ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Петербургский государственный университет путей сообщения

Императора Александра I»

(ФГБОУ ВО ПГУПС)

**Кафедра «Прикладная психология»**

**Е.Г. Щелокова**

**ФТД.03 «Проблемы общей и социальной психологии»**

**Конспект лекций**

по направлению подготовки 37.03.01 «Психология»

по магистерской программе

«Организационная психология»

Форма обучения – очная

Санкт-Петербург

2022

**Раздел II. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ**

**ЛЕКЦИЯ 5. СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ И ЗАРУБЕЖНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ С ПОЗИЦИЙ КРИТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА, СИСТЕМНОГО И СОЦИОКУЛЬТУРНОГО ПОДХОДОВ: ПРЕДМЕТ, ОБЪЕКТ, ЗАДАЧИ, МЕТОДЫ СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ**

**План**

1. **Основные проблемы, объект и предмет социальной психологии**

**2. История развития и современные направления отечественной и зарубежной социальной психологии**

**3. Методы социальной психологии: специфика психологического эксперимента, наблюдения, опроса и тестирования**

**1. Основные проблемы, объект и предмет социальной психологии**

Что такое социальная психология? Это наука о том, как люди (и группы людей) думают, чувствуют, ведут себя в зависимости от реального, предполагаемого или воображаемого присутствия других людей.

Предмет социальной психологии соотносится, с одной стороны, с предметом социологии, имея отношение к исследованию «массовидных явлений психики»; с другой стороны, социальная психология, наряду с общей, изучает личность, делая акцент на положении личности в группе, межличностных отношениях

Социальная природа человека, по мнению Л. Г. Почебут (2002), включает в себя три важных аспекта: биологическую сущность (социальные инстинкты); социальную сущность (взаимодействие между людьми) и психическую сущность (когнитивные процессы категоризации окружающего социального мира) (рис. 1)

**Психическая сущность:**

когнитивные процессы

социальной категоризации

**Социальная сущность:**

взаимодействие

между людьми

СОЦИАЛЬНОЕ

**Биологическая сущность:**

социальный инстинкт

**Рисунок 1.** Три стороны проявления социальной природы человека

по Л. Г. Почебут, 2002

Само сочетание слов «социальная психология» указывает на специфическое место, которое занимает эта дисциплина в системе научного знания. Возникнув, на стыке наук — психологии и социологии, социальная психология до сих пор сохраняет свой особый статус. Это приводит к тому, что каждая из «родительских» дисциплин довольно охотно включает ее в себя в качестве составной части. Такая неоднозначность положения научной дисциплины имеет много различных причин. Главной из них является объективное существование такого класса фактов общественной жизни, которые сами по себе могут быть исследованы лишь при помощи объединенных усилий двух наук: психологии и социологии. С одной стороны, любое общественное явление имеет свой «психологический» аспект, поскольку общественные закономерности проявляются не иначе как через деятельность людей, а люди действуют, будучи наделенными сознанием и волей. С другой стороны, в ситуациях совместной деятельности людей возникают совершенно особые типы связей между ними, связей общения и взаимодействия, и анализ их невозможен вне системы психологического знания.

Другой причиной двойственного положения социальной психологии является сама история становления этой дисциплины, которая вызревала в недрах одновременно и психологического, и социологического знания и в полном смысле слова родилась «на перекрестке» этих двух наук. Все это создает немалые трудности как в определении предмета социальной психологии, так и в выявлении круга ее проблем. Вместе с тем потребности практики общественного развития диктуют необходимость исследования таких пограничных проблем, и вряд ли можно «ожидать» окончательного решения вопроса о предмете социальной психологии для их решения. Запросы на социально-психологические исследования в условиях современного этапа развития общества поступают буквально из всех сфер общественной жизни, особенно в связи с тем, что в каждой из них сегодня происходят радикальные изменения. Такие запросы следуют из области промышленного производства, различных сфер воспитания, системы массовой информации, области демографической политики, борьбы с антиобщественным поведением, спорта, сферы обслуживания и т.д. Можно утверждать, что практические запросы опережают развитие теоретического знания в социальной психологии.

Все это, несомненно, стимулирует интенсивное развитие социальной психологии на современном этапе. Необходимость этого усугубляется еще двумя обстоятельствами. Во-первых, тем, что в истории существования советской социальной психологии как самостоятельной науки был довольно длительный перерыв и новый этап бурного оживления социально-психологических исследований начался лишь в конце 50-х — начале 60-х годов. Во-вторых, тем, что социальная психология по своему существу является наукой, стоящей весьма близко к острым социальным и политическим проблемам, а потому принципиально возможно использование ее результатов различными общественными силами. Социальная психология на Западе имеет весьма солидную историю, которая также убедительно подтверждает эту истину. Таким образом, для социальной психологии, как, может быть, ни для какой другой науки, актуально одновременное решение двух задач: и выработки практических рекомендаций, полученных в ходе прикладных исследований, столь необходимых практике, и «достраивание» своего собственного здания как целостной системы научного знания с уточнением своего предмета, разработкой специальных теории и специальной методологии исследований.

Приступая к решению этих задач, естественно, необходимо очертить круг проблем социальной психологии, чтобы более строго определить задачи, которые могут быть решены средствами этой дисциплины. Мы исходим при этом из принятия той точки зрения, что, несмотря на пограничный характер, социальная психология является частью психологии (хотя существуют и другие точки зрения, например, отнесение социальной психологии к социологии). Следовательно, определение круга ее проблем будет означать выделение из психологической проблематики тех вопросов, которые относятся к компетенции именно социальной психологии. Поскольку психологическая наука в нашей стране в определении своего предмета исходит из принципа деятельности, можно условно обозначить **специфику социальной психологии как изучение закономерностей поведения и деятельности людей, обусловленных включением их в социальные группы, а также психологических характеристик самих этих групп** (Г.М. Андреева)

Согласно В.Н. Мясищеву (1949 г.), социальная психология исследует:

1) изменения психической деятельности людей в группе под влиянием взаимодействия,

2) особенности групп,

3) психическую сторону процессов общества.

Важно, что при всех частных расхождениях предложенных схем основная идея быта общей – предмет социальной психологии достаточно широк, и можно с двух сторон двигаться к его определению – как со стороны личности, так и со стороны массовых психических явлений. По-видимому, такое понимание более всего отвечало реально складывающейся практике исследований, а значит, и практическим запросам общества; именно поэтому оно и оказалось если не единогласно принятым, то, во всяком случае, наиболее укоренившимся. Можно убедиться, что предложенное в начале главы рабочее определение дано в рамках данного подхода.

Но согласие в понимании круга задач, решаемых социальной психологией, еще не означает согласия в понимании ее соотношения с психологией и социологией.

Поэтому относительно самостоятельно дискутируется вопрос о «границах» социальной психологии. Здесь можно выделить четыре позиции:

1) социальная психология есть часть социологии;

2) социальная психология есть часть психологии;

3) социальная психология есть наука «на стыке» психологии и социологии, причем сам «стык» понимается двояко: а) социальная психология отторгает определенную часть психологии и определенную часть социологии;

4) она захватывает «ничью землю» — область, не принадлежащую ни к социологии, ни к психологии.

Если воспользоваться предложением американских социальных психологов Макдэвида и Харрари (а вопрос о месте социальной психологии в системе наук обсуждается не менее активно и в американской литературе), то все указанные позиции можно свести к двум подходам: интрадисциплинарному и интердисциплинарному. Иными словами, место социальной психологии можно стремиться отыскать внутри одной из «родительских» дисциплин или на границах между ними. Это можно изобразить при помощи следующей схемы (рис. 2).



**Рисунок 2.** Варианты определения места социальной психологии (границы с социологией и психологией); по Г.М. Андреевой

Несмотря на кажущиеся довольно существенные различия, все предложенные подходы по существу останавливаются перед одной и той же проблемой: какая же «граница» отделяет социальную психологию от психологии, с одной стороны, и от социологии – с другой. Ведь где ни «помещать» социальную психологию, она все равно при всех условиях граничит с этими двумя дисциплинами. Если она часть психологии, то где граница именно социально-психологических исследований внутри психологии? Социология, если она даже при таком рассмотрении оказалась за пределами социальной психологии, все равно тоже граничит с ней в силу специфики предмета той и другой дисциплины. Такое же рассуждение можно привести и относительно положения социальной психологии внутри социологии. Но и при интердисциплинарном подходе мы не уйдем от вопроса о «границах»: что значит «на стыке», какой частью стыкуются психология и социология? Или что значит «самостоятельная дисциплина»: «отсекает» ли она какие-то части у психологии и социологии или вообще имеет какие-то абсолютно самостоятельные области, не захватываемые никоим образом ни психологией, ни социологией. Попробуем рассмотреть эти «границы» с двух сторон в отдельности. Что касается социологии, то ее современная структура обычно характеризуется при помощи выделения трех уровней: общей социологической теории, специальных социологических теорий, конкретных социологических исследований. Следовательно, в системе теоретического знания имеются два уровня, каждый из которых соприкасается непосредственно с проблемами социальной психологии. На уровне общей теории исследуются, например, проблемы соотношения общества и личности, общественного сознания и социальных институтов, власти и справедливости и т.п. Но именно эти же проблемы представляют интерес и для социальной психологии. Следовательно, здесь проходит одна из границ. В области специальных социологических теорий можно найти несколько таких, где очевидны и социальнопсихологические подходы, например социология массовых коммуникаций, общественного мнения, социология личности. Пожалуй, именно в этой сфере особенно трудны разграничения, и само понятие «границы» весьма условно. Можно сказать, что по предмету различий часто обнаружить не удается, они прослеживаются лишь при помощи выделения специфических аспектов исследования, специфического угла зрения на ту же самую проблему. Относительно «границы» между общей психологией и социальной психологией вопрос еще более сложен. Если оставить в стороне первую интерпретацию социальной психологии как учения о социальной детерминации психики человека, ибо в этом смысле вся психология, ориентирующаяся на культурно-историческую традицию, социальна, то специфическая проблематика социальной психологии, естественно, ближе всего к той части общей психологии, которая обозначается как психология личности. Упрощенно было бы думать, что в общей психологии исследуется личность вне ее социальной детерминации, а лишь социальная психология изучает эту детерминацию. Весь смысл постановки проблемы личности, в частности в отечественной школе психологии, в том и заключается, что личность с самого начала рассматривается как «заданная» обществом. А.Н. Леонтьев отмечает, что деятельность конкретных индивидов может протекать в двух формах: в условиях открытой коллективности или с глазу на глаз с окружающим предметным миром. Но «в каких бы, однако, условиях и формах ни протекала деятельность человека, какую бы структуру она ни приобретала, ее нельзя рассматривать как изъятую из общественных отношений, из жизни общества» (Леонтьев, 1975. С. 82). С этой точки зрения в общей психологии исследуется структура потребностей, мотивов личности и т.д. И тем не менее остается класс специфических задач для социальной психологии. Не говоря уже о тех задачах, которые просто не решаются общей психологией (динамика развития межличностных отношений в группах, сама природа совместной деятельности людей в группах и формы складывающегося общения и взаимодействия), даже относительно личности у социальной психологии есть своя собственная точка зрения: как конкретно действует личность в различных реальных социальных группах — вот проблема социальной психологии. Она должна не просто ответить на вопрос о том, как формируются мотивы, потребности, .установки личности, но почему именно такие, а не иные мотивы, потребности, установки сформировались у данной личности, в какой мере все это зависит от группы, в условиях которой эта личность действует и т.д. Таким образом, сфера собственных интересов социальной психологии просматривается довольно четко, что и позволяет отграничить ее как от проблем социологии, так и от проблем общей психологии. Это, однако, не прибавляет аргументации в пользу более точного выявления статуса социальной психологии между двумя указанными дисциплинами, хотя и дает основания для определения областей исследования. Что же касается статуса, то споры о нем идут до сих пор и в западной социальной психологии. Французские исследователи Пэнто и Гравитц так объясняют основную линию этой полемики... До возникновения социальной психологии были две линии развития проблематики личности и общества: психология анализировала природу человека, социология анализировала природу общества. Затем возникла самостоятельная наука – социальная психология, которая анализирует отношение человека к обществу. Эта схема возможна лишь относительно такой психологии, которая анализирует природу человека в отрыве от природы общества. Но теперь уже трудно отыскать такого рода психологические теории, хотя многие из них, признавая факт «влияния» общества на человека, не находят корректного решения проблемы о способах этого влияния. Понимание предмета социальной психологии и ее статуса в системе наук зависит от понимания предметов как психологии, так и социологии.

*Задачи социальной психологии и проблемы общества*

Столь обширная дискуссия по поводу предмета социальной психологии – участь большинства наук, возникающих на стыке различных дисциплин. Точно так же и итоги дискуссий во всех этих случаях не обязательно приводят к выработке точной дефиниции. Однако они все равно крайне необходимы потому, что, во-первых, помогают очертить круг задач, решаемых этой наукой, и, во-вторых, ставят нерешенные проблемы более четко, заставляя попутно осознавать свои собственные возможности и средства. Так, дискуссия о предмете социальной психологии не может считаться вполне законченной, хотя база достигнутого согласия вполне достаточна, чтобы проводить исследования. Вместе с тем остается несомненным, что не все точки над «i» поставлены. Как известный компромисс сложилось такое положение, что практически в нашей стране сейчас существуют две социальные психологии: одна, связанная преимущественно с более «социологической», другая –преимущественно с «психологической» проблематикой.

В этом смысле ситуация оказалась сходной с той, которая сложилась и в ряде других стран. Так, например, в США социальная психология официально существует «дважды»: ее секция есть внутри Американской социологической ассоциации и внутри Американской психологической ассоциации; в предисловиях к учебникам обычно указывается, является ли автор социологом или психологом по образованию. В 1954 г. в США по предложению известного социального психолога Т. Ньюкома в одном из университетов был поставлен любопытный эксперимент: курс социальной психологии читался половине студентов одного курса в первом семестре лектором-социологом, второй половине во втором семестре – лектором-психологом. После окончания курсов студентам было предложено провести дискуссию по проблемам социальной психологии, но она не получилась, так как студенты были в полной уверенности, что прослушали совершенно различные курсы по совершенно различным дисциплинам. Изданный в США в 1985 г. учебник К. Стефан и В. Стефан так и называется «Две социальные психологии». Конечно, такая двойственность вызывает ряд неудобств. Она может быть допустима лишь на каком-то этапе развития науки, польза от дискуссий о ее предмете должна заключаться, между прочим, и в том, чтобы способствовать однозначному решению вопроса. Острота проблем социальной психологии диктуется, однако, не только некоторой неопределенностью ее положения в системе наук и даже не преимущественно этой ее особенностью. Весьма важной и существенной чертой социально-психологического знания является его включенность (в большей мере, чем других областей психологии) в социальную и политическую проблематику общества. Конечно, это касается в особой степени таких проблем социальной психологии, как психологические характеристики больших социальных групп, массовых движений и т.д. Но и традиционные для социальной психологии исследования малых групп, социализации или социальных установок личности связаны с теми конкретными задачами, которые решаются обществом определенного типа. В теоретической части социально-психологического знания непосредственно влияние конкретных социальных условий, традиций культуры. В определенном смысле слова можно сказать, что социальная психология сама является частью культуры. Отсюда возникают по крайней мере две задачи для исследователей. Во-первых, задача корректного отношения к зарубежной социальной психологии, прежде всего к содержанию ее теоретических концепций, а также методов и результатов исследований. Как об этом свидетельствуют многочисленные западные работы, большинство практически ориентированных исследований в социальной психологии было вызвано к жизни совершенно конкретными потребностями практики. Следовательно, сама ориентация этих исследований должна быть внимательно изучена под углом зрения задач, в свое время поставленных практикой. Современные научные исследования не могут осуществляться без определенной системы их финансирования, а система эта сама по себе диктует и цель, и определенную «окраску» основного направления работы. Поэтому вопрос об отношении к традиции социальной психологии любой другой страны не имеет однозначного решения: нигилистическое отрицание чужого опыта здесь столь же неуместно, сколь и простое копирование идей и исследований. Не случайно в современной социальной психологии введено понятие «социального контекста», т.е. привязанности исследования к определенной социальной практике. Во-вторых, задача тщательной отработки проблемы прикладного исследования в социальной психологии. Исследования, проводимые непосредственно в различных звеньях общественного организма, требуют не только высокого профессионального мастерства, но и гражданской ответственности исследователя. Направленность практических рекомендаций и есть та сфера, где социальная психология непосредственно «вторгается» в общественную жизнь. Следовательно, для социального психолога весьма остро стоит не только вопрос о профессиональной этике, но и о формулировании своей социальной позиции. Французский социальный психолог С. Московиси в 1984 г. справедливо заметил, что задачи для социальной психологии задает именно общество, оно диктует ей проблемы. Но это означает, что социальный психолог должен понимать эти проблемы общества, уметь чутко улавливать их, осознавать, в какой мере и в каком направлении он может способствовать решению этих проблем. «Академизм» и «профессионализм» в социальной психологии должны органически включать в себя и известную социальную чуткость, понимание сущности социальной «ангажированности» этой научной дисциплины. В современном обществе раскрываются многочисленные сферы приложения социально-психологических знаний.

Специфика социальной психологии, сложившейся в нашей стране в конкретных исторических условиях, а именно в период существования социалистического строя, естественно, породила и новую проблематику. Конечно, многие из открытых в традиционной социальной психологии явлений имеют место в любом типе общества: межличностные отношения, коммуникативные процессы, лидерство, сплоченность – все это явления, присущие любому типу общественной организации. Однако, констатируя этот факт, нужно иметь в виду два обстоятельства. Во-первых, даже и эти, описанные в традиционной социальной психологии, явления приобретают в различных социальных условиях порой совершенно иное содержание. Формально процессы остаются теми же: люди общаются друг с другом, у них формируются определенные социальные установки и т.д., но каково содержание различных форм их взаимодействия, какого рода установки возникают по отношению к определенным общественным явлениям – все это определяется содержанием конкретных общественных отношений. Значит, анализ всех традиционных проблем приобретает новые грани.

Методологический принцип включения именно содержательного рассмотрения социально-психологических проблем продиктован в том числе и общественными потребностями. Во-вторых, новая социальная реальность рождает порой и необходимость новых акцентов при исследовании традиционных для данного общества проблем. Так, период радикальных экономических и политических преобразований, происходящих сегодня в России, требует особого внимания, например, к проблемам этнической психологии (особенно в связи с обострением межнациональных конфликтов), психологии предпринимательства (в связи со становлением новых форм собственности) и др. Идея о том, что общество диктует проблемы социальной психологии, должна быть дополнена идеей о том, что долг социального психолога — уметь выявить эти проблемы. Кроме задач общетеоретического плана общество ставит перед социальной психологией и конкретные прикладные задачи. Прикладные исследования не могут ожидать решения теоретических вопросов, они выдвигаются буквально из всех сфер общественной жизни. Ряд важнейших направлений прикладных исследований определяется сегодня задачами, связанными с теми изменениями в массовом сознании, которые обусловлены именно радикализмом социальных преобразований. Здесь же коренятся и новые возможности для деятельности социального психолога-практика.

Логика предлагаемого курса преследует цель – дать систематическое изложение всех основных проблем социальной психологии, причем в строгой последовательности, так, чтобы порядок следования тем отражал некоторые фундаментальные методологические принципы анализа. Весь курс включает четыре больших раздела:

1) введение, где даются характеристика предмета социальной психологии, история развития основных идей, методологические принципы;

2) закономерности общения и взаимодействия, где раскрывается связь между межличностными и общественными отношениями, а общение рассматривается как их реальное проявление, где исследуются структура и функции общения, а также его механизмы,

3) социальная психология групп, где дается классификация групп (больших и малых) и выявляются особенности общения в реальных социальных группах, а также вопросы о внутренней динамике групп и их развитии;

4) социальная психология личности, где рассматривается, каким образом общие механизмы общения и взаимодействия, специфически проявляющиеся в различных социальных группах, «задают» личность в определенном социальном контексте и, с другой стороны, каковы формы активности личности в дальнейшем развитии общественных отношений.

Также в рамках данных разделов освещаются практические приложения социальной психологии, где анализируются специфика прикладного исследования, реальные возможности социальной психологии в формулировании практических рекомендаций, кратко характеризуются те сферы, где прикладные исследования наиболее развиты, а также описываются основные формы и способы социально-психологического воздействия.

**2. История развития и современные направления отечественной и зарубежной социальной психологии**

Ранее мы обозначили, что специфику социальной психологии как изучение закономерностей поведения и деятельности людей, обусловленных включением их в социальные группы, а также психологических характеристик самих этих групп (Г.М. Андреева). К такому пониманию своего предмета социальная психология пришла не сразу, и поэтому для уяснения вопроса полезно проанализировать содержание тех дискуссий, которые имели место в ее истории.

*Дискуссия о предмете социальной психологии в 20-е годы.*

В истории советской социальной психологии можно выделить два этапа этой дискуссии: 20-е гг. и конец 50-х – начало 60-х гг. Оба эти этапа имеют не только исторический интерес, но и помогают более глубоко понять место социальной психологии в системе научного знания и способствуют выработке более точного определения ее предмета. В 20-е гг., т.е. в первые годы Советской власти, дискуссия о предмете социальной психологии была стимулирована двумя обстоятельствами. С одной стороны, сама жизнь в условиях послереволюционного общества выдвинула задачу разработки социально-психологической проблематики. С другой стороны, идейная борьба тех лет неизбежно захватила и область социально-психологического знания. Как известно, эта идейная борьба развернулась в те годы между материалистической и идеалистической психологией, когда вся психология как наука переживала период острой ломки своих философских, методологических оснований. Для судьбы социальной психологии особое значение имела точка зрения Г.И. Челпанова, который, защищая позиции идеалистической психологии, предложил разделить психологию на две части: социальную и собственно психологию. Социальная психология, по его мнению, должна разрабатываться в рамках марксизма, а собственно психология должна остаться эмпирической наукой, не зависимой от мировоззрения вообще и от марксизма в частности. Такая точка зрения формально была за признание права социальной психологии на существование, однако ценой отлучения от марксистских философских основ другой части психологии. Позиция Г.И. Челпанова оказалась неприемлемой для тех психологов, которые принимали идею перестройки философских оснований всей психологии, включения ее в систему марксистского знания. Возражения Челпанову приняли различные формы. Прежде всего была высказана идея о том, что, поскольку, будучи интерпретирована с точки зрения марксистской философии, вся психология становится социальной, нет необходимости выделять еще какую-то специальную социальную психологию: просто единая психология должна быть подразделена на психологию индивида и психологию коллектива. Эта точка зрения получила свое отражение в работах В.А. Артемова.

Другой подход был предложен с точки зрения получившей в те годы популярность реактологии. Здесь, также вопреки Челпанову, предлагалось сохранение единства психологии, но в данном случае путем распространения на поведение человека в коллективе метода реактологии. Конкретно это означало, что коллектив понимался лишь как единая реакция его членов на единый раздражитель, а задачей социальной психологии было измерение скорости, силы и динамизма этих коллективных реакций. Методология реактологии была развита К.Н. Корниловым, соответственно ему же принадлежит и реактологический подход к социальной психологии.

Своеобразное опровержение точки зрения Челпанова было предложено и видным психологом П.П. Блонским, который одним из первых поставил вопрос о необходимости анализа роли социальной среды при характеристике психики человека. Для него «социальность» рассматривалась как особая деятельность людей, связанная с другими людьми. Под такое понимание социальности подходила и «деятельность» животных. Поэтому предложение Блонского заключалось в том, чтобы включить психологию как биологическую науку в круг социальных проблем. Противоречие между социальной и какой-либо другой психологией здесь также снималось.

Еще одно возражение Челпанову исходило от выдающегося советского физиолога В.М. Бехтерева. Как известно, Бехтерев выступал с предложением создать особую науку – рефлексологию. Определенную отрасль ее он предложил использовать для решения социально-психологических проблем. Эту отрасль Бехтерев назвал «коллективной рефлексологией» и считал, что ее предмет — это поведение коллективов, поведение личности в коллективе, условия возникновения социальных объединении, особенности их деятельности, взаимоотношения их членов. Для Бехтерева такое понимание коллективной рефлексологии представлялось преодолением субъективистской социальной психологии. Это преодоление он видел в том, что все проблемы коллективов толковались как соотношение внешних влияний с двигательными и мимико-соматическими реакциями их членов. Социально-психологический подход должен был быть обеспечен соединением принципов рефлексологии (механизмы объединения людей в коллективы) и социологии (особенности коллективов и их отношения с условиями жизни и классовой борьбы в обществе). В конечном итоге предмет коллективной рефлексологии определялся В.М. Бехетеревым следующим образом: изучение возникновения, развития и деятельности собраний и сборищ, проявляющих свою соборную соотносительную деятельность как целое, благодаря взаимному общению друг с другом входящих в них индивидов. Хотя в таком подходе и содержалась полезная идея, утверждающая, что коллектив есть нечто целое, в котором возникают новые качества и свойства, возможные лишь при взаимодействии людей, общая методологическая платформа оказывалась весьма уязвимой. Вопреки замыслу, эти особые качества и свойства интерпретировались как развивающиеся по тем же законам, что и качества индивидов. Это было данью механицизму, который пронизывал всю систему рефлексологии: хотя личность и объявлялась продуктом общества, но при конкретном ее рассмотрении в основу были положены ее биологические особенности и, прежде всего социальные инстинкты. Более того, при анализе социальных связей личности для их объяснения по существу допускались законы неорганического мира (закон тяготения, закон сохранения энергии), хотя сама идея такой редукции и подверглась критике. Поэтому, несмотря на отдельные, имеющие большое значение для развития социальной психологии находки, в целом рефлексологическая концепция Бехтерева не стала основой подлинно научной социальной психологии.

Особенно радикальными оказались те предложения, которые были высказаны относительно перестройки социальной психологии в связи с дискуссией, развернувшейся в те годы по поводу понимания идеологии. М.А. Рейснер, например, предлагал построить марксистскую социальную психологию путем прямого соотнесения с историческим материализмом ряда психологических и физиологических теорий. Но, поскольку сама психология должна строиться на учении об условных рефлексах, в социально-психологической сфере допускалось прямое отождествление условных рефлексов, например, с надстройкой, а безусловных — с системой производственных отношений. В конечном счете социальная психология объявлялась наукой о социальных раздражителях разных видов и типов.

Таким образом, несмотря на субъективное желание многих психологов создать марксистскую социальную психологию, такая задача в 20-е гг. не была выполнена. Хотя отпор точке зрения Челпанова и был сделан достаточно решительно, ключевые методологические проблемы психологии не были решены. Стремясь противостоять идеалистическому подходу, исследователи сплошь и рядом оказывались в плену позитивистской философии, конкретным и специфическим проявлением которой явился механицизм. Кроме того, не было четкости и относительно предмета социальной психологии: по существу были смешаны две проблемы, или два различных понимания предмета социальной психологии. С одной стороны, социальная психология отождествлялась с учением о социальной детерминации психических процессов; с другой стороны, предполагалось исследование особого класса явлений, порождаемых совместной деятельностью людей и прежде всего явлений, связанных с коллективом. Те, которые принимали первую трактовку (и только ее), справедливо утверждали, что результатом перестройки всей психологии на марксистской материалистической основе должно быть превращение всей психологии в социальную. Тогда никакая особая социальная психология не требуется. Это решение хорошо согласовывалось и с критикой позиции Челпанова. Те же, кто видели вторую задачу социальной психологии – исследование поведения личности в коллективе и самих коллективов, – не смогли предложить адекватное решение проблем, используя в качестве методологических основ марксистскую философию. Результатом этой борьбы мнений явился тот факт, что лишь первая из обозначенных трактовок предмета социальной психологии получила права гражданства – как учение о социальной детерминации психики. Поскольку в этом понимании никакого самостоятельного статуса для социальной психологии не предполагалось, попытки построения ее как особой дисциплины (или хотя бы как особой части психологической науки) прекратились на довольно длительный срок. Социология же в эти годы вообще оказалась под ударом, поэтому о существовании социальной психологии в ее рамках вопрос вообще не поднимался.

Более того, тот факт, что социальная психология в то же время продолжала развиваться на Западе, притом в рамках немарксистской традиции, привел некоторых психологов к отождествлению социальной психологии вообще лишь с ее «буржуазным» вариантом, исключив саму возможность существования социальной психологии в нашей стране. Само понятие «социальная психология» стало интерпретироваться как синоним реакционной дисциплины, как атрибут лишь буржуазного мировоззрения. Именно в этом смысле и говорят о наступившем на длительный период «перерыве» в развитии социальной психологии. Однако термин этот может быть употреблен лишь в относительном значении. Действительно, имел место перерыв в самостоятельном существовании социальной психологии в нашей стране, что не исключало реального существования отдельных исследований, являющихся по своему предмету строго социально-психологическими. Эти исследования были продиктованы потребностями общественной практики, прежде всего педагогической. Так, изучение вопросов коллектива было сконцентрировано в сфере педагогической науки, где работы А.С. Макаренко, А.С. Залужного имели отнюдь не только чисто педагогическое значение. Точно так же ряд проблем социальной психологии продолжал разрабатываться в рамках философии, в частности проблемы общественной психологии классов и групп. Здесь становление марксистской традиции в социально-психологическом знании осуществлялось с меньшими трудностями, поскольку философия в целом была рассмотрена как составная часть марксизма. Особо следует сказать и о том, как развивалась социально-психологическая мысль в рамках психологической науки. Важнейшую роль здесь сыграли исследования Л.С. Выготского. Можно выделить два круга вопросов в работах Выготского, которые имеют непосредственное отношение к развитию социальной психологии. С одной стороны, это учение Выготского о высших психических функциях, которое в значительной степени решало задачу выявления социальной детерминации психики (т.е., выражаясь языком дискуссии 20-х гг., «делало всю психологию социальной»). Доказав, что высшие психические функции (произвольное запоминание, активное внимание, отвлеченное мышление, волевое действие) нельзя понять как непосредственные функции мозга, Л.С. Выготский пришел к выводу, что для понимания сущности этих функций необходимо выйти за пределы организма и искать корни их в общественных условиях жизни. Усвоение общественного опыта изменяет не только содержание психической жизни, но и создает новые формы психических процессов, которые принимают вид высших психических функций, от- личающих человека от животных. Таким образом, конкретные формы общественно-исторической деятельности становятся решающими для научного понимания формирования психических процессов, естественные законы работы мозга приобретают новые свойства, включаясь в систему общественноисторических отношений. Начав с идеи об историческом происхождении высших психических функций, Выготский развил далее мысль о культурноисторической детерминации самого процесса развития всех психических процессов.

Две известные гипотезы Выготского (об опосредованном характере психических функций человека и о происхождении внутренних психических процессов их деятельности, первоначально «интерпсихической») позволяли сделать вывод, что главный механизм развития психики — это механизм усвоения социально-исторических форм деятельности. Такая трактовка проблем общей психологии давала солидную основу для решения собственно социально-психологических проблем. С .другой стороны, в работах Л.С. Выготского решались и в более непосредственной форме социально-психологические вопросы, в частности высказывалось специфическое понимание предмета социальной психологии. Оно исходило из критики того понимания, которое было свойственно В. Вундту, развивавшему концепцию «психологии народов». Социальная психология, или «психология народов», как ее понимал Вундт, рассматривала в качестве своего предмета язык, мифы, обычаи, искусство, религию, которые Выготский назвал «сгустками идеологии», «кристаллами». По его мнению, задача психолога заключается не в том, чтобы изучать эти «кристаллы», а в том, чтобы изучить сам «раствор». Но «раствор» нельзя изучить так, как предлагает Бехтерев, т.е. вывести коллективную психику из индивидуальной. Выготский не соглашается с той точкой зрения, что дело социальной психологии — изучение психики собирательной личности. Психика отдельного лица тоже социальна, поэтому она и составляет предмет социальной психологии. В этом смысле социальная психология отличается от коллективной психологии: «предмет социальной психологии – психика отдельного человека, а коллективной – личная психология в условиях коллективного проявления (например, войска, церкви)». На первый взгляд кажется, что эта позиция сильно отличается от современного взгляда на социальную психологию, как она была нами условно определена. Но в действительности отличие здесь чисто терминологическое: Выготский сравнивает не «общую» и «социальную» психологию (как это обычно делается теперь), а «социальную» и «коллективную». Но легко видеть, что «социальная» психология для него — это та самая общая психология, которая усвоила идею культурно-исторической детерминации психики (в терминологии 20-х гг. — это такая общая психология, которая «вся стала социальной»). Термином же «коллективная психология» Выготский обозначает тот самый второй аспект понимания социальной психологии, который не сумели увидеть многие другие психологи 20-х гг. или относительно которой они не сумели найти подлинно научной методологии исследования. Поэтому можно по праву утверждать, что идеи Выготского, высказанные им в 20-е гг. и позже, в 30-е гг. явились необходимой предпосылкой, сформировавшейся внутри психологической науки, для того чтобы впоследствии наиболее точно определить предмет социальной психологии.

*Современные представления о предмете социальной психологии*

В конце 50-х — начале 60-х гг. развернулся второй этап дискуссии о предмете социальной психологии. Два обстоятельства способствовали новому обсуждению этой проблемы. Во-первых, все расширяющиеся запросы практики. Решение основных экономических, социальных и политических проблем позволило более пристально анализировать психологическую сторону различных проявлений общественной жизни. Активное обратное воздействие на ход объективных процессов должно быть особенно детально исследовано в современных условиях, когда психологический, «человеческий» фактор приобретает столь значительную роль. Механизмы конкретного взаимодействия общества и личности в этих условиях должны быть исследованы не только на социологическом, но и на социально-психологическом уровне. Во-вторых, к моменту, когда все эти проблемы с особой остротой были поставлены жизнью, произошли серьезные изменения и в области самой психологической науки. Советская психология, осуществляя свою радикальную перестройку на базе марксистской философии, превратилась к этому времени в развитую дисциплину, располагающую и солидными теоретическими работами, и широко разветвленной практикой экспериментальных исследований. Значительно возросла квалификация исследователей как в профессиональном, так и в методологическом плане. К этому же времени произошли изменения в общей духовной жизни общества, что было связано с некоторым смягчением идеологического пресса и начавшейся «оттепелью» и позволило обсуждать судьбу социальной психологии не в качестве «буржуазной науки». Таким образом, были созданы и необходимые субъективные предпосылки для нового обсуждения вопроса о судьбах социальной психологии, о ее предмете, задачах, методах, а также о ее месте в системе наук. Обсуждение этих вопросов на новом уровне становилось не только необходимым, но и возможным. Дискуссия началась в 1959 г. статьей А.Г. Ковалева, опубликованной в журнале «Вестник ЛГУ», после чего была продолжена на Втором Всесоюзном съезде психологов в 1963 г., а также на страницах журнала «Вопросы философии» (1962, № 2, 5).

Основная полемика касалась двух вопросов:

1) понимания предмета социальной психологии и соответственно крута ее задач;

2) соотношения социальной психологии с психологией, с одной стороны, и с социологией — с другой.

Несмотря на обилие нюансов различных точек зрения, все они могут быть сгруппированы в несколько основных подходов. Так, по вопросу о предмете социальной психологии сложились три подхода. Первый из них, получивший преимущественное распространение среди социологов, понимал социальную психологию как науку о «массовидных явлениях психики». В рамках этого подхода разные исследователи выделяли разные явления, подходящие под это определение; иногда больший акцент делался на изучение психологии классов, других больших социальных общностей и в этой связи на таких отдельных элементах, сторонах общественной психологии групп, как традиции, нравы, обычаи и пр. В других случаях большее внимание уделялось формированию общественного мнения, таким специфическим массовым явлениям, как мода и пр. Наконец, внутри этого же подхода почти все единодушно говорили о необходимости изучения коллективов. Большинство социологов определенно трактовали предмет социальной психологии как исследование общественной психологии (соответственно были разведены термины: «общественная психология» – уровень общественного сознания, характерный для отдельных социальных групп, прежде всего классов, и «социальная психология» – наука об этой общественной психологии).

Второй подход, напротив, видит главным предметом исследования социальной психологии личность. Оттенки здесь проявлялись лишь в том, в каком контексте предполагалось исследование личности. С одной стороны, больший акцент делался на психологические черты, особенности личности, типологию личностей. С другой стороны, выделялись положение личности в группе, межличностные отношения, вся система общения. Позднее с точки зрения этого подхода дискуссионным оказался вопрос о месте «психологии личности» в системе психологического знания (есть ли это раздел обшей психологии, эквивалент социальной психологии или вообще самостоятельная область исследований). Часто в защиту описанного подхода приводился такой аргумент, что он гораздо более «психологичен», что лишь на этом пути можно представить себе социальную психологию как органическую часть психологии, как разновидность именно психологического знания. Логично, что подобный подход в большей степени оказался популярным среди психологов.

Наконец, в ходе дискуссии обозначился и третий подход к вопросу. В каком-то смысле с его помощью пытались синтезировать два предыдущих. Социальная психология была рассмотрена здесь как наука, изучающая и массовые психические процессы, и положение личности в группе. В этом случае, естественно, проблематика социальной психологии представлялась достаточно широкой, практически весь круг вопросов, рассматриваемых в различных школах социальной психологии, включался тем самым в ее предмет.

Были предприняты попытки дать полную схему изучаемых проблем в рамках этого подхода. Наиболее широкий перечень содержала схема, предложенная Б.Д. Парыгиным (1971 г.), по мнению которого социальная психология изучает: 1) социальную психологию личности; 2) социальную психологию общностей и общения; 3) социальные отношения; 4) формы духовной деятельности.

Для наглядности представим этапы психологии в табличной форме (табл. 1)

Таблица 1. Этапы развития социальной психологии (по Е.Ф. Ященко, О. В. Оконешниковой)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование этапа | Характеристика этапа | Персоналии и теории |
| Первый этап –  становление социальной психологии как науки – с середины XIX века  по 1908 год | Определяется предмет изучения и основные проблемы.  Появляются первые фундаментальные работы. | «Психология народов» (нем. ученые: языковед Хейман Штейнталь, философ Морис Лацарус, психолог Вильгельм Вундт.  В 1859 году филолог Штейнталь и философ Лацарус выпустили «Журнал психологии народов и языкознания».  Вундт выделил три основополагающих явления психологии народов: язык народа, его мифы и обычаи.  Психология народов стала основой для развития этнопсихологии. |
| Психология масс (фр. социологи Габриэль Тард и Гюстав Лебон и итал. юрист Сципион Сигеле) |
| Исследования коллективных представлений и отклоняющегося поведения (самоубийств) фр. социологом Эмилем Дюркгеймом (1858–1917). |
| Психология инстинктов социального поведения (англ. психолог Уильям Мак-Дауголл) |
| Второй этап  (с 1908 года  до середины 40-х годов XX века) | Сформулирована программа превращения социальной психологии в экспериментальную науку | 1908 год. Уильям Мак-Дауголл издал работу «Введение в социальную психологию».  1908 год. Социолог Эдвард Росс издал книгу «Социальная психология».  1908 год. В. М. Бехтерев издал труд «Роль внушения в общественной жизни». Он предложил назвать новую науку общественной психологией, а предметом ее анализа – «внутреннюю связь между отдельными лицами».  1924 год. Флойд Оллпорт издал программную работу «Социальная психология», где определил основной метод науки (эксперимент), а также наиболее важные проблемы новой науки.  20-е годы ХХ века – внедрение экспериментального метода благодаря исследованиям Вальтера Меде  (Германия), В. М. Бехтерева (Россия)  и Флойда Оллпорта (США). |
| Появление научных социально-психологических школ. Многочисленные экспериментальные исследования, на основе которых формируются теории.  Социальная психология участвует в решении социальных задач (повышение производительности труда, развитие средств массовой информации и рекламы, разработка методов управления). | Бихевиоризм (Б. Ф. Скиннер) |
| Психоанализ (З. Фрейд, А. Адлер) |
| Гештальтпсихология и теория поля. Курт Левин, создатель теории групповой динамики, исследовал проблемы социальной психологии малых групп, лидерства, личности в группе, принятия решения в группе |
| Интеракционизм (Ч. Кули, Дж. Мид, М. Кун). |
| Социометрия.  Джакоб (Якоб) Леви Морено, основатель социометрии и психодрамы. |
| Третий этап  (с середины 40-х годов ХХ века –  по настоящее  время) | Развитие когнитивистского и гуманистического направлений.  Укрепление экспериментальной позиции (внедрение гносеологических и этических нормативов эксперимента). | Развитие когнитивизма:  теории когнитивного соответствия (Ф. Хайдер, Т. Ньюком, Л. Фестингер, Ч. Осгуд, П. Танненбаум, М. Розенберг).  Теория когнитивного диссонанса  (Л. Фестингер).  Изучение межличностного восприятия (С. Аш). |
| Теории социального научения:  А. Бандура, Дж. Роттер.  Теории атрибуции (Г. Келли).  Гуманистическая психология (теория самоактуализации А. Маслоу). |
| Кризис в социальной психологии (конец 60-х годов ХХ века): критика неопозитивистской методологии | В 1972 году в Лондоне выходит книга под редакцией Дж. Израэля  и Г. Тэджфела «Контекст социальной психологии», где дана критика  американской неопозитивистской модели науки |
| Попытки создания единой теории социальной психологии | Теория социальных представлений (С. Московичи).  Теория социальной идентичности  (Г. Тэджфел).  Р. Харре (один из авторов книги «Контекст социальной психологии») предлагает свою концепцию (этогенетику) в качестве общей теории социальной психологии. |

**3. Методы социальной психологии: специфика психологического эксперимента, наблюдения, опроса и тестирования**

**Общее понятие о методе**

Метод (в широком смысле) – это путь познания, опирающийся на некоторую совокупность ранее полученных общих знаний (принципов). Учение о методе включает в себя не только методики, процедуры и приемы, но и методологические принципы как конкретизацию мировоззренческих позиций и общих правил научного исследования.

Метод (в узком смысле) представляет собой реализацию определенного познавательного отношения к изучаемой действительности, направляющего организацию исследования и предполагающего использование соответствующих приемов и процедур исследования. Методика исследования – это совокупность конкретных способов и приемов получения необходимой информации (например, методика А. Н. Лутошкина для определения психологического климата в коллективе).

Позитивизм – методологический подход в науке, главная идея которого заключается в том, что наука не может познавать причинно-следственные связи, поскольку познает не сущности, а феномены (О. Конт). Позитивистская ориентация является преобладающей в американской социальной психологии, поскольку ученые ориентируются на лабораторный эксперимент, четко контролируя влияние различных переменных, что обеспечивает объективность полученных данных. Однако позитивистская стратегия приводит к оторванности полученных результатов от реальной практики и не позволяет прогнозировать развитие социально-психологических феноменов в общественной практике.

Основные черты исследования в социальной психологии:

1) конкретные объекты, эмпирические данные, которые можно разделить на два типа:

* корреляционные данные (обычно это большой массив данных);
* экспериментальные данные (ограниченный объем данных);

2) интеграция данных в феномены в процессе решения эмпирических, логических и теоретических познавательных задач;

3) обязательная проверяемость гипотез и построение на этой основе обоснованных предсказаний (процедуры проверки гипотез).

**Программа социально-психологического исследования**

Любое социально-психологическое исследование начинается с составления программы изучения объекта, которая включает в себя весь комплекс теоретических и практических задач, а также предположения о возможности использования тех или иных процедур и технических приемов исследования. В рамках программы формулируются гипотезы исследования, определяются метод и методики, формируется репрезентативная выборка.

Психологическое исследование предполагает:

1) формулировку проблемы;

2) выдвижение гипотезы;

3) осуществление проверки гипотезы,

4) интерпретацию результатов проверки.

Этапы проверки гипотезы и соответствующие им методы представлены в табл. 2

**Таблица 2. Этапы проверки гипотезы и методы**

|  |  |
| --- | --- |
| Этапы проверки гипотезы | Методы |
| 1. Сбор данных, необходимых для обоснования правомерности выдвинутой гипотезы | 1. Организационный этап (по определению Б. Г. Ананьева) – определение общей стратегии исследования:   * сравнительное (кросскультурное) исследование различных народов (М. Мид, Р. Бенедикт, И. С. Кон); * лонгитюдный метод, предполагающий работу с одной и той же группой (человеком), регулярным обследованием по одним и тем же параметрам на протяжении длительного времени, отслеживанием развития; * комплексный метод, предполагающий комплексное междисциплинарное исследование.   2. Сбор эмпирической информации:   * наблюдение (включенное и невключенное); * изучение документов (контент-анализ); * опросы (интервью и анкеты); * тесты (прежде всего, личностные); * эксперимент (лабораторный и естественный). |
| 2. Анализ собранного материала (выбор способа упорядочения материала в виде, удобном для анализа, сопоставления, сравнения, статистический анализ данных) | Качественный анализ,  контент-анализ,  статистический анализ,  построение типологий |
| 3. Установление надежности полученных данных | Проверка на валидность и надежность; изучение репрезентативности |
| 4. Содержательная интерпретация результатов анализа; соотнесение полученных результатов с исходной гипотезой, выводами о ее достоверности, соотнесение с теорией или построение новой гипотезы | Методы интерпретации на основе существующих моделей: структурный, генетический  подход |
| Выводы и практические рекомендации | |

**Две парадигмы в психологии**

Парадигма – понятие, которое обозначает общие принципы деятельности ученых, выступающие в качестве образцов при решении исследовательских задач.

Существует два основных подхода (две парадигмы) в психологии:

* естественнонаучная (опирается на индуктивный метод, принцип проверяемости и воспроизводимости результатов);
* гуманитарная (опирается на понимание другого).

Гуманитарная парадигма в науке (в отличие от естественнонаучной парадигмы) представляет собой познание природы, общества, самого человека с антропологической, человековедческой позиции; она вносит «человеческое измерение» во все сферы человеческой жизни.

В соответствии с имеющимися парадигмами можно разделить все эмпирические методы психологии на две группы – естественнонаучные (объяснительные) и гуманитарные (описательные) (табл. 3).

**Таблица 3. Объяснительные и описательные методы психологии**

|  |  |
| --- | --- |
| Методы естественнонаучной психологии | Методы описательной психологии |
| Эксперимент (активный и пассивный)  с использованием экспериментальных планов | Формирующий эксперимент |
| Невключенное, стандартизированное наблюдение (используются категории наблюдения) | Включенное наблюдение.  Эмпатическое слушание.  Интерпретация внутреннего мира другого. |
| Самонаблюдение с использованием специальных схем | Интроспекция.  Самоотчет.  Идентификация. |
| Беседа по исследовательскому плану | Беседа как диалог |
| Стандартизированное интервью.  Фокусированное интервью. | Нестандартизированное интервью |
| Тесты как диагностические методики  с характеристиками валидности и надежности | Проективные тесты со «свободной» интерпретацией.  Интуиция. |
| Контент-анализ текстов на основе специальных схем и категорий | Герменевтика – наука истолкования текстов (литературных, религиозных, исторических, научных) |
| Психобиографические опросники  (на основе исследовательских вопросов) | Биографический метод – изучение человека в контексте его истории |

**Эксперимент**

Эксперимент – основной метод объяснительной (естественно-научной) психологии. В эксперименте следует выделять независимые переменные и зависимые переменные. Цель эксперимента – это установление связи между ними. Эксперимент – это организованное исследователем взаимодействие между группой испытуемых и исследуемой ситуацией с целью установления закономерностей этого взаимодействия.

Классификация экспериментов:

1. По характеристике условий:

* лабораторный (протекает в искусственных условиях);
* естественный (протекает в естественных условиях), идея такого эксперимента принадлежит А. Ф. Лазурскому.

2. По динамическим характеристикам:

* констатирующий (целью эксперимента является «срез» характеристик объекта, изменение характеристик не учитывается);
* формирующий (целью эксперимента является изменение характеристик объекта и изучение этих изменений).

3. По возможностям учета направления связи переменных:

* пассивный, или корреляционное исследование (невозможно определить, которая переменная является независимой, а которая – зависимой);
* активный (направленный на изменение определенных параметров и позволяющий установить характер связи между переменными при условии грамотного планирования эксперимента).

Нормативные требования к социально-психологическим экспериментам (обеспечивающие объективность и этику взаимодействия с испытуемыми) сформировались не ранее второй половины ХХ века. В 1980 г. на русском языке была издана методологическая работа Дональда Кэмпбелла «Модели экспериментов в социальной психологии и прикладных исследованиях». Критические замечания к проведению и интерпретации экспериментов описаны в известной работе Ли Росса и Ричарда Нисбета «Человек и ситуация. Перспективы социальной психологии» (1991), которая была опубликована на русском языке в 1999 году.

**Метод наблюдения**

Метод наблюдения используют в целях сбора предварительного материала, а также для контроля полученных данных. Существует несколько классификаций наблюдения:

1. По целям исследования:

* свободное (нерегулируемое и нецеленаправленное) – минимальные ограничения: что и когда наблюдать;
* целенаправленное (четкие цели, организация и способы отчета; оно может быть сплошным и выборочным).

2. По единицам описания:

* систематическое;
* несистематическое.

3. По отношению к проверке гипотез:

* целевое;
* эвристическое.

4. По отношению к позиции наблюдателя:

* внешнее и включенное;
* открытое и скрытое.

5. По организации:

* полевое;
* лабораторное;
* проведенное в естественных условиях.

6. По хр онологии:

* лонгитюдное;
* периодическое;
* единичное.

7. По видам отчета:

* стандартизованное (известны единицы и категории);
* нестандартизованное (цель есть, но нет ограничений, на что обращать внимание).

Из отечественных наблюдений известно исследование В. Б. Ольшанским ценностных ориентаций молодых рабочих.

Существует проблема объективности данных, полученных в наблюдении. Вот почему так важно уделять внимание методике проведения наблюдения. Известны удачные схемы наблюдения: схема анализа группового взаимодействия Р. Бейлза; схема наблюдения за лидерством Л. Картера; фиксация невербального поведения П. Экмана.

**Метод анализа документов**

Метод анализа документов – разновидность анализа продуктов деятельности, причем под документом понимается любой печатный, рукописный, магнитный или иной источник, содержащий информацию о человеческих общностях и их представителях. У. Томас и Ф. Знанецкий впервые в социальной психологии применили данный метод как основной для изучения социальной установки.

Методы анализа документов делятся на качественные (где главным является понимание и интерпретация) и качественно-количественные (формализованные). Для формализации используется контент-анализ, т. е. перевод качественных характеристик текстовой информации в количественные характеристики с последующей статистической обработкой.

**Метод опроса**

Метод опроса широко используется в социально-психологических исследованиях в виде анкетирования и интервью, но, в отличие от социологии, не является основным инструментом. Опрос используется для изучения общественного мнения, настроений, отношений, установок в отношении социальных объектов. Интервью может быть нестандартизированным и стандартизированным; индивидуальным и групповым. Вариантом группового фокусированного интервью является фокус-группа, которую используют на предварительных этапах анализа общественного мнения в политтехнологиях.

**Шкалы аттитюдов**

Шкалы аттитюдов позволяют получить прямую (осознанную) оценку человеком тех или иных социальных объектов. Это:

* шкала Луиса Терстоуна (интервальная шкала, полученная с помощью экспертов);
* шкала Ренсиса Лайкерта (интервальная шкала);
* метод кумулятивного шкалирования Луи Гутмана;
* шкала социальной дистанции Эмори Богардуса (порядковая шкала).

**Семантические методы**

Для обнаружения неосознаваемого (не до конца осознаваемого) отношения к социальным объектам (людям, группам людей, событиям) используют методику «Семантический дифференциал» Ч. Осгуда, позволяющую оценить обобщенное, эмоциональное, не вполне осознанное отношение к объекту, а также «репертуарные решетки» Дж. Келли, основанные на методе личностных конструктов Дж. Келли.

Термин «конструирование» понимается как интерпретация, толкование. Конструкты – это средства истолкования мира. Конструкт понимается как «симультанная констатация сходства и различия». Техника репертуарных решеток – это психологический метод, который позволяет реализовать идеографический подход к описанию человека (т. е. оценить его индивидуальность, непохожесть).

Отличие техники репертуарных решеток от других репертуарных методов – использование «вызванных» у самого испытуемого конструктов. Можно выделить три принципа составления репертуарной решетки:

* принцип биполярности конструкта (конструкт – это то, «чем два или несколько элементов сходны между собой и, следовательно, отличны от третьего или нескольких других объектов»);
* принцип диапазона применимости конструкта (понятие конструкта реализует идею о человеке как активном исследователе, который сам выдвигает гипотезы и проверяет их в реальном поведении);
* принцип индивидуальности (каждый конструкт может быть применен к ограниченному набору объектов).

Теория конгруэнтности (теория и метод семантического дифференциала) была разработана Ч. Осгудом и П. Танненбаумом в 1955 году. Основной термин: конгруэнтность (совпадение).

В теории конгруэнтности делается попытка предсказать изменение отношения (аттитюда), которое произойдет у личности, когда человек стремится установить соответствие внутри ее когнитивной структуры, не к одному, а одновременно к двум объектам, где Р – реципиент, К – коммуникатор, О – информация об объекте, передаваемая реципиенту коммуникатором.

Согласно данной теории, одновременно меняется отношение и к коммуникатору, и к объекту. Пример: изменение отношения к источнику (газете) под влиянием новой информации.

Методика – семантический дифференциал (для измерения двух типов отношений) – предназначена для исследования субъективного значения понятий. Испытуемому предъявляют биполярные прилагательные (антонимы). Испытуемый отмечает позицию в 7-балльной шкале. Методика позволяет фиксировать и направление, и интенсивность отношения.

При помощи факторного анализа из 12 пар прилагательных были выделены три группы факторов:

* оценка (хороший-плохой);
* активность (активный-пассивный);
* сила (сильный-слабый).

Семантический дифференциал имеет дело не с денотативными значениями, а с коннотациями (эмоциональной окраской значений, метафорами). Методика семантического дифференциала позволяет замерить отношение испытуемого к социальным объектам. Существуют два варианта стимулов (объектов) для оценки: вербальные (понятия) и невербальные (графические символы, рисунки). Личностный дифференциал является вариантом семантического дифференциала, где объектами выступают качества личности.

**Метод социометрии**

Метод социометрии предполагает выявление структуры социально-психологических связей группы путем моделирования ситуации значимой для участников групповой деятельности. Моделирование преполагает для каждого участника группы сделать выбор из участников группы по соответствующей ситуации: ситуации делового взаимодействия или межличностных отношений. Социометрия позволяет изучить социометрический статус членов группы, определить структуру группы (распределение ролей, лидерство), контакты между членами группы и сплоченность группы.

Ленинградский психолог И. П. Волков в исследованиях малых групп активно использовал социометрию как метод (1970-е годы), затем метод применялся при изучении производственных коллективов.

**Экспертные оценки**

Экспертные оценки используются для количественного изучения качеств объектов. Существует наука квалиметрия, которая как раз и занимается изучением количественного измерения качества объектов.

Применяются следующие варианты экспертных оценок:

1) индивидуальная экспертная оценка (в виде беседы с экспертом, который отвечает на заранее подготовленные вопросы);

2) рейтинг через оценку судей-наблюдателей;

3) метод самооценки;

4) метод педагогического консилиума, или коллективного обсуждения;

5) метод групповых экспертных оценок (в виде коллективной экспертной оценки, метода Дельфи).

Предъявляются высокие требования к компетентности экспертов (они должны иметь опыт экспертных оценок, хорошо знать оцениваемую деятельность и с теоретической, и с практической стороны).

*Групповая оценка личности* (*ГОЛ*) (описана в работе Э. С. Чугуновой, 1986) – вариант метода экспертных оценок, когда в качестве экспертов выступают сами члены производственного коллектива. Цель ГОЛ – получить характеристику человека в конкретном коллективе путем взаимного опроса его членов (друг друга) по определенной программе. Психологической основой ГОЛ является социально-психологический феномен групповых представлений о каждом члене группы как результат познания людей в процессе общения.

Число оцениваемых качеств обычно составляет от 20 до 180. Должен быть единый уровень обобщенности данных качеств, понятное экспертам словесное выражение данных качеств.

Число респондентов (экспертов) – от 15 до 20. Пятнадцать экспертов обычно бывает достаточно для получения результатов на 5%-м уровне значимости (вероятности ошибок). Иногда требуется, чтобы оценку давали три группы экспертов (выше по статусу, одного статуса – коллеги, ниже по статусу).

Размерность шкал обычно составляет 5 баллов.

ГОЛ применяют для отбора и расстановки кадров. Адекватность ГОЛ зависит от познавательных способностей экспертов, от того, насколько доступен восприятию объект оценивания, а также от самой ситуации оценивания.

**Оценочная биполяризация Ф. Фидлера**

Метод оценочной биполяризации Фреда Фидлера применяется для изучения стиля лидерства и руководства. Разность в оценке наиболее предпочитаемого члена группы и наименее предпочитаемого члена группы (индекс ASO) является показателем стиля. Высокий индекс говорит об авторитарном стиле, а низкий индекс – о демократическом.

**Тесты**

Тесты – наиболее стандартизированные методы социально-психологического исследования, для которых установлены характеристики валидности, надежности, репрезентативности, разработаны нормы. Существует значительное количество тестов для изучения социально-психологических качеств личности (общительности, конформности, толерантности), для изучения ценностных ориентаций и мотивов социального поведения, поведенческих характеристик (поведения в конфликте), а также для изучения групп (организационной культуры).

**Аппаратурный метод**

Аппаратурный метод применяется для изучения социально-психологических феноменов, проявляющихся в условиях групповой работы: совместимости, сплоченности, сработанности. А. С. Чернышев (1980, 1997) описывает различные модели аппаратурного метода:

* сравнительная оценка индивидуальных вкладов (арка, лабиринт, эстакада);
* суммарное воздействие (ритмограф, волюнтограф);
* многосвязное управление равновесием в системе (гомеостат);
* многосвязное управление движущимся объектом (кибернометр, групповой сенсомоторный интегратор).

**Методы практической психологии**

Кроме эмпирических методов выделяют методы практической психологии (техники и практики), целью которых является, прежде всего, воздействие на человека или на группу. К ним относятся Т-группы, группы встреч, транзактный анализ, психодрама, психологическое консультирование и коучинг, психотренинг, разрешение социальных конфликтов, организационно-деятельностные игры, ролевые и имитационные игры, паблик рилейшнз (связи с общественностью).

Тренинг представляет собой формирование нужных умений и навыков с целью развития и психокоррекции в процессе специально организованной деятельности. Тренинг может осуществляться в двух основных видах:

1) когнитивный тренинг с целью коррекции интеллектуальных функций и профессиональных навыков (например, тренинг на интеллектуальных тренажерах);

2) социально-педагогический или социально-психологический тренинг с целью коррекции личности, навыков общения и взаимодействия.

Социально-психологический тренинг – это совокупность групповых методов формирования умений и навыков самопознания, общения и взаимодействия людей в группе. К основным формам социально-психологического тренинга относятся ролевая игра и групповая дискуссия.

В психологии управления используются такие формы имитации профессиональной деятельности, как деловые игры, ролевые игры, а также организационно-деятельностная и организационно-обучающая игра, которая не имеет целью имитацию предметных условий деятельности.

**ЛЕКЦИЯ 6. ПРОБЛЕМА ОБЩЕНИЯ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ЛЮДЕЙ**

**План**

**1. Общение: определение, функции, виды. Особенности делового и профессионального общения**

**2. Структура общения (коммуникативная, интерактивная и перцептивная стороны общения)**

**3. Модель, средства и структура социального взаимодействия**

**1. Общение: определение, функции, виды. Особенности делового и профессионального общения**

Общение – одна из важнейших сторон нашей жизни, еще древнегреческий философ Аристотель, подчеркивая ценность общения в человеческих отношениях, говорил: «Наслаждаться общением – главный признак дружбы».

Изучением тех или иных сторон общения занимаются разные науки: философия и психиатрия, психология и этология, социология и информатика. Каждая из них вкладывает в понятие «общение» свое содержание, в то же время желание обобщить понятие «общение» привело к возникновению междисциплинарных подходов (рис. 5.1). Изучением тех или иных сторон общения занимаются разные науки: философия и психиатрия, психология и этология, социология и информатика. Эти подходы призваны преодолеть сложность достижения единства в понимании того, что же такое общение, с одной стороны, а с другой стороны, попытаться охватить всевозможные составляющие понятия «общение». Философский подход основывается на том, что именно общественная концепция обосновывает общение как способ осуществления внутренней эволюции социальной структуры общества, группы при диалектическом взаимодействии личности и общества. Проблема общения рассматривается в трудах таких философов как Б.Д. Парыгин, Л.П. Буева, М.С. Каган, В.С. Коробейников и др. При психологическом подходе общение определяется как специфическая форма деятельности и как самостоятельный процесс взаимодействия, необходимый для реализации других видов деятельности личности. Психологи отмечают наличие главной потребности у личности – в общении, как важного фактора самоформирования личности. А.А. Бодалев предлагает рассматривать общение как «взаимодействие людей, содержанием которого является обмен информацией с помощью различных средств коммуникации для установления взаимоотношений между людьми». А.А. Леонтьев понимает общение не как интериндивидуальный, а как социальный феномен», субъект которого «следует рассматривать не изолировано». Эти подходы призваны преодолеть сложность достижения единства в понимании того, что же такое общение, с одной стороны, а с другой стороны, попытаться охватить всевозможные составляющие понятия «общение». Существование множества различных определений понятия «общение» и связано с различными подходами и взглядами на эту проблему. Мы будем использовать следующее определение.

**Общение** – процесс установления и развития контактов между людьми, включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание другого человека.

Данное определение не является единственным. Категория «общение» является базовой для психологической науки. Общепсихологическое определение делает акцент на мотивационно-потребностной стороне общения. Так, в словаре под редакцией А. В. Петровского и М. Г. Ярошевского (1990) понятие представлено как «осуществляемое знаковыми средствами взаимодействие субъектов, вызванное потребностями совместной деятельности и направленное на значимое изменение в состоянии, поведении и личностно-смысловых образованиях партнера».

Функции общения представлены в табл. 4.

*Таблица 4*

**Функции общения (Г. П. Предвечный, Ю. А. Шерковин, 1975)**

|  |  |
| --- | --- |
| Социальные (связанные с удовлетворением потребностей общества) | Социально-психологические  (связанные с удовлетворением  потребностей членов общества) |
| 1. Планирование и координация коллективной деятельности.  2. Управление, или социальный контроль (при помощи общения общество предписывает нормы и правила поведения; социальный контроль – формы и способы воздействия общества для регуляции поведения).  3. Передача информации. | 1. Функция контакта (снимать психическое напряжение).  2. Функция отождествления себя с группой (через общение выделяются «свои» и «чужие»).  3. Функция социализации (усвоение индивидом норм и ценностей). |

Общение может проявляться в двух видах:

* как материальное (средством общения являются трудовые действия);
* как знаковое (средством общения выступают речь, мимика и прочие знаки).

Знак – это предмет (явление), служащий представителем другого предмета или явления. Знак всегда связан для общающихся с одним и тем же предметом. Знак (слово или мимика) должен быть общепонятным, выделять свойства предметов и явлений, иметь форму соглашения между общающимися.

Язык – это система знаков. Речь – язык в действии, язык в контексте определенного сознания; сквозной познавательный психический процесс. Речь является лишь одним из языков общения (хотя и наиболее важным). Речь – общение при помощи слов.

На практике часто путают или отождествляют два понятия «общение» и «отношение». Общение есть процесс реализации тех или иных отношений.

**Особенности делового и профессионального общения**

В.В. Корепанова отмечает, что деловое общение, представляющее собой психологическое взаимодействие людей, направленное на реализацию задач, стоящих перед ними в их совместной деятельности, определяют как общение, имеющее цель вне себя и служащее способом организации и оптимизации того или иного вида предметной деятельности: производственной, научной, коммерческой и т.д.. Специфика делового общения обусловлена тем, что оно возникает на основе и по поводу определенного вида деятельности, связанной с производством какого-либо продукта или делового эффекта. При этом стороны делового общения выступают в формальных статусах, которые определяют необходимые нормы и стандарты поведения людей.

Особенности делового общения заключаются в том, что партнер в таком общении всегда выступает как личность, значимая для субъекта. Общающихся людей отличает хорошее взаимопонимание в вопросах дела. Основной задачей делового общения является продуктивное сотрудничество.

Деловое общение принято разделять на официальное и неофициальное. Особенностями официального общения являются строгий, документальный деловой язык, ограниченность тематики рамками служебных задач. Обычно это стандартизированное, втиснутое в правовые рамки общение, которое со временем может привести к формализму и потере интереса к теме, чтобы этого не произошло, прибегают к неформальному общению, что позволяет разнообразить тематику, вызвать интерес и к теме общения, и к собеседнику, способствует расширению общего и профессионального кругозора.

Исследователи выделяют, что деловое общение может проявляться в различных формах:

- деловая беседа, коммерческие переговоры, деловое совещание, деловой телефонный разговор, приём и общение с посетителями (Ф.А. Кузин);

- деловая беседа, деловые переговоры, деловые совещания, деловые дискуссии (Л.Д. Столяренко);

- деловые беседы (переговоры, совещания, «круглые столы», дискуссии, дебаты, прения); деловые встречи (групповые и с глазу на глаз); публичные выступления (доклады, сообщения, приветствия, самопрезентации и т.п.); собрания; пресс-конференции (брифинги); деловые завтраки, обеды, ужины, фуршеты; собеседования (например, при приеме на работу); общение через средства массовой информации (по телефону, через Интернет, по обычной или электронной почте.) и др. (И.И. Аминов).

Деловое общение преследует реализацию ряда функций, среди которых можно отметить такие, как поиск новых направлений и начало перспективных мероприятий, обмен информацией, контроль начатых мероприятий, взаимное общение работников из одной деловой среды, поиски и оперативная разработка рабочих идей и замыслов, а также поддержание деловых контактов на уровне предприятий, фирм, отраслей, стран.

Понятие «деловое общение» шире понятия «профессиональное общение», так как, во-первых, профессиональное общение всегда является деловым; во-вторых, в деловом общении могут участвовать представители различных профессиональных групп, каждый из которых говорит на своем профессиональном языке и решает свои специфические задачи, но вынужден контактировать с представителями других профессиональных групп для их решения.

Профессиональное общение рассматривается как общение специалиста на работе, во время выполнения своих профессиональных обязанностей, а также общение специалистов между собой, т.е. при профессиональном общении взаимодействуют субъекты однородных профессиональных групп, употребляющие принятую в их сфере терминологию и решающие единые профессиональные задачи. Они должны соблюдать правила речевого поведения, уметь употреблять устойчивые этикетные формулы, иметь определенные коммуникативные способности. Соответственно проблема профессионального общения в научной литературе рассматривается в основном в аспектах различной профессиональной деятельности: профессионального общения психолога (Е.Л. Доценко), профессионального общения специалиста социальной сферы (Н.Н. Еговцева), также рассматриваются особенности профессионального общения работников органов правопорядка, медицинского работника, юриста, журналиста и т. д.

Профессионально-деловое общение определяется как устное и письменное коммуникативно-речевое взаимодействие между людьми, целью которого является решение профессиональных задач.

Профессионально-деловое общение характеризуют исходя из нескольких аспектов:

- по характеру пространственно-временных отношений профессионально-деловое общение может быть как непосредственным (устное общение), так и опосредованным (письменное общение); устное профессионально-деловое общение подкреплено невербальными средствами (мимикой, жестами), в письменном профессионально-деловом общении такое подкрепление отсутствует; устное профессионально-деловое общение протекает в контексте ситуаций, где возможны пропуски информативных элементов, которые легко восстановить; в письменном профессионально-деловом общении нет такой возможности, поэтому информация должна быть изложена как можно подробнее;

- по критерию «род общения» это предварительно спланированное, подготовленное общение, нацеленное на достижение результата;

- по составу участников выделяют межличностную коммуникацию, общение в малой группе, межгрупповое общение;

- по типу и направлению социальных отношений различают симметричное общение (между сотрудниками одной организации, занимающими одинаковое служебное положение, между фирмами партнерами, занимающими одинаковое положение в системе профессиональной деятельности); асимметричное (между более профессионально компетентным сотрудником, отличающимся по должности и другими сотрудниками);

- по степени подготовленности коммуникантов;

- по отношению к практической деятельности профессионально-деловое общение определяют как включенное в практическую деятельность людей;

- по фиксированности темы профессионально-деловое общение характеризуется четко очерченным кругом проблем.

Профессионально-деловое общение имеет специфические характеристики, отличающие его от других видов общения. Среди наиболее важных необходимо назвать стандартизированность, которая проявляется в использовании речевых клише, особых групп производных предлогов, в использовании определенных логико-смысловых схем. Немаловажна смысловая точность, обеспечивающаяся терминологической лексикой, ограниченным употреблением синонимов. Логическое изложение проявляется через четко структурированные конструкции. Экономичность обуславливается лаконизмом, высокой информативной содержательностью. Нейтральность достигается использованием нейтральной лексики, отсутствием экспрессии, исключением жаргонизмов и просторечных выражений.

Профессионально-деловое общение нацелено на реализацию основных функций:

- трансляционная - общение используется для передачи конкретных способов профессиональной деятельности и профессионального взаимодействия, а также профессионально значимых знаний, в том числе оценок, мнений, суждений;

- инструментальная - общение выступает как социально-психологический механизм управления поведением и деятельностью партнеров по общению;

- интегративная - общение выступает основой объединения партнеров в рамках профессионального взаимодействия;

- функция самовыражения - за счет общения возникает возможность самораскрытия и самоутверждения;

- экспрессивная - благодаря общению партнеры могут выразить эмоциональные переживания и характер отношения к деятельности и друг к другу.

Сформированность навыков профессионально-делового общения позволит будущим специалистам успешно ориентироваться в сфере профессиональной деятельности, взаимодействовать между собой и решать профессиональные проблемы, даст возможность стать профессионалом в своём деле.

**2. Структура общения (коммуникативная, интерактивная и перцептивная стороны общения)**

В структуру общения входят три составляющих:

1) коммуникативная сторона (обмен информацией);

2) интерактивная (организация взаимодействия, обмен действиями);

3) перцептивная (процесс восприятия партнерами друг друга и установление взаимопонимания).

Необходимо обозначить структуру понятия «общение» для того, чтобы затем был возможен анализ каждого элемента. Чаще всего структуру общения характеризуют путем выделения в нем трех взаимосвязанных сторон: коммуникативной, интерактивной и перцептивной (рис.  3).



Рис.3. Структура общения

*Коммуникативная*сторона общения состоит в обмене информацией между людьми.

*Перцептивная* сторона общения означает процесс восприятия друг друга партнерами по общению и установление на этой почве взаимопонимания.

*Интерактивная*сторона общения заключается в организации взаимодействия между индивидами, т.е. в обмене не только знаниями и идеями, но и действиями. Расмотрим подробно каждую из них.

**Общение как обмен информацией**

**Понятие коммуникации**

Коммуникация – это процесс передачи информации от отправителя к получателю. Обмен информацией, или коммуникация, может реализовываться в двух формах:

1) система с обратной связью (непосредственный контакт), А> <Б, непосредственный контакт характерен для межличностного общения;

2) система без обратной связи или с отсроченной обратной связью (в средствах массовой коммуникации).

Функции коммуникации:

1) информационная;

2) регулятивная;

3) эмотивная (возбуждение переживания).

Структура коммуникации, предложенная американским математиком Клодом Шенноном, автором теории системы коммуникации:

1) источник информации и передатчик;

2) место назначения информации и приемник;

3) канал связи (средство перехода информации);

4) источник «шума», где под «шумом» понимается любой вид помех.

Лингвист Роман Осипович Якобсон выделяет структуру коммуникативного акта:

1) адресант;

2) адресат;

3) контакт – способ передачи информации (речь, азбука Морзе);

4) код (правила языка);

5) контекст, в котором сообщение приобретает всю полноту смысла.

**Модель коммуникативного процесса (Г. Лассуэлл)**

Гарольд Лассуэлл предлагает модель коммуникативного процесса средств массовой информации:

1) кто (передает сообщение) – коммуникатор;

2) что (передается) – сообщение;

3) как (осуществляется передача) – канал;

4) кому (направлено сообщение) – аудитория;

5) с каким эффектом – эффективность.

**Средства коммуникации**

Коммуникация бывает вербальная (речь) и невербальная (язык движений).

К средствам коммуникации относятся:

* речь;
* кинесика – язык тела (жесты, мимика, пантомимика);
* паралингвистика (интонация, темп, ритм, высота, громкость);
* экстралингвистика (включение в речь пауз, плача, смеха);
* система организации пространства и времени коммуникации (проксемика – пространственное расположение и хронемика – временные рамки общения);
* такесика – это тактильная коммуникация (рукопожатия, поцелуи, поглаживания, похлопывания, объятия);
* система контакта глазами;
* ольфакторная система (различение запахов).

Среди невербальных средств коммуникации большую роль играет организация пространства и времени коммуникативного процесса. Так, например, размещение партнеров лицом к лицу способствует возникновению контакта, а окрик в спину вызовет, скорее всего, негативную защитную реакцию человека.

Особое место могут занимать ситуации, характеризующиеся постоянным специфическим сочетанием пространственно-временных координат, так называемые «хронотопы». Так, описаны хронотоп «вагонного попутчика» и хронотоп «больничной палаты»: специфическая ситуация близкого (в пространственном плане) общения двух чужих людей на протяжении довольно значительного времени приводит к неожиданной откровенности.

Проксемика – близость коммуникации; определяется особенностями культуры, привычек людей, а также самой ситуацией общения.

Аллан Пиз выделяет четыре пространственные зоны.

1. Интимная зона (от 15 до 46 см) – в эту зону разрешается проникнуть только тем лицам, которые находятся в тесном эмоциональном контакте.

2. Личная зона (от 46 см до 1,2 м) – это расстояние, которое разделяет нас на вечеринках и официальных приемах.

3. Социальная зона (от 1,2 до 3,6 м) – ролевые контакты с незнакомыми или малознакомыми людьми.

4. Общественная зона (более 3,6 м) – мы адресуемся к большой группе людей.

Важно не только расстояние, но и расположение стола и стульев в процессе коммуникации: «угловое расположение», «круглый стол», «лицом к лицу» и пр.

**Авторитарная и диалогическая коммуникация**

Выделяют два типа коммуникативного воздействия, различающихся как по задачам, так и по средствам влияния коммуникатора на реципиента, – авторитарную и диалогическую коммуникацию (табл. 5) .

*Таблица* *5*

**Авторитарная и диалогическая коммуникация**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Параметры анализа | Авторитарная | Диалогическая |
| 1. Психологическая установка коммуникатора | «Сверху вниз» | «На равных» |
| 2. Характеристика общения | Безличный характер | Персонификация |
| 3. Коммуникативное прост-  ранство | Монофония | Полифония |
| 4. Способы организации пространства | Позиция  над аудиторией | Один уровень  с аудиторией |
| 5. Невербальное поведение | Закрытая жестикуляция | Открытая жестикуляция |

**Коммуникативное влияние**

Коммуникативное влияние может осуществляться:

* через сознание;
* через чувства;
* через поведение.

«Эффект воронки», описанный ленинградскими психологами, предполагает в большей степени воздействие на сознание, а только затем на чувства или поведение. В зависимости от того, на что направлено воздействие, выделяют несколько способов коммуникативного влияния.

Способы коммуникативного влияния:

1. Убеждение – совокупность приемов логического воздействия на собеседника.

2. Внушение – процесс воздействия, рассчитанный на снижение сознательности и критичности собеседника при восприятии полученного сообщения.

3. Заражение – процесс передачи эмоционального состояния от одного человека к другому на психофизиологическом уровне, помимо смыслового воздействия.

4. Подражание – следование какому-либо образцу поведения.

Общение можно рассматривать как решение коммуникативной задачи. В этом случае можно выделить несколько этапов коммуникации:

1) ориентировка;

2) планирование;

3) выбор средств коммуникации,

4) обеспечение обратной связи.

Соответственно психологи выделяют коммуникативные умения:

* умение быстро и правильно ориентироваться в условиях общения;
* умение правильно спланировать свою речь;
* умение найти адекватные средства для передачи информации;
* умение обеспечить обратную связь.

От чего зависит адекватность восприятия информации? Один из важнейших факторов – коммуникативный барьер.

**Коммуникативный барьер**

Коммуникативный барьер – это психологическое препятствие на пути адекватной передачи информации между партнерами по общению. В результате информация искажается.

Виды коммуникативных барьеров:

1) барьер непонимания (фонетическое непонимание как проблема дефектов речи; семантическое непонимание как проблема жаргонов; семантическое непонимание как проблема стиля речи и ее соответствия ситуации; логический барьер как проблема адекватности языка системе доказательств адресата);

2) социально-культурные различия между партнерами по общению;

3) барьеры отношения – возникновение чувства неприязни, недоверия к коммуникатору, которое распространяется и на передаваемую им информацию.

**Массовая коммуникация**

Массовая коммуникация – способ общения, который является односторонним потоком сообщений, адресованным анонимной, достаточно большой и весьма разнородной аудитории.

Функции массовой коммуникации:

* распространение знаний о действительности;
* социальное регулирование и управление;
* распространение культуры;
* развлечение.

Основные практические задачи массовой коммуникации:

* пропаганда;
* просвещение;
* реклама.

Признаки массовых информационных процессов:

* публичность;
* быстрота передачи информации;
* преходящий характер информации.

Психологические эффекты массовых информационных процессов:

* информация позволяет разрешать различные жизненные проблемы;
* удовлетворение от поддержания целей и ценностей группы;
* эффект усиления позиции (поддержание во мнении);
* удовлетворение познавательного интереса;
* эмоциональная разрядка;
* эстетический эффект;
* эффект комфорта.

**Интерактивная сторона общения**

Интерактивная сторона общения – это, прежде всего, организация совместных действий, позволяющих группе организовать некоторую общую деятельность.

Интерактивнаясторона заключается в организации взаимодействия между индивидами, в воздействии человека на человека или на группы людей.

Психологическое воздействие – социально-психологическая активность одних людей, направленная на других людей и их группы с целью изменения психологических характеристик личности, групповых норм, общественного мнения, настроений и переживаний.

В литературе описаны способоы воздействия партнеров друг на друга. К ним относятся: заражение, внушение, убеждение и подражание.

*Заражение***.** Всамом общем виде его можно определить как бессознательную, невольную подверженность человека определенным психическим состояниям. Оно проявляется через передачу определенного эмоционального состояния или, по выражению известного психолога Б.Д. Парыгина, психического настроя.

Примерами могут служить аплодисменты на выступлении популярного актера, которые, сыграв роль импульса, «заражают» зал общим настроением, «боление» на стадионах во время спортивных состязаний. Формальные и неформальные лидеры любого коллектива, как правило, представляют собой модель усилителя определенного психического настроя, который может возникнуть в группе.

Экспериментально установлено, что чем выше уровень развития личности, тем критичнее ее отношение к воздействию и тем самым слабее действие механизма «заражения».

*Внушение***.** Это целенаправленное неаргументированное воздействие одного человека на другого. При внушении (*суггестии*) осуществляется процесс передачи информации, основанный на ее некритическом восприятии. Явление сопротивления внушающему воздействию называется *контрсуггестией*. Внушение производится путем непосредственного прививания психических состояний, причем не нуждается в доказательствах и логике. Внушение – это эмоционально-волевое воздействие. Эффект внушения зависит от возраста и состояния: дети лучше поддаются внушению, чем взрослые. Более внушаемы утомленные, ослабленные физически люди. Экспериментально доказано, что решающим условием эффективного внушения является авторитет внушающего. Различаю 3 вида ***защиты от внушения***:

*Избегание***.** Подразумевается избегание источников воздействия, уклонение от контактов с партнером.

*Авторитет.*Действие авторитета как вида защиты заключается в том, что разделив всех людей на авторитетных и неавторитетных, человек доверяет только первым и отказывает в доверии вторым.

*Непонимание.*Далеко не всегда имеется возможность определить источник информации как опасный, чужой или неавторитетный и таким образом защититься от нежелательного воздействия. Довольно часто какая-то потенциально опасная для человека информация может исходить и от людей, которым мы в общем и в целом доверяем. В таком случае защитой будет своеобразное непонимание самого сообщения. О том, какие уровни непонимания существуют и как их преодолевать, вы сможете узнать из материала, посвященного коммуникативной стороне общения.

*Убеждение***.** Оно построено на том, чтобы с помощью логического обоснования добиться согласия от человека, принимающего информацию. Убеждение представляет собой интеллектуальное воздействие на сознание личности через обращение к ее собственному критическому суждению.

*Подражание.*Его специфика, в отличие от заражения и внушения, состоит в том, что здесь осуществляется не простое принятие внешних черт поведения другого человека, а воспроизведение им черт и образов демонстрируемого поведения. Поскольку речь идет об усвоении предложенных образцов поведения, существуют два плана подражания, или конкретному человеку, или нормам поведения, выработанным группой.

Кроме психологического воздействия общение подразумевает и ***взаимодействие***,которое всегда присутствует в виде двух компонентов:

1. *содержание* взаимодействия (вокруг чего или по поводу чего развертывается взаимодействие);
2. *стиль* взаимодействия (как человек взаимодействует с окружающими).

Можно говорить о *продуктивном* или *непродуктивном* стиле взаимодействия. 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. Если стиль сформирован на основе действий в какой-то конкретной ситуации, а потом механически перенесен на другую ситуацию, то, естественно, успех не может быть гарантирован.

***Для оценки стиля взаимодействия существуют следующие критерии:***

1. характер активности в позиции партнеров;
2. характер выдвигаемых целей;
3. характер ответственности;
4. характер отношений, возникающих между партнерами;
5. характер функционирования механизма идентификации.

Кроме видов, обычно выделяют несколько *типов взаимодействия*, Наиболее распространенным является их деление *по результативной направленности:*на кооперацию и конкуренцию.

* *Кооперация –* это такое взаимодействие, при котором его субъекты достигают взаимного соглашения о преследуемых целях и стремятся не нарушать его, пока совпадают их интересы.
* *Конкуренция –* это взаимодействие, характеризующееся достижением индивидуальных или групповых целей и интересов в условиях противоборства между людьми.

В обоих случаях как тип взаимодействия (сотрудничество или соперничество), так и степень выраженности этого взаимодействия (успешное или менее успешное сотрудничество) определяет характер межличностных отношений.

***Стили общения***. В общении с окружающим миром человек накапливает жизненный опыт, получает возможность самореализации. Оказываясь в той или иной ситуации, каждый из нас ищет способ «подачи» себя. Чем же мы руководствуемся, выбирая ту или иную манеру общения?

Стили общения качественно раскрывают поведение человека при его взаимоотношениях с окружающими. При этом выбор стиля обусловливается рядом факторов:

1. Какую цель общения мы преследуем? Если в процессе коммуникации нам важно глубже познать себя, то мы приложим максимум усилий, чтобы сделать наши взаимоотношения доверительными и объективными. Иногда возникает потребность воздействовать на сознание других. Даже при обсуждении прочитанной книги, взволновавшей нас, нам небезразлично мнение оппонентов. Стоит ли смотреть тот или иной фильм? Почему при оформлении на работу предпочтения должны отдать вашей кандидатуре? От убедительности наших аргументов и будет зависеть результат общения.
2. Ситуация, в которой оно осуществляется. В неформальной домашней обстановке с давним другом детства вряд ли нам захочется обсуждать глобальные научные или политические проблемы. Чего не скажешь о членах симпозиумов.
3. Статус, личностные качества, мировоззрение и положение собеседника влияют на общающихся. Пользуясь языком афоризмов, об этом можно сказать так: «Дипломат два раза подумает перед тем, как ничего не сказать».

Выделяют различные стили общения в психологии, но основными являются: *ритуальный, гуманистический, манипулятивный, императивный* (табл. 6).

Таблица 6

Основные стили взаимодействия

|  |  |
| --- | --- |
| http://fs.nashaucheba.ru/tw_files2/urls_3/1552/d-1551309/img8.jpg  Ритуальный стиль | Ритуальный стиль обычно задан некоторой культурой. Человек, привыкший к другому ритуалу, получив такой ответ, выходящий за рамки его культурных представлений, будет озадачен, как взаимодействовать дальше. Этот стиль обычно задается культурой, в которой живет человек. В нем мы реализуем себя как продукт социума. Главной задачей этого типа общения является сохранение связи с окружением, поддержание представления о нас, как членах общества. При этом партнер нам необходим как атрибут для выполнения определенного ритуала. Например, здороваясь, прощаясь, бросая на ходу знакомому: «Как живешь?» – мы всего лишь придерживаемся традиционных устоев общества, по большому счету ни к чему нас не обязывающих |
| http://www.eoliya.ru/175877.jpg Императивный стиль | Это авторитарная, директивная форма взаимодействия. Оно объединяет в себе авторитарное и либеральное общения. Цель императивного стиля – достижение контроля над поведением другого, над его установками или принуждение к определенным действиям и решениям. В качестве средств оказания влияния используются приказы, предписания и требования. Сферы, где достаточно эффективно используется императивное общение – это отношения «начальник – подчиненный», воинские уставные отношения, работа в экстремальных условиях |
| http://vybor.ua/uploadfiles/article/50dad24fb2a4e.jpg  Манипулятивный стиль | Манипулятивный стиль действия будет проявляться в выстраивании таких отношения, в которых партнеру отведена роль соперника, которого необходимо обыграть, обмануть.  Если цель императивного общения – добиться контроля над поведением и мыслями другого человека – никак не завуалирована, то при использовании манипулятивного стиля влияние на собеседника осуществляется скрытно. При манипулятивном общении собеседник воспринимается не как целостная личность, а как носитель определенных нужных манипулятору качеств. При этом собеседнику демонстрируют лишь то, что поможет в достижении цели. Победителем выйдет тот, кто окажется более изобретательным манипулятором. Помочь в этом могут хорошее знание партнера, понимание целей, владение техникой общения. Большую часть профессиональных задач удается решать, если успешно использовать манипулятивный стиль общения. В то же время человек, выбравший в качестве основного стиля общения манипулятивный, со временем начинает воспринимать фрагментарно и себя самого, переходя на стереотипные формы поведения. При этом использование манипулятивных навыков в одной сфере (например, в деловой) обычно заканчивается переносом этих навыков на все остальные сферы жизни человека |
| стили общения в психологии  Гуманистический стиль | Гуманистический стиль действия предполагает общение, основанное на равенстве партнеров, предполагает высокую культуру общения и коммуникативную компетентность. Это личностное отношение, которое позволяет утолить человеческую потребность в понимании, сопереживании, сочувствии. Успех общения в данном случае во многом зависит от индивидуальности. Это равноправные взаимодействия, которые позволяют путем диалогического отношения добиться взаимопонимания.  К этому стилю относятся все разновидности диалогического общения: это равноправное взаимодействие, цель которого – взаимное познание, самопознание. Примером здесь может быть интимное общение, общение врача с пациентом, педагогическое. Гуманистический стиль общения лишен императива и позволяет достичь глубокого взаимопонимания |

Перечисленные стили общения – это всего лишь склонность, направленность к определенным взаимоотношениям. Но это отнюдь не значит, что только при помощи одного из них человек способен самореализоваться.

**Социальная перцепция (общение как познание и понимание людьми** **друг друга)**

**Определение социальной перцепции, механизмы и процессы познания**

Термин «социальная перцепция» ввел Джером Брунер в 1947 году для обозначения процесса восприятия социальных объектов (людей, групп и пр.). Вначале под социальной перцепцией понималась социальная детерминация перцептивных процессов. Впоследствии социальной перцепцией стали называть процесс восприятия социальных объектов (других людей, социальных групп, больших социальных общностей), а также интерпретацию и прогнозирование поведения на этой основе.

Социальная перцепция определяется психологическими и социальными особенностями субъекта и объекта восприятия, а также адекватностью оценок наблюдателя. Эти аспекты социальной перцепции изучаются исследователями.

Психологические факторы, влияющие на восприятие другого:

1) влияние опыта, в том числе и профессионального (закон апперцепции);

2) эмоциональное состояние субъекта восприятия;

3) характерологические особенности субъекта восприятия;

4) степень персонификации чувств (избирательность);

5) когнитивная и личностная сложность субъекта восприятия (простая психическая организация позволяет увидеть лишь элементарные черты в другом человеке);

6) степень внутренней личностной свободы (свобода от стереотипов);

7) степень открытости или закрытости объекта восприятия.

К механизмам и процессам познания и понимания относятся:

1) идентификация – предположение о внутреннем состоянии партнера путем уподобления себя другому;

2) эмпатия – эмоциональное вчувствование, сопереживание «другому»;

3) аттракция – процесс формирования привлекательности какого-то человека для партнера и результат этого процесса – позитивная эмоциональная установка на другого;

4) социальная рефлексия – способность человека представить, как он воспринимается партнером по общению;

5) каузальная атрибуция – приписывание партнеру по общению определенных мотивов поведения.

В социальной психологии особенно много экспериментов было проведено в области каузальной атрибуции. Так, выявлена зависимость приписываемых характеристик от предшествующей оценки объектов восприятия. В эксперименте А. Циллиха (1928) регистрировались оценки двух групп детей, даваемые им субъектом восприятия. Одна группа была составлена из «любимых», а другая – из «нелюбимых» детей. Хотя «любимые» (в данном случае более привлекательные дети) делали намеренно ошибки в исполнении задания, а «нелюбимые» выполняли его корректно, воспринимающий приписывал положительные оценки «любимым», а отрицательные – «нелюбимым».

У каждого человека есть свои излюбленные схемы причинности. Одни объясняют события, исходя из личностной атрибуции, другие – исходя из внешних обстоятельств. Причем успех люди чаще приписывают себе, а неудачу – обстоятельствам. Характер приписывания зависит также от меры участия субъекта в обсуждаемом событии.

На характер каузальной атрибуции влияет и такая личностная черта, как особенности локуса контроля субъекта – экстернальный или интернальный.

**Эффекты восприятия**

В социально-психологической литературе описано не менее 10 эффектов, многие из которых подтверждены эмпирическими исследованиями. Чаще всего выделяют следующие: 1) эффект ореола; 2) эффект первичности; 3) эффект новизны; 4) эффект стереотипизации (табл. 7)

*Таблица 7*

**Эффекты межличностного восприятия**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Эффекты межличностного  восприятия | Эмпирические данные | |
| Эффект ореола («галоэффект») – при формировании впечатления о человеке общее благоприятное впечатление приводит к позитивным оценкам и неизвестных качеств, и наоборот | Эффект ореола в психологии экспериментально доказан Р. Нисбетом и П. Уилсоном, затем А. А. Бодалевым | |
| Эффект первичности – при восприятии незнакомого человека большую роль приобретает первичная информация о нем | Эксперименты С. Аша (1952): эффект  первичности.  Эксперименты А. Лачинса (1957). | |
| Эффект новизны – при восприятии знакомого человека последняя, новая информация оказывается более значимой. В связи с этим можно говорить о конструировании воспоминаний, реконструировании прошлого (Майерс, 1997, с. 125). | Кэти Макфарланд и Майкл Росс (1985) попросили студентов университета оценить своих постоянных партнеров, с которыми они встречались. Два месяца спустя они повторили процедуру. Студенты, чья любовь стала сильнее, обычно считали, что их любовь – с первого взгляда. Те, кто прервал отношения, чаще отзывались об экс-партнере как об эгоистичном человеке с плохим характером. | |
| Эффект стереотипизации – склонность приписывать некоторым социальным объектам устойчивые характеристики.  Так, хорошо известны стереотипы относительно представителей определенных этносов, профессиональных групп.  Эффект стереотипизации может, в свою очередь, приводить к стереотипу ожидания («самосбывающемуся пророчеству»). | Стереотипы восприятия некоторых социальных объектов (получены при опросах):  Мужчины: хорошо знают свою специальность, успешнее справляются с заданием  (в эксперименте они работают быстро, но не точно).  Женщины: лучше память, больше развито внимание, высокая точность в работе, хорошая зрительно-моторная координация, быстрее вырабатываются новые навыки, меньше генерируют идей.  Руководитель высокого ранга: высокая интеллектуальность, общительность, высокая эмоциональная и социальная зрелость, социальная смелость, уверенность в общении, мягкость, артистизм в обращении, поглощенность своей идеей, богатое творческое воображение, стрессоустойчивость, реализм в самооценке.  Стереотипы относительно этносов. | |
| Эффект привлекательности – частный случай эффекта ореола; это тенденция переоценивать неизвестные нам качества внешне | Эксперименты А. А. Леонтьева и А. Миллера). Молодым людям было предложено оценить почерк в тексте, написанном женщиной, причем к тексту прилагался ее | |
| привлекательного, симпатичного человека. | портрет. В одних группах испытуемых использовался портрет женщины с привлекательной внешностью, а в других – портрет дурнушки. Более высокие оценки получил почерк красивой женщины.  Если партнер привлекательнее внешне, то он переоценивается по психологическим и социальным качествам и воспринимается как более уверенный в себе, счастливый и искренний (красивых женщин считают более заботливыми и порядочными). | |
| Эффект превосходства – частный случай эффекта ореола; люди склонны систематически переоценивать различные психологические качества тех людей, которые превосходят их по какому-то существенному для них параметру (одежда и манера поведения).  Обратный эффект – склонность недооценивать психологические качества людей, которые не обладают важными для нас качествами. | Если наблюдатель ощущает превосходство партнера по уму, физическому росту, материальному благосостоянию и пр., то он переоценивает его также и по личностным качествам. | |
| Эффект ложного согласия – тенденция переоценивать распространенность какого-либо мнения, нежелательного или неэффективного поведения.  Эффект ложной уникальности – тенденция недооценивать тот факт, что способности и желательное или нежелательное поведение имеют широкое распространение. | В книге Д. Майерса «Социальная психология» представлены ссылки на исследования Дж. Крюгера и У. Клемента (1994), Г. Маркса и Н. Миллера (1987), Дж. Готалз (1991) | |
| Стереотип ожидания, или «самоактуализирующееся пророчество» (Р. Бернс), «эффект Пигмалиона» – стереотип, способный порождать новую реальность.  М. Снайдер: «Стереотипы могут создавать собственную реальность. Они направляют социальное взаимодействие в такое русло, что стереотипно воспринимаемый индивид начинает своим поведением подтверждать стереотипные впечатления о себе другого человека». | | Наблюдатель на основе своих «перцептивных» изысканий формирует собственную стратегию поведения по отношению к наблюдаемому и реализует ее. Наблюдаемый, строя собственное поведение, отталкивается  от этой стратегии, а следовательно, и от субъективного мнения о нем, которое сложилось в голове наблюдателя. Если наблюдатель – авторитетный человек, наблюдаемый будет стараться вписаться в ту модель поведения, которую ему предложили. «Пророчество» (субъективная оценка, сделанная наблюдателем) начнет действовать.  Роберт Розенталь и Ленор Якобсон подтвердили «эффект Пигмалиона» в эксперименте на школьниках. |

В основе всех типовых схем формирования первого впечатления о человеке лежит социальный стереотип. Социальный стереотип – это устойчивый образ о каких-либо явлениях и людях. В педагогической практике также встречаются стереотипы «хорошего» (умного, порядочного, развитого) и «плохого» (безразличного, агрессивного) ученика. Ожидания учителя по отношению к ребенку и в самом деле определяют реальные достижения ребенка («эффект ожидания», или «эффект Пигмалиона»).

Стереотип проявляется и в отношении ситуации общения с учениками. Хороших учеников чаще вызывают и активнее поддерживают. На опрос «плохих» учеников объективно тратится меньше времени, хотя педагог искренне считает обратное.

**Эффект первичности: эксперимент А. Лачинса**

В эксперименте А. Лачинса четырем группам студентов был представлен незнакомец, относительно которого была дана характеристика экстраверсии или интроверсии (табл. 8).

*Таблица 8*

**Описание эксперимента А. Лачинса**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Ход  эксперимента | 1-я группа | 2-я группа | 3-я группа | 4-я группа |
| Первичная информация | Экстраверт | Интроверт | Первичная информация – экстраверт | Первичная  информация – интроверт |
| Вторичная информация | Отсутствует | Отсутствует | Вторичная информация – интроверт | Вторичная информация – экстраверт |
| Описания  незнакомца студентами | Описание  незнакомца как экстраверта | Описание незнакомца как интроверта | Описание незнакомца как экстраверта | Описание незнакомца как интроверта |

По итогам эксперимента был сделан вывод о значимости первичной информации о незнакомом человеке.

**Эффект ореола (Р. Нисбетт и П. Уилсон; А. А. Бодалев)**

Двум группам студентов была показана лекция, проведенная одним и тем же преподавателем. Вот только на одной лекции профессор передавал информацию в дружелюбной форме, а на другой – более жестко, с допущением резких выражений. Оппоненты должны были оценить его внешность, акцент и манеру поведения и указать, кто больше понравился. Внешний облик преподавателя мало кто отметил, как и особенности речи, зато его манера подачи материала существенно повлияла на оценку и повлекла за собой массу негативных отзывов в отношении второй лекции.

В первую очередь «ореол» создают факторы внешней привлекательности, превосходства, хорошего отношения к нам. Явно этот эффект проявляется тогда, когда воспринимающий имеет минимальную информацию об объекте восприятия, а также когда суждения касаются моральных качеств.

Эксперименты американских психологов были повторены и продолжены в исследованиях А. А. Бодалева. А. А. Бодалев проводил эксперименты по изучению влияния установок на восприятие. Он предъявлял испытуемым фотографию молодой женщины и пожилого мужчины. О женщине в одной группе говорили, что она учительница, а в другой представляли ее как артистку. Мужчину в одной группе представляли как героя, а в другой – как преступника. Первоначальная установка влияла на процесс восприятия фотографии, полностью меняя интерпретацию лица человека.

Исследования, проведенные психологами, говорят о том, что при формировании мнения о качествах личности впервые встреченного человека большое значение имеет его общая эстетическая выразительность (соответствие идеалу красоты). Используя метод компетентных судей, Артур Миллер провел эксперимент, выбрав из большого числа фотографий красивые лица, с точки зрения судей, и обыкновенные лица. Две группы фотографий были показаны женщинам и мужчинам, возраст которых был в границах 18–24 года. Задача испытуемых заключалась в том, чтобы рассказать по фотографиям о внутреннем мире каждого. Людей, лица которых были отнесены к более красивым, испытуемые характеризовали как уверенных, искренних, счастливых, духовно богатых. Оценка второй группы фотографий имела значительные расхождения с первой. Исследования показывают, что физическая привлекательность вызывает «сдвиг» в оценках тогда, когда объектом оказываются черты личности человека, и тогда, когда оценивается конкретный результат деятельности или поступок.

Другие эффекты восприятия:

1. Эффект хорошего отношения к нам – частный случай эффекта ореола; воспринимающий склонен переоценивать человека, относящегося к нему с симпатией.

2. Эффект проекции проявляется в приписывании приятному собеседнику своих достоинств, а неприятному – своих недостатков.

3. Эффект средней ошибки – это тенденция смягчать оценки наиболее ярких особенностей другого человека в сторону среднего.

4. Относительность суждения о социальном объекте – оценки социального объекта зависят от уровня адаптации к стимулам определенного типа.

В работе Дэвида Майерса «Социальная психология» приведены эксперименты Нормана Андерсона, Соломона Аша и других относительно эффектов межличностного восприятия.

**Эффект первого впечатления: эксперимент Н. Андерсона**

По данным Нормана Андерсона и его коллег (1968, 1974), существуют определенные правила, подчиняясь которым мы создаем целостное впечатление о человеке на базе разрозненных сведений. Допустим, вам предстоит встреча с незнакомой вам девушкой, про которую вам сказали, что она «умная, бесстрашная, ленивая и искренняя». Феномен «эффект первенства» (primacy effect) проявляется в том, что первое впечатление способно повлиять на толкование информации, которую вы получите потом. После того, как вам скажут про кого-то, что он «умен», вы, возможно, истолкуете решительность этого человека как храбрость, а не как безрассудство. Эффект первенства срабатывает, за исключением тех случаев, когда в списке предъявленных характеристик значимое для нас качество оказывается в числе последних. Но в тех случаях, когда все характеристики являются одинаково значимыми, более важной оказывается первичная информация.

**Эксперименты С. Аша: межличностное восприятие**

Соломон Аш первоначально опирался на идеи гештальтпсихологии, что повлияло на его интерес к проблеме социальной перцепции. Аш предлагал испытуемым перечень индивидуальных черт (теплый, умный, трудолюбивый, решительный и пр.) и затем фиксировал впечатление и суждения испытуемых о гипотетическом человеке, описанным таким образом. Различные группы получали идентичные перечни, в которых менялось только одно ключевое слово (наиболее известным переключателем была пара «холодный – теплый», а Аш наблюдал воздействие центральной черты на формирование впечатления. Он установил, что некоторые черты являются наиболее значимыми и их изменение сопровождалось изменением окончательного впечатления.

*Эффект первичности* был продемонстрирован в эксперименте Соломона Аша (1946): наиболее убедительна та информация, которая получена первой. Он предложил студентам колледжа Нью-Йорк Сити прочитать характеристики Джона и высказать свое мнение о нем.

1-й список: Джон умен, трудолюбив, импульсивен, критически настроен, упрям и завистлив.

2-й список: Джон завистлив, упрям, критически настроен, импульсивен, трудолюбив и умен.

Испытуемые, сначала прочитавшие первый список, оценили Джона более позитивно, чем те, которые начали со второго. Первая информация повлияла на их трактовку последующей информации, т. е. сработал эффект первичности. Аналогичные результаты были получены и в экспериментах, в которых испытуемые успешно справлялись с 50 % заданий на догадливость. Испытуемые, правильно ответившие на первый вопрос, производили впечатление более способных, нежели те, кто сначала ошибался и лишь потом давал правильный ответ.

**Эффект новизны: эксперименты Н. Миллера и Д. Кэмпбелла**

*Эффект новизны* продемонстрирован Н. Миллером и Д. Кэмпбеллом в 1959 году. Известно, что события сегодняшнего дня могут временно затмить важные события, имевшие место в прошлом. Чтобы проверить это, Норман Миллер и Дональд Кэмпбелл сначала давали одной группе студентов прочитать информацию, предоставленную защитой, а второй группе – информацию, предоставленную обвинением. Спустя неделю исследователи предложили им прочитать второй «блок» и сразу же высказать свое мнение. Результаты были диаметрально противоположны тем, что были получены в первой части эксперимента, когда было доказано существование эффекта первичности: большая часть того, что было прочитано неделю назад, выветрилась из памяти.

Забывание создает эффект новизны, если: 1) между двумя сообщениями проходит достаточно много времени; 2) аудитория должна действовать вскоре после второго сообщения. Если два сообщения следуют одно за другим без перерыва, после чего проходит какое-то время, скорее, проявится эффект первичности. Это, прежде всего, относится к тем ситуациям, когда первое сообщение стимулирует активный мыслительный процесс.

**Классификация социальных стереотипов**

Стереотип (stereotype) – это совокупность черт, которые люди приписывают членам определенной социальной группы. Понятие «стереотип» ввел Уолтер Липпман. Он также указал на две основные причины склонности к стереотипам: принцип экономии умственных усилий и принцип защиты групповых ценностей, авторитетов, взглядов, мнений.

Выделяют следующие социальные стереотипы:

* конституционально-антропологические – приписывание психологических характеристик на основании антропологических признаков (типы телосложения, черты лица, пол);
* этнические стереотипы – это упрощенные, схематизированные, эмоционально окрашенные и чрезвычайно устойчивые образы какой-либо этнической группы, общности или национальности, легко переносимые на всех представителей этой группы;
* статусные – зависимость восприятия и понимания другого человека от его социального статуса; например, эксперимент с исследованием зависимости физического роста от статусного положения человека (лаборант, доцент, профессор);
* социально-ролевые – влияние социальных ролей, которые выполняет этот человек, например, военный – дисциплинированный;
* вербально-поведенческие – характеризуют зависимость восприятия другого человека в зависимости от особенностей его поведения и речи;
* эмоционально-эстетические – зависимость восприятия и оценки другого человека от его внешней привлекательности/непривлекательности;
* профессиональные – персонифицированный образ профессии, т. е. обобщенный образ типичного ее представителя.

Разновидностью социального стереотипа является *имидж* (от *англ*. image – образ) – эмоционально окрашенный стереотип массового обыденного сознания относительно определенных социальных объектов, например, имидж политического деятеля.

Имидж имеет две стороны:

* субъективную, т. е. передаваемый образ того человека, которого воспринимают, чей образ создается,
* объективную, т. е. воспринимаемую тем, кто наблюдает.

Передаваемый и воспринимаемый образы могут не совпадать. Передаваемый образ не всегда отражает и сущность личности.

Проблема социального познания крайне запутана. Этому есть несколько объяснений:

1. Социальное познание зависит от того, кто является субъектом познания (таким субъектом может быть человек, не включенный в группу; человек, включенный в группу; группа; активный деятель, пассивный партнер или наблюдатель и пр.).

2. Стереотипы восприятия различных социальных объектов значительно отличаются (отличается восприятие отдельного человека или группы; человека, включенного в группу «своих» или включенного в группу «чужих»; восприятие группы «своих» и группы «чужих»; восприятие знакомых и незнакомых и пр.).

3. Ситуация познания влияет на восприятие, поскольку изменяются установки наблюдателя.

4. Восприятие зависит от того, какие когнитивные процессы задействованы в процессе познания социальных объектов. Как отмечают Жан-Филипп Лейенс, Бенуа Дарден и Клайс Фидлер в работе «Перспективы социальной психологии» (2001), такими процессами могут быть восприятие, категоризация, суждения в виде эвристик.

**3. Модель, средства и структура социального взаимодействия**

**Структура взаимодействия (Т. Парсонс)**

Толкотт Парсонс понимает человеческое действие (и взаимодействиие) как самоорганизующуюся систему, специфику которой он усматривал в символичности (язык, ценности); в нормативности (зависимость действий человека от общепринятых ценностей и норм); в волюнтаристичности (зависимость от субъектиных «определений ситуации»).

Толкотт Парсонс выделяет структуру взаимодействия:

* деятель;
* «другой» – объект, на который направлено действие;
* нормы, по которым организуется взаимодействие (нормы – это принятые в данной общности стандарты поведения);
* ценности, которые исповедует каждый участник (ценности – это социально-историческое значение для общества и личностный смысл для человека определенных явлений действительности);
* ситуация, в которой совершается действие.

Деятель мотивирован тем, что его действие направлено на реализацию его установок (потребностей). В отношении «другого» деятель развивает систему ориентаций и ожиданий, которые определены как стремлением к достижению цели, так и учетом вероятных реакций другого.

В различных исследованиях выявлено несколько важнейших видов социальных мотивов (мотивов взаимодействия с другими):

1) мотив максимизации общего выигрыша (мотив кооперации);

2) мотив максимизации собственного выигрыша (личный мотив);

3) мотив максимизации относительного выигрыша (конкуренция);

4) мотив максимизации выигрыша другого (альтруизм);

5) мотив минимизации выигрыша другого (агрессия);

6) мотив минимизации различий в выигрышах (равенство).

**Теории взаимодействия**

Первые теории взаимодействия появились в рамках бихевиоризма (теория обмена Дж. Хоманса) и интеракционизма (Дж. Мид, Г. Блумер, Э. Гоффман).

Позиции личности в процессе взаимодействия изучались в рамках символического интеракционизма. Вслед за Уильямом Джемсом Джордж Мид разделяет «Я» человека на две составляющих; «I» (импульсивная, творческая сторона) и «me» (рефлексия, контролирующее поведение, характеризующее зрелость личности).

**Теория элементарного социального поведения Дж. Хоманса**

Джордж Хоманс рассматривал функционирование социальных систем на основе анализа элементарного социального поведения – обмена деятельностью (вещами, идеями, чувствами) – ради того или иного вознаграждения.

Основная изучаемая проблема – взаимный обмен вознаграждениями в диаде. Взаимодействие в диаде обусловлено вознаграждениями и издержками. Чем чаще один человек благодарит другого за помощь, тем чаще этот другой будет оказывать ему помощь.

**Теория структурного баланса Ф. Хайдера**

Теория Хайдера посвящена анализу согласованности (балансу) между системой установок индивида и его знаниями об установках и поведении окружающих.

Фриц Хайдер объясняет социальное поведение личности, исходя из «психологии здравого смысла», к помощи которой люди прибегают, объясняя повседневные события. По его мнению, люди склонны объяснять поведение окружающих или результаты тех или иных событий либо внутренними причинами (диспозиционная атрибуция), либо внешними причинами (ситуационная атрибуция).

Хайдер выделяет три элемента когнитивного поля воспринимающего субъекта:

* Р – воспринимающий субъект;
* О – «другой» воспринимающий субъект;
* Х – объект, воспринимаемый и первым субъектом, и другим.

Например, Р – избиратель, О – политический комментатор, Х –политический кандидат (как объект восприятия).

Хайдер рассматривает взаимодействие в диаде и выделяет восемь возможных ситуаций со сбалансированными и несбалансированными структурами отношений.

Ситуация баланса (четыре варианта сочетаний):

* три позитивных отношения;
* одно – позитивное, два – негативных отношения.

Ситуация дисбаланса (четыре варианта сочетаний):

* два отношения позитивны, одно – негативно;
* все три отношения негативны.

Основная идея Хайдера состоит в том, что взаимодействующие люди стремятся к достижению баланса. Если некий человек Р (person) испытывает симпатию к другому человеку О (other), который делает нечто X, и если это X позитивно с точки зрения Р, мы имеем случай баланса из трех позитивных отношений.

Если человек Р испытывает антипатию к человеку О, который делает нечто X, и если это X негативно оценивается Р, это будет случай баланса из трех негативных отношений.

Если же О, к которому Р относится хорошо, делает нечто, к чему Р относится негативно, в этой структуре возникает небалансное состояние и соответственно тенденция стремления к балансу.

Ситуация может быть трансформирована двояко – за счет изменения в отношении Р к О или X или путем изменения целого.

Изменения в отношениях Р:

а) Р начинает думать, что X не так уж и плох – устанавливается баланс из трех позитивных отношений;

б) Р начинает думать, что О не так уж и хорош («плохой О» делает «плохое X») – балансное отношение устанавливается снова.

Изменения в отношениях целого:

а) Р начинает думать, что О в действительности не в ответе за X, тогда X нельзя приписывать О, и их единство разрушается;

б) Р разрешает ситуацию за счет дифференцированного взгляда на О: О имеет и плохие, и хорошие черты; баланс достигается за счет негативного отношения Р к «плохой» части О, ответственной за «плохое» X, и хорошего отношения Р к «хорошей» части О.

Итак, в соответствии с теорией Хайдера, конфликт возникает тогда, когда установление баланса невозможно. Таким образом, сущность социально-психологического конфликта – это определенное рассогласование между системой представлений индивида и его знаниями о представлениях и поведении других, между системами представлений разных людей.

Дальнейшее развитие идей Хайдера было предпринято Т. Ньюкомом, сделавшим акцент на процессе коммуникации между участниками взаимодействия, которые хотят, чтобы те, с кем они имеют дело, разделяли их точку зрения, особенно если речь идет о важных вещах, а их партнеры кажутся им привлекательными.

**Теория коммуникативных актов Т. Ньюкома**

Теодор Ньюком в начале 1950-х гг. разработал модель, объясняющую возникновение приязни-неприязни, которая используется для прогноза поведения людей при воздействии средств массовой информации.

Рассматривается трехзвенная система (А – В – Х), где А – воспринимающий субъект, В – другая личность, с которой происходит коммуникация, Х – предмет, на который направлена активность А и В.

Если А воспринимает его отношения и отношения В к объекту Х как имеющие сходство (консонанс), то он инициирует возникновение между ними приязни. При восприятии несходства возникает неприязнь.

В случае дисбаланса можно с уверенностью сказать, что когнитивная система будет стремиться к сбалансированному состоянию, но не известно, будет ли это достигнуто изменением его отношения к объекту коммуникации или к коммуникатору.

**Теория диадического взаимодействия (Дж.Тибо, Г.Келли)**

Джон Уолтер Тибо вместе с Гарольдом Келли разработали теорию диадического взаимодействия, которая используется в области принятия правовых решений. (Другое название теории – теория взаимодействия исходов).

Джон Тибо и Гарольд Келли использовали матрицы из теории игр как модель для анализа взаимозависимости. Авторы делают акцент на факторе взаимного обмена вознаграждениями и наказаниями в контексте взаимодействия.

Диада – это упрощенная форма взаимодействия. Основные понятия теории: затраты и выгоды, получаемые от взаимодействия. Взаимодействие будет повторяться, если выгоды превосходят затраты. Суть теории: диадическое взаимодействие наиболее вероятно будет продолжаться и позитивно оцениваться, если участники такого взаимодействия выгадывают что-то от него.

Независимые переменные взаимодействия – возможности взаимного контроля. Зависимые переменные – нормы, роли, власть. Позитивные платежи – выигрыш в статусе, власти и пр.

Четыре фактора, определяющих взаимодействие (и выигрыш):

1. Взаимодействующие стороны зависят друг от друга в процессе достижения позитивных исходов.

2. Сходство и взаимодополняемость партнеров могут трактоваться как имеющие выгоду для обоих партнеров.

3. Дистанция общения – третий важный фактор взаимодействия.

4. Внутренние намерения партнеров по взаимодействию (они могут не совпадать).

Основной технический прием анализа – матрица взаимодействия.

Тибо и Келли выделяют два типа контроля:

1) фатальный (один участник полностью определяет исход для другого;

2) поведенческий (каждый из участников не может полностью определить исход для другого, но имеет средства влиять на исход).

Пример ситуаций взаимного поведенческого контроля.

На рис. 4, *а* представлена ситуация, когда муж А хочет пойти в кино, а жена В – на концерт, но при этом они хотели бы провести вечер вместе. Если А идет в кино, а В идет на концерт, то это испортит настроение обоим (по –1). Если А и В вместе идут в кино, то А получит +4, а В получит +2. Если А и В вместе пойдут на концерт, то В получит +4, а А получит +2. Взаимная выгода в данном случае будет, если А и В найдут согласие между собой (рис. 4)

а) б)

А1 А2 А1 А2

┌──────┬────────┐ ┌────────┬────────┐

В1│ +4 │ -1 │ │ +1 │ +2 │

│+2 │ -1 │ В1│+1 │-2 │

├──────┼────────│ ├────────┼────────│

В2│ -1│ +2 │ В2│ -2 │ -1 │

│-1 │ +4 │ │+2 │-1 │

└──────┴────────┘ └────────┴────────┘

Рис. 4. Ситуации взаимного поведенческого контроля

(Дж. Тибо и Г. Келли)

На рис. 4, *б* изображена «дилемма узника»: два заключенных обвиняются в совершении преступления, но они не могут договориться (содержатся в разных камерах). Если они вместе признаются, то получат по –1; если они оба промолчат, то получат по +1; если А признается, а В – нет, то А получит +2, а В получит –2; если В признается, а А промолчит, то В получит +2, а А получит –2. Проводились эксперименты по «дилемме узника» с варьированием пола, возраста, интеллектуального уровня и пр.

**Схемы анализа взаимодействия; схема Р. Бейлза**

Выделение двух полярных типов взаимодействия (кооперация и конкуренция) оказывается недостаточным для экспериментальной практики. Возникает необходимость разработки более детальной схемы анализа, поиска единиц наблюдения. Более детальная схема анализа принадлежит Роберту Бейлзу, который свел все виды взаимодействия к 12-и группам, описанным в рамках четырех категорий (табл. 9).

*Таблица* *9*

**Схема описания взаимодействия (по Р. Бейлзу)**

|  |  |
| --- | --- |
| Область позитивных эмоций | Солидарность |
| Снятие напряжения |
| Согласие |
| Область решения проблем | Предложение, указание |
| Мнение |
| Ориентация других |
| Область постановки проблем | Просьба об информации |
| Просьба высказать мнение |
| Просьба об указании |
| Область негативных эмоций | Несогласие |
| Создание напряженности |
| Демонстрация антагонизма |

**Транзактный анализ Эрика Берна**

Транзактный анализ изучает состояния «Я» (Эго), представляющих собой целостные системы идей и чувств, проявляющихся в соответствующих моделях поведения. Взаимодействуя с другими людьми, человек использует определенный сценарий (постепенно развертывающийся жизненный план, сформированный еще в раннем детстве).

Для изучения сценариев жизни человека Эрик Берн разрабатывает собственную схему анализа личности (Родитель – Взрослый – Дитя). «Родитель» (который в известном смысле аналогичен Супер-эго в психоаналитической структуре личности) выступает в качестве носителя социальных норм и предписаний, которые человек некритично усваивает в детстве. «Дитя» – носитель биологических потребностей с аффективными комплексами детских впечатлений и переживаний. «Взрослый» олицетворяет компетентность, независимость, реалистическую оценку ситуации (табл. 10).

*Таблица* *10*

**Три основных эго-состояния по Э. Берну**

|  |  |
| --- | --- |
| Родитель | Независимый, неподчиняемый, ответственный |
| Взрослый | Умеет считаться с ситуацией, понимает интересы других |
| Дитя | Зависимое, подчиняемое и безответственное существо |

В отличие от психоанализа, сконцентрированного на индивидуальной психике, транзактный анализ уделяет особое внимание межличностным отношениям. Согласно Берну, в общении друг другу противостоят все три компонента личности каждого из общающихся людей. Непосредственный акт межличностного взаимодействия может быть адресован любому из состояний партнера.

Э. Берн для обозначения функциональной единицы общения ввел понятие трансакции. Трансакция представляет собой взаимодействие двух эго-состояний индивидов, где под эго-состоянием понимается актуальный способ существования Я-субъекта. Для обозначения взаимодействия Берн использует понятие позиции, которая отражает отношение человека к миру вообще, к своему окружению – друзьям и врагам. Позиции бывают двухсторонние и трехсторонние.

Двухсторонние позиции базируются на понятиях «хорошо» (+) и «плохо» (–). Выделяют четыре основные позиции:

Я (–) – Ты (+). Я – плохой, ты – хороший. С психологической точки зрения данная позиция депрессивна, а с точки зрения социальной – это самоуничижение. У взрослого человека она может способствовать появлению зависти по отношению к окружающим. А ребенка эта позиция часто побуждает подражать окружающим, учиться у них, она может трансформироваться со временем в три другие.

Я (+) – Ты (–). Я – хороший, ты – плохой. Это точка зрения превосходства, высокомерия, снобизма. Может сформироваться в детоцентрических семьях, когда ребенок видит, что все делается для него и ради него. В транзактной теории эта позиция трактуется как тупиковая: если я – лучше всех, то у кого учиться, к чьим словам прислушиваться?

Я (–) – Ты (–). Я – плохой, ты – плохой. Это установка безнадежности, которая может лежать в основе аутоагрессии и быть причиной суицидального поведения. Часто формируется в семьях с риском, где ребенок чувствует себя заброшенным, никому не нужным, а поведение родителей не соответствует социальным нормам.

Я (+) – Ты (+). Я – хороший, ты – хороший. Это позиция здоровой, социально зрелой личности, которая отражает достойную жизнь, позитивный взгляд на ситуацию, веру в успех.

Трехсторонние позиции включают компоненты Я, Ты и Они:

Я (+), Ты (+), Они (+). В демократическом обществе эту позицию могут занимать целые семьи. Ее можно считать идеалом. Лозунг: «Мы любим всех!».

Я (+), Ты (+), Они (–. Эта позиция необъективная, как правило, ее занимает болтун, сноб или хулиган. Лозунг: «Мне нет до них дела!».

Я (+), Ты (–), Они (+). Это позиция недовольного человека, например, миссионера: «Вы не так хороши, как те».

Я (+), Ты (–), Они (–). Это позиция критически настроенного человека, который смотрит на всех свысока: «Все обязаны преклоняться предо мной и быть такими, как я».

Я (–), Ты (+), Они (+). Позиция унижающего себя человека, святого или мазохиста. Лозунг: «Я хуже всех в этом мире!».

Я (–), Ты (+), Они (–). Позиция подхалима, когда человек делает это не по необходимости, а из снобизма: «Я пресмыкаюсь, и награда ждет меня, а не тех людей».

Я (–), Ты (–), Они (+). Позиция угодливой зависти или политической акции: «Они не любят нас, потому что мы хуже их».

Я (–), Ты (–), Они (–). Позиция пессимистов и циников, тех, кто уверен: «В наше время нет хороших людей».

Позиции тесно связаны с жизненным сценарием и часто влияют на характер игр.

**Межличностные транзакции и уровни общения**

Проблема межличностных транзакций активно изучается психологами. Выделяют четыре таких позиции, одна из которых характеризует «позицию неучастия». Три остальные позиции описаны отечественным теоретиком театра П. М. Ершовым, который наблюдал взаимодействие актеров на сцене. Это «пристройка сверху», «пристройка снизу» и «пристройка рядом».

А. Б. Добрович отмечает, что всякий акт поведения условно разбивается на четыре фазы (1987):

1-я фаза – побуждение к действию;

2-я фаза – уточнение индивидом ситуации действия;

3-я фаза – само действие;

4-я фаза – свертывание действия.

Содержание фаз контакта определяется уровнем, на котором протекает общение. А. Б. Добрович (1987) выделяет уровни общения людей:

1) примитивный уровень (собеседник – не партнер, а предмет, нужный или мешающий);

2) манипулятивный (собеседник – соперник в игре, которую непременно надо выиграть);

4) конвенциональный (уровень формально-ролевого общения),

3) стандартизованный (общение основывается на стандартах, «контакт масок»);

5) игровой (общение с привлечением «ролевого веера»);

6) деловой (направленность на партнера – «пристройка рядом», взаимоотражение, взаимоинформирование, деловое сотрудничество);

7) духовный (партнер воспринимается как носитель духовного начала; это вызывает эмоциональный отклик, это всегда диалог).

**Сотрудничество (совместная деятельность)**

В отечественной психологии изучалась проблема соревнования, которое представляет соединение как моментов кооперативной деятельности (взаимопомощь, сотрудничество), так и моментов, характеризующих конкуренцию (соперничество, состязание).

Л. И. Уманский выделяет три формы совместной деятельности:

1) каждый участник делает свою часть общей работы, независимо друг от друга – совместно-индивидуальная деятельность;

2) общая задача выполняется последовательно каждым участником совместной деятельности – совместно-последовательная (конвейер);

3) одновременное взаимодействие каждого участника со всеми остальными – совместно-взаимодействующая (спортивная команда).

В работах Б. Ф. Ломова, А. Л. Журавлева и др. в совместной деятельности (СД) были выделены следующие структурные элементы:

* общая цель и задачи СД;
* соотношение групповых и индивидуальных мотивов СД;
* планирование деятельности;
* переработка текущей информации;
* оперативный образ (и концептуальная модель);
* принятие решения;
* действия;
* проверка результатов и коррекция действий.

В совместной деятельности можно рассматривать несколько уровней взаимодействия в зависимости от содержания взаимодействия:

1) коммуникативный (ролевые и межличностные отношения);

2) личностный (смыслы и мотивы деятельности);

3) деятельностный (цели, рефлексия относительно результата);

4) предметный (задачи и условия совместной деятельности);

5) операциональный (согласование операций).

**ЛЕКЦИЯ 7. ПСИХОЛОГИЯ МАЛЫХ, СРЕДНИХ И БОЛЬШИХ ГРУПП И ПРОБЛЕМА ГРУППОВОГО ПОВЕДЕНИЯ. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЗДАНИЯ И РАЗВИТИЯ ЖИЗНЕСПОСОБНЫХ КОМАНД, ОРГАНИЗАЦИЙ, ОБЩЕСТВ**

**План**

**1. Определение группы, классификации групп**

**2. Психология малых групп, команд**

**3. Организации (средние социальные группы): технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии**

**4. Большие социальные группы: социально-психологические особенности различных групп населения**

**5. Психология масс. Массовые психические явления**

**5. Межгрупповые отношения: методы и нормы социального взаимодействия, внутригрупповой фаворитизм и межгрупповая агрессия**

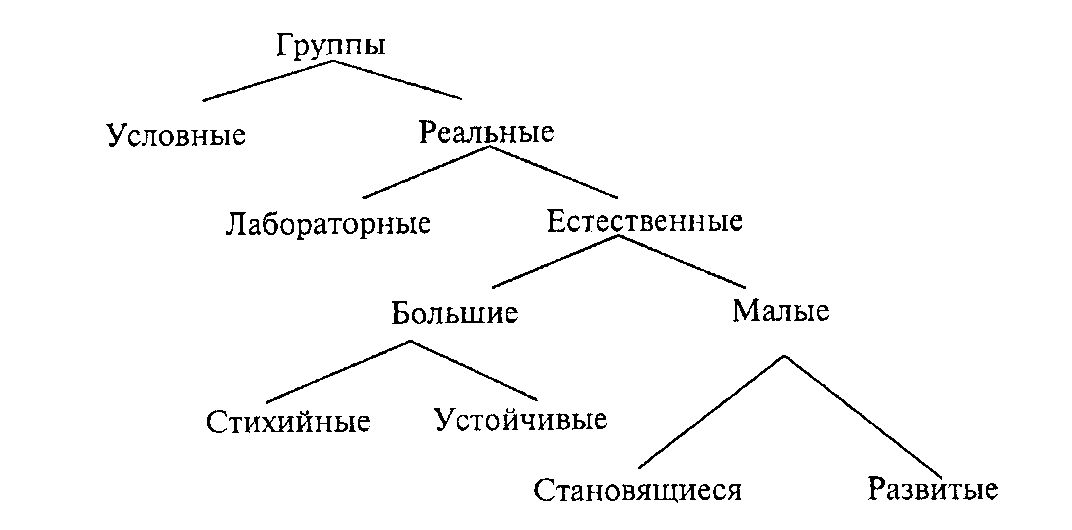
**1. Определение группы, классификации групп**

*Группа* – ограниченная в размерах общность людей, выделяемая на основе определенного общего признака (классовая принадлежность, характер совместной деятельности, особенности организации и пр.).

В первую очередь для социальной психологии значимо разделение групп на *условные* и *реальные* (см. рис. 1.1.). Условные – это группы, которые объединяют людей, не входящих в состав ни одной малой группы. Иногда выделение таких групп необходимо в исследовательских целях (напр., учащиеся 9-ых классов РФ, замужние женщины города Санкт-Петербурга и т.д.).

Основное внимание социальная психология сосредоточивает на реальных группах, т.е. таких, которые существуют в реальной действительности. Реальные, в свою очередь, делятся на *лабораторные* и *естественные.* Общепсихологические исследования часто имеют дело с реальной лабораторной группой, которая создается экспериментатором с целью проведения какого-либо научного исследования, проверки выдвинутой гипотезы. Такая группа существует только во время проведения эксперимента.

Реальные естественные группы складываются сами по себе, независимо от желания экспериментатора, возникают и существуют исходя из потребностей общества или включенных в эти группы людей.

Рисунок 5. Классификация групп в социальной психологии

Естественные группы подразделяются на *большие* и *малые*. Малые группы на всем протяжении развития социальной психологии являлись объектом для изучения. Большие группы представлены в социальной психологии неравноценно: одни изучаются давно (главным образом это неорганизованные, стихийно возникающие группы: толпа, масса, публика, аудитория), другие – организованные, длительно существующие группы (классы, нации) стали объектом исследования сравнительно недавно.

Ниже представлен сравнительный анализ малой, средней и большой группы

Таблица 11

**Сравнительный анализ малой, средней и большой группы (Л.Г. Почебут, В.А. Чикер, 2002)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Признак | Малая группа | Средняя группа | Большая группа |
| Численность | Десятки человек | Сотни человек | Тысячи и миллионы человек |
| Контакт | Личностный: знакомство друг с другом на личностном уровне | Статусно-ролевой: знакомство на уровне статусов | Отсутствие контакта |
| Членство | Реальное поведенческое | Функциональное | Условное социально-структурное |
| Структура | Развитая внутренняя неформальная | Юридически оформ-  ленная (отсутствие  развитой неформальной структуры) | Отсутствие внутренней структуры |
| Связи в процессе труда | Непосредственные трудовые | Трудовые, опосредо-ванные официальной структурой органи-  зации | Трудовые, опосредованные социальной структурой общества |
| Примеры | Бригада рабочих, учебный класс, группа студентов, сотрудники кафедры | Организация всех работников предприятия, вуза, фирмы | Этническая общность, социально-демографическая группа, профессиональная общность, политическая партия |

Под *малой группой* понимается немногочисленная по составу группа, члены которой объединены общей социальной деятельностью и находятся в непосредственном личном общении, что является основой для возникновения эмоциональных отношений, групповых норм и групповых процессов (Г.М. Андреева)

Французские социальные психологи Д.Анзье и Ж.Мартен полагают, что группа характеризуется:

1. Ограниченным числом членов, таким, чтобы каждый был способен выработать представление обо всех остальных и аналогичным образом быть воспринятым каждым из них.
2. Совместным активным достижением относительно постоянной общей цели.
3. Эмоциональными взаимоотношениями.
4. Сильной взаимозависимостью образующих группу лиц, связанных чувством солидарности и морального единства.
5. Дифференциацией ролей между членами группы.
6. Выработкой общих норм и специфической групповой культуры.

Выдвигается несколько принципов классификации малых групп по различающимся между собой основаниям, основанным на дихотомическом принципе:

* становящиеся группы, уже заданные внешними социальными требованиями, но еще не сплоченные совместной деятельностью в полном смысле этого слова, и группы более высокого уровня развития, уже сложившиеся, напр., коллективы, команды;
* организованные (формальные, напр., студенческая группа, трудовой коллектив) и спонтанные (неформальные, напр, группа друзей);
* открытые и закрытые (по степени открытости для вновь вступающих в группу);
* стационарные и временные группы (исходя из фактора продолжительности существования);
* группы членства и референтные группы (по степени значимости группы для индивида). Группа членства – это место реального пребывания человека, а референтная группа – это группа, на которую он ориентируется в своем поведении, т.е. это [эталонная группа](http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/5007/%D1%8D%D1%82%D0%B0%D0%BB%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F), представленная в сознании индивида [группа](http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/2129) людей, нормы и ценности которой выступают для него эталоном (напр., той или иной вид молодежной субкультуры для подростка).

Социальных психологов в первую очередь интересует вопрос, за счет каких механизмов происходит изменение поведения человека, включенного в групповые процессы. Рассмотрим некоторые из них:

* ***Социальная фасилитация.***

Эффект социальной фасилитации был открыт Норманом Триплеттом в 1897 году. Это усиление доминантных (привычных, хорошо усвоенных)  реакций человека в присутствии других. Эксперимент Триплетта заключался в изучении влияния ситуации соревнования на изменение скорости велосипедиста по сравнению с результатами, полученными в одиночной гонке. Триплетт установил, что велогонщики показывают лучшее время, когда соревнуются друг с другом, а не с секундомером, и сделал вывод о том, что присутствие других побуждает людей к более энергичным действиям.

В 20-х годах XX века эффект социальной фасилитации интерпретировался учеными как изменение мотивации решения задачи у члена группы в присутствии значимых для него людей. Так, Н. Катрелл на основе своего исследования сделал вывод о том, что посторонние, случайные люди не влияют на успешность работы человека. В наибольшей степени воздействие других обнаруживается в тех случаях, когда они воспринимаются человеком как значимые другие. Причем присутствие значимых других влияло на продуктивность индивидуальной работы не прямо, а косвенно, посредством изменения в мотивации.

Вместе с тем, эффект присутствия других может влиять на мотивацию человека как в положительном, так и в отрицательном планах. В положительном плане – это «эффект социальной фасилитации», а в отрицательном – он носит название «эффекта социальной ингибиции», что означает уменьшение мотивации решения задачи у члена группы в присутствии остальных. Так, например, присутствие других снижает эффективность деятельности человека при заучивании бессмысленных слогов, при прохождении лабиринта, при решении сложных примеров на умножение, при выполнении новых, непривычных действий.

В середине 60-х годов понимание термина «социальная фасилитация» изменилось. Ученые стали рассматривать ее как более широкое социально-психологическое явление. Так, Р. Зайенс изучал как присутствие других людей создает нервно-психическое (социальное) возбуждение и усиливает доминантные реакции. Принцип экспериментальной психологии: возбуждение всегда усиливает доминирующую реакцию, оказалось возможным распространить и на социальную психологию. Повышенное социальное возбуждение способствует доминирующей реакции, независимо от того, правильная она или нет. При решении сложных задач, где не известен алгоритм решения и правильный ответ не напрашивается сам собой, 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 простых задач реакция является врожденной или хорошо усвоенной. Присутствие других людей оказывается сильнейшим стимулятором и способствует правильному решению.

Социальный психолог Д. Майерс указывает три причины возникновения эффекта социальной фасилитации:

* социальное возбуждение, т.е. возбуждение нервной системы от присутствия других людей, является врожденным и присуще большинству общественных животных;
* боязнь социальной оценки или обеспокоенность тем, как нас оценивают другие люди. Доминантная реакция усиливается, если человек думает, что его оценивают;
* отвлечение внимания от конкретной задачи и конкретной деятельности и переключение внимания на окружающих. Это перегружает когнитивную систему и вызывает возбуждение.

Итак, социальную фасилитацию можно понимать в широком узком смыслах. В широком смысле социальная фасилитация – усиление доминантных (привычных, хорошо усвоенных) реакций человека в присутствии других. Социальная фасилитация в узком смысле понимается как усиление мотивации человека разрешить поставленную перед ним задачу в присутствии других людей. Уменьшение мотивации называется социальной ингибицией.

* ***Огруппление мышления.***

При принятии решений в группах отмечается определенная тенденция: подавлять инакомыслие в интересах единства [группы](http://www.psychologos.ru/articles/view/gruppa) - огруппленное мышление (groupthink). Как правило, это случается со сплоченными группами, члены которой связаны узами взаимной симпатии, особенно если группа изолирована от инакомыслящих и ею руководит [авторитарный](http://www.psychologos.ru/articles/view/avtoritarnostzpt_avtoritarnyy_stil) лидер, который дает понять, какое решение он (или она) мог бы приветствовать. При обсуждении проблемы критика мнения лидера либо подавляется, либо игнорируется, и группа принимает малооправданные решения.

К симптомам огруппленного мышления относятся:

* иллюзия неуязвимости: группы зачастую проявляют излишний оптимизм, а потому не могут увидеть признаки опасности;
* неподвергаемая сомнению вера в нравственность группы: члены группы настолько убеждены в собственной нравственности, что игнорируют этические аспекты обсуждаемых проблем;
* р[ационализация](http://www.psychologos.ru/articles/view/racionalizaciya): члены группы недооценивают трудности и тратят больше времени на обоснование и оправдание своего решения, чем на размышления о других способах решения проблемы;
* [стереотипные](http://www.psychologos.ru/articles/view/stereotip) представления об оппонентах: в группе люди склонны считать своих противников либо слишком злонамеренными, чтобы с ними можно было вести переговоры, либо недостаточно сильными и умными для отпора.
* принуждение к [конформизму](http://www.psychologos.ru/articles/view/konformnostzpt_konformizm): члены группы отвергают тех, кто выражает сомнения относительно представлений и планов группы, причем порой это делается не с помощью аргументов, а с помощью сарказма, направленного на конкретного человека, у большинства людей подобные насмешки отбивают всякую охоту возражать;
* «поглотители информации», т.е. наличие людей, сознательно защищающих группу от неприятных или неподходящих сведений;
* самоцензура: поскольку разногласия нередко становятся причиной дискомфорта, а в группе вроде бы существует консенсус, многие её члены отбрасывают свои сомнения или скрывают их.
* иллюзия единодушия. Самоцензура и давление конформизма создают иллюзию единодушия.

Д. Майерс приводит рекомендации по профилактике огруппления мышления:

– быть беспристрастным, т.е. не становиться ни на чью сторону;

– поощрять критическую оценку, назначать «адвоката дьявола»;

– периодически дробить группу на подгруппы, затем вновь объединяться и обсуждать разные точки зрения;

– приветствовать критику со стороны тех, кто не входит в группу, и соратников;

– прежде чем приступить к реализации принятого решения, созвать совещание «последнего шанса» и вновь обсудить все остающиеся сомнения.

**2. Психология малых групп, команд**

**Определение малой группы и ее основные параметры**

Малая группа – это:

1) группа, реально существующая в системе общественных отношений;

2) где общественные отношения выступают в форме личных контактов;

3) связи опосредованы совместной деятельностью (табл. 12).

*Таблица* *12*

**Основные социально-психологические параметры группы и членов группы**

|  |  |
| --- | --- |
| Характеристики группы | Характеристики членов группы |
| Композиция – совокупность социально-психологических характеристик (численный, половой, возрастной состав и пр.) | Система статусов |
| Структура группы:   * ролевая структура; * структура деловых (официальных) | Система ролей |
| отношений;   * структура эмоциональных межличностных отношений; * структура коммуникации – совокупность позиций членов малой группы в системах информационных потоков; * структура власти |  |
| Групповые процессы:   * сплочение группы; * процесс группового давления; * процесс принятия решения; * формирование психологического климата и организационной культуры | Мотивы и ценности |
| Групповые нормы и ожидания, система санкций | Цели |
| Групповые ценности | Представления и оценки |
| Формы общения | Жизненный опыт и компетенции |

**Основные теории малой группы**

Основные подходы к исследованию малой группы:

* психоаналитический подход (У. Байон, У. Шутц);
* социометрия (Дж. Морено);
* гештальтпсихология и теория поля (М. Шериф, К. Левин);
* теория социального влияния (Дж. Тернер);
* феномен поляризации и влияния меньшинства (С. Московичи);
* интеракционизм («социальная драматургия» Э. Гоффмана, ролевые теории, теории референтной группы);
* деятельностный подход (А. В. Петровский, Л. И. Уманский, В. С. Агеев);
* когнитивные подходы (изучение группового давления: С. Аш);
* бихевиористские и социологические подходы, использующие методы математического моделирования для анализа внутригруппового и межгруппового взаимодействия членов группы.

**Структура малой группы**

Структура – элементы и связи между ними. Элемент – член группы, его поведение, связанное с ролью. Связи – взаимодействия и взаимоотношения.

Сложившаяся социальная группа почти всегда принадлежит более широкой социальной организации, и это порождает систему официальных отношений. Роли здесь заданы отношениями власти и подчинения, предписаны на формальном уровне (директор, заведующий, староста). Другими словами, это официальные роли, по сути – должности. Поведение реализуется с учетом ожиданий общества и большой социальной группы (организации в целом).

Но в ходе развертывания этой деятельности возникают функциональные образования, заранее социальной организацией не предписанные. Такие роли можно встретить в большинстве коллективов (критик, организатор, эрудит, генератор идей и др.) Связи между реализующими эти роли людьми образуют систему неофициальных деловых отношений. Распределение ролей в группе происходит в зависимости от возможностей, потенциала, личностных и деловых особенностей членов группы. Центральный элемент – деловой лидер, причем это не всегда назначенный руководитель. Поведение организуется с учетом ожиданий группы.

Наряду с упомянутыми системами в группе существуют отношения эмоционального типа. Здесь связи между элементами возникают как следствие возникающих в группе симпатий и антипатий, чувств любви, ненависти, зависти, ревности, желания оказать поддержку и т.д. Центральным элементом выступает эмоциональный лидер, который оказывает наибольшее влияние на эмоциональную атмосферу в группе, являясь наиболее предпочитаемым участником различного рода неформальных ситуаций жизнедеятельности группы. Другие роли: нытик, весельчак, зануда, завистник, шут, опекающая мама и др. Поведение реализуется с учетом ожиданий конкретных людей группы.

Р. Шиндлер (1957 г.) выделяет 5 основных ролей, которые реализуются в любой группе (семья, класс, коллектив), при этом один человек может совмещать несколько ролей. Обратимся к таблице 13.

Таблица 13

Групповые роли по Р. Шиндлеру

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Cимвол** | **Роль** | **Описание** | |
| Альфа α | лидер | импонирует группе, побуждает ее к действиям, составляет программу действий, направляет, придает ей уверенность и решительность (на него все смотрят и затихают, когда он начинает говорить) | |
| Бета β | эксперт | | имеет специальные знания, навыки и способности, которые нужны группе или которые группа уважает. Эксперт анализирует, рассматривает ситуацию с разных сторон, его поведение рационально, самокритично, нейтрально и безучастно (он ставит вопросы, много рассуждает) |
| Гамма γ | рядовой | | легко приспосабливающиеся члены группы, большинство из них отождествляет себя с лидером и поддерживают идею лидера. «Рабочие пчелки», «костяк» коллектива |
| Омега ω | аутсайдер, отвергаемый | | самый «крайний» индивид, который отстает от группы в силу какого-то отличия от всех остальных. Его роль – снятие эмоционального напряжения. Иногда он отождествляет себя с противником, чем провоцирует против себя группу |
| Ро ρ | противник | | активно выступает против лидера. Являясь угрозой для лидера, он помогает развиваться ему и группе в целом |

**Групповая динамика**

Малая группа – это не застывшее явление с раз и навсегда определенной структурой, она изменяется. Мы можем говорить не только о структуре, но и о динамике группы. Групповая динамика – это развитие или движение группы во времени, обусловленное взаимодействием и взаимоотношениями членов группы между собой, а также внешними воздействиями на группу. Это совокупность процессов, происходящих в группе при ее развитии (целеполагание, нормообразование, распределение ролей, развитие сплоченности, прохождение группой определенных стадий развития).

Анализ развития группы обычно происходит на основании пяти элементов, представленных на рисунке 2.3.

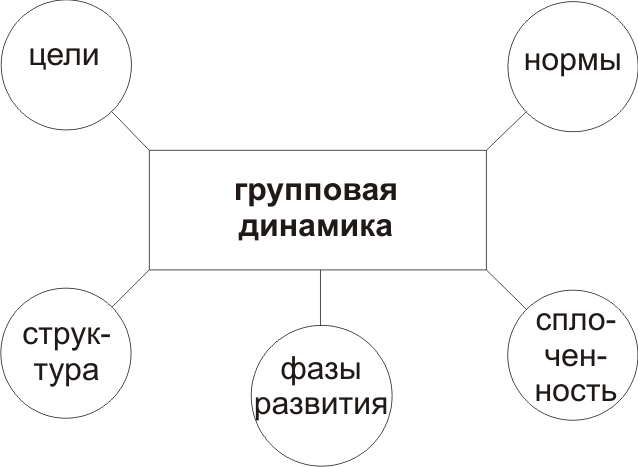


Рисунок 6. Элементы групповой динамики

**Цели** в группе делятся на личные и групповые. У членов группы личные цели могут преобладать над групповыми. В деятельности это маскируется разными способами – от агрессии до скрытого саботажа. Агрессия проявляется в тех случаях, когда члена группы заставляют делать то, что не соответствует его личным целям, но является целью группы, напр. компании. Так, у сотрудника может быть личная цель – материальное благополучие при минимальных усилиях на работе. Как только от него начинают требовать эффективной работы, он прибегает к разным способам ухода от этого: прибегать к сплетням, допускать ошибки в работе, подрывать сроки выполнения заданий, показывать бурную деятельность, не приводящую ни к какому результату и т.д. Результативность его отдела и компании в целом такого сотрудника мало интересует. Задача руководства – по возможности приводить в соответствие групповые и личные цели сотрудников.

**Групповые нормы –** это продукт социального взаимодействия. Они формируются либо внутри группы (нерегламентированные, стихийно возникающие), либо задаются извне (регламентированные, чаще всего закрепленные в документах, напр. нормы дресс-кода, регламент телефонного общения с клиентами).

*Характеристика групповых норм:*

1. Нормы группы — это совокупность правил и требований, «стандартов» поведения, регулирующих взаимоотношения и взаимодействия между ее участниками.
2. Групповые нормы определяют, что допустимо и недопустимо в группе, желательно и нежелательно, правильно и неправильно.
3. Группа не устанавливает нормы для каждой ситуации, они формируются, как правило, относительно значимых ситуаций.
4. Нормы различаются по степени принятия их в группе. Некоторые одобряются всеми, другие находят поддержку меньшинства, некоторые не одобряются вовсе.
5. Нормы различаются по степени и широте допускаемых отклонений и диапазону применяемых санкций. (санкция тоже, кстати, норма – это наказательная норма)
6. Нормы в ходе развития группы могут претерпевать изменения, особенно при возникновении новых сложных групповых ситуаций, но без их согласования не может быть организованной активности.
7. Мерой интернализации участниками групповых норм может быть усилие, прилагаемое коллективом для их сохранения и защиты.
8. Соблюдение групповых норм – необходимый признак принадлежности человека к группе.
9. Часто нормы выполняют функцию не эффективности деятельности, а ее упорядочивания.

Групповые нормы, являясь продуктом жизнедеятельности малой группы, обеспечивают:

– эффективное существование малой группы, движение к общей цели;

– предсказуемость поведения, что порождает чувство безопасности в группе;

– стабильность существования группы;

– своеобразие, самобытность конкретной группы со своими традициями и правилами поведения.

Таким образом, групповые нормы обеспечивают соблюдение и поддержание внутренней однородности и целостности группы. Другим механизмом данного процесса выступает конформное поведение.

Конформность может быть определена как изменение в поведении или мнении человека под влиянием реального или воображаемого давления со стороны другого человека или группы людей. Экспериментальное исследование конформности впервые было проведено Соломоном Ашем в 1951 г. Эксперименты С. Аша и его последователей показывают, как и насколько социальные силы ограничивают наши мнения и убеждения, а также насколько силен в нас импульс к социальному конформизму. Известный социальный психолог Дэвид Майерс пишет на этот счет: «Люди испытывают дискомфорт, когда слишком выделяются на фоне других, но, по крайней мере в западных культурах, они испытывают некоторое неудобство и тогда, когда выглядят в точности так же, как все».

Относительно следующего элемента групповой динамики – **структуры группы** – следует отметить, что она проявляется одновременно на формальном и неформальном уровне отношений, причем неформальная структура складывается гораздо медленнее формальной, поскольку определяется интерперсональным выбором. Разные члены группы занимают различные позиции в иерархии популярности и авторитета, власти и престижа, осознают и исполняют различные роли.

В группах довольно часто наблюдается тенденция к образованию подгрупп. Подгруппы возникают согласно определенному принципу (возрастному, половому, интеллектуальному и пр.), влияя на деятельность группы в целом. Негативное воздействие оказывает «закрытость» подгрупп, их нежелание обсуждать со всеми частные проблемы, включать в совместную деятельность. Поэтому немаловажным механизмом групповой динамики выступает сплоченность.

**Сплоченность** – это результирующая всех сил, действующих на членов группы с тем, чтобы удержать их в ней (Луи Фестингер). Групповая сплоченность понимается как привлекательность группы для ее членов, взаимное тяготение индивидов друг к другу (эмоциональная сплоченность), потребность участия в группе (мотивационная сплоченность), единое согласованное понимание целей и ценностей группы и сотрудничество при решении общих задач (сплоченность как ценностно-ориентационное единство). Следствиями групповой сплоченности являются:

1. сохранение группового членства, снижение количества уходов из группы;
2. повышение влияния, оказываемого группой, на отдельных индивидов;
3. большее проявление конформного поведения;
4. возрастание участия каждого в жизни группы (человек больше вкладывается);
5. рост индивидуальной безопасности в группе и переживание чувства личной безопасности (усиление чувства личной безопасности, снижение тревожности, повышение самооценки, уверенности).

**Фазы развития группы** определяются прежде всего сменой преобладающих типов взаимодействия и взаимоотношений между участниками группы, основным типом групповых интеракций.

Существует большое количество моделей группового развития: однофакторных, двухфакторных, частных, моделей коллективообразования, о чем можно подробнее прочитать в учебниках по социальной психологии. Мы рассмотрим этот вопрос на примере двухфакторной модели Б. Такмена и схеме образно-символического соответствия А.Н. Лутошкина.

Б. Такмен и другие ученые обнаружили интересный факт: жизнь группы протекает в 2-х плоскостях – инструментальной (деловой) и экспрессивной (эмоциональной). Группа в этих плоскостях функционирует неодинаково и неравномерно, что и служит толчком группового развития.

В сфере деловой активности Б. Такмен обозначает следующие стадии:

* ориентировка в задаче;
* противодействие (эмоциональный ответ на требования задачи, нарушение взаимодействия между членами группы, распределение ролей, порой конфликтное);
* открытый информационный обмен (группа определяет, кто является сильным ресурсом в исполнении задач – деловым лидером, а также, какой ресурс могут дать другие участники группы);
* конструктивное решение задач.

В сфере межличностной активности приводятся следующие стадии:

* проверка зависимости (ориентировка в характере, друг друге, поиск взаимоприемлемого поведения);
* внутренний конфликт (нарушение взаимодействия и отсутствие единства, распределение ролей, формирование подгрупп);
* развитие групповой сплоченности;
* функционально-ролевая соотнесенность (каждый член группы проявляет поведение в соответствии с групповой ролью, и его ролевое поведение работает на общую цель).

Развитие в этих сферах идет параллельно друг другу, но изменение в одной сфере вызывает изменение в другой.

Схема образно-символического соответствия группового развития А.Н. Лутошкина интересна, во-первых, метафоричностью описания стадий группового развития, а, во-вторых, своим прикладных характером (модель применима в педагогической среде, в ситуации диагностики молодежного коллектива). Каждой стадии присвоено образное название:

1. Песчаная россыпь (отсутствие групповой структуры, каждый сам по себе).
2. Мягкая глина (многое зависит от внешних, случайных факторов, однако все больше выделяется лидер, который внедряет групповые нормы).
3. Алый парус (у группы появляется есть общая цель, «капитан», все «плывут» в одном направлении к достижению общих целей, группа функционирует как сплоченная, слаженная команда).
4. Горящий факел, маяк (группа открыта для взаимодействия и помощи другим группам).

В завершение краткого обзора групповой динамики целесообразно поставить вопрос о ее механизмах: что заставляет группу меняться, развиваться, двигаться вперед, а людей, включенных в групповые процессы, проявлять себя иначе? Рассмотрим некоторые из механизмов.

* ***Разрешение внутригрупповых противоречий.***

Исследователи группового развития указывают на наличие нескольких типов внутригрупповых противоречий. Так, изучая динамику коллективообразования во временных юношеских группах, А.Г. Кирпичник обратил внимание на противоречия, во-первых, между возрастающими потенциальными возможностями группы и ее актуальной деятельностью и, во-вторых, между растущим стремлением членов группы к самореализации и самоутверждению и одновременно усиливающимися тенденциями включения личности, в групповую структуру, интеграции ее с группой. Оказывается, что переход группы с одного уровня развития на другой происходит скачкообразно, в результате обострения указанных противоречий и их последующего разрешения.

* ***Психологический обмен.***

Что на что обменивается? Говоря очень кратко, вклад со стороны конкретного участника в общий групповой процесс (решение важной групповой задачи) обменивается на его признание (статусную позицию) со стороны группы. Другими словами, активное участие в жизни группы, в достижении групповой цели, реализации групповых ценностей, как бы обменивается на высокий групповой статус.

**Лидерство и руководство в малой группе**

Очень многие используют слова «лидер» и «руководитель» как синонимы, на самом деле, за этими понятиями стоят разные социально-психологические механизмы одного и того же феномена – способности оказывать влияние на других людей.

Различение понятий «руководство» и «лидерство» связано с существованием в любой организации двух типов отношений – формальных и неформальных. Лидерство – это процесс воздействия на людей, порожденный системой неформальных отношений, а руководство подразумевает, в первую очередь, наличие четко структурированных формальных (официальных) отношений, через которые оно и реализуется. Роль руководителя задана формальной структурой, его функции, как правило, четко определены, право на применение санкций не оспаривается и т.д. Лидерство, напротив, формируется спонтанно, стихийно, на уровне полусознанных психологических предпочтений (табл. 14).

Таблица 14

Отличия лидерства от руководства

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Лидерство** | **Критерий сравнения** | **Руководство** |
| Межличностные отношения | Система отношений | Официальные отношения |
| Микросреда | Среда, в которой разворачивается процесс | Макросреда |
| Власть референтная, эталонная, экспертная | Способ влияния | Легитимная власть |
| Авторитетность, инициативность, самостоятельность | Основа влияния | Закреплена в нормативно-правовых документах организации |
| Неопределенные санкции | Санкции | Определенные официальные санкции |
| Возникает стихийно  Лидер не может быть назначен | Характер возникновения | Организованный процесс |
| Сплоченность и благополучие неформальной группы, достижение групповых целей | Вектор заботы | Определяется интересами производства, организации в целом |
| Вдохновляет  Инноватор  Видение – основа действий  Полагается на людей  Доверяет  Дает импульс движению группы | Критерии по Джону Коттеру | Поручает  Администратор  План – основа действий  Полагается на систему  Контролирует  Поддерживает, направляет движение группы |

Стоит отметить, что группа управляется наиболее легко и естественно через лидера. Поэтому любые нововведения должны быть им поддержаны, либо исходить от него.

В условиях возрастающей бизнес - конкуренции и роста требований к качеству работы административно-управленческого персонала повышается значимость лидерства и лидерских умений менеджеров, обеспечивающих умелое и эффективное управления рабочей группой или командой.

Лидерство – это психологическая характеристика поведения члена группы, пользующегося наибольшим влиянием. Это способность оказывать неформальное влияние на членов группы и брать ответственность за происходящее на себя. Будучи психологическим по своей природе феноменом, т.е. возникая в системе неофициальных, неформальных отношений, лидерство вместе с тем выступает и как средство организации отношений этого типа, управления ими.

Организационные, социальные психологи и другие специалисты, изучающие лидерство, дают ему различные определения: искусство добиваться согласия; осуществление влияния на других людей; модель поведения, способствующая достижению высокой эффективности (успешности) деятельности; умение убеждать и властвовать над другими и др. Д. Майерс рассматривает лидерство как процесс, посредством которого определенные члены группы мотивируют и ведут за собой группу.

Лидерство понимается как процесс организации и управления малой группой, способствующего достижению групповых целей в определенные сроки и с оптимальной эффективностью. Лидер — это член группы, который выдвинут на роль «неформального руководителя» в условиях специфической и значимой ситуации для быстрого и успешного достижения результатов деятельности или общей цели. Лидеры помогают отдельным членам группы и всей группе в постановке и достижении целей. Идеальным является такое лидерство, которое обусловливает не только достижение поставленных перед группой целей, но и стимулирует индивидуальное развитие членов группы, способствует их самореализации.

Функции организационного лидера таковы:

1. координировать и отслеживать процесс работы (анализ информации о результатах, работе, мотивации подчиненных, осуществление эффективного взаимодействия и сплоченности в команде, системный анализ ситуации и действий, прогнозирование, корректировка дальнейшей стратегии);
2. мотивировать и вдохновлять к дополнительным усилиям, способствовать единому пониманию значения и смысла поставленной цели, стимулировать к их достижению.

Умения делового лидера:

1. превращать сложные задачи в простые;
2. выделять этапы достижения цели;
3. придерживаться алгоритма принятия решения;
4. анализировать и синтезировать информацию;
5. структурировать мысли и лаконично излагать главные идеи;
6. сохранять хладнокровие, рассудительность и уравновешенность в проблемных (стрессовых) ситуациях;
7. использовать чужой опыт, помощь и др.

Существуют различные теории относительно происхождения лидерства. Наибольшее распространение получили следующие теории:

**1.** **Теория личностных черт**.

Согласно данной теории, лидер рассматривается как носитель определенных качеств и умений, способствующих влиянию на других (вне зависимости от ситуации, при этом личностные черты имеют природную основу). То есть существует перечень характеристик (черты, способности, умения), имеющих первостепенное значение для лидерского влияния и эффективности лидера.

Направление в исследовании лидерства с позиции теории черт возникло под влиянием английского психолога и антрополога Ф. Гальтона, который выдвинул идею наследственности в природе лидерства. Основной идеей такого подхода было убеждение, что если лидер обладает качествами, передающимися по наследству и отличающими его от других, то эти качества можно выделить. Однако составить такой перечень не удавалось. Впервые список из 79 черт, упоминаемых различными исследователями как «лидерские», составиламериканский психолог К. Бэрд в 1940 г. Тем не менее ни одна из черт этого списка не заняла прочного места в разных перечнях. К примеру, только 5% черт были названы в них четыре раза, 4% – три раза, 26% – дважды, 65% – один раз. Без сомнения, личные пристрастия исследователей влияли на их выбор черт в качестве лидерских. К наиболее значимым чертам современного лидера-руководителя относят: оригинальность и творчество, гибкость и адаптивность, способность к обучению, уверенность в себе (но не самоуверенность), желание руководить, компетентность.

Практическими следствиями теории «черт» является целесообразность психологического отбора прирожденных лидеров для руководящих должностей, стимулирование эффективных моделей поведения и стилей руководства, оттачивание «харизматичности», развитие коммуникативных навыков и других лидерских умений.

**2. Ситуативные теории лидерства**.

Согласно этим теориям появление лидера рассматривается как результат встречи субъекта, места, времени и обстоятельств. Это означает, что в различных конкретных ситуациях групповой жизни выделяются отдельные члены группы, которые превосходят других по крайней мере в каком-то одном качестве, но поскольку именно это качество и оказывается необходимым в сложившейся ситуации, человек, обладающий им, становится лидером. Интересно, что ситуативная теория лидерства подчеркивает относительность черт, присущих лидеру, и предполагает, что качественно разные обстоятельства могут потребовать и качественно разных личностных черт тех или иных индивидов, которые и становятся лидерами.

Из этого следует, что лидерство – продукт ситуации, результат успешности применения определенной модели поведения. Отсюда одна из основных задач руководителя, желающего повысить уровень неформального влияния на группу (т.е. стать лидером), состоит в том, чтобы определить, когда в зависимости от конкретных обстоятельств использование того или иного стиля целесообразно. Отправной точкой в исследовании стилей руководства считаются эксперименты 30-40 годов ХХ века, проводимые Куртом Левиным.

*Стиль руководства* – это система методов воздействия и стратегия поведения руководителя с подчиненными. Выделяют три типа руководства: авторитарный, демократический и либеральный (попустительский) (табл. 15).

Таблица 15

Характеристика стилей руководства

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Параметры сравнения** | **Стили руководства** | | |
| **авторитарный** | **демократический** | **либеральный** |
| 1. Принятие решений | единолично | коллегиально | Само собой |
| 2. Способ информирования о решении | приказы, распоряжения, команды | предложения | просьбы |
| 3. Ответственность | единоличная или через назначение ответственного | коллективная | направляется на других |
| 4. Отношение к инициативе | подавление | поощрение | безразличие |
| 5. Отношение к квалифицированным кадрам | боится конкуренции | стремится максимально реализовать их ресурсы | отпускает в «свободное плавание» |
| 6. Отношение к недостатку собственных знаний | отрицание («Руководитель всегда прав!» | стремление к саморазвитию, открытость для конструктивной критики | игнорирование |
| 7. Стиль общения | формальный, держит дистанцию | на равных,  личностный подход | избегает общения или играет в «хорошего парня» |
| 8. Позиция по отношению к группе | над, сверху вниз | на равных | под или вне |

Лидерство – это сложное социально-психологическое явление, поэтому психологами разработана классификация типов лидерства.

1. Р.Бейлз и Ф. Слейтор обозначают две фундаментальные лидерские роли: роль делового, инструментального лидера (the task leader) и роль эмоционального, экспрессивного лидера (the social-emotional leader). Сам факт их существования получил название феномена ролевой дифференциации лидерства. Было показано, что эти роли связаны с разными аспектами группового функционирования: роль делового лидера включает действия, направленные на решение поставленной перед группой задачи, а роль эмоционального лидерства предполагает действия. Относящиеся в основном к сфере внутренней интеграции группы.

2. Л.И. Уманский полагает, что многообразие ситуаций в жизни группы порождает многообразие лидерских ролей:

**–** лидер-организатор, выполняющий функцию групповой интеграции;

**–** лидер-инициатор, задающий тон в решении групповых проблем;

**–** лидер-эрудит, решающий интеллектуальные задачи, стоящие перед группой;

**–** лидер эмоционального притяжения, соответствующий социометрической «звезде»;

**–** лидер-мастер, умелец – это специалист в каком-либо виде деятельности.

3. по временной перспективе различают универсальное и ситуативное лидерство. Лидер первого типа постоянно проявляет свои лидерские качества (в различного рода ситуациях), а ситуативный лидер проявляет свой потенциал лишь в определенной, специфической ситуации.

**Понятие команды**

В отечественной социальной психологии существует определение двух форм групп высокого развития, в равной мере предполагающих развитого коллективного субъекта деятельности: развитие группы как **коллектива** (А. В. Петровский, Л. И. Уманский) и развитие группы как **команды** (Т. Ю. Базаров, М. Ю. Жуков).

Сформированный коллектив, как и сформированная команда, являются конечной целью развития группы в организации, но при этом имеют ряд отличительных особенностей. И в группе, и в коллективе существует единство целей, разделяемых всеми участниками. Но в случае коллектива ключевой характеристикой групповой цели является ее социальная значимость. Если группа сплочена и функционирует, но деятельность ее асоциальна, коллективом она считаться не может. Таким образом, при определении коллектива главным является критерий нравственности и общественной ценности. В случае с командой ключевой оценкой групповой цели имеет ее значимость в контексте цели всей организации, т.е. в конечном итоге – прибыльность и оптимизация производственного процесса. В этом принципиально отличие команды от коллектива. Дадим определения этим понятиям.

**Коллектив** – это особое качественное состояние малой группы, достигшей высокого уровня социально-психологической зрелости с точки зрения двух параметров: степени опосредованности межличностных отношений в группе содержанием совместной деятельности и общественной значимости последней.

**Команда** – это группа людей, взаимодополняющих и взаимозаменяющих друг друга в ходе достижения поставленных целей; группа выступает в качестве особой формы организации людей, основанной на продуманном позиционировании участников, имеющих общее видение ситуации и стратегических целей команды и владеющих отработанными процедурами взаимодействия.

Стоит отметать, что подход к развитию малой группы внутри организации через теорию развития коллектива в настоящее время теряет свою актуальность – далеко не каждая организация заинтересована в планомерном формировании социально значимых целей у своих сотрудников, поскольку в контексте отдельной коммерческой организации общественный прогресс трансформируется в понятия прибыльности, конкурентоспособности, качества производства и т.д. В этом контексте командообразование сегодня приобретает все большую популярность, и все чаще работодатели и организационные консультанты используют команду как структурный элемент организации для достижения ее целей. Причин тому несколько.

Во-первых, сложность сегодняшней организации социального мира. Даже очень талантливый специалист оказывается не в состоянии обрабатывать весь поток поступающей информации, реагировать на изменения и продуктивно функционировать в одиночку. Команда в этом смысле обладает гораздо большей "пропускной способностью".

Во-вторых, командная форма работы приводит к так называемому синергетическому эффекту, когда общий результат оказывается существенно выше, чем простая сумма результатов индивидуальных.

В-третьих, работа в команде приносит удовольствие не только за счет получаемых результатов, но и как следствие уникальной эмоциональной атмосферы и ощущения единства, столь близкого нашему национальному самоощущению.

Именно поэтому технологии командообразования являются столь востребованной и разработанной отраслью прикладного социально-психологического знания. Существует значительное число концепций развития группы в организации. В русле изучения развития малой группы чаще всего социальные психологи обращаются к модели Б. Такмена. Ее удачную трансформацию предложил Μ. Е. Келли, чья теория в полной мере подходит для анализа развития групп, а конкретнее – команд, в организации. Μ. Е. Келли описывает процесс развития команды как прохождение пяти стадий:

• стадия первоначальной ориентации;

• стадия конфликта и сопротивления;

• стадия консолидации вокруг задачи;

• стадия командной работы и решения задачи;

• стадия перехода к решению другой задачи.

Автор считает, что на пятой стадии развития команды обычно происходит регресс к более ранней стадии: члены команды могут постоянно приходить и уходить, может появиться новая задача или цель и, наконец, команда может просто распасться.

Т. Ю. Базаров, используя модель Б. Такмена, предлагает другой вариант выделения этапов командообразования, который в большей степени связан с практикой функционирования групп в реальной социальной действительности. Выделенные стадии Т. Ю. Базаров описывает следующим образом.

1. **Адаптация**. С точки зрения деловой активности характеризуется как этап взаимного информирования и анализа задач. На данном этапе происходит поиск членами группы оптимального способа решения задачи. Межличностные взаимодействия осторожны и ведут к образованию диад, наступает стадия проверки и зависимости, предполагающая ориентировку членов группы относительно характера действий друг друга и поиск взаимоприемлемого поведения в группе. Члены команды собираются вместе с чувством настороженности и принужденности. Результативность команды на данном этапе низка, так как члены ее еще не знакомы между собой и не уверены друг в друге.

2. **Группирование**. Этот этап характеризуется созданием объединений (подгрупп) по симпатиям и интересам. Инструментальное содержание его состоит в противодействии членов группы требованиям, предъявляемым им содержанием задачи, вследствие выявления несовпадения личной мотивации индивидов с целями групповой деятельности. Происходит эмоциональный ответ членов группы на требования задачи, который приводит к образованию подгрупп. При группировании начинает складываться групповое самосознание на уровне отдельных подгрупп, формирующих первые интрагрупповые нормы.

3. **Кооперация**. На данной стадии происходит осознание желания работать над решением задачи. Она характеризуется более открытым и конструктивным общением, чем на предыдущих этапах, появляются элементы групповой солидарности и сплоченности. Здесь впервые возникает сложившаяся группа с отчетливо выраженным чувством "МЫ". Ведущей на этом этапе становится инструментальная деятельность, имеется хорошая подготовленность членов группы к ее осуществлению, развито организационное единство. Однако в группе отсутствуют достаточно выраженные психологические связи.

4. **Нормирование деятельности**. На данной стадии разрабатываются принципы группового взаимодействия. Доминирующей становится сфера эмоциональной активности, резко возрастает значение отношений "Я – ТЫ", личные взаимоотношения становятся особенно тесными. Одной из характерных черт данной стадии развития группы является отсутствие интергрупповой активности. Процесс обособления сплоченной, хорошо подготовленной, единой в организационном и психологическом отношениях группы может превратить ее в группу-автономию, для которой характерны замкнутость на своих целях, эгоизм.

5. **Функционирование**. С точки зрения деловой активности его можно рассматривать как стадию принятия решений, характеризующуюся конструктивными попытками успешного решения задачи. Стадия функционально-ролевой соотнесенности, связанной с образованием ролевой структуры команды, являющейся своеобразным резонатором, посредством которого проигрывается групповая задача. Группа является открытой для проявления и разрешения конфликта. Признается разнообразие стилей и подходов к решению задачи. На этом этапе группа достигает высшего уровня социально-психологической зрелости, отличаясь высоким уровнем подготовленности, организационным и психологическим единством, характерными для командной субкультуры.

Еще один подход к проблеме командообразования представлен в работах Ю.М. Жукова, E. Н. Павловой, А. В. Журавлева, которые выделяют следующие этапы командообразования:

• комплектование;

• знакомство (углубление знакомства);

• формирование общего видения;

• позиционирование;

• перспективное и среднесрочное планирование;

• планирование первого шага;

• реализация;

• работа с обратной связью;

• планирование следующего шага.

Далее приведем более подробное описание этапов, предложенное авторами.

1. Комплектование/переукомплектование. Командообразование начинается с того, что определяются численность и состав участников (будущих членов) команды. На практике эта ступень нередко отсутствует и консультанту по развитию команды или тренеру командообразования предлагается работать с уже укомплектованной группой. Если же есть возможность подбора команды, то на первый план выходит вопрос подбора методов диагностики потенциальных членов команды – их личностных, профессиональных, социальных особенностей, а также всех других качеств, важных в контексте выполняемой деятельности.

2. Знакомство/углубление знакомства. Здесь устанавливается первичный контакт, необходимый уровень доверия среди участников. Происходят знакомство и ориентировка членов команды друг в друге и в ситуации. Как и первый этап, второй может отсутствовать, если члены будущей команды достаточно хорошо знакомы друг с другом. В этом случае можно обратиться к процедуре обновления представлений друг о друге – ведь этим людям придется заниматься деятельностью в новом организационном формате.

3. Институциализация. Команда должна быть вписана в структуру и системы организации. Она должна иметь права и обязанности, систему отчетности, доступ к информационным и иным ресурсам. Должны быть установлены и, если необходимо, документально оформлены порядок работы, способы взаимодействия, определен круг лиц, курирующих группу и координирующих ее работу с другими командами, а также со структурными подразделениями и службами организации.

4. Формирование общего видения. Это один из наиболее важных этапов. Основная его цель – согласование взглядов, позиций, образа желаемого будущего среди участников командообразования. Группа определяет цели, задачи, направления движения и специфику деятельности своей команды (организации). Предполагается, что непосредственно общее видение выкристаллизовывается в процессе коммуникации членов команды и зачастую не поддается рационализации и не имеет четких рецептов формирования. При этом целеполагание, безусловно, является важной, хотя и не единственной, составляющей в этом процессе.

5. Позиционирование/перепозиционирование. На этой стадии происходят макро- и микропозиционирование участников. В результате макропозиционирования участники определяют предметно-функциональные позиции в деятельности своей команды и соответствие ее членов этим позициям. Учитываются все необходимые составляющие: склонности, способности, уровень профессиональных знаний, навыки и опыт, тип личности и т.д. В процессе микропозиционирования обозначаются и распределяются командные роли, обеспечивающие взаимодополнение и совместимость членов команды. Данный фактор оказывает существенное влияние на эффективное проведение совещаний, принятие решений.

6. Планирование первого шага. На этой ступени происходит формирование целереализующей системы команды, составляется конкретный план-график, распределяются ресурсы и ответственность.

7. Исполнение. Здесь, собственно, осуществляется то, что было намечено и спланировано ранее. Команда реализует задуманный план.

8. Рефлексия. Команда постоянно отслеживает, насколько эффективно она продвигается вперед. Участники оценивают выполнение конкретных заданий, анализируют, что мешает и что способствует продуктивной работе команды. Проведение рефлексии особенно важно контролировать на начальных этапах работы команды, когда вероятность ошибок достаточно велика, а группа на первых порах стремится к немедленной реализации последующих шагов, пропуская необходимый этап анализа.

9. Планирование второго шага. Команда планирует второй шаг с учетом анализа нового положения дел.

Первые три этапа могут иметь четко фиксированное начало и не иметь конца, точнее, их завершение совпадает по времени с моментом выполнения командой своей миссии или со временем принудительной ликвидации команды. Следующие стадии имеют свои достаточно четко различаемые и конец, и начало.

Как было отмечено выше, под организацией иногда понимают совокупность взаимодействующих малых групп, однако понимания механизмов развития отдельно взятой малой группы оказывается недостаточно для описания развития организации как единого целого.

**3. Организации (средние социальные группы): технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии**

**Организация как предмет изучения в психологии**

Организация является специфическим видом социальных систем и занимает «промежуточное» положение между малыми и большими социальными группами.

Под *организацией* понимается искусственное объединение людей институционального характера, занимающее определенное место в обществе и выполняющее определенную общественную функцию (А. И. Пригожин, 1995).

Большинство деловых организаций имеет формальную структуру (роли, названия должностей и пр.) и неформальную структуру (систему отношений между членами организации, не регламентированную специальными предписаниями, которая вытекает из ценностей, интересов, психологических особенностей членов организации).

Таким образом, организация – это «дифференцированное и взаимно упорядоченное объединение индивидов и групп, действующих на основе общих целей, интересов и программ».

Проблемы организации изучают в рамках организационной психологии и психологии управления. Можно выделить следующие направления исследований:

* психологический анализ структуры организации (коммуникативная структура, распределение ролей);
* мотивация организационного поведения (преданность организации);
* процессы групповой динамики и лидерства;
* психологические механизмы организационного строительства;
* феномены индивидуальной конформности;
* межличностные отношения и взаимодействия;
* способы социального познания и оценки ситуаций.

**Теории Х, Y и Z**

Важнейшей проблемой организационной психологии является повышение эффективности работников. Дуглас Мак-Грегор разработал две теории (теорию Х и теорию Y), по-разному трактующие поведение работников. Вслед за ним У. Оучи на основе анализа японской системы управления предложил третью теорию – теорию Z.

Д. Мак-Грегор рассматривает поведение менеджера, его управленческие действия, основанные на предположениях о поведении работников. Существуют два подхода, которые менеджеры используют для управления подчиненными. Подходы являются следствиями двух различных взглядов на природу человека: принципиально негативного (теория X, автократичная) и принципиально положительного (теория Y, демократичная). Мак-Грегор сделал вывод, что организации типа Y гораздо более эффективны. Задачей менеджмента является создание условий, при которых рабочий, затрачивая усилия для достижения целей организации, одновременно наилучшим образом достигает своих личных целей (табл. 16).

*Таблица* *16*

**Сравнение теорий Х, Y и Z**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Д. Мак-Грегор | | У. Оучи |
| Теория Х | Теория Y | Теория Z |
| Предпосылки теории:   * обычный человек не любит работу и старается избегать работы; * по причине нежелания работать большинство людей только путем принуждения, с помощью приказов, контроля и угроз наказания могут быть побуждены к тому, чтобы осуществлять необходимые действия и затрачивать должные усилия, требуемые для достижения организацией своих целей; * средний человек предпочитает, чтобы им управляли, старается не брать на себя ответственности, имеет от | Предпосылки теории:   * выражение физических и эмоциональных усилий на работе для человека так же естественно, как и во время игры или на отдыхе; * внешний контроль и угроза наказания не являются единственными средствами побуждения человека к деятельности; самоконтроль и самопобуждение к деятельности более важны для интересов организации при наличии чувства ответственности; * ответственность и обязательства по отношению к целям организации зависят от вознаграждения, получаемого за | Главная черта – обоснование коллективистских принципов мотивации.  Мотивация работников должна исходить из ценностей «производственного клана», т. е. предприятия как одной большой семьи, одного рода. Эти ценности требуют развития у сотрудников отношений доверия, солидарности, преданности коллективу и общим целям, удовлетворенности трудом и пребыванием на предприятии, производительности труда. Основные признаки:   * пожизненный наем, создающий твердые гарантии занятости и сопричастности к судьбе организации; * медленное продвижение |
| носительно низкие амбиции и желает находиться в безопасной ситуации.  Менеджер теории Х навязывает подчиненным свои решения и централизует полномочия. Стимулирование к добросовестной работе предполагает наказание или страх перед возможным наказанием. | результаты труда;   * вознаграждение связано с удовлетворением потребностей в самовыражении и самоактуализации; * обычный человек, воспитанный определенным образом, не только готов брать на себя ответственность, но даже стремится к этому.   Менеджер теории Y избегает навязывать свою волю подчиненным, включает их в процесс принятия решений и определение регламента работы. Роль административного персонала –предоставление профессиональной помощи всем уровням управления. | по службе;   * универсальный характер квалификации, широкие коммуникации; * коллективный метод принятия решений и групповая ответственность; * широкая свобода действий и нечетко выраженный механизм   контроля;   * доверительное, товарищеское общение руководителей с подчиненными; * гласность; * эгалитаризм, * корпоративные ценности.   Теория Z акцентируется на коллективной мотивации и раскрепощении инициативы работника. |

**Направления исследования организации**

Преданность организации – это психологический конструкт, отражающий силу связи, существующей в представлении человека, между ним и конкретной организацией, в которой он работает. Преданность организации – это установка, включающая три компонента:

* лояльность (сильное желание остаться ее членом);
* вовлеченность (желание прилагать максимальные усилия в интересах данной организации);
* идентификация (твердая убежденность в корпоративных ценностях и принятие целей организации).

Натали Аллен и Джон Мейер предложили трехкомпонентную модель преданности организации как установки (1990):

1) аффективная преданность (эмоциональная привязанность);

2) преданность, обусловленная стажем (связана с пониманием потерь, которые вызовет уход из организации);

3) нормативная преданность (ощущение своей обязанности оставаться в организации).

Аллен и Мейер разработали «Шкалу приверженности организации».

II. Изучение психологического климата.

Психологический климат – целостное состояние группы (коллектива), относительно устойчивый и типичный для нее эмоциональный настрой, отражающий реальную ситуацию трудовой деятельности (содержание, условия и организацию труда), характер межличностных отношений.

III. Изучение организационной культуры.

Культура – динамическая система правил (эксплицитных или имплицитных), принимаемых группой для обеспечения ее выживания. Соответственно организационная культура – это динамическая система правил, разделяемых членами организации. К организационной культуре относятся отношения, ценности, убеждения, нормы и поведение, разделяемые членами организации.

*Структурный подход* Стивена Роббинса (1987) описывает организационную культуру с точки зрения трех базовых элементов:

1) сложность С – степень, с какой организация стимулирует дифференциацию задач и видов деятельности;

2) формализация Ф – степень выраженности у организации тенденции задавать структуры и правила деятельности;

3) централизация Ц – степень склонности организации концентрировать свои действия и возможности принятия решений в ограниченном числе подразделений или работников.

Организации различаются по трем параметрам. С. Ламмерс и Д. Хиксон выделили три типа национального характера в организациях:

* латинский тип: С+ Ф+ Ц+ (классическая бюрократия);
* англосаксонский тип: Ф– Ц– (децентрализованный тип);
* тип стран третьего мира: Ф– Ц+ (патерналистский тип, традиционно-семейная организация).

*Функциональный подход* (Г. Хофстеде) предполагает анализ организационной культуры через призму производственных ценностей; индивидуальные ориентации; отношение к работе; степень лояльности по отношению к организации и в отношении к другим сотрудникам.

Герард Хофстеде выделяет четыре параметра организационной культуры:

1. Дистанция власти (ДВ). Степень, в которой различные культуры поощряют или поддерживают различия в статусе и власти между взаимодействующими индивидуумами. Автократия и патернализм.

2. Избегание неопределенности (ИН). Степень развитости механизмов, позволяющих справиться с тревогой и стрессом, вызванных неопределенностью за счет создания ритуалов. Высокий уровень ИН в Японии.

3. Индивидуализм (ИД). Степень поощрения индивидуальных тенденций в противоположность групповым.

4. Маскулинность (МА). Степень поощрения дифференциации между полами. Высокий уровень МА в Японии.

Гарри Триандис выделяет пятый элемент – конфуцианский динамизм, который включает в себя следующие характеристики:

* неравенство в статусе ведет общество к стабильности;
* семья – прототип всех социальных организаций;
* жизненная добродетель – это напряженная работа; приобретение полезных навыков и большего образования; избегание расточительности;
* настойчивость перед лицом трудностей.

В рамках функционального подхода был проведен анализ организационной культуры в различных странах.

IV. Изучение эффективности организаций и принятия решений в организации.

*Модель Т. Питерса* – *Р. Уотермена.* Авторы бестселлера «В поисках успешного управления» Томас Питерс и Роберт Уотермен обнаружили связь между культурой и успехом в работе организации. Взяв за образец успешные американские фирмы и описав управленческую практику, они выявили ряд верований и ценностей организационной культуры, приведших эти компании к успеху:

1) вера в действия;

2) связь с потребителем;

3) поощрение автономии и предприимчивости;

4) рассмотрение людей как главного источника производительности и эффективности;

5) знание того, чем управляешь;

6) не заниматься тем, чего не знаешь;

7) простая структура и немногочисленный штат управления;

8) одновременное сочетание гибкости и жесткости в организации.

*Модель Толкотта Парсонса* разработана на основе спецификации определенных функций, которые любая социальная система, в том числе организация, должна выполнять, чтобы выжить и добиться успеха. Первые буквы английских названий этих функций в аббревиатуре дали название модели – AGIL: adaptation (адаптация); goal-seeking (достижение целей); integration (интеграция) и legiacy (легитимность).

В *модели Виджей Caтe* выделяется семь процессов, посредством которых культура влияет на организационную деятельность:

1) кооперация между индивидами и частями организации;

2) принятие решений;

3) контроль;

4) коммуникации;

5) лояльность организации;

6) восприятие организационной среды;

7) оправдание своего поведения.

Первые три процесса корреспондируют с первым, поверхностным, уровнем организационной культуры, а следующие четыре – со вторым, внутренним, уровнем, имеющим «ценностную» основу. От того, как эти процессы протекают, зависит эффективность функционирования организации.

Уильям Оучи является автором широко известной концепции организации Z-типа (*модели эффективной организации У. Оучи*), представляющей собой попытку соединения преимуществ двух различных культур (японской и американской). Такой синтез, по его мнению, дает возможность создания нового сверхэффективного варианта организационной культуры, которой должна следовать американская деловая организация. Свое исследование У. Оучи построил на сравнительном анализе семи переменных организационной культуры:

1) обязательства организации по отношению к своим членам (наем: пожизненный, долговременный, кратковременный);

2) оценка выполнения работы (качественное или количественное, медленное или быстрое);

3) планирование карьеры (специализация: узкая, широкая, умеренная);

4) система контроля (формальность/неформальность и ясность);

5) принятие решений (групповое или индивидуальное);

6) уровень ответственности (групповой или индивидуальный);

7) интерес к человеку (широкий или узкий).

V. Изучение образа (имиджа) организации в представлении ее сотрудников и общественного сознания (относительно новая проблематика).

**4. Большие социальные группы: социально-психологические особенности различных групп населения**

**Общая характеристика больших социальных групп**

Большая социальная группа – количественно не ограничиваемая условная общность людей, выделяемая на основе определенных социальных признаков (классового, полового, возрастного, национального, профессионального и пр.).

Выделяется две разновидности больших социальных групп:

1) случайно, стихийно возникшие, кратковременно существующие (толпа, аудитория);

2) группы, сложившиеся в ходе исторического развития, занимающие определенное место в системе общественных отношений (классы, этнические, профессиональные, возрастные группы и пр.).

Признаки больших социальных групп:

1. Регуляция социального поведения в больших социальных группах – через нравы, обычаи, традиции.

2. Схожий образ жизни группы (и соответствующие ему формы общения и деятельности).

3. Схожие интересы, ценности.

4. Специфический язык.

5. Общественная психология как эмпирический уровень общественного сознания, который основан на непосредственном социальном опыте и типичен для членов группы.

Общественная психология включает следующие элементы:

1) когнитивные элементы: коллективные (социальные) представления, социальное мышление, социальную память, общественное мнение, общественное сознание, менталитет;

2) мотивационно-потребностная сфера: общегрупповая мотивация, групповые потребности, ценности, социальные интересы, цели и жизненные ориентации, установки, идеалы;

3) эмоциональная сфера: социальные чувства, эмоции, настроения);

4) деятельностная сфера: коллективная деятельность и групповое поведение (рис. 4.1).

теоретический уровень

идеология

эмпирический уровень

общественная психология

Рис. 7. Структура общественного сознания

Для устойчивых социальных групп, сложившихся в конкретных исторических условиях (классы, этносы, некоторые профессиональные группы), можно выделить такую характеристику, как *психический склад*. Это устойчивое образование (к нему относятся социальный и национальный характер, обычаи, традиции, вкусы, образ жизни).

Социальный характер группы, народа определяется специфической культурой, системой знаков, символов, обычаев.

Традиции – это исторически сложившиеся под влиянием определенных условий жизни узаконенные способы воспроизведения укоренившихся правил, норм поведения, отношений людей.

Обычаи – прочно установившиеся в той или иной социальной группе правила реагирования на конкретные события, осуществления общественных действий.

Предрассудок – это укоренившееся в обществе мнение «без разумного отчета в основательности его» (В. Даль).

Образ жизни – это совокупность устоявшихся, типичных для определенных социально-экономических отношений форм жизнедеятельности социальных групп и отдельных людей в материальном и духовном производстве, в общественно-политической и семейно-бытовой сфере.

В последние годы стали часто использовать термин *этос* – это стиль жизни общественной группы, общая ориентация определенной группы, общая ориентация определенной культуры, принятая в ней иерархия ценностей, которые либо выражаются в явном виде, либо могут быть следствием поведения членов группы.

Историческое развитие больших социальных групп проходит ряд этапов (уровни развития). Герман Германович Дилигенский (1975) выделяет три уровня развития группы (табл. 17).

*Таблица 17*

**Уровни развития больших социальных групп**

**(по Г. Г. Дилигенскому)**

|  |  |
| --- | --- |
| Уровень развития | Характеристика уровня |
| Типологический уровень (низший) | Члены группы объективно сходны по каким-то характеристикам, но не составляют психологического единства |
| Уровень идентификации | Члены группы осознают свою принадлежность к данной группе, идентифицируют себя с ее членами |
| Уровень солидарности (интегрированности) | Готовность членов группы к определенным действиям во имя коллективных целей, осознание общности интересов |

К устойчивым большим социальным группам обычно относят классы, этносы (нации, народности), профессиональные группы, демографические группы.

**Классы как большие социальные группы**

Психология классов отражена в работах Г. В. Плеханова, В. И. Ленина, П. Сорокина, в книгах писателей О. Бальзака, Т. Драйзера, М. Горького и др.).

Элементы психологии класса:

1) классовые потребности и связанные с ними социальные интересы;

2) социальный статус, позиции в обществе и связанный с ними «набор социальных ролей»;

3) социальные чувства – определенные характеристики эмоциональных состояний, свойственных группе;

4) психический склад – психологический облик, проявляющийся в определенном социальном характере, а также совокупность некоторых исторически сложившихся форм организации деятельности.

Г. В. Плеханов, анализируя психологию рабочего, говорил, что у пролетариата существует некоторое «тяготение к массе», причем оно «прямо пропорционально его стремлению к независимости, его сознанию собственного достоинства, словом, развитию его индивидуальности».

В. И. Ленин, «рисуя» портрет мелкой буржуазии, отмечал ее половинчатость, бесконечные колебания, бросание из одной крайности в другую.

Классовая психология влияет даже на мотивы предпринимательской деятельности. У буржуазии мотивом являются деловой успех, расширение дела, у эксплуатируемого – избавление от эксплуатации, социальная независимость. Среди мотивов деятельности пролетарских и полупролетарских слоев начала XX века отмечали такие, как «прожить как-нибудь», «сохранить то, что есть». Даже у предпринимателей, в зависимости от социальной группы, существуют две основные ориентации – «расширение дела» или «сохранение статус-кво».

В качестве основных черт интеллигенции исследователи отмечают установку на развитие, индивидуализм, труд во имя общего блага, иногда выделяют «корпоративный коллективизм».

К середине ХХ века изменилась социальная структура общества, что нашло отражение в работах социологов. Один из них – Питирим Сорокин.

Представление о психологии классов меняется, поскольку характеристику класса нельзя рассматривать вне определенной эпохи. Так, сейчас нельзя рассматривать в развитых странах единый класс пролетариата, существуют «белые воротнички», «синие воротнички», неквалифицированные рабочие.

**Социально-исторические типы людей**

Кроме классов, можно рассматривать социально-исторические типы людей, сложившиеся под влиянием определенного типа взаимоотношений человека со средой обитания, а также типа общественных отношений и культуры. Психология первобытного человека и представителя современной цивилизации существенно отличается, что видно на примере северных народов, которые сохранили тот образ жизни, который характерен для более ранних стадий развития человеческих сообществ.

Изучением социально-исторических типов людей занимались антропологи, историки, этнографы, культурологи. Так, Юрий Лотман в своих «Беседах о русской культуре» отметил изменение ценностей к концу XIX века; если в начале XIX века главное было – честь, то к концу XIX века – жизнь человека. Ксения Мяло, анализируя современный социально-исторический тип людей, выделяет две основные тенденции – космоцентризм и техноцентризм.

В исследовании социально-исторических типов людей наиболее значимые работы ленинградского историка и психолога Б. Ф. Поршнева.

Концепция Б. Ф. Поршнева основана на суггестивном подходе к историческому анализу. Он обосновывает трактовку исторических событий и в целом исторического процесса как последовательной смены фаз «суггестия – контрсуггестия – контрконтрсуггестия». Контрсуггестия трактуется как механизм сопротивления внушению.

**Этнические группы**

**Общая характеристика этнических групп**

Изучением этнических групп занимались антропологи, историки, этнографы (Ю. В. Бромлей), политологи, лингвисты.

Этническая группа – это социальная группа, главным признаком которой является этническая принадлежность ее членов. К этническим группам относят племена, народности и нации.

Племя – тип этнической общности и социальной организации первобытнообщинного строя, для которой характерна кровнородственная связь между его членами, деление на роды, общность территории, хозяйственные связи, некоторая общность сознания и самосознания, обычаев и культов. На поздних этапах развития возникает самоуправление (вожди, старейшины и пр.).

Народность – исторически сложившаяся языковая, территориальная, экономическая и культурная общность людей, предшествующая возникновению нации.

Нация – историческая общность людей, складывающаяся в процессе формирования общности их территории, экономических связей, письменности и языка, некоторых особенностей культуры и характера.

В больших социальных группах, к которым относятся этнические группы, существует два аспекта психологического анализа:

* общественное бытие (типичные формы жизнедеятельности, общения, традиции, история, экономическая и культурная жизнь этноса, особенности семьи, воспитания и обучения);
* общественное сознание (этническое сознание и самосознание, национальный характер, вкусы, установки, эмоциональный настрой).

Основными феноменами этнической психологии являются:

* национальное сознание и самосознание;
* национальный характер (это исторически сложившаяся совокупность устойчивых психологических черт представителей той или иной нации, определяющих привычную манеру их поведения и типичный образ действий и отношений);
* национальные установки, ориентации и интересы (отражение мотивационных приоритетов представителей той или иной общности, служащих сохранению ее единства и целостности);
* особенности познавательно-интеллектуальной и эмоционально-волевой сферы национальной психологии;
* особенности национальных чувств и настроений (это эмоционально окрашенное отношение людей к своей этнической общности, к ее интересам, к другим народам и ценностям);
* особенности взаимодействия, взаимоотношений людей;
* феномен этноцентризма и ксенофобии.

Национальные традиции (сложившиеся в этнической общности правила, нормы, стереотипы поведения и действий) непосредственно не являются предметом изучения психологов, но они должны учитываться, поскольку характеризуют образ жизни этноса.

Социальная психология изучает, с одной стороны, каким образом данные характеристики определяют социальное поведение, взаимодействие с другими этническими группами, а с другой – как социальные, экономические и политические факторы обусловливают формирование национального характера, стиля поведения.

В структуре этнической (национальной) психологии выделяют:

* статические компоненты (психический склад этноса и этническое сознание);
* динамические компоненты (этнические чувства и вкусы).

Психический склад этноса – это специфический способ восприятия и понимания членами этнической общности различных сторон окружающей действительности. Психический склад этноса состоит из следующих элементов: этнический характер, этнический темперамент, этнические традиции и обычаи.

Этническое сознание включает в себя:

1) этническое самосознание, в том числе восприятие, представление и понимание своей этнической общности;

2) осознание других этносов, т. е. восприятие, представление и понимание особенностей других этнических общностей.

Этнические чувства – это эмоциональное отношение людей к своей этнической общности и ее интересам, а также к другим этносам и их интересам.

Этнический вкус – это оценка правильности, нормальности, красоты, морали и норм общественного поведения, обусловленная спецификой явлений, происходящих в этносе на протяжении длительного периода. На основе этого формируется национальная культура.

Этноцентризм – оценка социальных явлений с позиций своей этнической группы. Этноцентризм формируется первоначально через констатацию различий, затем – через оценку другой группы.

Ксенофобия – неприятие других этнических групп, противопоставление «мы» и «они», боязнь других этнических групп.

Существует четыре сферы динамики общественного сознания в национальной психологии:

1) мотивационно-фоновая (мотивы и цели);

2) интеллектуально-познавательная (своеобразие познавательных и интеллектуальных качеств);

3) эмоционально-волевая (своеобразие эмоционально-волевых качеств);

4) коммуникативно-поведенческая (особенности общения, норм, организации руководства, стереотипы поведения).

Национальные особенности являются отражением влияния ряда факторов:

* наследственность;
* географическая среда (природный ландшафт);
* особенности воспитания и обучения;
* особенности основной деятельности;
* особенности социально-экономических условий жизни (например, различная роль мужчины и женщины);
* традиции.

**Исследования этнических групп**

Исследования этнических групп начались еще в XIX веке в рамках психологии народов (Г. Штейнталь, М. Лацарус, В. Вундт). Важную роль в изучении проблемы сыграл американский этнограф и культуролог Франц Боас (1858–1942). В 1934 году в США было создано первое научное направление в этнической психологии «Модели культуры», основоположником которого стала Рут Бенедикт (1887–1948). Затем сравнительные исследования были продолжены А. Кардинером и Р. Линтоном, М. Мид и Дж. Гогером. В настоящее время наиболее известным специалистом считается Гарри Триандис. Среди отечественных психологов наиболее известны работы Г. Г. Шпета, И. С. Кона, А. Р. Лурии, Б. Ф. Поршнева.

Американский антрополог Маргарет Мид (1901–1978), будучи ученицей Ф. Боаса и Р. Бенедикт, развивала ведущую тему этой школы – «культура и личность». М. Мид вместе с Дж. Болдуином разрушила миф об американских индейцах-дикарях.

Результаты изучения психических особенностей представителей различных этнических групп показали, что различия между этническими группами относительны. Институт Гэллапа провел межнациональное исследование в городах Афины, Хельсинки, Иоганнесбург, Копенгаген, Амстердам, Дели, Нью-Йорк, Осло, Торонто, Западный Берлин, Вена. Изучалась система предпочтений разных национальностей относительно ряда объектов: высота культурного уровня, лучшая кухня, самые красивые женщины, уровень развития национальной гордости. Исследователей интересовали стереотипы обыденного сознания относительно других национальностей. Оценки оказались самыми противоречивыми.

Исследование культуры и ценностей различных этнических групп и связанных с ними форм общения является наиболее перспективным и в теоретическом и в практическом отношении. Здесь наиболее интересными являются работы Дэвида Мацумото («Психология и культура», 2000), Гарри Триандиса («Культура и социальное поведение», 2005).

Изучение установок, отношений, конфликтов этнических групп стало возможным благодаря использованию специальных шкал измерения установок (шкалы Терстоуна). С появлением в 1925 году нового инструмента – шкалы Богардуса – возможно оценивать установки количественно. Другой количественный инструмент – шкалы Лайкерта.

Изучение конфликтов между этническими группами проводились американскими психологами Гербертом Келменом, Даниилом Барталом.

**Демографические группы**

К демографическим группам относят группы по половому признаку (мужчины и женщины) и по возрастному признаку (молодежь, пожилые люди).

Различия между демографическими группами определяются:

* биологическими факторами (различие структуры потребностей);
* социальными факторами (различия в социальных потребностях, в общественном статусе, в основном виде деятельности, в образе жизни).

Так, относительно социальной группы пожилых людей можно говорить о четырех видах зависимостей, которые определяют психологию данной группы:

1) экономическая зависимость;

2) физическая зависимость (угасание функций организма);

3) психологическая зависимость (ослабление умственной работоспособности);

4) социальная зависимость (потеря социальных ролей, статуса, власти, снижение социального участия).

**4. Психология масс. Массовые психические явления**

Массовые психические явления связывают со стихийными группами.

Стихийные группы, по определению Г. М. Андреевой, – это кратковременные объединения большого числа лиц, часто с весьма разными интересами, собравшихся вместе по какому-либо определенному поводу и демонстрирующих какие-то совместные действия.

Членами такого временного объединения обычно являются представители больших социальных групп (классов, этносов и пр.). Такая группа может быть в определенной степени кем-то организована, но чаще возникает стихийно, она не всегда четко осознает свои цели, но проявляет высокую активность.

Субъекты стихийного поведения: публика, масса и толпа.

Публика – форма стихийной группы, это кратковременное собрание людей для совместного времяпрепровождения в связи с просмотром какого-либо зрелища (на трибуне стадиона, в большом зрительном зале и пр.). В более замкнутых помещениях, например в лекционных залах, публику часто именуют аудиторией. Публика всегда собирается ради общей и определенной цели, поэтому она более управляема, стремится соблюдать нормы, принятые организации зрелищ избранного типа.

Масса обычно описывается как более или менее стабильное образование с довольно нечеткими границами. Масса может не обязательно представлять собой сиюминутное образование, подобно толпе; она может оказаться в значительно большей степени организованной активистами, которые продумывают цели, стратегию и тактику ее поведения.

**Масса как стихийная социальная группа**

В отечественной науке изучением поведения масс занимался Д. В. Ольшанский.

Д. В. Ольшанский выделяет основные виды масс (2001):

* большие и малые;
* устойчивые (постоянно функционирующие) и неустойчивые;
* сгруппированные и несгруппированные, упорядоченные или неупорядоченные в пространстве;
* контактные и неконтактные;
* спонтанные, стихийно возникающие, и специально организуемые;
* социально однородные и неоднородные.

К важнейшим качествам массы относятся:

* статистичность, т. е. аморфность массы, ее несводимость к самостоятельному системному структурированному целостному образованию (группе), отличному от составляющих массу элементов;
* стохастичная, вероятностная природа, т. е. открытость, размытость границ, неопределенность состава массы в количественном и качественном отношениях;
* ситуативность, временность ее существования;
* выраженная гетерогенность, разнородность состава массы.

Массы как носители массового сознания определяются с социологической точки зрения Б. А. Грушиным как «ситуативно возникающие (существующие) социальные общности, вероятностные по своей природе, гетерогенные по составу и статистические по формам выражения (функционирования)». В работе С. Московичи «Век толп» выделены характеристики масс (рис. 7).

**Характеристики масс**

наличие психической общности

консервативность

неосознанность

поведения

подчинение

гипнотическому

авторитету вождя

Рис. 7. Характеристика масс, по С. Московичи

Формы массового политического поведения – это митинги; манифестации; демонстрации; бунты; занятие зданий; пикетирование; сидячие забастовки; массовая реакция на кризис; потребительские эпидемии; слухи; финансовая паника, мода.

В политике проявляются так называемые массовые политические настроения – это субъективная оценка социально-политической действительности, как бы пропущенной сквозь призму соответствующих интересов, потребностей и притязаний массы.

Цикл развития настроений включает четыре этапа:

1. Брожение (смутное беспокойство, ощущение дискомфорта).

2. Поворот (качественное изменение психического состояния масс).

3. Подъем (выделение доминирующего настроения).

4. Отлив (разрешение настроений, реализация притязаний).

Психологическая природа стихийного поведения – это действие механизмов заражения, подражания и внушения, которые описаны в работах Г. Лебона, С. Московичи, В. Н. Бехтерева, Б. Ф. Поршнева.

Можно выделить физические, психологические и социально-политические факторы, способствующие возникновению массовых форм политического поведения. К физическим факторам можно отнести стихийные бедствия, скученность, физический дискомфорт. К психологическим факторам относятся неожиданность пугающего события, сильное психическое возбуждение, крайнее удивление, испуг, переживание любых патогенных эмоций. К социально-политическим факторам относятся общественные катаклизмы или угроза социальной безопасности, нечеткое осознание людьми общих целей, отсутствие эффективного управления, недостаточная сплоченность группы.

С. Московичи в книге «Век толп» (1981) проводит анализ массовидных явлений:

«Люди отдельно друг от друга ведут себя нравственным и разумным образом, но они же становятся безнравственными и неразумными, когда собираются вместе».

«...Наши индивидуальные способности восприятия и наблюдения внешнего мира продуцируют верное знание, тогда как социальные факторы провоцируют искажения и отклонения в наших убеждениях и знаниях о мире».

С. Московичи в работе «Век толп» дает следующую характеристику масс:

1. Психологически толпа – это не скопление людей в одном месте, а человеческая совокупность, обладающая психической общностью.

2. Индивид действует сознательно, а масса, толпа – неосознанно, поскольку сознание индивидуально, а бессознательное – коллективно.

3. Толпы консервативны, несмотря на их революционный образ действий. Они кончают реставрацией того, что вначале низвергали, ибо для них прошлое более значимо, чем настоящее.

4. Массы, толпа нуждаются в поддержке вождя, который их пленяет своим гипнотическим авторитетом, а не доводами рассудка и не подчинением силе.

5. Пропаганда (или коммуникация) имеют иррациональную основу. Благодаря этому преодолеваются препятствия, стоящие на пути к действию. Поскольку в большинстве случаев наши действия являются следствием убеждений, критический ум, отсутствие убежденности и страсти мешают действиям. Такие помехи можно устранить с помощью гипнотического, пропагандистского внушения, а потому пропаганда, адресованная массам, должна использовать энергичный и образный язык аллегорий с простыми и повелительными формулировками.

6. В целях управления массами (партией, классом, нацией и пр.) политика должна опираться на какую-то высшую идею (революции, Родины и т. п.), которую внедряют и взращивают в сознании людей. В результате такого внушения она превращается в коллективные образы и действия.

С. Московичи опирается на психоаналитическую трактовку поведения толпы (вождь первобытных орд является олицетворением авторитета после его убийства). Заслугой ученого является его анализ современного общества, в котором отдельный человек толпы становится все более анонимным, а власть все более персонифицируется.

**Толпа и паника**

Толпа, по определению Ю. А. Шерковина (1975), – это «контактная внешне не организованная общность, отличающаяся высокой степенью конформизма составляющих ее индивидов, действующих крайне эмоционально и единодушно».

Социально-психологические особенности толпы:

* анонимность;
* однородность (вследствие уравнивания, сведения к одному уровню всех психических проявлений и поведения индивидов);
* внушаемость;
* психическое заражение (быстрый перенос психического состояния одних людей на других);
* распространение слухов, функцией которых является передача информации и переориентация участников толпы;
* иррациональность поведения и эмоциональная напряженность.

Выделяют четыре вида толпы (при этом один вид может трансформироваться в другой):

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

2. Конвенциональная толпа (от *англ*. convention – условность) собирается по поводу заранее объявленного события (петушиные или собачьи бои, боксерский или футбольный матч, митинг, концерт рок- группы и т. д.). Здесь уже преобладает более направленный интерес, и люди до поры (пока толпа сохраняет качество конвенциональности) готовы следовать определенным условностям (конвенциям).

3. Экспрессивная толпа (от *англ*. expression – выражение) ритмически выражает ту или иную эмоцию: радость, энтузиазм, возмущение и т. п. (скандирование лозунга на митинге, стадионе и пр.).

Экстатическая толпа (от *англ*. ecstasy – экстаз) – экстремальная форма экспрессивной толпы (например, религиозный экстаз).

4. Действующая (active) толпа – политически наиболее значимый и опасный вид коллективного поведения. В ее рамках, в свою очередь, можно выделить несколько подвидов:

* агрессивная (aggressive) толпа, эмоциональная и поведенческая доминанта которой выражены в ярости и злобе;
* паническая (panic; saving) толпа объята ужасом, стремлением каждого избежать реальной или воображаемой опасности;
* стяжательная (greedy) толпа – люди, вступившие в неорганизованный конфликт за обладание некоторой ценностью; доминирующие эмоции – жадность, жажда обладания, к которой иногда примешивается страх;
* повстанческая (rebellious) толпа по ряду признаков сходна с агрессивной (преобладает чувство злости), но отличается от нее социально справедливым характером возмущения (идея «социальной справедливости»).

К основным формам стихийного поведения относятся:

* массовая паника (*паника* – это эмоциональное состояние, возникающее как следствие либо дефицита информации о какой-то пугающей или непонятной ситуации, либо, напротив, как следствие ее избытка и проявляющееся в импульсивных действиях;
* массовая агрессия.

Агрессивная толпа опасна массовыми беспорядками. Исследователи вывели формулу, позволяющую прогнозировать массовые беспорядки: степень вероятности массовых беспорядков прямо пропорциональна «степени обостренности социально-экономических проблем» и обратно пропорциональна «уровню развития политической культуры».

Механизмы формирования целостной массы из множества отдельных субъектов – заражение, подражание, внушение – изучали З. Фрейд, У. Мак-Дауголл, Г. Лебон, затем Б. Ф. Поршнев.

Выявлены два основных механизма образования толпы: эмоциональное кружение (синоним – циркулярная реакция) и слухи. Циркулярная реакция – это взаимное заражение, т. е. передача эмоционального состояния на психофизиологическом уровне контакта между организмами. При циркулярной реакции стираются индивидуальные различия, временно снижается роль личностного опыта и здравого смысла, происходит регрессия к более примитивным способам реагирования.

**Слухи как массовое социально-психологическое явление**

В работе Д. В. Ольшанского (2001) выделяются массовые социально-психологические явления:

* религия;
* мода;
* массовые коммуникации;
* реклама и PR-воздействия;
* формирование политических партий и массовых движений;
* слухи и сплетни.

*Слухи* – стихийный процесс передачи информации, это передача предметных сведений по каналам межличностного общения. Характерной особенностью слухов является недостоверность, ложность или непроверенность информации.

Классификации слухов:

1. По экспрессивному параметру различают три типа, и здесь семантика терминов достаточно прозрачна: слух-желание; слух-пугало; агрессивный слух. Слухи-пугала возникают в периоды социального напряжения (стихийное бедствие, война, государственный переворот), например, слух о грядущем росте цен.

2. По информационному параметру (степень достоверности информации) различают четыре типа слухов: абсолютно недостоверные; недостоверные, но с элементами правдоподобия; правдоподобные; достоверные с элементами неправдоподобия.

Гордон Оллпорт и Лео Постман в работе «Психология слухов» (1947) сформулировали «основной закон слуха»:

1) содержание слуха должно иметь какое-то существенное значение как для передающего информацию, так и для принимающего ее;

2) содержание информации должно быть в какой-то степени неопределенным, т. е. давать повод для гипотез и домыслов.

Изучая, причины возникновения слухов и длительность их «существования», психологи выделили два фундаментальных фактора:

* интерес к теме заинтересованной аудитории;
* дефицит надежной информации.

К сопутствующим факторам распространения слухов относят:

* фактор личностного статуса (распространяя слух, человек привлекает к себе внимание и поддерживает свой статус неформального лидера мнения, повышает значимость собственной персоны);
* фактор эмоционального баланса (циркулирующий слух способен временно оптимизировать эмоциональный баланс в группе, т. е. понижать или повышать эмоциональное напряжение до оптимального уровня).

**5. Межгрупповые отношения: методы и нормы социального взаимодействия, внутригрупповой фаворитизм и межгрупповая агрессия**

**Основные понятия и направления исследований**

Социальная идентичность – понимание человеком того, кто он есть, проистекающее из принадлежности этого человека (или людей) к группе.

Ингруппа («свои») – группа, к которой человек себя относит.

Аутгруппа («чужие») – группа, к которой человек не принадлежит или считает, что не принадлежит.

Воспринимая себя и партнера по общению как представителей социальной группы, человек использует стереотипы (когнитивный компонент), предубеждения и предрассудки (включают поведенческий компонент), испытывает межгрупповые эмоции (эмоциональный компонент).

Существует несколько различных видов стереотипов:

* автостереотипы – схемы, описывающие группу «своих» (описаны В. Н. Куницыной);
* гетеростереотипы – схемы, описывающие аутгруппу («чужих»).

Стереотипы различаются по степени осознанности:

* эксплицитные – хорошо осознаваемые стереотипы;
* имплицитные – недостаточно осознаваемые стереотипы.

Обычно люди формируют более сложные и точные стереотипы об ингруппе, чем об аутгруппе, о большой и высокостатусной группе, чем о маленькой и низкостатусной.

Между стереотипами и представлениями о конкретном человеке существует различие: люди чаще дают группам противоречивую оценку, чем отдельным людям, например, воспринимают группы как «добрые, но слабые» или как «сильные, но злые».

Предрассудок, или предубеждение (prejudice), – это негативная оценка аутгруппы.

Стереотипы и предрассудки тесно связаны между собой: чем более негативны стереотипы человека по отношению к аутгруппе, тем сильнее предрассудки по отношению к ней.

Авторитарная личность – особый тип личности, склонный подчиняться авторитетным фигурам и, предположительно, особенно предрасположенный к предубеждениям.

Негативное отношение к аутгруппе может принимать разные формы: явные или скрытые; однозначные или амбивалентные; эксплицитные или имплицитные.

Межгрупповые эмоции – это позитивные и негативные эмоциональные состояния, которые человек испытывает при столкновении с представителями ингруппы и аутгруппы.

Ингрупповой фаворитизм – это более высокая оценка ингруппы, чем аутгруппы, по позитивным основаниям (например, «честный»), более сильные позитивные эмоции к ней и более частое поведение, идущее на благо ее членов.

Аутгрупповая дискриминация – это более высокая оценка аутгруппы, чем ингруппы, по негативным основаниям.

Дегуманизация – это отказ приписывать человеку или социальной группе те характеристики, которые считаются специфически человеческими. Александер С. Хэслам выделяет два типа таких признаков и соответственно две формы дегуманизации: до уровня животных и до уровня машин.

Теретические подходы к исследованию межгрупповых отношений:

* мотивационные теории, объясняющие причины враждебности к «чужим» группам (У. Мак-Дауголл; З. Фрейд, Т. Адорно, Л. Берковитц);
* ситуативный подход (Музафер Шериф);
* когнитивистский подход (Генри Тэджфел);
* деятельностный подход: объяснение феномена внутригруппового фаворитизма и межгрупповой агрессии нельзя отрывать от деятельности (Г. М. Андреева, В. С. Агеев).

Мотивационные теории связаны, прежде всего, с психоаналитической традицией. ***Зигмунд Фрейд*** считал, что агрессивность является врожденной (Танатос). Фрейд опирался на исследования агрессии «толпы неорганизованной» (Г. Лебон) и «толпы организованной» (У. Мак-Дауголл). Фрейд постулировал факт неизбежности, универсальности межгрупповой враждебности. Он определил функцию этой враждебности – поддержание сплоченности и стабильности группы. И, наконец, Фрейд описал механизм формирования враждебности к «чужим» и привязанности к «своим» – эдипов комплекс, который может раскрываться в зрелом возрасте. Амбивалентность эмоциональных отношений раннего детства переносится на социальное взаимодействие.

***Теодор Адорно*** (1903–1969), представитель франкфуртской школы социальных наук, в книге «Авторитарная личность» (1949) рассматривает враждебность на примере антисемитизма. Враждебность формируется с первых этапов социализации в случае жесткого давления со стороны родителей, затем она смещается и направляется против слабого и, наконец, становится базовой характеристикой в межгрупповых отношениях.

***Леонард Берковитц*** (1926-2016) – американский психолог; в 1960-е годы, опираясь на необихевиористкую теорию «фрустрации – агрессии», предложил собственное понимание межгрупповой враждебности, чтобы объяснить расовые волнения в США. Он расширил понятие фрустрации, включив в него феномены «относительной депривации», которые проявляются в случае социального сравнения. Второе, наиболее важное новшество его подхода, – попытка расширить объект агрессии до целой группы. Схема агрессивного поведения, по Берковитцу, выглядит следующим образом: «фрустрация → возникновение чувства гнева → открытая агрессия».

Берковитц постулировал неизбежность переноса агрессии на всех «других», «похожих» на тех, кто оказал фрустрирующее воздействие в прошлом, в процессе «социального научения», т.е. на представителей аутгруппы (1972).

Исследования в рамках теории «фрустрации – агрессии» серьезно повлияли на общественное мнение в Великобритании и США, в результате на телепрограммах для детей были удалены сцены насилия и жестокости.

**Межгрупповые отношения: эксперименты М. Шерифа**

Музафер Шериф в 50-е годы ХХ века провел эксперименты по изучению реального межгруппового взаимодействия в американском бойскаутском лагере «Роббертс Кейв» («Пещера разбойников»), где испытуемыми были мальчики – младшие подростки, белые представители среднего класса.

Этапы эксперимента М. Шерифа:

*Первый этап.*Подросткам была предложена общая деятельность по уборке лагеря. Были выявлены стихийно сложившиеся дружеские группы.

*Второй этап.* Подростков разделили на две группы так, чтобы разрушить дружеские связи. Одна группа была названа «Орлы», а другая – «Гремучие змеи». Первоначальные замеры не показали враждебности групп друг к другу.

*Третий этап.*Группам была задана различная деятельность в условиях соревнования. Был зафиксирован рост межгрупповой враждебности.

*Четвертый этап.*Группы были вновь объединены и занялись общей деятельностью (ремонтировали водопровод). Замер отношений бывших групп друг к другу показал, что межгрупповая враждебность уменьшилась, но не исчезла полностью.

Объяснение Музафера Шерифа: межгрупповая враждебность или сотрудничество зависят от типа межгруппового взаимодействия.

**Теория идентичности (Г. Тэджфел), эксперименты**

Генри Тэджфел полемизировал с М. Шерифом, настаивая на значении когнитивных процессов. Установление позитивного отношения к своей группе («ингрупповой фаворитизм») и негативного отношения к чужой группе («аутгрупповая враждебность») наблюдается и в отсутствие конфликта между группами. Ингрупповой фаворитизм – универсальная константа межгрупповых отношений.

Согласно Тэджфелу, концепция личности может быть представлена в виде когнитивной системы, регулирующей все формы социального поведения. Она включает в себя две подсистемы: личностную и групповую идентичность. Первая относится к самоопределению человека в терминах его индивидуальных черт (физических, интеллектуальных и пр.); вторая – в терминах его социальных членств – этнической, социальной, профессиональной и прочей принадлежности. Сдвиг от личностной идентичности к групповой соответствует сдвигу от межличностных форм социального взаимодействия к межгрупповым формам. Важным моментом концепции Тэджфела является анализ четырех взаимосвязанных групповых процессов (социальной категоризации, социальной идентификации, социального сравнения и межгрупповой дискриминации), лежащих в основе формирования как личностной, так и социальной идентичности.

Эксперименты, проведенные британскими психологами в 60–70-е годы ХХ века под руководством Генри Тэджфела:

*Первый этап.* Студентам показали картины В. Кандинского и П. Клее. После этого студентов произвольно разделили на две группы: сторонники Кандинского и сторонники Клее.

*Второй этап.* Студентам предложили поделить небольшую сумму денег между участниками эксперимента. Студенты ничего не знали о тех, кому давали деньги, кроме их групповой принадлежности. В ситуации непредвзятости они могли бы делить поровну.

*Третий этап.* Фактически студенты не делили вознаграждение поровну. Они делили в пользу «своих» и дискриминировали «чужих». Объяснение Тэджфела: для ингруппового фаворитизма достаточно факта осознания принадлежности к «своей» группе. Это явление получило название *минимальной групповой парадигмы* (Л. Росс, Р. Нисбетт).

С точки зрения Тэджфела, область межгрупповых отношений – преимущественно когнитивная сфера. Она включает четыре основных процесса:

1) социальную категоризацию;

2) социальную идентификацию;

3) социальное сравнение;

4) социальную (межгрупповую) дискриминацию (конфликты целей и интересов, враждебность и предубеждения).

Эксперименты Тэджфела выявили новый аспект отношений между группами – их восприятие друг друга. Межгрупповое восприятие – это не сумма индивидуальных восприятий, а совершенно новое качество.

Структурные характеристики межгруппового восприятия:

1. Целостность – степень совпадения представлений (все или не все думают о другой группе таким же образом).

2. Унифицированность – степень распространения представлений на отдельных людей (все в другой группе такие же или не все).

3. Динамические характеристики также отличаются от характеристик межличностного восприятия. Они характеризуются большей устойчивостью, консервативностью, ригидностью.

Эксперименты Тэджфела были оторваны от более широкой системы общественных отношений. Подход, реализованный в работах московского психолога Владимира Сергеевича Агеева, объясняет межгрупповые отношения в контексте принципа деятельности (табл. 18).

*Таблица 18*

**Сравнительный анализ исследования межгрупповых отношений**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Подходы | Общие черты | Специфика |
| Когнитивный подход (Г. Тэджфел) | В отличие от социологии в центре внимания не межгрупповые процессы и явления сами по себе, а внутреннее отражение этих процессов | Связь субъективного отражения с деятельностью |
| Деятельностный подход (В. С. Агеев) | Детерминация когнитивных процессов деятельностью (непосредственной и опосредованной); групповые отношения существуют объективно |

**Межгрупповые отношения: эксперименты В. С. Агеева**

*Первая серия экспериментов.* Испытуемые – три группы студентов технического вуза, сдающие зачет: две экспериментальных группы и одна контрольная. Метод – «игра с нулевой суммой» (одна группа полностью выигрывала, другая – полностью проигрывала).

Зависимые переменные: показатели адекватности межгруппового восприятия (степень предпочтения «своей группы»):

* прогноз групповой победы в ситуации межгруппового соревнования;
* объяснение причин победы/поражения «своей» и «чужой» группы;
* представления о потенциальных успехах «своей» и «чужой» группы в сферах деятельности, не связанных с экспериментом (табл. 19).

*Таблица 19*

**Первая серия экспериментов: автоматический зачет за работу на семинарах**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1-я экспериментальная | 2-я экспериментальная | Контрольная группа |
| Групповое соревнование: автоматический зачет получит группа, лучше работавшая на семинаре («игра с нулевой суммой») | | Зачет получат лучшие студенты индивидуально |
| Умышленно лидирующей всегда называлась одна и та же группа | Лидирующими назывались обе группы попеременно |  |
| В обеих экспериментальных группах:  1) больше реплик в пользу своей группы;  2) попытки помешать выступлениям «чужих»;  3) регуляция выбора выступающих;  4) частое употребление «мы» и «они». | |  |

Выводы по первой серии экспериментов: межгрупповое восприятие зависит от характера совместной групповой деятельности; в ситуациях соревнования обе экспериментальные группы выбрали стратегию внутригруппового фаворитизма, т. е. их восприятие другой группы оказалось неадекватным.

*Вторая серия экспериментов: пионерский лагерь.*Второй серией экспериментов нужно было ответить на вопрос о том, при любых ли условиях межгрупповой деятельности будет избрана такая стратегия во взаимодействии. В первой серии экспериментов совместная межгрупповая деятельность была организована по принципу «игры с нулевой суммой», а внешние критерии оценки достижений групп носили амбивалентный характер (не были достаточно ясными для участников, поскольку каждому не сообщался балл его успешности и давалась лишь общая неаргументированная оценка деятельности группы).

Во второй серии экспериментов условия межгрупповой совместной деятельности были существенно изменены. В этот раз эксперимент проводился в пионерском лагере, где отрядам два раза задавались ситуации соревнований с различной организацией: в первом случае в середине лагерной смены дети участвовали в спортивном соревновании, во втором случае в конце лагерной смены совместно трудились, оказывая помощь соседнему совхозу. Параллельно с осуществлением двух этапов эксперимента вожатые отрядов по просьбе экспериментатора проводили определенную повседневную работу с детьми: перед спортивными соревнованиями всячески подчеркивали состязательные моменты, а перед работой в совхозе этот акцент был снят.

В результате было выявлено, что в условиях спортивного соревнования наблюдался резкий рост внутригруппового фаворитизма, а на этапе совместной деятельности в совхозе – его резкое уменьшение.

1-й этап: ситуация соревнования. В середине смены группы участвовали в спортивных состязаниях. Акцентировались состязательные моменты. Отряды ранжировались по степени успеха (не было «игры с нулевой суммой»). Критерии оценки были наглядными и очевидными. Был зафиксирован рост ингруппового фаворитизма.

2-й этап: труд в совхозе. Межгрупповая деятельность приобрела самостоятельную и социально значимую ценность и цель, стоящую над узкогрупповыми интересами. Было зафиксировано резкое уменьшение ингруппового фаворитизма.

При *интерпретации* экспериментов В. С. Агеева было принято во внимание следующее:

1) тип межгруппового соревнования на обоих этапах второй серии отличался от типа межгруппового соревнования в первой серии – здесь не имела места модель «игры с нулевой суммой», поскольку не было однозначной победы или обозначенного поражения (отряды просто ранжировались по степени успеха);

2) на каждом этапе критерии оценки были очевидными и наглядными;

3) два этапа второй серии также различались между собой: на втором этапе межгрупповая деятельность (труд в совхозе) приобрела самостоятельную и социально-значимую ценность, не ограничивающуюся узкогрупповыми целями в межгрупповом соревновании.

Отсюда можно заключить, что важнейшим фактором, который привел к снижению уровня внутригруппового фаворитизма и тем самым неадекватности межгруппового восприятия, явилась сама по себе ситуация межгруппового взаимодействия, принципиально новая по своей значимости деятельность, с отчетливо выраженным содержанием и стоящая над узкогрупповыми целями.

При сравнении данных второй серии с данными первой серии можно заключить, что негативная роль такой формы межгруппового взаимодействия, которое организовано по принципу «игра с нулевой суммой» (что приводит к неадекватности межгруппового восприятия), может быть компенсирована иным характером совместной деятельности. Средством такой компенсации является более общие («надгрупповые») цели, ценности совместной социально значимой деятельности. При этом имеет значение и такой факт, как накапливаемый группами опыт совместной жизнедеятельности.

Принципиальная схема генезиса межгрупповых процессов может выглядеть следующим образом (рис. 6.1).

Наличие трех звеньев в этой цепи позволяет по-новому объяснить соотношение внутригруппового фаворитизма как стратегии межгруппового взаимодействия и как характеристики межгруппового восприятия. Межгрупповое восприятие оказывается неадекватным (феномен внутригруппового фаворитизма) в таком межгрупповом взаимодействии, которое оторвано от социально значимой совместной деятельности групп. Стабилизация неадекватных представлений о других группах может быть преодолена, если группы включить в деятельность с общими для них целями и ценностями.

характер непосредственного межгруппового взаимодействия

параметры процессов межгруппового восприятия

объективные условия совместной деятельности

Рис. 8. Схема генезиса межгрупповых процессов

Выводы из экспериментов В. С. Агеева:

1. Межгрупповое восприятие оказывается неадекватным (ингрупповой фаворитизм) при взаимодействии, которое оторвано от социально значимой совместной деятельности групп.

2. Характер межгруппового взаимодействия влияет на внутригрупповые процессы:

* удовлетворенность от членства;
* характер межличностных отношений;
* точность восприятия;
* групповые решения.

3. В случае стабильных неудач внутри неуспешной группы:

* меньше связей по типу симпатии;
* больше негативных выборов;
* больше конфликтов;
* больше интерес к межгрупповым отношениям.

В. С. Агеев выделяет основные механизмы межгруппового восприятия (2000):

1. Стереотипизация – атрибуция черт, при которой индивиду приписываются характеристики, исходя из его группового членства. Стереотип чаще всего возникает на основе недостаточного опыта, когда выводы строятся на базе ограниченной информации.

2. Ингрупповой фаворитизм – тенденция благоприятствовать собственной группе и ее членам при сравнении с другими группами. В. С. Агеев описывает ряд факторов, блокирующих его актуализацию:

1) более общие («надгрупповые») цели и социально значимые (не «группоцентрические») ценности межгруппового взаимодействия;

2) однозначность толкования, доступность и очевидность тех критериев, на основании которых выносится извне решение об успехе или неудаче группы;

3) чередование успеха и неудачи группы в межгрупповом взаимодействии.

3. Физиогномическая редукция – выведение внутренних характеристик человека, исходя из его внешнего облика. В каждой культуре имеются специфические способы, своего рода «ключи» для восприятия («прочтения) другого человека. Эти «ключи» достаточно эффективны, когда «прилагаются» к представителям той же самой культуры, т. е. позволяют быстро, нередко автоматически и вместе с тем достаточно адекватно воспринять другого человека. Но эти «ключи» могут оказаться неадекватными при восприятии представителей других культур, если данная культура значительно отличается.

4. Социальная каузальная атрибуция – интерпретация поведения и результатов деятельности индивидов на основании их группового членства.

Направления исследований межгрупповых отношений:

1) отношение разностатусных групп или групп в некоторой их иерархии (психология организаций).

2) вертикальное (взаимодействие равных, но не соподчиненных групп).

Термин «социальный стереотип», введенный Уолтером Липпманом в 1922 году для обозначения предвзятых представлений и мнений, с учетом исследований В. С. Агеева может быть осмыслен по-новому.

**ЛЕКЦИЯ 8. ПРОБЛЕМА ЛИЧНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ СОЦИУМЕ: СОЦИАЛИЗАЦИЯ, САМОВОСПРИЯТИЕ, СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ КАЧЕСТВА И ТИПЫ ЛИЧНОСТИ**

**План:**

1. **Основные проблемы социальной психологии личности. Социально-психологические методы исследования личности**
2. **Социальная установка и поведение человека**
3. **Социализация и социальная адаптация личности**
4. **Самовосприятие и Я-концепция личности**
5. **Социально-психологические типологии личности**

**1. Основные проблемы социальной психологии личности. Социально-психологические методы исследования личности**

**Специфика социально-психологической проблематики личности**

Итак, какой же круг возможностей раскрывается перед социальной психологией в этой сфере? Ответ на этот вопрос широко обсуждается в литературе. В работах Б.Д. Парыгина модель личности, которая должна занять место в системе социальной психологии, предполагает соединение двух подходов: социологического и общепсихологического. Хотя сама эта идея не вызывает возражений, описание каждого из синтезируемых подходов представляется спорным. Так, социологический подход характеризуется тем, что в нем личность рассматривается преимущественно как объект социальных отношений, а общепсихологический – тем, что здесь акцент сделан лишь «на всеобщих механизмах психической деятельности индивида». Задача же социальной психологии – «раскрыть всю структурную сложность личности, которая является одновременно как объектом, так и субъектом общественных отношений...» (Б.Д. Парыгин). Вряд ли и социолог, и психолог согласятся с таким членением задач: в большинстве концепций как социологии, так и общей психологии принимают тезис о том, что человек – одновременно и объект, и субъект исторического процесса, и эта идея не может быть воплощена только в социально-психологическом подходе к личности. По отношению же к социологии и психологии, принимающим идею социальной детерминации личности, это утверждение абсолютно не приложимо.

В частности, вызывает возражение анализ той модели личности, которая предписана общей психологии, когда отмечается, что общепсихологический подход «ограничивается обычно интеграцией лишь биосоматических и психофизиологических параметров структуры личности». Социально-психологический подход «характеризуется наложением друг на друга биосоматической и социальной программы» (Б.Д. Парыгин). Как уже отмечалось, традиция культурно-исторической обусловленности человеческой психики, заложенная Л.С. Выготским, направлена прямо против этого утверждения: не только личность, но и отдельные психические процессы рассматриваются как детерминированные общественными факторами. Тем более нельзя утверждать, что при моделировании личности здесь принимаются в расчет только биосоматические и психофизиологические параметры. Личность, как она представлена в этой системе взглядов, не может быть понята вне ее социальных характеристик. Поэтому общепсихологическая постановка проблемы личности никак не может отличаться от социально-психологического подхода по предложенному основанию.

Можно подойти к определению специфики социально-психологического подхода описательно, т.е. на основании практики исследований просто перечислить подлежащие решению задачи, и этот путь будет вполне оправдан.

Так, в частности отмечают, что в основе социально-психологического понимания личности лежит характеристика социального типа личности как специфического образования, продукта социальных обстоятельств, ее структуры, совокупности ролевых функций личности, их влияния на общественную жизнь. Отличие от социологического подхода не схватывается здесь достаточно четко, и, очевидно, поэтому характеристика социально-психологического подхода дополняется перечнем задач исследования личности: социальная детерминация психического склада личности; социальная мотивация поведения и деятельности личности в различных общественно-исторических и социально-психологических условиях; классовые, национальные, профессиональные особенности личности; закономерности формирования и проявления общественной активности, пути и средства повышения этой активности; проблемы внутренней противоречивости личности и пути ее преодоления; самовоспитание личности и пр. Каждая из этих задач сама по себе представляется очень важной, но уловить определенный принцип в предложенном перечне не удается, так же как не удается ответить на вопрос: в чем же специфика исследования личности в социальной психологии?

Не решает вопроса и апелляция к тому, что в социальной психологии личность должна быть исследована в общении с другими личностями, хотя такой аргумент также иногда выдвигается. Он должен быть отвергнут потому, что в принципе и в общей психологии имеет место большой пласт исследования личности в общении. В современной общей психологии довольно настойчиво проводится мысль о том, что общение имеет право на существование как проблема именно в рамках общей психологии.

По-видимому, при определении специфики социально-психологического подхода к исследованию личности следует опереться на предложенное в самом начале определение предмета социальной психологии, а также на понимание личности, предложенное А.Н. Леонтьевым. Тогда можно сформулировать ответ на поставленный вопрос. Социальная психология не исследует специально вопрос о социальной обусловленности личности не потому, что этот вопрос не является для нее важным, а потому, что он решается всей психологической наукой, и в первую очередь общей психологией. Социальная психология, пользуясь определением личности, которое дает общая психология, выясняет, каким образом, т.е. прежде всего в каких конкретных группах, личность, с одной стороны, усваивает социальные влияния (через какую из систем ее деятельности) а, с другой стороны, каким образом, в каких конкретных группах она реализует свою социальную сущность (через какие конкретные виды совместной деятельности).

Отличие такого подхода от социологического заключается не в том, что для социальной психологии не важно, каким образом в личности представлены социально-типические черты, а в том, что она выявляет, каким образом сформировались эти социально-типические черты, почему в одних условиях формирования личности они проявлялись в полной мере, а в других возникли какие-то иные социально-типические черты вопреки принадлежности личности к определенной социальной группе. Для этого в большей мере, чем в социологическом анализе, здесь делается акцент на микросреду формирования личности, хотя это не означает отказа от исследования и макросреды ее формирования. В большей мере, чем в социологическом подходе, здесь принимаются в расчет такие регуляторы поведения и деятельности личности, как вся система межличностных отношений, внутри которой наряду с их деятельностной опосредованностью изучается и их эмоциональная регуляция.

От общепсихологического подхода названный подход отличается не тем, что здесь изучается весь комплекс вопросов социальной детерминации личности, а в общей психологии – нет. Отличие заключается в том, что социальная психология рассматривает поведение и деятельность «социально детерминированной личности» в конкретных реальных социальных группах, индивидуальный вклад каждой личности в деятельность группы, причины, от которых зависит величина этого вклада в общую деятельность. Точнее, изучаются два ряда таких причин: коренящихся в характере и уровне развития тех групп, в которых личность действует, и коренящихся в самой личности, например, в условиях ее социализации.

Можно сказать, что для социальной психологии главным ориентиром в исследовании личности является взаимоотношение личности с группой (не просто личность в группе, а именно результат, который получается от взаимоотношения личности с конкретной группой). На основании таких отличий социально-психологического подхода от социологического и общепсихологического можно вычленить проблематику личности в социальной психологии.

Самое главное – это выявление тех закономерностей, которым подчиняются поведение и деятельность личности, включенной в определенную социальную группу. Но такая проблематика немыслима как отдельный, самостоятельный блок исследований, предпринятых вне исследований группы. Поэтому для реализации этой задачи надо по существу возвратиться ко всем тем проблемам, которые решались для группы, т.е. «повторить» проблемы, рассмотренные выше, но взглянуть на них с другой стороны – не со стороны группы, а со стороны личности. Тогда это будет, например, проблема лидерства, но с тем оттенком, который связан с личностными характеристиками лидерства как группового явления; или проблема мотивации личности при участии в коллективной деятельности (где закономерности этой мотивации будут изучаться в связи с типом совместной деятельности, уровнем развития группы), или проблема аттракции, рассмотренная теперь с точки зрения характеристики некоторых черт эмоциональной сферы личности, проявляющихся особым образом при восприятии другого человека. Короче говоря, специфически социально-психологическое рассмотрение проблем личности – другая сторона рассмотрения проблем группы.

Но вместе с тем остается еще ряд специальных проблем, которые в меньшей степени затронуты при анализе групп и которые тоже входят в понятие «социальная психология личности». Если главный фокус анализа личности в социальной психологии – ее взаимодействие с группой, то очевидно, что прежде всего необходимо выявление того, через посредство каких групп осуществляется влияние общества на личность. Для этого важно изучение конкретного жизненного пути личности, тех ячеек микро- и макросреды, через которые проходит путь ее развития. Говоря традиционным языком социальной психологии, это проблема социализации. Несмотря на возможность выделения в этой проблеме социологических и общепсихологических аспектов, это – специфическая проблема именно социальной психологии личности.

С другой стороны, если изучена вся система воздействий на личность на протяжении ее формирования, то теперь важно проанализировать, каков же результат, получившийся не в ходе пассивного усвоения этих воздействий, но в ходе активного освоения личностью всей системы социальных связей. Как личность действует в условиях активного общения с другими в тех реальных ситуациях и группах, где протекает ее жизнедеятельность, – это другая социально-психологическая проблема, связанная с изучением личности. Опять-таки на традиционном языке социальной психологии эта проблема может быть обозначена как проблема социальной установки. Это направление анализа также достаточно логично укладывается в общую схему представлений социальной психологии о взаимоотношениях личности и группы. Хотя и в этой проблеме часто усматривают и социологические, и общепсихологические грани, она как проблема входит в компетенцию социальной психологии.

Не следует думать, что выявление такой проблематики осуществлено только на основании схематических рассуждений. Вместе с попыткой обосновать общую логику подхода здесь присутствует и апелляция к практике экспериментальных исследований: и в той, и в другой из перечисленных областей осуществлено, пожалуй, наибольшее количество исследований, выполненных социальными психологами. Все это не означает, что при дальнейшем развитии социальной психологии, при расширении сферы ее теоретического поиска и экспериментальной практики не обнаружатся и новые стороны в проблеме личности. Поэтому уже сегодня нужно признать в качестве "законных" среди проблем изучения личности не только проблемы социализации и социальной установки, но и, например, анализ так называемых социально-психологических качеств личности.

**Основные проблемы социальной психологии личности**

Социальная психология личности связана с изучением следующих проблем:

* проблема социальной установки (функции социальной установки, взаимосвязь социальной установки с поведением, измерение социальных установок, формирование и изменение аттитюдов);
* проблема социализации личности (стадии социализации);
* Я-концепция личности (структура Я-концепции; возрастные и культуральные аспекты развития Я-концепции);
* идентичность (виды идентичности, стадии формирования идентичности);
* ценности и социально-психологические качества личности;
* социально-психологические типы личности (критерии для таксономии типов; основные классификации социально-психологических типов).

**Социально-психологические методы исследования личности**

В.Б. Шапарь отмечает, что метод – это совокупность способов и приемов изучения психологических проявлений личности.

По форме и условиям проведения различают методы: 1) экспериментальные и неэкспериментальные; 2) лабораторные и клинические; 3) прямые и косвенные; 4) исследовательские и обследовательские (психодиагностические).

Дифференциация методов исследования личности по содержанию определяется принципами интерпретации предмета психологии личности. В зависимости от доминирующего аспекта рассмотрения выделяют методы исследования личности: 1) как индивидуальности; 2) как субъекта социальной деятельности и системы межличностных отношений; 3) как идеальной представленности в других людях. Социальная психология занимается прежде всего раскрытием второго аспекта рассмотрения личности.

В соответствии с первым аспектом выделяются субъектная и объектная ориентации в построении методов. Субъектная ориен-тация представлена проективными (см. Тест проективный) и пси-хосемантическими методиками (см. Метод семантического дифференциала; Метод семантического радикала), направленными на характеристику основных образующих индивидуального сознания — смыслов и значений. Объектная ориентация, исходящая в основном из теории черт личности, представлена личностными опросниками, шкалами межличностного восприятия, приемами оценки

развития интеллектуальных качеств и обучаемости индивида, совокупностью ряда приемов оценки психофизиологических параметров индивида.

Определенное единство субъектных и объектных исследовательских ориентаций достигается в рамках деятельностной трактовки личности, исходящей из взаимосвязи стабильного и динамического в сознании и деятельности: 1) генетические методы изучения формирующейся личности 2) методы исследования установок и диспозиций личности, активности над-ситуативной, уровня притязаний и т. п.

В отечественной психологии показано, что данные, полученные при исследовании личности как индивидуальности, нельзя непосредственно перенести на характеристики личности как субъекта межличностных отношений: индивидуально-типическое выступает существенно по-разному в зависимости от уровня развития той общности, в которой интегрирована личность.

В соответствии со вторым аспектом используются социально-психологические методы исследования личности в группах: социометрия, референтометрия, приемы изучения ролевого поведения и пр.

В соответствии с третьим аспектом при построении и использовании методов исследования личность выступает как внутри, так и за пределами межиндивидуального взаимодействия (идеальная продолженность субъекта в других людях — персонализация) и пр. В рамках такой ориентации складывается особый принцип исследования личности: метод субъектности отраженной — анализ личности индивида через его представленность в сфере жизнедеятельности других людей, их мотиваций и т. п.

**2. Социальная установка и поведение человека**

**Определение аттитюда**

Аттитюд (attitude) – это базовое понятие когнитивного направления социальной психологии для обозначения внутренних «ментальных» структур, определяющих поведение человека в общественных отношениях.

Впервые социальную установку описали в 1918 году Уильям Томас и Флориан Знанецкий, изучавшие адаптацию польских эмигрантов в США. Они определили адаптацию как двухсторонний процесс, который связан с двумя видами влияний:

* влияние социальной организации (социальных ценностей);
* влияние характеристик индивида (социальных установок).

По определению Гордона Оллпорта, аттитюд – это определенное состояние сознания и нервной системы, выражающее готовность к реакции, организованное в определенной структуре, сформированное на основе опыта, оказывающее направляющее и динамическое влияние на деятельность.

Для исследования социальных установок были разработаны шкалы аттитюдов. С их помощью проводят опросы для изучения общественного мнения, изучают рынок. Они также могут быть использованы для измерения изменений отношения к искусству, расовым, культурным, социальным, экономическим и политическим проблемам. Существуют шкалы установок типа терстоуновских, лайкертовских, а также порядковые шкалы Богардуса.

В 20–30-е годы XX века вначале измеряли установки с помощью опросников; затем Л. Терстоун разработал шкалы равных интервалов для измерения интенсивности установок, а Э. Богардус предложил порядковые шкалы для изучения степени близости респондента к социальным объектам (например, к представителям другой национальности).

В 1942 году М. Смит предложил идею трехкомпонентной структуры социальной установки:

1) когнитивный компонент (осознание объекта установки);

2) аффективный компонент (эмоциональная оценка объекта);

3) поведенческий (конативный) компонент (поведение по отношению к объекту).

Социальная установка стала определяться как осознание, оценка, готовность действовать. Три компонента были выявлены в многочисленных экспериментальных исследованиях («Йельские исследования» Карла Ховлэнда).

Даниэль Катц выделил функции аттитюдов (1960):

1) приспособительная, или утилитарная (аттитюд направляет к значимым объектам);

2) функция знания (аттитюд дает упрощенное представление о способе поведения);

3) функция выражения (или функция ценности, саморегуляции); аттитюд выступает как средство освобождения субъекта от внутреннего напряжения, выражения себя как личности;

4) функция эго-защиты (аттитюд способствует разрешению внутренних конфликтов).

Установка имеет двойственную природу, включая в себя характеристики личности и характеристики объективной реальности. Спецификой исследования установки в отечественной психологии является акцент на потребностной стороне установки, а не на отражении объективной реальности социальной ситуации в диспозициях человека Наряду с понятием «установка» используются близкие по смыслу понятия: «отношение», «направленность личности», «смысловая установка».

Понятие «установка» ввел Д. Н. Узнадзе (1941). Это целостное отражение, на основе которого может возникнуть созерцательное или действенное отражение; установка проявляется в настройке субъекта, его готовности к отражению в соответствии с простейшими потребностями субъекта; действие установки осуществляется на бессознательном уровне.

А. Н. Леонтьев разработал понятие «смысловая установка». Это выражение личностного смысла в виде готовности к определенным образом направленной деятельности, что придает деятельности устойчивый характер.

В. Н. Мясищев, ученик А.Ф. Лазурского, использовал понятие «психологические отношения». Это целостная система индивидуальных, избирательных, сознательных связей личности с различными сторонами объективной реальности, выражающая опыт человека и определяющая его действия и переживания.

Л. И. Божович ввела понятие «направленность личности». Это внутренняя позиция личности по отношению к социальному миру.

**Проблема действенности аттитюда. Эксперимент Р. Лапьера**

Считается, что все три компонента установки взаимосвязаны, однако в 1934 году в эксперименте Р. Лапьера была подвергнута сомнению идея действенности социальной установки.

Эксперимент Лапьера состоял в следующем. Лапьер с двумя студентами-китайцами путешествовал по США. Они посетили 252 заведения (отели и рестораны) и почти во всех случаях (за исключением одного) встретили в них нормальный прием, соответствующий стандартам сервиса. Никакого различия в обслуживании самого Лапьера и его студентов-китайцев обнаружено не было. После завершения путешествия (спустя два года) Лапьер обратился в 251 отель с письмами, в которых содержалась просьба ответить, может ли он надеяться вновь на гостеприимство, если посетит отель в сопровождении тех же двух китайцев, теперь уже его сотрудников. Ответ пришел из 128 отелей, причем только в одном содержалось согласие, в 52 % был отказ, а в остальных – уклончивые формулировки. Лапьер интерпретировал эти данные так, что между аттитюдом (отношение к лицам китайской национальности) и реальным поведением хозяев отелей существует расхождение. Из ответов на письма можно было заключить о наличии негативного аттитюда, в то время как в реальном поведении он не был проявлен, напротив, поведение было организовано так, как если бы совершалось на основании позитивного аттитюда. Этот вывод получил название «парадокса Лапьера» и дал основания для глубокого скептицизма относительно изучения аттитюда. Если реальное поведение не строится в соответствии с аттитюдом, какой смысл в изучении этого феномена? Упадок интереса к аттитюдам в значительной мере был связан с обнаружением этого эффекта.

Были предложены различные варианты объяснения феномена. М. Рокич предположил наличие у человека двух типов установок – установки на объект и установки на ситуацию. Д. Катц и И. Стотленд предположили, что в различных ситуациях проявляются различные компоненты социальной установки.

**Диспозициональная модель регуляции социального поведения (В. А. Ядов)**

В. А. Ядов предложил диспозициональную теорию регуляции социального поведения (1975), которая может служить одним из вариантов объяснения результатов эксперимента Лапьера. В. А. Ядов предположил, что социальное поведение связано с установками (диспозициями) разного уровня, которые определяются условиями социальной ситуации. Следует рассматривать социальное поведение в контексте трех переменных:

1) типы социальной ситуации (предметные, ситуации группового общения, ситуации в сфере труда и досуга, ситуации в рамках определенного типа общества);

2) сферы реализации потребностей (ближайшее семейное окружение, контактная малая группа, сфера труда и досуга, макросоциум);

3) уровень организации деятельности (акт, поступок, поведение, жизнедеятельность).

В. А. Ядов использует понятие «диспозиция» – предрасположенность субъекта к оценке и определенному способу поведения. Диспозиция выражает взаимодействие потребности и конкретных условий деятельности. Выделяются четыре типа диспозиций:

1) элементарная фиксированная установка (англ. эквивалент – set), описанная Д. Н. Узнадзе, формирующаяся на основе витальных потребностей и проявляющаяся в простейших предметных ситуациях;

2) аттитюды, формирующиеся на основе оценки отдельных социальных объектов в ситуации непосредственного взаимодействия;

3) диспозиции (общая направленность интересов личности на определенные сферы социальной активности: профессиональную сферу, семью, досуг);

4) система ценностных ориентаций, формирующаяся на основе высших социальных потребностей личности, а также образа жизни общества и тех групп, с которыми идентифицирует себя индивидуум.

Диспозиции образуют иерархические системы. Потребности соответствуют уровням включения личности в различные сферы социального общения. За основу был взят общий механизм образования установки, как это представлено в теории Д. Н. Узнадзе «П → Д ← С», где П – потребность, Д – диспозиция, С – ситуация или условия деятельности. Таким образом, диспозиции представляют собой продукт «столкновения» потребностей и ситуаций (условий) (табл. 20).

*Таблица 20*

**Иерархия поведения личности (по В. А. Ядову)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Уровни поведения  личности | Уровни диспозиций, возникающих при взаимодействии  потребностей и условий  деятельности | Условия поведения  и деятельности |
| Жизнедеятельность в целом, «жизненный план» | Системы ценностных ориентаций на цели жизнедеятельности и средства их достижения | Общие социальные условия жизни |
| Поведение в той или иной сфере деятельности | Общая направленность интересов личности (базовые социальные установки) | Уровень разных сфер социальной активности (труд, досуг, семья) |
| Привычное действие или поступок | Социальные установки (аттитюды) | Уровень группового общения |
| Простейшие поведенческие акты | Элементарные фиксированные установки (по Д. Н. Узнадзе) | Уровень предметных ситуаций |

Вот как В. А. Ядов объясняет итоги эксперимента Лапьера:

«С точки зрения диспозиционной регуляции поведения случаи несоответствия между той или иной социальной установкой и наблюдаемым поступком можно объяснить тем, что ведущая роль в регуляции поведения принадлежала диспозиции иного уровня. Так, ценностная ориентация на престиж заведения диктовала отрицательный ответ относительно обслуживания цветных. И та же самая ориентация предполагает соблюдение принятых правил обслуживания, если клиент, что называется, стоит на пороге».

Таким образом, содержание понятия «социальная установка» весьма разнообразно. Это:

1) аттитюд – социальная установка, проявляющаяся в простых социальных ситуациях выбора способа поведения; аттитюд относительно устойчив и, в целом, осознан личностью; в аттитюде отражается содержательная сторона социальной ситуации;

2) диспозиция – общая направленность личности на значимые сферы социальной жизни; характеризуется устойчивостью и обобщенностью;

3) ценностные ориентации – устойчивые отношения личности к значимым сферам жизни, общественным ценностям;

4) социальный стереотип (по определению У. Липпмана) – устойчивый, эмоционально насыщенный, ценностно-определенный образ, представление о социальном объекте, в котором обобщается собственный и чужой опыт;

5) убеждения – представления, знания, идеи, ставшие мотивами поведения человека; характеризуются устойчивостью, осознанностью; отражают потребности человека и содержательные стороны социальной ситуации;

6) мнение (термин пришел из социологии) – отраженное в сознании человека отношение к отдельным сторонам общественной жизни; формируется на основе личного опыта; характеризуется неполнотой оценки ситуации и неустойчивостью, а также низким уровнем обобщенности.

Мартин Фишбайн и Исаак Айзен изучали роль намерений в политическом поведении (1975). Они использовали модель разумного поведения и выделили факторы, влияющие на поведение избирателей:

1) наличие намерения голосовать/не голосовать;

2) оценка последствий голосования;

3) убеждение людей по поводу последствий голосования;

4) восприятие людьми того, что о них думают близкие по поводу голосования;

5) уровень мотивации, который создают ожидания близких людей.

Модель разумного поведения работала, если было намерение голосовать; намерение было связано с убеждением по поводу последствий, восприятием мнения близких людей и уровнем мотивации. Ограничениями модели разумного поведения является наличие таких факторов, как недостаточная осознанность аттитюдов, наличие эмоций, механизма подражания, а также недостаточный контроль личностью своего поведения в силу влияния ситуации. Примером «неразумного» голосования является голосование в России в 1996 году под лозунгом «Голосуй сердцем».

Аттитюды изучали в нескольких аспектах:

* влияние аттитюдов на поведение (влияние ценностей на политическое поведение; сравнительный анализ национальных ценностей; модель разумного поведения);
* формирование аттитюдов; влияние поведения на аттитюды (теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера; теория самовосприятия Д. Бема);
* изменение установок (У. Мак-Гвайр).

В теории когнитивного диссонанса и теории самовосприятия Д. Бема сделаны попытки вывести установки из поведения человека.

**Теория когнитивного диссонанса и эксперименты Л. Фестингера**

В 1957 году началась целая серия исследований социальной установки в рамках теории когнитивного диссонанса Л. Фестингера.

Основная идея теории когнитивного диссонанса: поскольку поведение человека по отношению к социальным объектам является целостным, то и в установках должно проявляться когнитивное соответствие.

Основное понятие теории когнитивного диссонанса – консонанс (согласованность). Замечено, что люди стремятся к некоторой согласованности как желаемому внутреннему состоянию. Если возникает противоречие между тем, что человек знает, и тем, что он делает, люди стремятся достичь когнитивной согласованности (меняют поведение, отношение к информации, ограничивают приток новой информации).

*Пример с курением.* Индивид полагает, что курение – причина рака и одновременно знает, что он курит. Это два знания, которые одновременно противоречат друг другу. Наиболее эффективное средство ослабления диссонанса – бросить курить. Но для многих это нелегко, поэтому человек ищет другие средства ослабления диссонанса, например, приуменьшить значение данных о вреде курения.

В 1964 году Леон Фестингер пришел к выводу, что не изменение установок ведет к изменению поведения, а наоборот. Теория когнитивного диссонанса говорит о том, что мы склонны согласовывать наши противоречивые данные о социальных объектах. Согласно теории когнитивного диссонанса, мы испытываем напряжение («диссонанс»), если две одновременно воспринимаемые мысли или два убеждения («когниции») психологически несовместимы; нечто подобное мы испытываем тогда, когда решаем сказать или сделать нечто такое, в отношении чего испытываем смешанные чувства. Фестингер считает, что мы прибегаем к «регулировке» мышления, чтобы снизить это неприятное возбуждение. Эта простая идея, и некоторые удивительные прогнозы, вытекающие из нее, вызвали к жизни более 2000 исследований.

Теория когнитивного диссонанса преимущественно имеет отношение к взаимному несоответствию поведения и установок. Мы осознаем и несоответствие поведения установкам, и несоответствие установок поведению. Когда мы ощущаем некоторое противоречие, возможно, даже определенное лицемерие, у нас возникает потребность в переменах.

*Эксперимент Л. Фестингера и Дж. Меррилл Карлсмит* 1959 года состоял из следующих этапов.

*Первый этап* – выполнение наивным испытуемым «скучного» и бессмысленного задания. В течение часа испытуемый должен был заниматься бессмысленным делом, например, поворачивать деревянную ручку. Когда он заканчивал «работу», экспериментатор (Карлсмит) говорил ему, что цель исследования – изучение влияния ожиданий на выполнение задания. Следующего испытуемого, ожидающего за дверью, необходимо убедить в том, что его ждет интересный эксперимент. Карлсмит, изображая человека, оказавшегося в безвыходном положении, говорит вам, что ассистент, который обычно беседует с испытуемым, чтобы создать у него необходимые ожидания, не смог участвовать в эксперименте, и, ломая руки, умоляет вас заменить его.

*Второй этап* – наивный испытуемый выполняет роль «экспериментатора». Испытуемого просят потрудиться во имя науки, обещают заплатить, и в конце концов он соглашается поговорить со следующим испытуемым (который на самом деле – тот самый помощник экспериментатора) и рассказать о том, какое удовольствие только что получил. «Правда? – так называемый испытуемый явно не торопится поверить вам. – Неделю назад в этом эксперименте участвовала моя подруга и сказала, что это смертная тоска». – «Ничего подобного! – отвечаете вы. – Очень интересное задание. Будете поворачивать ручки. Отличное упражнение. Получите огромное удовольствие, вот увидите».

*Третий этап* – получение платы на работу. Испытуемый получал свою плату (одни получали «за работу помощником экспериментатора» 1 доллар, а другие испытуемые – 20).

*Четвертый этап* – оценка установок наивного испытуемого относительно задания. Испытуемый прощался, но в следующей комнате секретарь просила заполнить стандартный «опросник, который заполняют все испытуемые и ответы на который помогают затем улучшить процедуры следующих опытов». Среди вопросов был один относительно интересности задания.

Фестингер и его ученица Карлсмит сделали из ряда вон выходящий прогноз, противоречивший распространенному представлению о том, что большое вознаграждение оказывает большой эффект. Напротив, более вероятно, что свои установки приведут в соответствие с действиями те испытуемые, которым заплатили по доллару, т. е. те, чье вознаграждение вряд ли является достаточным оправданием для лжи. Имея недостаточное оправдание для своих действий, они будут испытывать больший дискомфорт (диссонанс) по поводу своих действий, вследствие чего у них будет больше оснований верить в то, что они сделали. Испытуемые, получившие за участие в эксперименте 20 долларов, вполне могут оправдать свой поступок, а потому испытывают меньший диссонанс.

Далее Эллиот Аронсон и Дж. Меррилл Карлсмит провели эксперименты (1963) на детях 5–6 лет, идея которых – *«диссонанс как преодоление соблазна»*. Вначале ребенок ранжировал игрушки по привлекательности. Преодоление соблазна заключалось в том, что дети в течение пяти минут в отсутствии экспериментатора не трогали вторую по привлекательности игрушку, с которой им было запрещено играть.

В ситуации первоначального запрета играть с привлекательной игрушкой (слабая угроза) дети в дальнейшем оценивали «запретную игрушку» как менее привлекательную. В данном случае диссонанс выступал как следствие преодоления соблазна: «Я не играю с этой игрушкой, потому что она мне не нравится». Однако сильная угроза (лишение ценного подарка или наказание) не приводит к снижению привлекательности игрушки. Если в эксперименте Фестингера и Карлсмит испытуемые делали то, чего они обычно не делают, то в новом эксперименте дети не делают того, чего они обычно делают.

*Эксперимент «диссонанс как проявление агрессии»*.

Явление диссонанса может возникать и как следствие проявления агрессиb. Использовались две модели экспериментов: физическая и вербальная агрессия. В модели физической агрессии испытуемые, которые настроены против использования электрического тока в опытах с человеком, побуждаются стать ассистентами экспериментатора и ударять электрическим током другого человека. Подставной испытуемый оскорбляет наивного испытуемого, выполняющего роль экспериментатора (вербальная агрессия). Если человек отрицательно относится к агрессии, но соглашается принять участие в эксперименте, то старается уменьшить привлекательность жертвы, недооценить степень болезненности ударов тока, отрицает добровольность своей агрессии. Другой способ избежать диссонанса – снижать мнение о себе. Основной принцип поведения: мы берем ответственность за свое поведение, если мы его выбрали без видимого давления.

Фестингер выделяет четыре источника диссонанса:

* логическая непоследовательность;
* несоответствие когнитивных элементов культурным образцам;
* несоответствие данного когнитивного элемента более широкой системе представлений;
* несоответствие опыту.

Возникновение диссонанса имеют отношение не к научной логике, а к житейской, которую можно назвать «психологикой».

**Теория самовосприятия и эксперименты Д. Бема**

Теория самовосприятия, предложенная Дарилом Бемом в 1972 году, исходит из того, что, наблюдая за собственным поведением, мы также часто пытаемся объяснить свое поведение непротиворечивым образом. Когда наши установки слабы или неоднозначны, мы оказываемся в положении человека, наблюдающего за нами со стороны. Мы идентифицируем установки окружающих, внимательно наблюдая за их поведением в ситуациях, когда они имеют возможность действовать так, как хотят. Точно так же мы оцениваем и собственные установки. Слушая собственную речь, я получаю информацию о своих установках; наблюдая за своими действиями, я получаю сигналы относительно того, насколько сильны мои убеждения. Сказанное, прежде всего, справедливо в отношении таких ситуаций, при которых мне сложно объяснить свои действия давлением обстоятельств. О том, какие мы есть на самом деле, говорят поступки, которые мы совершаем по доброй воле.

Аналогичное объяснение эмоций было предложено еще сто лет назад Уильямом Джеймсом, который считал, что мы судим о своих эмоциях, наблюдая за своими телами и за своим поведением.

В 60-е годы ХХ века начинается серия экспериментов, в которых формируется теория самовосприятия Д. Бема.

*Эксперимент Д. Бема* (1965) проводился для уточнения результатов эксперимента Л. Фестингера и М. Карлсмит.

Независимая переменная: значение контролирующего стимула (сформировано в лаборатории).

Зависимая переменная: испытуемые должны были оценивать серию журнальных карикатур: «забавные» или «скучные».

*Первый этап* – «тренировка» «правдивого» и «ложного» ответа.

Параметр доверия/недоверия к себе варьировался двумя цветными лампочками, «функциональные» свойства которых были усвоены в процессе предварительной тренировки. Тренировка заключалась в ответах на простые вопросы о самом себе, причем после каждого вопроса включался магнитофон и одновременно зажигалась цветная лампочка. Желтый цвет означал необходимость правдивого ответа, зеленый – ложного. Испытуемый выучивал, что он должен «верить себе» при желтом цвете и не верить – при зеленом. Для другой группы значение цветов было противоположным.

*Второй этап* – оценка испытуемыми журнальных изображений и установление связи между журнальными изображениями и «правдивостью» ответа.

Были отобраны журнальные изображения, оцененные экспертами как «нейтральные». Испытуемые должны были вслух «оценить» их, произнеся одно из двух предложений: «Эта карикатура очень смешная» или «Эта карикатура очень скучная». При этом в случайном порядке в момент высказываний загоралась или желтая, или зеленая лампочка.

*Третий этап* – проверка изменения оценок (аттитюдов) испытуемых.

После подобной процедуры испытуемых просили просмотреть еще раз карикатуры и оценить их по степени «забавность/скучность». Карикатуры, предъявляемые при «ложном» цвете, оценивались более нейтрально, чем предъявляемые при «правдивом» цвете. В данном опыте «ложный» свет имел те же функциональные свойства, что и высокая награда в эксперименте Л. Фестингера и М. Карлсмит.

Выводы Д. Бема: люди формируют суждения о собственных аттитюдах, равно как и о собственных предпочтениях и личностных диспозициях, анализируя свое поведение в контексте ситуации (рис. 9)

Когда люди без всякого вознаграждения или принуждения занимаются тем, что им нравится, они объясняют свои действия склонностью к данной деятельности. Вознаграждение, «поступающее извне», потому подрывает внутреннюю мотивацию, что заставляет людей именно ему приписывать свое поведение.

Внешнее  
вознаграждение отсутствует

Внешнее  
вознаграждение (например, деньги)

Внутренняя мотивация

Внешняя мотивация

Рис. 9. Интерпретация эксперимента Д. Бема

Одна притча служит прекрасной иллюстрацией эффекта сверхоправдания. Мальчишки ежедневно затевали шумные игры на улице, где жил одинокий старик. Шум раздражал старика, и вот однажды, позвав детей к себе, он сказал им, что любит веселые детские голоса и заплатит каждому из них по 50 центов, если они и завтра будут играть возле его дома. Назавтра мальчишки прибежали и шумели больше обычного. Старик «оплатил их услуги» и пообещал заплатить и на следующий день. Дети не заставили себя долго ждать, их крики – тоже, и старик снова дал им деньги: но на этот раз по 25 центов. Следующий день оказался для мальчишек менее «урожайным»: старик заплатил им только по 15 центов, предупредив, что деньги у него на исходе. «Завтра я смогу заплатить вам только по 10 центов, но я очень прошу вас прийти», – сказал он. Разочарованные дети ответили, что больше не придут. Десять центов, решили они, не такие деньги, чтобы ради них стоило играть возле его дома целый день.

Основные положения теории самовосприятия Дарила Бема:

1. Человек «узнает» о своих установках, эмоциях и других внутренних состояниях, исходя из знания своего поведения и иных обстоятельств (условий), в которых это поведение имеет место.

2. В той степени, в какой показатели нашего внутреннего состояния слабы, неоднозначны или трудно интерпретируемы, индивид функционально находится в том же положении, что и внешний наблюдатель, т. е. он должен полагаться на те же самые внешние признаки поведения, чтобы определить свое внутреннее состояние.

Доказательством теории самовосприятия является феномен «ноги в дверях» («foot-in-the-door»). В эксперименте Джонатана Фридмана и Скотта Фрэзера (1966) владельцам домов предлагали поставить перед домом большой неряшливо оформленный плакат, что приводило к отказу 80 % домовладельцев. Тогда уговаривали их установить маленькую табличку. Спустя две недели возобновляли просьбу относительно того же большого плаката, и было получено согласие 76 % респондентов.

**Изменение установок**

Изменение установок отражено в модели У. Мак-Гвайра (рис. 10).

Запоминание

Согласие

Поведение

Внимание

Понимание

Рис. 10. Модель изменения установок В. Мак-Гвайра

Модель Уильяма Мак-Гвайра показывает, что изменение установок – сложный процесс, в котором задействованы и мотивационные, и когнитивные компоненты.

**3. Социализация и социальная адаптация личности**

**Определение социализации и направления исследований**

Социализация личности – это:

1) усвоение социального опыта путем вхождения в социальную среду;

2) процесс активного воспроизводства системы социальных связей за счет активной деятельности личности, активного включения ее в социальную среду.

В процессе социализации человек приобретает качества, ценности, убеждения, общественно одобряемые формы поведения (и связанные с ними нормы и роли), необходимые ему для нормальной жизнедеятельности в обществе.

Выделяются три сферы социализации:

1) деятельность;

2) общение;

3) самосознание.

Суть социализации – в расширении, умножении социальных связей и видов деятельности. В области общения социализация приводит к перестройке структуры общения, увеличению количества референтных групп, появлению рефлексии.

Социализация самосознания проходит следующие этапы:

* сознание тождественности (отличие себя от мира);
* сознание «Я» как активного начала;
* осознание своих психических свойств;
* социально-нравственная самооценка;
* осознание своего места в жизни.

Выделяются следующие стадии социализации:

1) дотрудовая;

2) трудовая;

3) послетрудовая.

Сущность процесса социализации раскрыта в работах социологов Т. Парсонса, Н. Смелзера, Э. Гидденса и психологов Ж. Пиаже, У. Бронфенбреннера, Н. Ньюкомб, И. С. Кона, Г. М. Андреевой, А. В. Петровского и др.

Среди зарубежных направлений можно выделить следующие основные школы, изучающие проблему социализации:

* социологическая школа (Р. Мертон, Т. Парсонс и др.);
* теория научения: социализация понимается как развитие и контролирование определенных «драйв-систем» через упражнения и подкрепление (основные изучаемые проблемы: зависимость, сексуальная агрессия, достижения);
* психодинамическое направление: социализация как развитие супер-эго, канализация энергии в социально приемлемую активность и обучение сдерживанию базовых желаний и потребностей (Э. Мак-Нейл) или социализация как развитие эго-идентичности (Э. Эриксон);
* интеракционизм: акцентируется на взаимодействии между природой ребенка и его окружением; социализация – процесс усвоения индивидом системы социальных ролей, содержащих в себе культурные значения и символы (Дж. Мид, Ч. Кули);
* экзистенциально-гуманистический подход: социализация рассматривается как процесс самоактуализации, самореализации личностью своих потенций и творческих способностей (А. Маслоу);
* когнитивное направление: подчеркивает значение когнитивных процессов в освоении социальных действий (Ж. Пиаже, Л. Кольберг).

**Социологические теории социализации**

Социологическая школа социализации, например, теория социальной адаптации, рассматривает социализацию как процесс вхождения человека в социальную среду и его приспособления к культурным, психологическим и социологическим факторам.

Представитель отечественной психологии И. С. Кон придерживается субъект-объектного подхода в понимании социализации, поскольку понимает процесс социализации как *усвоение некоторой системы жизненно необходимых социальных ролей*. Под социальной ролью понимают совокупность заранее данных (созданных обществом) правил и ожидаемых способов поведения и общения, которые соответствуют определенному месту человека в группе общества. Чтобы социальная роль стала частью структурного «Я», должен осуществиться процесс ее внедрения в «глубины собственного «Я» на основе включения в разные формы деятельности, обеспечивающие процесс идентификации с ролью. Чем глубже духовное наполнение социальных ролей, шире их диапазон, тем полноценнее личность.

**Концепции социального научения**

Концепция социального научения в качестве механизмов социализации рассматривает процессы идентификации, подражания, внушения, следования нормам, конформность. Эти процессы, протекающие бессознательно или с различной степенью осознанности, и обеспечивают вхождение подрастающего ребенка в социум. Термин «социальное научение» в научный обиход ввели в начале 30-х годов ХХ века американские психологи Н. Миллер и Дж. Доллард. В понятии «научение» приставка «на» прямо указывает на стихийно совершающийся процесс социального развития.

Главный выразитель концепции социального научения в психологии – известный американский психолог Альберт Бандура. С его точки зрения, поведение человека включает когнитивные структуры и определяются механизмом, который А. Бандура обозначил как взаимный детерминизм.

Социальные, когнитивные и личностные факторы «работают» как взаимосвязанные детерминанты, и человек является продуктом своей жизни, своего опыта, но пережитого и обязательно осознанного.

По мнению А. Бандуры, подкрепление не играет доминирующей роли в приобретении новых реакций (подражание может быть и без подкрепления). Процесс социализации А. Бандура рассматривает как процесс моделирования или научения через наблюдение: на основе наблюдений за окружающими у ребенка складываются модели поведения. С помощью образной и вербальной систем они «кодируются», запоминаются и могут воспроизводиться в его поведении. А. Бандура считает, что ребенок социализируется, обучаясь у взрослых и сверстников из своего социального окружения, копируя их модели поведения, не ожидая какого-либо поощрения или наказания за это.

А. Бандура выделяет контролирующие факторы поведения:

1) поведение других;

2) подкрепляющие последствия поведения (под влиянием прямо испытываемых последствий, но и под влиянием многократно наблюдаемых действий других: вознаграждаемых, игнорируемых или наказуемых);

3) когнитивные факторы (заимствование действий у модели, приобретение действий в символической форме).

**Концепция социализации Э. Эриксона**

Э. Эриксон, вслед за З. Фрейдом, понимает социальное становление личности как стадийный процесс. Он описывает «восемь возрастов человека». Каждая возрастная стадия – это своеобразный психосоциальный кризис, или, по терминологии Э. Эриксона, *кризис идентичности*: личность делает выбор, происходит смена социальных ролей и позиций, ломка отношений к окружающим и к себе. В соответствии с концепцией Эриксона, то, что свойственно каждой стадии, проявляется в течение всей жизни, но особенно характерно для соответствующего возраста. Каждой из восьми стадий присущ «комплекс» основных альтернативных установок (табл. 21).

*Таблица 21.*

**Стадии психосоциального развития (по Э. Эриксону)**

|  |  |
| --- | --- |
| Название стадии,  возрастные рамки | Характеристика стадии |
| Доверие/недоверие  (младенчество) | Чувство эго-идентичности; чувство доверия состоит в том, что ребенок выпускает своих родителей из поля зрения, не испытывая чрезмерного беспокойства |
| Автономия/стыд и сомнение (раннее детство,  1–2 года) | Ребенок учится преодолевать свои агрессивные импульсы, контролировать свои действия и проявлять самостоятельность |
| Инициатива/чувство вины  (3–5 лет) | Ребенок пробует новые роли (в том числе и половые – мальчика и девочки), учится проявлять инициативу, не испытывая чувство вины |
| Трудолюбие/неполноценность (младший школьный возраст) | Ребенок учится выполнять учебные задания индивидуально и в группе. Интерес к реальным социальным ролям (пожарный, медсестра) и воспроизведение их в воображении. Чувство компетентности. |
| Становление индивидуальности (идентификация)/ролевая диффузия (юность) | Главный вопрос – как я выгляжу в глазах других в сравнении с собственными представлениями. Юношеская любовь – попытка добиться определения собственной идентичности, проецируя образ эго на другого. Попытка связать свои роли с взрослым миром профессиональной деятельности. |
| Интимность/изоляция  (начало взрослого периода) | Установление доверительных отношений с партнером, проявление групповой солидарности |
| Творческая активность/  стагнация (средний возраст) | Зрелый человек нуждается в том, чтобы быть нужным |
| Целостность эго/  отчаяние (старость) | Принятие своей жизни как неизбежности, осмысление ее |

**Интеракционистские концепции социализации**

**Концепции Дж. Мида и Ч. Кули**

Теория социализации Чарльза Кули основана на концепции «зеркального Я». В соответствии с ней образ «Я» индивида является отражением того, как его воспринимают другие, или того, как это ему представляется. В соответствии с Кули, мы думаем, что мы остроумны, потому что друзья смеются нашим шуткам, мы думаем, что мы талантливы, потому что наши учителя хвалят нас, мы думаем, что мы являемся значительными людьми, потому что наши родители беспокоятся о нас. Мы проявляем тенденцию признавать мнение других как свое собственное, и их мнение о том, что мы собой представляем, формирует нашу собственную идентичность. Таким образом, наше «Я» развивается в социальном взаимодействии.

Джордж Мид в своей теории «генерализованного другого» полагал, что не может быть никакого «Я», отдельного от общества. Дети развивают свое «Я» по мере того, как они учатся принимать роль других людей и смотреть на свое собственное поведение глазами других. Это происходит, по мнению Мида, в рамках двух стадий. Так, на игровой стадии ребенок может изображать пожарного, мать или отца. Мид называет эту игру «принятие роли другого». Особенно важными ролевыми моделями являются «значимые другие». Так, матери и отцы демонстрируют своим детям, как должны вести себя взрослые. Позднее дети более старшего возраста учатся представлять себе поведение других людей, уже не пытаясь играть их роли. Так, в организованных играх, например в футболе, каждый участник реагирует на действия других. Руководствуясь правилами игры, дети могут в известной степени предсказать действия всех прочих ее участников (стадия групповой игры). В итоге достаточно развитой ребенок в состоянии принять роль «генерализованного другого», что означает учет установок всего своего сообщества. Правила игры и ожидаемые реакции других людей обеспечивают директивы для индивидуального поведения. Так социальный контроль превращается в самоконтроль полностью социализированной личности.

Итак, в соответствии с концепцией Мида, «Я» индивида формируется на основе оценки им своих субъективных переживаний с точки зрения своего сообщества. Следовательно, как отмечает Т. Шибутани в книге «Социальная психология», «то, как человек рассматривает самого себя, должно быть отражением того, что, по его мнению, думают о нем другие, хотя совершенно не обязательно, чтобы они действительно так думали».

**Эксперименты С. Миямото и С. Дорнбуша**

Эксперименты Франка С. Миямото и Санфорда Дорнбуша, представленные в работе Т. Шибутани «Социальная психология», доказали концепцию Дж. Мида на 195 испытуемых. Исследователи распределили 195 испытуемых на 10 групп и каждому испытуемому предложили следующие задания: а) оценить себя самого, б) оценить каждого из других членов экспериментальной группы, в) определить, как его будут оценивать другие члены группы, г) определить, как люди в целом оценивают его.

Оценка производилась по четырем критериям: умственные способности, самоуверенность, физическая привлекательность, обаятельность. Выяснилось, что средняя оценка личности другими (б), так же как средняя оценка, приписываемая другим (в), были выше у тех, у кого высокая самооценка (а). Особенно интересно здесь то, что оценка, приписываемая другим (в), была ближе к самооценке (а), чем действительная оценка другими (б).

Еще один важный результат заключался в том, что обобщенная оценка (г) приблизительно равнялась самооценке (а) и была к ней ближе, чем оценки, приписываемые экспериментальной группе (в). Как отмечает Т. Шибутани, эти данные подтвердили теорию Мида. То, как человек оценивает самого себя, соответствует тому, как, по его мнению, о нем думают люди вообще, а также люди во временной группе, участником которой он оказался.

Таким образом, концепции «зеркального Я» Кули и «генерализованного другого» Мида направлены на то, чтобы понять, как на людей влияет то, что, по их мнению, другие думают о них. Реакции людей на эти предполагаемые мнения о них являются полностью осознаваемыми.

**Проблема социализации в работах Ж. Пиаже**

По мнению Жана Пиаже, источником формирующегося мышления ребенка выступает его социализация, которую он понимает как общение между собой «индивидуальных сознаний». Взрослеющий ребенок вступает в общение двоякого рода: во-первых, в общение со взрослыми, которые его воспитывают, приучают к нормам и правилам социальной жизни (это – социализация по типу «отношения принуждения»), во-вторых, в общение со сверстниками, где на равных идет освоение жизненного опыта, где действует взаимный контроль и помощь, обмен мнениями, предъявление своей точки зрения (это – социализация по типу «отношения кооперации»).

Жан Пиаже выделяет две стадии развития морального сознания (табл. 22).

*Таблица 22*

**Стадии морального развития (по Ж. Пиаже)**

|  |  |
| --- | --- |
| Нравственный реализм | Правила предписываются некоторыми авторитетами и поэтому являются незыбленными, абсолютными и нерушимыми. Оценка поступков по последствиям (разбить несколько стаканов хуже, чем один, независимо от мотивов). |
| Нравственный релятивизм  (с 10–11 лет) | Нравственные нормы рассматриваются как предмет сотрудничества, взаимодействия и обоюдного согласия. Многие социальные нормы могут быть изменены при наличии общего согласия. В подростковом возрасте появляется способность к абстрактному суждению о правилах, общепринятых нормах, о нравственной и социальной справедливости. |

**Нравственные дилеммы, уровни и стадии развития морального сознания** **(Л. Кольберг)**

Находясь в значительной мере под влиянием идей Дж. Дьюи и Ж. Пиаже, Л. Кольберг рассматривает процесс социализации личности, прежде всего, как процесс развития морального сознания, усвоения норм и правил социальной жизни. Социализированность ребенка, по мнению Л. Кольберга, опирается на его когнитивное созревание и движется от пассивного принятия требований взрослых к пониманию социальных требований как добровольных соглашений между свободными людьми. Л. Кольберг выделил шесть стадий нравственного развития с акцентом на операциональные характеристики отношения ребенка к этическим нормам.

Кольберг предлагал детям и подросткам серию *нравственных дилемм* и просил разрешить их, обосновывая свои суждения. Примером может быть ситуация с Хайнцем, человеком, у которого умирает жена. У него недостаточно денег, чтобы купить лекарство, которое спасло бы ей жизнь. Хозяин аптеки отказывается снизить цену или отпустить лекарство в кредит; тогда Хайнц крадет лекарство. Правильно ли поступил Хайнц? Почему? Уровень нравственных суждений оценивается на основе типа суждения.

Проанализировав реакции на эти ситуации, Кольберг выявил три уровня нравственных суждений, каждый из которых, в свою очередь, делится на две стадии (табл. 23).

*Таблица 23*

**Уровни и стадии нравственных суждений (по Л. Кольбергу)**

|  |  |
| --- | --- |
| Название уровня | Характеристика уровня и стадий |
| *Доконвенциональный* (оценка поступка по последствиям) | Специфическая нравственность  (правильность или неправильность поступка оценивается  с точки зрения возможности наказания) |
| Индивидуализм (мотивом поступка является стремление получить награду) |
| *Конвенциональный*  (межличностное взаимодействие и социальные ценности берут верх над личными интересами) | Взаимные межличностные ожидания, отношения и межличностная согласованность (стремление завоевать одобрение других) |
| Социальная система и совесть (осознание интересов общества и правил поведения в нем); человек поддерживает нормы из соображений конформности |
| *Постконвенциональный*  (нравственные суждения основаны на обобщенных, абстрактных принципах) | Социальное соглашение с учетом целесообразного поведения и индивидуальных прав (осмысление возможных противоречий между нравственными убеждениями, осознание относительности норм и ценностей, чувство долга перед законом); нормы соблюдаются на основе абстрактного «общественного договора» |
| Универсальные этические принципы (формирование собственного этического чувства, универсальных и последовательных нравственных принципов справедливости, равенства и уважения к человеческой жизни и человеческих прав); поведение основано на принципах совести |

По мнению Кольберга, нравственные правила представляют собой результат договоренности. Исследования Кольберга, проведенные в США, Великобритании, Мексике, Турции, на Тайване, позволили заключить, что детям в каждой культуре прививают в основном одни и те же моральные ценности (одни и те же принципы сопереживания, заботы о других и справедливости). Люди различаются по своим моральным суждениям, потому что находятся на разных стадиях зрелости.

**Социально-экологическая теория социализации У. Бронфенбреннера**

Согласно экологической модели Ури Бронфенбреннера, развитие человека – это динамический процесс, идущий в двух направлениях: растущий человек постоянно испытывает воздействие со стороны различных элементов социальной среды и в то же время сам активно ее реструктурирует.

На социализацию человека влияет ряд факторов, требующих от него определенного поведения и активности. Ури Бронфенбреннер рассматривает четыре системы, в которых протекает социализация. Микросистема включает в себя всех, с кем ребенок вступает в близкие отношения, кто оказывает на него непосредственное влияние. Для процесса социализации ребенка это семья, группы сверстников, школа, религиозные организации и пр. На определенном возрастном этапе, а именно в отрочестве, влияние микросистемы резко возрастает и в своем влиянии опирается на такие социальные стимулы, как принятие, популярность, дружба и статус в группе.

Мезосистема включает в себя взаимоотношения между различными областями микросистемы, например, между семьей и школой: события, происходящие в школе (родительское собрание), влияют на события в семье (скандал по поводу плохих отметок). Мезосистема – это социальные институты, органы власти и другие элементы социальной среды, к которым индивид непосредственно не относится, но которые имеют на него влияние (например, органы опеки и попечительства, администрация школы, городские власти, начальство родителей и т. п.).

Экзосистема – это социальные институты, органы власти и другие элементы социальной среды, к которым индивид непосредственно не относится, но которые имеют на него влияние (например, органы опеки, администрация школы, городские власти и пр.).

Макросистема включает в себя доминирующие на данный момент социокультурные нормы, системы социальных представлений и установок, а также нормы и правила социального поведения, существующие в той или иной субкультуре. Она отражает различные системы социальных ценностей (например, религиозные и политические), устанавливает эталоны социального поведения и полоролевого репертуара, влияет на воспитательные и образовательные стандарты.

**Кросс-культурные исследования социализации**

Исследования американского антрополога ***Маргарет Мид*** (1901–1978) позволили сделать выводы об особенностях социализации в различных культурах. По результатам своей экспедиции на остров Самоа в 1925–1926 годах она сделала сенсационный вывод об отсутствии в архаичной культуре конфликтов подросткового возраста.

**Факторы (агенты и институты социализации**

К факторам социализации относятся:

* семья, члены семьи;
* институты воспитания и образования (дошкольные учреждения, школа, средние специальные и высшие учебные заведения);
* церковь;
* трудовой коллектив;
* средства массовой коммуникации;
* критические события в жизни общества и личности («Великая депрессия», Вторая мировая война и пр.).

В социальной психологии существует термин «институты десоциализации» – группы, в которых происходит утрата социальных связей.

**Основные механизмы социализации**

В работе А. В. Мудрика «Социализация человека» представлены основные механизмы (способы) социализации:

* традиционный (через семью и ближайшее окружение);
* институциональный (через различные институты общества);
* стилизованный (через субкультуры);
* межличностный (через значимых лиц);
* рефлексивный (через переживание и осознание).

Одной из самых эффективных социальных сил, влияющих на социализацию человека, его поведение в обществе, является семья. Ранняя социализация осуществляется в семье, где ребенок усваивает модели поведения, обучается большинству важнейших ролей. По критерию власти различаются патриархальные семьи: там, где отец является главой семьи (Таиланд, Япония, Иран, Бразилия и др.), и матриархальные семьи, где наивысшим авторитетом и влиянием пользуется мать (такие семьи встречаются редко). Если преобладает ситуативное распределение власти между отцом и матерью, можно говорить об эгалитарных семьях.

Самыми распространенными в современных урбанизированных агломерациях являются нуклеарные семьи, состоящие из родителей и их детей. Расширенная же семья представляет собой семью, объединяющую две или более нуклеарных семей с общим домохозяйством, и состоящую из трех или более поколений).

Современная семья весьма существенно отличается от семьи былых времен не только иной экономической функцией. Отношения детей и родителей в течение последних десятилетий меняются, все больше концентрируясь в эмоционально-психологической сфере. Важной функцией современной семьи является воспитательная функция – социализация молодого поколения, поддержание культурного воспроизводства общества.

**Социальная адаптация личности**

А.А. Реан рассматривает адаптацию как комплексный феномен и предлагает анализировать его в единстве трех измерений. Процессуальный аспект адаптации, по мнению автора, основывается, прежде всего, на выделении ее временных характеристик – протяженности и стадий самой адаптации. В рамках данного направления происходит выявление основных элементов адаптационного процесса, связанных в единую логическую и временную последовательность. Результативный аспект адаптации традиционно используется как ключевой элемент при оценке успешности адаптивных процессов в целом. Результативный критерий положен в основу большинства современных классификаций феномена адаптации, от простейшей дихотомии (адаптация – дезадаптация) до более дробных и многомерных теоретических построений. Аспект адаптации, связанный с формированием различных новообразований интегрирует два выделенных ранее подхода – процессуальный и результативный. Здесь объектом рассмотрения является совокупность тех психических качеств, которые сформировались (развились) в процессе адаптации и привели к тому или иному результату. При этом в совокупность новообразований включаются не только множество знаний, умений, навыков, личностных качеств, интериоризированных субъектом адаптации, но и сложная система межличностного взаимодействия с профессиональным и социальным окружением.

Социальная адаптация – явление, предполагающее «приспособление индивида к условиям социальной среды, формирование адекватной системы отношений с социальными объектами, ролевую пластичность поведения, интеграцию личности в социальные группы» (Еникеев, Кочетков). Личность в то же время является субъектом активной деятельности, общения и отношений (К.К. Платонов, В.И. Мясищев и др.). Процесс социальной адаптации, в связи с этим тезисом, следует рассматривать, прежде всего, как «активно развивающийся». Человек не только адаптируется, но и сам оказывает влияние на себя и свою жизнь (Д.Г. Мид, Т. Шибутани и др.).

**4. Самовосприятие и Я-концепция личности**

**Определение Я-концепции**

Результатом деятельности самосознания является формирование образа «Я» и Я-концепции личности.

*Образ* «*Я*» – представление о себе, целостный образ, возникший в результате деятельности самосознания, который включает познавательный, эмоциональный и оценочно-волевой компонент.

*Я*-*концепция* личности представляет собой то, каким данный человек видит себя, и как он истолковывает свои действия. Я-концепция – устойчивое, внутренне согласованное и непротиворечивое, зафиксированное в словесных определениях представление человека о самом себе. Понятие объединяет представления человека о себе (особенности, которые мы приписываем себе) и оценку им своей личности (самооценку). Я-концепцию часто определяют как совокупность установок, направленных на себя. Это динамическая система представлений человека о самом себе, включающая: 1) осознание своих физических, интеллектуальных и других свойств (образ «Я»); 2) самооценку (эмоциональный компонент); 3) субъективное восприятие влияющих на собственную личность внешних факторов; проявление образа «Я» и самооценки в поведении; уровень притязаний личности.

Р. Бернс отмечает, что изучение Я-концепции связано с работами У. Джемса; интеракционистов Ч. Кули и Дж. Мида; Э. Эриксона и К. Роджерса.

Понятие Я-концепции было введено в психологию Карлом Роджерсом, который использовал методику Q-сортировки Уильяма Стефенсона для изучения расхождения между «Я-реальным» и «Я-идеальным» у клиента в процессе психотерапии.

Клиент должен был сортировать карточки с утверждениями типа «Я – покорный человек», «Обычно я люблю людей» и прочими на девять примерно равных групп (от наиболее подходящих до наименее).

Я-концепция выполняет важные функции:

* обеспечивает внутреннюю согласованность знаний человека о самом себе;
* способствует интерпретации и мотивации нового опыта;
* является источником новых действий.

Роберт Бернс определяет Я-концепцию следующим образом:

«Выделение описательной и оценочной составляющих позволяет рассматривать Я-концепцию как совокупность установок, направленных на самого себя. В большинстве определений установки подчеркиваются три главных компонента:

1. Убеждение, которое может быть как обоснованным, так и необоснованным (когнитивная составляющая установки).

2. Эмоциональное отношение к этому убеждению (эмоционально-оценочная составляющая).

3. Соответствующая реакция, которая, в частности, может выражаться в поведении (поведенческая составляющая).

Применительно к Я-концепции эти три элемента установки можно конкретизировать следующим образом:

1. Образ Я – представление индивида о самом себе.

2. Самооценка – аффективная оценка этого представления, которая может обладать различной интенсивностью, поскольку конкретные черты образа Я могут вызывать более или менее сильные эмоции, связанные с их принятием или осуждением.

3. Потенциальная поведенческая реакция, то есть те конкретные действия, которые могут быть вызваны образом Я и самооценкой.

Предметом самовосприятия и самооценки могут, в частности, стать его тело, его способности, его социальные отношения и множество других личностных проявлений…».

Выделяют четыре модальности Я-концепции:

* Я-реальное – представление человека о том, какой он есть сейчас;
* Я-должное – о том, каким он должен быть с точки зрения «значимых других» (людей, мнение которых он ценит, – родителей, друзей, коллег и т. д.);
* Я-идеальное – о том, каким он хотел бы стать;
* Я-возможное – о том, каким он может стать.

Я-концепция понимается в современной психологии как совокупность аттитюдов человека по отношению к себе. Наряду с данным понятием используется термин «Я-схема» – черта, которую человек приписывает себе и считает важной.

К деятельностным компонентам Я-концепции современные исследователи относят:

1) самопрезентацию – поведение, цель которого – создать у партнера определенное впечатление о себе;

2) саморегуляцию – процесс регуляции человеком своего поведения; выделяют стили саморегуляции, ориентированные на достижение успеха и на предотвращение неудач;

3) самоэффективность – оценка человеком своей способности справиться с проблемами.

Элементы, образующие Я-концепцию, отличаются друг от друга по степени стабильности, доступности и однородности.

**Взаимозависимая и взаимонезависимая Я-концепция**

Исследования Я-концепции охватывают оба аспекта самости: «Я» и «Мое». Строя свою Я-концепцию, человек может концентрироваться на своих индивидуальных особенностях или на подобии другим людям. Эта идея воплотилась при изучении личной и социальной идентичности. Сторонники данной идеи полагают, что любой человек обладает двумя типами идентичности – личностной и социальной.

В самоописаниях проявляются два варианта рефлексии:

* описание себя как уникального и самобытного человека (в западных культурах); результатом является взаимонезависимая Я-концепция;
* описание с точки зрения социального и группового контекста, акцент на роли (в восточных культурах); результатом является взаимозависимая Я-концепция.

В то же время существует мнение, что личная и социальная идентичность принимаются человеком попеременно, в зависимости от его целей и ситуации, в которой он находится. При этом социальная идентичность чаще актуализируется у людей, которые чувствуют свою уязвимость (например, проходят критический период в развитии), находятся в конфликте с членами определенной группы. Поскольку каждый человек в процессе развития становится членом нескольких социальных групп, он обладает сразу несколькими социальными идентичностями, связанными с полом, возрастом, национальностью и пр.

**Самовосприятие**

Самовосприятие связано с рядом понятий:

1. Самомониторинг – стабильная для человека тенденция регулировать свое поведение, чтобы приспособить его к социальной ситуации.

2. Самоосознавание – состояние, в котором человек обращает внимание на свои особенности. Выделяют приватное (какими особенностями я обладаю?) и публичное (как меня видят окружающие?) самоосознавание.

3. Самооценка – часть Я-концепции, отражающая позитивное или негативное отношение человека к себе.

В литературе описан важнейший механизм самопознания личности – *социальная рефлексия*, под которой понимается способность человека представить, как он воспринимается партнером по общению. Однако полнота представлений человека о самом себе связана не только с когнитивными возможностями, но и с жизненным опытом, богатством социальных контактов. Данное положение можно пояснить на примере «окна Джогари», которое показывает, что личность есть совокупность четырех психологических пространств:

1. Открытое для меня и открытое для других.

2. Закрытое для меня, но открытое для других.

3. Открытое для меня, но закрытое для других.

4. Закрытое для меня и для других.

**Модели формирования самооценки**

Одна из моделей формирования самооценки – модель двух измерений. Согласно этой модели, все характеристики, которые мы приписываем человеку, группируются в нашем сознании вокруг двух основных измерений: деятельностного (активность, независимость, компетентность) и коммунального (стиль общения, отношение к людям, моральные качества). Формируя представление о себе, человек приписывает себе много различных черт, которые группируются вокруг этих измерений. Люди различаются по субъективной важности этих измерений, одни ориентируются на «деятельностные» черты, а другие – на «коммунальные».

В случае второй модели используют понятие «Я-схема» (selfschema). Подразумевается, что каждый человек формирует представление о себе по одним чертам, но игнорирует другие. Под Я-схемами понимаются черты, которые мы включаем в состав Я-концепции. Каждый человек обладает несколькими Я-схемами, которые извлекает из памяти при разных обстоятельствах.

**Социальное сравнение как источник Я-концепции**

Я-концепция формируется прижизненно, в ходе социального взаимодействия.

Источники Я-концепции:

1) окружающие люди (мы наблюдаем за тем, как другие люди ведут себя по отношению к нам, придаем этому поведению определенное значение, учимся вставать на позицию партнера и смотреть на себя со стороны); согласно социометрической теории М. Лири, самооценка человека является отражением его ценности для окружающих;

2) вторым источником Я-концепции является наше собственное поведение; наблюдая за ним, мы приписываем себе соответствующие черты (Д. Бем – автор теории самовосприятия).

**Теория социального сравнения Л. Фестингера**

Идея о том, что оценки и действия других людей являются для нас критерием сравнения, была высказана Л. Фестингером. По его мнению, приписывая себе те или иные характеристики, давая себе позитивную или негативную оценку, мы сравниваем себя с окружающими людьми.

Существуют три основных стратегии социального сравнения:

1. Нисходящее сравнение – это сравнение с человеком, который менее успешен в определенной области, чем мы.

2. Восходящее сравнение – это сравнение с человеком, который более успешен в определенной области, чем мы.

3. Сравнение на равных – это сравнение с человеком, уровень достижений которого примерно соответствует нашему.

**Теория самоэффективности А. Бандуры**

*Самоэффективность* – это то, как мы оцениваем свои возможности, оценка человеком своей способности выполнять деятельность на намеченном уровне и достигать поставленных целей.

Самоэффективность включает в себя компоненты:

1. Внутренняя самоэффективность – это оценка человеком своей способности повлиять на происходящее,

2. Внешняя самоэффективность – оценка того, насколько внешние объекты способны измениться под воздействием приложенных человеком усилий.

Психологические исследования говорят о том, что самоэффективность оказывает влияние на цели, которые человек ставит перед собой, его мотивацию, приложенные усилия и, как следствие, эффективность деятельности (табл. 24).

*Таблица 24*

**Влияние самоэффективности на деятельность человека**

|  |  |
| --- | --- |
| Высокая самоэффективность | Низкая самоэффективность |
| Считают возникающие проблемы менее  трудными, испытывают меньший стресс | Считают возникающие проблемы более  трудными, испытывают больший стресс |
| Ставят перед собой более трудные цели | Ставят перед собой более легкие цели |
| Лучше планируют свою деятельность | Хуже планируют свою деятельность |
| Действуют более предсказуемо | Действуют менее предсказуемо |
| Прикладывают больше усилий  для достижения цели | Прикладывают меньше усилий  для достижения цели |
| Объясняют неудачи внешними  факторами | Объясняют неудачи своими способностями |

По мнению А. Бандуры, чувство самоэффективности формируется уже в младшем школьном возрасте как следствие активной деятельности ребенка, которая положительно подкрепляется окружающими.

**Изучение ответственности (Дж. Роттер)**

Изучение ответственности тесно связано с проблемой Я-концепции, как это показал ***Джулиан Роттер*** (1916–2014) в своей теории социального научения. Дж. Роттер обращает внимание на когнитивные процессы (субъективное восприятие факторов окружения), предшествующие поведению человека в сложных социальных ситуациях: ожидание и ценность подкрепления. Дж. Роттер ввел в психологию понятие *локуса контроля*, которое представляет собой обобщенное ожидание степени контроля личности над ситуацией. Роттер выделяет два полюса локуса контроля: интернальность и экстернальность, которые в дальнейшем были интерпретированы как проявление ответственности личности, т. е. интернальный тип поведения (в отличие от экстернального) предполагает ответственность личности за свои действия, а следовательно, активность в планировании, контроле и саморегуляции своих действий.

**Самопрезентация**

Чтобы достичь своей цели, люди используют разнообразные стратегии. В связи с этим Эдвард Джонс и Тейн Питтман выделили пять основных стратегий самопрезентации.

1. Желание понравиться – демонстрация своей привлекательности для окружающих.

2. Самопродвижение – демонстрация своей компетентности.

3. Пояснение примером – демонстрация наличия у себя социально желательных черт, духовного превосходства.

4. Мольба – демонстрация своей слабости, потребности в защите.

5. Запугивание – демонстрация собственной силы.

**Ситуационный подход**

Данные об изменчивости «Я» создают предпосылки для появления ситуационного подхода:

1. Исследования Я-концепции показывают изменчивость «Я-концепции» как совокупности установок на себя (Р. Бернс, 1986).

2. Динамичный характер системы личностных конструктов (Дж. Келли).

3. Теория социальной идентичности Г. Тэджфела говорит о влиянии группы на формирование образа «Я».

4. Теория возможных «Я» и рабочих «Я-концепций» (Х. Маркус) показывает влияние социальных ролей на поведение человека.

Теоретической предпосылкой для появления ситуационного подхода явилась теория поля Курта Левина, в которой учитывались потребности личности и валентности объектов, относительно которых выстраивается поведение человека.

Идеи ситуационного подхода и описание связанных с ним экспериментов отражены в работе Ли Росса и Ричарда Нисбетта «Человек и ситуация» (1991). Ситуационный подход тесно связан с именем Уолтера Мишела, который отметил отсутствие кросс-ситуативной согласованности в поведении человека, т. е. человек ведет себя по-разному в различных ситуациях. Уолтер Мишел, автор когнитивно-аффективной теории социального научения, выделяет два типа ожиданий человека: ожидание результата поведения и ожидание последствий стимула. В любой ситуации существует значительное число потенциальных вариантов поведения, но поведение людей зависит от их ожиданий и убеждений относительно последствий каждого из возможных способов поведения. Когда у человека нет информации о том, что принесут ему действия, он реализует поведение, которое получило подкрепление в аналогичных ситуациях.

Уолтер Мишел, рассматривая влияние ситуации на поведение человека, предложил конструкты «сильная ситуация» и «слабая ситуация» в зависимости от степени ее непосредственного влияния на поведение человека (1968). «Сильная ситуация» характеризуется жесткостью требований к поведению человека, а «слабая» позволяет человеку выбирать способ поведения с учетом его диспозиций. Таким образом, в «слабой ситуации» поведение вариативно и может определяться в первую очередь личностными особенностями. Адаптивность человека связана со способностью различать нюансы ситуационного контекста и адекватно определять ситуацию, интерпретируя ее как сильную или слабую.

В то же время не все определяется ситуацией. В исследованиях психологов, с одной стороны, выявляется, какие убеждения, ожидания, цели и компетенции в области саморегуляции активируются личностью в процессе динамического взаимодействия с ситуацией, с другой – как человек конструирует (кодирует, оценивает) ситуацию (включая представления о себе и о других).

Коридоры вариативности поведения задаются культурными нормами приемлемого и адекватного для данной ситуации поведения, а также возможностями поведенческой изменчивости, ограниченными устойчивыми паттернами личностных привычек, ограничениями в диапазоне индивидуальных возможностей. Предполагается, что адаптивное поведение требует способности к тонкой дифференцировке ситуаций и, напротив, подрывается тенденциями к единообразным реакциям при отсутствии чувствительности к контексту и последствиям, вызванными нюансами. Ситуации могут быть «сильными», однозначно задающими модель релевантного поведения, и «слабыми», допускающими широкую вариативность поведенческих проявлений.

В исследовании Джона Дарли и БиббаЛатенэ (1968) на студентах младших курсов Колумбийского университета было показано влияние давления группы в виде подставных испытуемых на поведение в «чрезвычайной ситуации». Еще более убедительным в объяснении анализа ситуации оказался эксперимент Джона Дарли и Даниэля С. Бэтсона (1973) на студентах Принстонской духовной семинарии, потенциальных «добрых самаритян». В данном эксперименте были созданы «сильная» и «слабая» ситуация. В «сильной» ситуации («надо спешить на лекцию») только 10 % семинаристов оказали помощь человеку, в «слабой» («можно опоздать») их было уже 63 %.

Как отмечает Н. В. Гришина (2016), ситуативный подход становится актуальным в психологии. Турбулентность современной жизни, неопределенность и сложность мира превращают многие ситуации в «сильные», где личностные особенности перестают играть ведущую роль в поведении человека. Г. Вебстер провел статистическое исследование частоты публикаций последних десятилетий (2016), связанных с личностно-ситуационной дискуссией, и обнаружил значительный рост публикаций, посвященных моделям личностно-ситуационного взаимодействия.

**5. Социально-психологические типологии личности**

Под типологией понимается разделение общества на те или иные социальные группы, которые отличаются между собой какими-то определенными социально-значимыми признаками, позволяющими характеризовать их статус в обществе, социальные ориентации и даже их психологические особенности. Социально-психологические типологии обычно строятся на основе социальной позиции и ценностей.

Для каждого общества характерно формирование определенного типа социального характера, в основе которого лежат:

* социальная структура общества;
* его нормативная культура и ценности;
* установки, стиль мышления и самосознание индивидов.

Социальный тип личности – продукт сложного переплетения историко-культурных и социально-экономических условий жизнедеятельности людей. Это отражение того, как общественная система влияет на ценностные ориентации человека и через них – на его реальное поведение. Основанием для социальной типологии у М. Вебера является специфика социального действия, а у К. Маркса – принадлежность к определенному классу или общественно-экономической формации.

Одновременно с социологической существует также психологическая трактовка типологии социального характера; наиболее известной является типология Э. Фромма.

Для Фромма социальный тип личности как господствующий тип характера – это форма связи индивида и социума, это «ядро структуры характера, которое присуще большинству членов одной и той же культуры, в отличие от индивидуального характера, который различен у людей той же самой культуры». Значение социального характера, по мнению Фромма, состоит в том, что он позволяет наиболее эффективно приспособиться к требованиям общества и обрести чувство безопасности и защищенности.

В работе «Иметь или быть?» Фромм выделяет две основные стратегии взаимодействия с миром: свободная сознательная деятельность или приобретение. В основе типа социального характера лежит ведущая потребность человека (табл. 25).

*Таблица 25*

**Типология социальных характеров Э. Фромма**

|  |  |
| --- | --- |
| Название социального типа | Ведущая социальная потребность |
| Продуктивный | Стремление понять себя и других |
| Рецептивный | Стремление завладеть людьми и вещами |
| Эксплуативный | Агрессия в отношении людей и вещей |
| Накопительский | Стремление во что бы то ни стало сохранить то, что уже есть в наличии (деньги, чувства, мысли) |
| Рыночный | Весь мир превращен в предмет купли-продажи |
| Некрофильный | Стремление к смерти |
| Биофильный | Стремление к жизни |

Таким образом, существуют две противоположные точки зрения в трактовке типов социального характера: социологическая (с акцентом на объективных характеристиках группы) и психологическая (с акцентом на потребностях человека). Соединением этих двух подходов можно считать типологии, основанные на характеристике ценностей и ценностных ориентаций.

Так, американский социолог, психолог, антрополог Флойд Оллпорт в основу своей концепции положил типологию Эдуарда Шпрангера, основанную на ценностях жизни. Опираясь на типологию Э. Шпрангера, Ф. Оллпорт выделил шесть основных типов ценностных ориентаций (табл. 26)

*Таблица 26*

**Типология Ф. Оллпорта и Э. Шпрангера**

|  |  |
| --- | --- |
| Социальный тип личности | Доминирующая ценность |
| 1. Экономический | Полезность |
| 1. Эстетический | Форма или гармония |
| 1. Теоретический | Открытие истины |
| 1. Социальный | Любовь людей |
| 1. Религиозный | Мистическое единение с тотальностью мира |
| 1. Политический | Власть |

В современной социологии получило широкое распространение выделение типов личности в зависимости от ценностных ориентаций. Традиционисты ориентированы на ценности долга, порядка, дисциплины, законопослушания, тогда как выраженность таких качеств, как стремление к самореализации, самостоятельности, креативности – низкая. Идеалисты критически относятся к традиционным нормам, у них выражены установки на саморазвитие «во что бы то ни стало», независимость, пренебрежение авторитетами. Фрустрированный тип личности ощущает себя выброшенным из жизни, у него низкая самооценка, угнетенное настроение. Реалисты сочетают в себе стремление к самореализации с развитым чувством долга и ответственности, здоровый скептицизм с самодисциплиной и самоконтролем. Гедонистические материалисты ориентированы в первую очередь на получение удовольствий «здесь и сейчас», удовлетворяют потребительские желания.

В социологии принято также выделять модальный, идеальный и базисный тип личности. Модальный тип личности – тот, который реально преобладает в данном обществе. Идеальный тип личности не привязан к конкретным условиям, а как бы является пожеланием на будущее, например, «всесторонне и гармонично развитая личность» у К. Маркса или «Новый Человек» Э. Фромма. Базисный тип личности – тот, который наилучшим образом отвечает потребностям современного этапа развития общества.

В СССР социалистической системой был сформирован социальный тип человека, для которого были характерны поведенческие стереотипы «выученной беспомощности», «пролонгированного инфантилизма», практика двоемыслия и двойных стандартов, «паразитическая новация», социальная пассивность, послушание, исполнительность.

«Программа ВЭЛС», использованная группой психологов Стэнфордского университета в 1960–1980 гг. в отношении 200 тысяч американцев, выявила типологию населения США. Главными критериями для выделения различных групп населения выступали ведущие личностные ценности граждан и основанные на этих ценностях мотивы и «стили жизни». Были выделены три большие группы (табл. 27).

*Таблица 27*

**Социальные типы населения США (по данным программы ВЭЛС)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Социальные типы | Подгруппы | Главные ценности |
| «Гонимые нуждой»  (11 % населения США на 1983 год) | «Выживающие» | Выживание, обеспечение материальной и физической безопасности |
| «Существующие» | Обеспечение материальной и физической безопасности |
| «Внешне направленные» (68 %):  «что подумают о нас другие?» | «Принадлежащие» | Желание быть принятым, признанным (принадлежать к среднему классу) |
| «Подражатели» | Желание копировать чьи-то модели жизни |
| «Стремящиеся к достижениям» | Желание добиться успеха |
| «Внутренне направленные»  (19 %) | «Я есть Я» (молодежные течения) | Стремление чем-то выделяться |
| «Экспериментирующие» | Увлечение экзотическими течениями в философии, религии, искусстве |
| «Социально озабоченные» | Ориентированные на чувство долга, ответственность |

Кроме того, была выделена группа «интегрированные» (2 % населения), которые гармонично сочетают направленность вовне и внутреннюю направленность.

Конспект лекций рассмотрен и обсужден на заседании кафедры «Прикладная психология», протокол № 7 от «22» марта 2022 г.