторами внешнего порядка, т. е. если группа достигает успеха, то она приписывает этот результат самой себе (своему профессионализму, благоприятному социально-психологическому климату, деловым качествам руководителей и пр.), но если группу постигает неудача, то люди ищут виновных вне группы, пытаются переложить вину на другие группы.

**Эффект группового эгоизма** — это направленность групповых интересов, целей и норм поведения против интересов, целей и норм поведения отдельных членов группы или всего общества. Цели группы достигаются за счет ущемления интересов ее отдельных членов, в ущерб интересам общества. Групповой эгоизм проявляется в том случае, когда цели, ценности группы, стабильность ее существования становятся важнее отдельной личности, значимее целей общества. Тогда личность обычно приносится в жертву целостности группы, полностью подчиняется ее требованиям и стандартам поведения. Эффект группового эгоизма может сыграть очень негативную роль в дальнейшей жизнедеятельности группы и судьбе ее отдельных членов.

## Понятие и виды больших социальных групп

Наиболее сложный вопрос — вопрос о количественном определении понятия «большая группа». Чисто количественного определения этого понятия не существует, есть только эмпирическое представление о больших группах:

- *большая группа* — это случайно, стихийно возникшая, достаточно кратковременно существующая общность (*толпа, публика, аудитория*);
- социальная группа, сложившаяся в ходе исторического развития общества, занимающая определенное место в системе общественных отношений конкретного типа общества, устойчивая в своем долговременном существовании (*класс, нация, народность*);
- *большая группа* — это количественно не ограниченная условная общность людей, выделяемая на основе определенных социальных признаков, таких как *классовая принадлежность, пол, возраст, национальность* и др.;
- *большая группа* — это значительная по количеству, сложно организованная общность людей, вовлеченных в некоторую общественную деятельность (например, *коллектив предприятия, партия*).

В социальной психологии принято классифицировать большие социальные группы по следующим признакам.

По *длительности* существования выделяют более долговременные (социальные слои; этнические образования) и менее долговременные

(праздничные шествия; люди, присутствующие на митингах и демонстрациях; толпа) группы.

По характеру *организованности* группы делятся на стихийно возникающие (толпа) и сознательно, целенаправленно организованные (ассоциации, общественные движения).

Выделяют условные и реальные группы, детерминантой которых является признак контактности и взаимодействия. Половозрастные и профессиональные группы являются не реальными, а условными. К реальным большим группам с короткими, но тесными контактами относятся демонстрации, митинги и собрания.

Большие социальные группы могут быть открытыми и закрытыми. Членство в последних определяется внутренне установленными правилами групп.

Большие социальные группы можно разделить по наличию определенного количества *общих признаков* и *механизму связей* с общностью. *Первый тип* — объединение людей, имеющих общий объективно существующий и *социально значимый признак* (например, демографический). *Второй тип* групп характеризуется тем, что люди, их составляющие, *сознательно стремятся к объединению* (например, религиозные группы, партии, союзы, общественные движения). Если в первом случае приоритетное значение имеет объективная сторона общности, то во втором — субъективная. Речь идет о психологической общности. Субъективная общность не совпадает с общностью объективной.

### **Уровни развития больших социальных групп**

В своем развитии социальные группы проходят ряд *этапов*, уровней:

- первый уровень — *типологический*. Он характеризуется тем, что члены группы объективно сходны между собой по каким-то признакам. Это самый низкий уровень группы;
- второй уровень характеризуется тем, что члены социальной группы осознают свою принадлежность к данной общности, идентифицируют себя с ее членами. Это уровень *идентификации*;
- третий уровень предполагает, что члены группы осознают общность своих интересов и готовы к совместным действиям во имя коллективных целей. Это уровень *солидарности*. Данный уровень также можно назвать уровнем *интегрированности*.

### **Психические явления в больших социальных группах**

Психические явления в больших социальных группах выделяются по сферам психики: *когнитивной*; *потребностно-мотивационной*; *аффективной*; *регулятивно-волевой*.

К *сфере когнитивной* относятся коллективные представления, социальное мышление, общественное мнение, общественное сознание, менталитет. *Потребностно-мотивационная сфера* представляется

общегрупповой мотивацией, групповыми потребностями, ценностями, интересами, целями, установками, идеалами. *Аффективная сфера* психологии больших групп включает чувства, эмоции и настроения. *Деятельностную сферу* психологии больших групп составляют коллективная деятельность и групповое поведение.

### Признаки толпы

Типичные жизненные ситуации и обстоятельства, в которых легко образуется многочисленное скопление людей, приводят к образованию *толпы*. К ним относятся:

- стихийные бедствия (землетрясения, крупные наводнения, смерчи);
- общественный транспорт и транспортные узлы (вокзалы, метро аэропорты);
- массовые зрелища (спортивные матчи, эстрадные концерты шоу-представления);
- политические акции (демонстрации, политические выборы, забастовки и другие акции протеста);
- места массовых гуляний и отдыха (набережные, площади и улицы городов, помещения и площадки индустрии развлечений) и др.

**Толпой** обычно называют такое скопление людей, которое в той или иной степени соответствует следующим *признакам*:

- *многочисленность* (повышенное скопление людей на небольшой территории);
- *высокая контактность* (каждый человек находится на близком расстоянии с другим, фактически входя в персональные пространства);
- *эмоциональная возбужденность* (волнение людей, повышенная эмоциональная активность и вовлеченность в происходящие события);
- *неорганизованность*, или *стихийность* (толпа чаще всего образуется стихийно, изначально имеет слабую организованность);
- *отсутствие общей, всеми осознаваемой цели* (общая для всех цель не ясна, или слабо осознается большинством людей; кроме того, цели могут легко утрачиваться, первоначальные цели часто подменяются другими, нередко подставными и т. п.).

Таким образом, под **толпой** необходимо понимать стихийно возникшее (или утратившее организованность) и характеризующееся отсутствием общей для всех осознанной цели многочисленное скопление людей, находящихся в непосредственных контактах друг с другом и в состоянии повышенного эмоционального возбуждения. Другими словами, **толпа** — это бесструктурное скопление людей, лишенных ясно осознаваемой общности целей, но взаимно связанных сходством эмоционального состояния и общим объектом внимания.



## Виды толп

По степени активности толпы делятся на *пассивные*, *активные* и *агрессивные*.

Пассивные (спокойные) толпы характеризуются отсутствием эмоционального возбуждения. В спокойном состоянии люди слабо связаны друг с другом. В такой толпе не происходит обмена информацией и не совершаются какие-либо совместные действия. Люди, включенные в пассивные толпы, либо спокойно стоят в ожидании чего-то (например, встречают на вокзале приходящий поезд), либо хаотично и относительно независимо друг от друга спокойно передвигаются (например, потоки людей, перемещающиеся по центральным улицам города).

Активной называется толпа, находящаяся в состоянии разной степени эмоционального возбуждения. Эмоциональная заряженность детерминирует психологическую готовность людей совместно действовать. В такой толпе у людей формируются сходные социальные установки на определенные формы поведения, возрастает теснота связей между людьми, интенсивность обмена информацией. Различают толпы в состоянии установочной (внутренней) активности, которые психологически готовы совместно действовать, но еще не действуют, и реально действующие толпы, т. е. активные и внутренне, и внешне.

В агрессивной толпе наблюдается интенсивное возрастание психического напряжения людей, основанного на возможных чувствах фрустрации, отчаяния, гнева. Для перехода толпы из просто активного состояния в агрессивное, достаточен и необходим возбуждающий стимул (например, слух), вызывающий общее возмущение, негодование.

Главная особенность, которую несет в себе *агрессивная толпа*, — это *деструктивное поведение* по отношению к окружающим предметам и людям. Всем хорошо знаком пример типичной агрессивной толпы — возбужденная группа спортивных болельщиков-фанатов.

Толпы, ведомые чувством страха, вызванного опасностью для жизни, можно подразделить на *спасающиеся* и *панические*, имеющие много общих характеристик:

- сильное эмоциональное возбуждение, вызванное переживанием страха;
- низкий уровень осознания своих действий;
- некритичное отношение к обстановке и т. д.

Такие толпы могут возникать в различных общественных местах в случаях повышенной опасности, на улицах крупных городов, например, в условиях неожиданно приближающейся природной угрозы. В последнее время актуальна проблема предотвращения появления подобных толп в связи с угрозами терактов.

*Панические толпы* отличаются от спасающихся, прежде всего, более высокой степенью угрозы для людей, полной утратой всякой организации; поведение людей походит на механические, автоматически совершаемые

действия, а их психическое состояние характеризуется так называемым суженным сознанием, когда люди многое из окружающего не воспринимают и могут вести себя неадекватно. Спасаящиеся толпы поддаются некоторой организации. Люди сохраняют остаточную способность к произвольной регуляции своего поведения, что позволяет им быть более адекватными окружающей обстановке, а их поведение сохраняет элементы предсказуемости.

Толпы также могут быть *демонстрирующими*, т. е. выражающими свое отношение к каким-либо социальным событиям, действиям властей или в целом к условиям жизни. Они могут принципиально различаться друг от друга по степени своей организованности и целенаправленности и в зависимости от этого приобретать или утрачивать признаки толпы. Жизненная практика показывает, что даже тщательно организованные акции, с одной стороны, под влиянием различных факторов или просто со временем легко могут терять организованность и целенаправленность, а с другой — могут вызвать, не желая того, образование новых толп, затрудняющих организованное проведение этих акций. Поэтому для управления демонстрирующими группами людей целесообразно знать и учитывать психологию толпы.

### **Психологические особенности поведения человека в толпе**

Человек в толпе и вне толпы ведет себя по-разному. Человек, подверженный влиянию толпы, меняет свое поведение, которое характеризуется следующими *признаками*:

1. *Снижение самоконтроля.* Усиливается зависимость от толпы, человек неосознанно подчиняется внешнему влиянию большой группы людей и снижается способность рефлексии собственного поведения.

2. *Деиндивидуализация поведения людей в толпе* — утрачивается индивидуальность поведения. Разные люди в поведении становятся похожими друг на друга.

3. *Неспособность удерживать внимание на одном и том же объекте.* Толпа в целом проявляет сниженные интеллектуальные качества, по сравнению с составляющими ее индивидами, взятыми вне толпы. В толпе наиболее ярко проявляются возросшая не критичность мышления и легкая переключаемость внимания, которая определяется внешними условиями.

4. *Характерные особенности переработки информации.* Человек в толпе легко воспринимает разнообразную информацию, быстро перерабатывает ее и распространяет, при этом совершенно произвольно искажая, трансформируя воспринятую информацию, т. е. порождая слухи.

5. *Повышенная внушаемость.* Человек в толпе легко может поверить в необычную информацию, заведомо невыполнимые обещания (например, политиков на выборах), следовать невероятным и нередко даже абсурдным призывам, лозунгам.

6. *Повышенная физическая, психофизиологическая и психическая активация.* В толпе, особенно в активной, происходит мобилизация всех ресурсов индивида, поэтому человек может проявить такие физические и психологические качества, которые становятся ему недоступными вне толпы, например, поднять что-то тяжелое, быстро бежать, высоко прыгать.

7. *Нетипичность, необычность поведения.* По сравнению с привычными условиями, человек часто проявляет неожиданные даже для него самого формы поведения (часто он потом не может поверить, что он совершал какие-то действия). Поэтому поведение человека, как и толпы в целом, характеризуется непредсказуемостью.

### **Вопросы для самоконтроля и задания**

1. Опишите каждый групповой эффект и найдите соответствующие примеры из своей жизни.
2. Какие позитивные и негативные стороны эффектов социальной лени и конформизма вы можете назвать?
3. Каким образом каждый из описанных эффектов может проявиться в школьном классе?
4. Каким образом большие социальные группы детерминируют поведение индивида?
5. Назовите признаки толпы.
6. Приведите примеры всех видов толп.
7. Какие психологические особенности содержит поведение человека в толпе?
8. Можно ли управлять толпой? Поясните свой ответ.

### **Список литературы**

1. Андреева Г.М. Социальная психология: учебник для вузов. 5-е изд., испр. и доп. - М.: Аспект-Пресс, 2007. - 365 с.
2. Андриенко Е.В. Социальная психология: учеб. пособие для студ. пед. вузов. - М.: Изд. центр "Академия", 2000. - 264 с.
3. Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р. Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме. – СПб.: ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК, 2004. – 560 с.
4. Битянова М.Р. Социальная психология: Учебное пособие. 2-е изд., перераб. – СПб.: Питер, 2008. – 368 с.
5. Журавлев А.Л., Соснин В.А., Красников М.А. Социальная психология. – М.: ФОРУМ: ИНФРА, 2006. – 416 с.
6. Кричевский Р.Л., Дубовская Е.М. Социальная психология малой группы. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 318 с.
7. Крысько В.Г. Социальная психология: учебник для студ. высш. учеб. заведений. - 2-е изд. - М.: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2007. - 432 с.

8. Назаретян А. П. Агрессивная толпа, массовая паника, слухи. Лекции по социальной и политической психологии. – СПб.: Издательство: Питер, 2003 г. - 192 с.
9. Ойстер К. Социальная психология групп. – СПб.: ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК, 2004. – 224 с.
10. Платонов Ю.П. Основы социальной психологии. – СПб.: Речь, 2004.
11. Платонов Ю.П. Основы этнической психологии. – СПб.: Речь, 2003.
12. Почебут Л.Г., Мейжис И.А. Социальная психология. – СПб.: Питер, 2010. – 672 с.
13. Психология совместной жизнедеятельности малых групп и организаций. Ответственные редакторы: А.Л. Журавлев, Е.В. Шорохова. – М.: Изд-во «Социум»; «Институт психологии РАН», 2001. – 288 с.
14. Свенцицкий А.Л. Социальная психология: Учебник. – М.: Проспект, 2003. – 336 с.
15. Чалдини Р., Кенрик Д., Нейберг С. Социальная психология. Пойми других, чтобы понять себя. – СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2002. – 256 с.
16. Чалдини Р., Кенрик Д., Нейберг С. Социальная психология. Пойми себя, чтобы понять других. – СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2002. – 336 с.

### **Рекомендуемые информационные ресурсы**

1. <http://tulpar.kpfu.ru/course/view.php?id=360>
2. <http://vocabulary.ru/> – Национальная психологическая энциклопедия
3. <http://univertv.ru/> – Образовательный видеопортал
4. <http://psypress.ru/> – Агентство психологических новостей
5. <http://psyjournals.ru/> – Портал психологических изданий
6. <http://psyresearchdigest.blogspot.ru/> – Дайджест психологических исследований
7. <http://bookap.info/> – Психологическая библиотека
8. <http://www.koob.ru/> – Электронная библиотека
9. <http://www.sbiblio.com/> – Русский гуманитарный интернет-университет
10. <http://psychlib.ru/> – Электронная библиотека МГППУ
11. <http://www.twirpx.com/> – Всё для студента
12. <http://www.socialpsychology.org/> – Social Psychology Network

### **Примерные вопросы к зачету**

1. Социальная психология как культурный феномен и наука. Структура современной социальной психологии.
2. Социально-психологические явления и методы их изучения.
3. Социальное взаимодействие. Общая характеристика взаимодействия. Разновидности взаимодействия.
4. Психология общения. Понятие и сущность общения. Виды и типы общения.
5. Социальная перцепция. Сущность и основные характеристики межличностного восприятия. Психологические особенности межличностного взаимопонимания.
6. Социальное познание людей и ситуаций.
7. Коммуникативные навыки. Компетентность в общении.
8. Психология межличностных отношений. Виды взаимоотношений. Развитие отношений. Отношения близости и сотрудничества.
9. Социальная психология личности. Понятие личности и ее социально-психологических особенностей. Социально-психологические типы личности.
10. Социализация личности. Личность в группе.
11. Я-концепция и идентичность личности.
12. Социальные установки. Социальные представления. Социальное мышление.
13. Психология групп. Групповые характеристики, законы и эффекты.
14. Психология малых групп. Характеристика социально-психологических процессов в малой группе. Развитие малых групп. Динамика малых групп.
15. Психология больших групп. Этническая психология. Кросс-культурная психология.
16. Психология межгрупповых отношений.
17. Психология массовидных явлений. Виды и основные характеристики толпы. Особенности поведения толпы. Психология паники.
18. Конфликтология. Общая характеристика конфликта и его виды. Структура и содержание конфликта. Управление конфликтом.
19. Способы психологического влияния. Закономерности психологического воздействия.
20. Социальная психология в образовании.

## Рекомендуемая литература

### Основная:

1. Андреева Г.М. Социальная психология: учебник для вузов. 5-е изд., испр. и доп. - М.: Аспект-Пресс, 2007. - 365 с.
2. Андриенко Е.В. Социальная психология: учеб. пособие для студ. пед. вузов. - М.: Изд. центр "Академия", 2000. - 264 с.
3. Крысько В.Г. Социальная психология: учебник для студ. высш. учеб. заведений. - 2-е изд. - М.: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2007. - 432 с.
4. Майерс Д. Социальная психология. – СПб.: Питер, 2005. – 794 с.
5. Социальная психология: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений/ под ред. А. Н. Сухова, А. А. Деркача, 3-е изд., испр. - М.: Изд. центр "Академия", 2005. - 600 с.

### Дополнительная:

1. Агеев В.С. Межгрупповое взаимодействие: социально-психологические проблемы. – М.: Изд-во МГУ, 1990. – 239 с.
2. Андреева Г.М. Психология социального познания. Учебное пособие. – М.: Аспект-пресс, 2004. – 288 с.
3. Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р. Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме. – СПб.: ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК, 2004. – 560 с.
4. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Психология человеческих взаимоотношений. Люди, которые играют в игры. – СПб.: Лениздат, 1992. – 400 с.
5. Бернс Р. Развитие Я-концепции и воспитание. – М.: Прогресс, 1986. – 420 с.
6. Битянова М.Р. Социальная психология: Учебное пособие. 2-е изд., перераб. – СПб.: Питер, 2008. – 368 с.
7. Введение в практическую социальную психологию: учебник для студ. вузов/ под. ред. Ю. М. Жукова, Л. А. Петровской, О. В. Соловьевой, 3-е испр. изд. - М.: Смысл, 1999. - 377с.
8. Горбунова М.Ю. Социальная психология / М.Ю. Горбунова. – М.: Изд-во ВЛАДОС-ПРЕСС, 2006. – 223 с.
9. Зимбардо Ф., Ляйппе М. Социальное влияние — СПб.: Питер, 2001. — 448 с.
10. Кричевский Р.Л., Дубовская Е.М. Социальная психология малой группы. — М.: Аспект Пресс, 2001. — 318 с.
11. Назаретян А. П. Агрессивная толпа, массовая паника, слухи. Лекции по социальной и политической психологии. – СПб.: Издательство: Питер, 2003 г. - 192 с.
12. Ойстер К. Социальная психология групп. – СПб.: ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК, 2004. – 224 с.

13. Олышанский Д.В. Психология масс. – СПб.: Питер, 2002. – 368 с. 2
14. Парыгин Б.Д. Социальная психология. – СПб.: Изд-во СПб ГУП, 2003. – 615 с.
15. Петровская Л.А. Компетентность в общении: социально-психологический тренинг. – М.: Изд-во МГУ, 1989. – 216 с.
16. Платонов Ю.П. Основы социальной психологии. – СПб.: Речь, 2004.
17. Платонов Ю.П. Основы этнической психологии. – СПб.: Речь, 2003.
18. Почебут Л.Г. Социальная психология толпы. – СПб.: Речь, 2004. – 240 с.
19. Почебут Л.Г., Мейжис И.А. Социальная психология. – СПб.: Питер, 2010. – 672 с.
20. Практикум по социальной психологии / Под ред. И.С. Клециной. – СПб.: Питер, 2008.- 256 с..
21. Роджер Р.Хок 40 исследований, которые потрясли психологию. Секреты выдающихся экспериментов. – СПб.: ПРАЙМ – ЕВРОЗНАК, 2003. – 416 с.
22. Росс Л., Нисбет Р. Человек и ситуация. – М.: Аспект Пресс, 1999. – 429 с.
23. Свенцицкий А.Л. Социальная психология: Учебник. – М.: Проспект, 2003. – 336 с.
24. Чалдини Р. Психология влияния. – СПб.: Питер, 2006. – 288 с.
25. Чалдини Р., Кенрик Д., Нейберг С. Социальная психология. Пойми других, чтобы понять себя. – СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2002. – 256 с.
26. Чалдини Р., Кенрик Д., Нейберг С. Социальная психология. Пойми себя, чтобы понять других. – СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2002. – 336 с.
27. Шевандрин Н.И. Социальная психология в образовании. – М.: ВЛАДОС, 1995.
28. Шибутани Т. Социальная психология. – Ростов н/Д: «Феникс», 2002. – 544 с.

## КРАТКИЙ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ СЛОВАРЬ

*«Мудрость состоит в том, чтобы изучив все, что только можно, иметь достаточную скромность, чтобы понимать, что мы не можем знать все» (С. Кови).*

**Агенты социализации** – люди, учреждения и социальные институты, при участии которых проходит социализация человека.

**Активное слушание** – процесс слушания, характерный намеренно повышенной активностью восприятия и субъективного участия индивида в ситуации общения.

**Атрибуция** (англ. *attribute* — приписывание) — приписывание социальным объектам (человеку, группе, социальной общности) характеристик, не представленных в поле восприятия.

**Аттитюд** – (фр. *attitude* - поза или лат. *aptitudo* - пригодность, соответствие) предрасположенность (склонность) субъекта к совершению определенного социального поведения, предрасположенность воспринимать, оценивать, осознавать и, как итог, действовать относительно данного социального объекта (явления) определенным образом.

**Аффилиация** – (от англ. *affiliation* - соединение, связь) - потребность (мотивация) в общении, в эмоциональных контактах, дружбе, любви.

**Бессознательное** — в самом широком смысле, психические процессы, не осознаваемые индивидом.

**Влияние** – процесс и результат изменения индивидом поведения другого человека, его установок, намерений, представлений, оценок и т.п. в ходе взаимодействия с ним.

**Внутриличностный конфликт** – состояние неудовлетворенности человека какими-либо обстоятельствами его жизни, связанное с наличием у него противоречащих друг другу интересов, стремлений, потребностей, порождающих аффекты, и стрессы.

**Внушение** – (англ. *suggestion*) - вид целенаправленного коммуникативного влияния на поведение и сознание человека (или группы людей), в результате которого человек (группа людей) вопреки имеющейся фактической информации (воспринимаемой, извлекаемой из памяти) признает существование того, что в действительности не существует, либо что-то делает вопреки своим намерениям или привычкам. Иначе говоря, В. изменяет свойственные человеку способы анализа информации и способы поведения.

**Группа** – два или более человека, которые взаимодействуют друг с другом, осознают свою групповую принадлежность и участвуют в совместной деятельности. Это ограниченная в размерах общность людей,



выделяемая из социального целого на основе определенных признаков (характера выполняемой деятельности, социальной или классовой принадлежности, структуры, композиции, уровня развития и т.д.).

**Групповая динамика** – (англ. *group dynamics*) - условное название социально-психологических исследований, посвященных проблемам формирования и развития групп, факторам, влияющим на их сплоченность и эффективность.

**Групповые эффекты** – это способы влияния людей друг на друга, а также механизмы функционирования группы, посредством которых осуществляются групповые процессы и достигаются групповые состояния.

**Деиндивидуализация** (англ. *Deindividuation*) – утрата самоосознания и боязни оценки; возникает в групповых ситуациях, которые обеспечивают анонимность и не концентрируют внимание на отдельном индивиде.

**Диалог** – (от греч. *dialogos* - разговор, беседа) - вид речи, заключающийся в попеременном обмене знаковой информацией (в том числе и паузами, молчанием, жестами) двух и более субъектов.

**Доступность эвристики** (англ. *Availability heuristic*) – эффективный, но небезошибочный эмпирический метод, который оценивает вероятность вещей с точки зрения их доступности в памяти. Если какие-то приемы легко приходят на ум, мы полагаем, что они являются общепринятыми.

**Дружба** – (англ. *friendship*) - отношения между людьми, основанные на взаимной привязанности, духовной близости, общности интересов, симпатии.

**Заражение** – процесс передачи эмоционального состояния между индивидами на уровне их первой сигнальной системы, то есть без решающего смыслового влияния (знакового, вербального и др.).

**Идентичность** (лат. *identicus* — тождественный, одинаковый) — осознание личностью своей принадлежности к той или иной социально-личностной позиции в рамках социальных ролей и эго состояний.

**Интеракция** – (англ. *interaction*, лат. *inter* - между и *actio* - деятельность) определяется как взаимодействие, взаимное влияние людей или групп друг на друга.

**Картина мира** – целостный образ мира, имеющий исторически обусловленный характер. Формируется в обществе в рамках исходных мировоззренческих установок.

**Каузальная атрибуция** – интерпретация человеком восприятия межличностного причин и мотивов поведения других людей.

**Когнитивный диссонанс** – (англ. *cognitive dissonance*) переживание дискомфорта, возникающее из-за действий, идущих вразрез с собственными убеждениями (аттитюдами).

**Когнитивный процесс** – способ, посредством которого мы приобретаем, трансформируем и храним информацию из окружения; то есть

высшие психические процессы, которые мы используем, чтобы узнать и объяснить мир.

**Коллектив** – (лат. *collectivus* - собирательный) - группа объединенных общими целями и задачами людей, достигшая в процессе социально ценной совместной деятельности высокого уровня развития.

**Коммуникация** – (от англ. *communicate* -сообщать, передавать) передача информации от одного человека к другому, один из способов доведения индивидом до других людей идей, фактов, мыслей, чувств и ценностей.

**Конгруэнтность** – (от англ. *congruence*) подлинность, открытость, честность, это процесс безоценочного принятия и осознания человеком своих собственных реальных и актуальных ощущений, переживаний и проблем с их последующим точным озвучиванием в языке и выражением в поведении способами, не травмирующими др. людей (иначе говоря, при соблюдении человеком условия "как если бы" это озвучивание и выражение было адресовано ему самому).

**Контакт** – минимально необходимое условие общения, позволяющее реализовать его на самом поверхностном уровне. Может обеспечиваться как в знаковой (звуковой) форме, так и с использованием незнаковых (невербальных) средств.

**Конформизм** (лат. *conformis* — подобный, сходный) — поведение людей, характеризующееся приспособленчеством, соглашательством, опасением противостоять сложившимся мнениям и взглядам окружающих (стремление не оказаться "белой вороной").

**Конформность** – (лат. *conformis* — подобный, сходный) — податливость человека реальному или воображаемому давлению группы, проявляющаяся в изменении его поведения и установок в соответствии с первоначально не разделявшей его позицией большинства.

**Культура** - ценности, нормы и продукты материального производства, характерные для данного общества.

**Личность** – особое качество человека, приобретаемое им в социокультурной среде в процессе совместной деятельности и общения.

**Масса** (лат. *massa* — ком, кусок) – любое большое число неорганизованных в какую-либо определённую структуру людей.

**Межличностная аттракция** – (англ. *attraction*; от лат. *attrahere* - тянуть к себе, притягивать, в переносном смысле - привлекать, склонять) взаимное эмоциональное тяготение, влечение людей друг к другу, проявляемое в чувствах симпатии дружбы, любви и т. п.

**Методы активного социально-психологического обучения** – способы формирования коммуникативной культуры человека.

**Монолог** – (от греч. *monos* – один и *logos* – речь, слово) – вид речи, имеющий одного субъекта и представляющий собой сложное (обособленное) синтаксическое целое в структурном отношении совсем или почти не связанный с речью собеседника (таковой может и вообще отсутствовать).

**Мы-группа** (англ. *Ingroup*) – группа людей, разделяющих чувство принадлежности к группе, чувство общей идентичности.

**Направленность личности** – устойчивая (трансситуативная) устремленность, ориентированность мыслей, чувств, желаний, фантазий, поступков человека, которая является следствием доминирования определенных (главных, ведущих) мотиваций.

**Научение** – процесс и результат приобретения индивидуального опыта (знаний, умений и навыков).

**Общение** — многоаспектный и многоплановый процесс формирования, обеспечения и реализации межличностного и межгруппового контакта, который обусловлен необходимостью организации осуществления и поддержания совместной деятельности людей.

**Подражание** – воспроизведение одним субъектом движений, действий, поведения другого субъекта.

**Полоролевая социализация (гендерная социализация)** – процесс усвоения индивидом культурной системы гендера того общества, в котором он живет, своеобразное общественное конструирование различий между полами.

**Потребности** – (англ. *needs*) - форма связи живых организмов с внешним миром, источник их активности (поведения, деятельности). П. как внутренние сущностные силы организма побуждают его к осуществлению качественно определенных форм активности, необходимых для сохранения и развития индивида и рода.

**Принадлежность** – чувство у индивида включенности в группу или принятие группой.

**Пропаганда** (лат. *propagare* – распространять) – любые попытки манипулировать или управлять общественным мнением.

**Референтная группа** – (лат. *referens* — сообщающий) — реальная или условная социальная общность, с которой индивид соотносит себя как с эталоном и на нормы, мнения, ценности и оценки которой он ориентируется в своем поведении.

**Ритуал** – культурно или социально стандартизированный набор действий, определяемый традицией (обычно религиозной, магической или националистической) и почти или совсем не обнаруживающий никаких изменений от раза к разу.

**Роль** – социальная функция личности; соответствующий принятым нормам способ поведения людей в зависимости от их статуса или позиции в обществе, в системе межличностных отношений.

**Самооценка** – (англ. *self-esteem*) - ценность, значимость, которой индивид наделяет себя в целом и отдельные стороны своей личности, деятельности, поведения.

**Самоуважение** — это предпочитаемость своего образа, в повседневной речи определяемая как чувство собственного достоинства.

**Социализация** – (англ. *socialization*; от лат. *socialis* - общественный) - процесс усвоения индивидом социального опыта, системы социальных связей и отношений.

**Социальная перцепция** – (лат. *perceptio* - восприятие и *socialis* - общественный) - восприятие, понимание и оценка людьми социальных объектов (других людей, самих себя, групп, социальных общностей и т. п.).

**Социальная психология** – научная дисциплина, изучающая закономерности поведения и деятельности людей, обусловленные фактором их включения в социальные группы, а также психологические характеристики самих этих групп.

**Социальная ситуация** – внешние события и обстоятельства, связанные с взаимодействием с другими людьми.

**Социальная фасилитация** – (англ. *social facilitation*) - один из эффектов "группы", состоящий в том, что активность индивида повышается в условиях ее осуществления в "группе" по сравнению с обычным уровнем этой же активности при индивидуальном осуществлении.

**Социально-психологические эффекты** – устойчивые, достаточно легко определяемые как экспериментально, так и в реальной повседневной жизни закономерности, отражающие особенности межличностных отношений в группе и раскрывающие психологическую специфику тех процессов, хоть порой и в упрощенном, схематическом виде, но содержательно характеризуют основные параметры контактного взаимодействия и общения.

**Социальные представления** – общественное обыденное сознание, в котором очень сложно взаимодействуют на уровне здравого смысла различные убеждения (отчасти иррациональные), идеологические взгляды, знания, собственно наука, раскрывающие и во многом составляющие социальную реальность.

**Социальный конструктивизм** – подход к исследованию социальных психологических предметов. Социальные конструктивисты отстаивают некоторые экстремальные, но интересные позиции, включая и положение о том, что не существует такой вещи, как познаваемая объективная действительность. Кроме того, они утверждают, что все знания получены из мысленных конструкций членов социальной системы.

**Социальный контроль** – система способов воздействия общества и социальных групп на личность с целью регуляции ее поведения и приведения его в соответствие с общепринятыми в данной общности нормами.

**Социометрия** (лат. *societas* — общество греч. *metreo* — измеряю) — разработанная Дж. Морено психологическая теория общества и одновременно социально-психологический тест, применяемый для оценки межличностных эмоциональных связей в группе.

**Стихийные группы** – кратковременные объединения большого числа лиц, с различными интересами, но собравшихся вместе определенному поводу и демонстрирующих совместные действия; возникают стихийно, не

обязательно четко осознают свои цели; среди стихийных групп выделяют толпу, массу, публику.

**Теория социального обмена** (англ. *social exchange theory*) – теория, согласно которой люди оценивают свои отношения с другим человеком в соответствии с: а) вознаграждениями и затратами на них, б) от того, каких взаимоотношений они, как им кажется, заслуживают, и в) от шансов найти более удовлетворяющие взаимоотношения с другим человеком.

**Убеждение** – способ вербального (словесного) влияния, который включает в себя систему доводов, соотносящихся по законам формальной логики и обосновывающих выдвигаемый индивидом тезис.

**Феноменология** – психологический подход, основная предпосылка которого заключается в том, что субъективное и непосредственное восприятие события является важным фактором поведения человека.

**Эмпатия** – (от греч. *empathia* - сопереживание) - постижение эмоционального состояния, проникновение - вчувствование в переживания другого человека.

**Этнос** – (от греч. *ethnos* - племя, группа, народ) - исторически сложившаяся на определенной территории устойчивая совокупность людей, обладающая единым языком, общими относительно стабильными особенностями культуры и психики, а также общим самосознанием (сознанием своего единства и отличия от всех других подобных образований), зафиксированным в самоназвании.

**Я-концепция** – (англ. *self-concept*) - развивающаяся система представлений человека о самом себе, включающая: а) осознание своих физических, интеллектуальных, характерологических, социальных и пр. свойств; б) самооценку, в) субъективное восприятие влияющих на собственную личность внешних факторов.

**Я-образ** — совокупность чувственных образов (ощущений, восприятий, представлений) и характерных образов своих действий по отношению к самому себе и другим.

## ПРИЛОЖЕНИЕ

### Тест по курсу «Социальная психология»

*Цель теста:* дифференциация студентов по уровню знаний по дисциплине «Социальная психология».

1. Когда начала формироваться социальная психология как самостоятельная отрасль научного знания?
  - a) в начале XIX века
  - b) в середине XX века
  - c) в конце XIX века**
  - d) в XVIII веке
2. Что из перечисленного не является разделом социальной психологии?
  - a) социальная психология личности
  - b) социальная психология общения и межличностного взаимодействия
  - c) психология воспитания**
  - d) социальная психология групп
3. Какая из перечисленных характеристик социально-психологического подхода неверна?
  - a) Фокусировка на поведении и психических процессах индивида
  - b) Объективное восприятие индивидом действительности**
  - c) Акцент на ситуационных причинах поведения
  - d) Научность и экспериментальность подхода
4. Что из перечисленного Л.Росс и Р.Нисбетт не относили к «трём китам» социальной психологии?
  - a) Принцип ситуационизма
  - b) Принцип объективной интерпретации**
  - c) Принцип субъективной интерпретации
  - d) Представление о напряжённых системах
5. Какой из перечисленных продуктов развития человеческой цивилизации появился позже остальных?
  - a) «Я»**
  - b) «МЫ»
  - c) «ОНИ»
  - d) «ОНО»

6. Кто является автором эволюционного подхода в социальной психологии?

- a) **У.Мак-Дугалл**
- b) Э. Росс
- c) Р.Уолтерс
- d) К.Левин

7. Кто из ученых разрабатывал психоаналитическое направление?

- a) Л. Фестингер
- b) А. Бандура
- c) **З. Фрейд**
- d) Э. Росс

8. В каком подходе в социальной психологии считается, что социальное поведение человека направляется его субъективной интерпретацией событий социального мира?

- a) эволюционный
- b) социокультурный
- c) **феноменологический**
- d) социально-когнитивный

9. Какие мотивы оказывают наиболее сильное влияние на социальное взаимодействие?

- a) **долгосрочные**
- b) повседневные
- c) базовые
- d) ситуационные

10. Выберите два основных предположения, раскрывающие суть социального поведения:

- a) **Социальное поведение является целенаправленным**
- b) **Социальное поведение представляет собой постоянное взаимодействие между личностью и ситуацией**
- c) Социальное поведение представляет собой постоянное взаимодействие между личностью и окружающим миром
- d) Социальное поведение представляет собой постоянное взаимодействие между личностью и социумом

11. Сложный составной образ, или картина, включающая в себя совокупность представлений личности о себе самой вместе с эмоционально-оценочными компонентами этих представлений - это:

- a) самооценка
- b) уровень притязаний
- c) **«Я - концепция»**

d) «Я - структура»

12. Какие две подструктуры были выделены У. Джемсом в «Я – концепции»?

- a) чистое и телесное
- b) чистое и материальное
- c) духовное и социальное
- d) чистое и эмпирическое**

13. Представление индивида о том, что думают о нем другие - это:

- a) реальное «Я»
- b) идеальное «Я»
- c) зеркальное «Я»**
- d) социальное «Я»

14. Какой компонент чаще всего связан с когнитивным компонентом предубеждения?

- a) аффективный компонент**
- b) поведенческий компонент
- c) социальный компонент
- d) адаптивный компонент

15. Основными свойствами установок являются (выберите правильные):

- a) устойчивость**
- b) пристрастность
- c) стереотипность
- d) изменчивость**

16. Какие два аспекта изучения имеет социальная роль?

- a) ролевое ожидание**
- b) социальное поведение
- c) ролевое исполнение**
- d) конфликт ролей

17. Какие виды социальных ролей выделяют в зависимости от общественных отношений?

- a) социальные роли**
- b) межличностные социальные роли**
- c) конвенциональные роли
- d) эмоциональные роли

18. Социальное познание включает в себя:

- a) понимание других людей**



- b) взаимоотношение людей
- c) понимание социальных ситуаций**
- d) понимание всего происходящего

19. Какие два типа умозаключений выделил Ф. Хайдер?

- a) внешняя атрибуция**
- b) открытая атрибуция
- c) внутренняя атрибуция**
- d) эгоцентрическая атрибуция

20. Какие три группы функций общения выделяют в системе отношений?

- a) социальная**
- b) инструментальная**
- c) психологическая**
- d) информационная

21. Как называются устоявшиеся привычные формы поведения человека по отношению к другим для достижения тех или иных целей в отношениях?

- a) манипулятивное общение
- b) стили общения**
- c) установление и развитие контактов между людьми
- d) безоценочное познание

22. Как называется процесс непосредственного или опосредованного воздействия субъектов общения друг на друга, а также организации их совместной деятельности?

- a) перцепция
- b) интеракция**
- c) проекция
- d) коммуникация

23. Как называется осмысление субъектом того, какими средствами и почему он произвел то, или иное впечатление на партнера по общению?

- a) идентификация
- b) интерпретация
- c) рефлексия**
- d) стереотипизация

24. Как называется сложное психологическое свойство личности, которое как бы «притягивает к себе» партнера по общению и непроизвольно вызывает у него чувство симпатии?

- a) межличностная совместимость
- b) эмоциональная привлекательность**

**с) межличностная привлекательность**

d) психологическая совместимость

25. Какие чувства проявляются в различных формах позитивных эмоций и состояний, демонстрация которых свидетельствует о готовности к сближению и совместной деятельности?

**а) конъюнктивные**

b) индифферентные

с) амбивалентные

d) дизъюнктивные

26. При какой технике влияния для усиления уступчивости, сначала человека просят о небольшом одолжении, а затем предъявляют более значительную просьбу?

**а) «нога в дверях»**

b) «прямо в лоб»

с) «низкая подача мяча»

d) «это еще не все»

27. Какой механизм психологического воздействия воздействует в первую очередь на эмоциональную, бессознательную сферу психики личности или группы людей часто против их воли?

**а) внушение**

b) принуждение

с) подражание

d) убеждение

28. Как называют признак малой группы, суть которого состоит в возможности каждого члена группы регулярно общаться друг с другом, воспринимать и оценивать друг друга, обмениваться информацией?

**а) контактность**

b) психологическая близость

с) сплоченность

d) ролевые отношения

29. Для какой стадии развития группы характерно формирование чувства принадлежности к группе, возникновение желания устанавливать отношения с другими участниками, ориентирование в групповых задачах и нормах, распределение групповых ролей?

**а) стадия проверки и зависимости**

b) стадия внутреннего конфликта

с) стадия сплоченности и привязанности

d) стадия продуктивности

30. Какой эффект связан с усилением доминантных реакций в присутствии других?

- a) эффект социальной фасилитации**
- b) эффект группового фаворитизма
- c) эффект группового эгоизма
- d) эффект «маятника»

31. Какие компоненты включает групповая идентичность как установка на принадлежность к определенной группе?

- a) когнитивный**
- b) эмоциональный**
- c) поведенческий**
- d) социальный

32. Как группы делятся по характеру организованности?

- a) стихийно возникающие**
- b) организованные**
- c) пассивные
- d) активные

33. Какие вы знаете уровни развития больших социальных групп?

- a) типологический**
- b) ассоциативный
- c) идентификации**
- d) солидарности**

34. На каком уровне социальной жизни возникают отношения между первичными группами в рамках определенной общности?

- a) макроуровень
- b) мезоуровень**
- c) микроуровень
- d) мегауровень

35. Какие тенденции являются основными в межгрупповых отношениях?

- a) дифференциации**
- b) интеграции**
- c) стратификации
- d) доминирования