

Федеральное агентство железнодорожного транспорта
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ПУТЕЙ СООБЩЕНИЯ ИМПЕРАТОРА АЛЕКСАНДРА I»
(ФГБОУ ВО ПГУПС)

Е. Ф. Яценко, О. В. Оконешникова

Социальная психология

Учебное пособие

Санкт-Петербург

2021

УДК 316.6
ББК 88я73
Я97

Рецензенты:

профессор кафедры «Социальная психология» ФГБОУ ВО СПбГУ,
доктор психологических наук

Л. Г. Почебут;

доцент, профессор кафедры «Прикладная психология»
ФГБОУ ВО ПГУПС, доктор психологических наук

М. А. Бендюков

Яценко Е. Ф.

Я97

Социальная психология : учеб. пособие / Е. Ф. Яценко, О. В. Оконешникова. – СПб. : ФГБОУ ВО ПГУПС, 2021. – 251 с.

ISBN 978-5-7641-1598-6

Учебное пособие содержит теоретические материалы по курсу «Социальная психология». Его пять разделов посвящены предмету, методам, задачам, основным проблемам социальной психологии; психологии общения; психологии группы; социальной психологии личности; современной психологии в работах зарубежных и отечественных исследователей.

Пособие тесно связано с лекционным курсом, составлено в соответствии с рабочей программой по дисциплине и может быть использовано как обучающимися по направлению 37.03.01 «Психология» для подготовки к учебным занятиям и самостоятельного ознакомления с дисциплиной, так и преподавателями.

УДК 316.6
ББК 88я73

© Яценко Е. Ф., Оконешникова О. В., 2021
© ФГБОУ ВО ПГУПС, 2021

ISBN 978-5-7641-1598-6

ПРЕДИСЛОВИЕ

Основная задача авторов учебного пособия – дать представление о социальной психологии как об экспериментальной науке, показать социальную психологию как науку развивающуюся, не застывшую в устоявшихся формулировках. С этой целью авторы постарались представить базовые понятия в контексте конкретных исследований, максимально подробно описать классические эксперименты и их интерпретации.

Другой задачей авторов учебного пособия было в доступном виде преподать студентам базовые идеи социальной психологии. Это довольно сложная задача, поскольку социальная психология с начала 70-х годов XX века переживает кризис, объединительные тенденции научных школ пока довольно смутные, а объем имеющегося материала превышает возможности его обобщения.

В работе представлены основные теоретические направления социальной психологии, в наибольшей степени – когнитивная парадигма, поскольку она лидирует в современной науке; отражены также междисциплинарные исследования массовых процессов.

Библиографический список представлен теми работами, которые существенно повлияли на изложение материала. Описание биографий и исследований известных авторов сверялось по справочнику «Психология: биографический библиографический словарь» под редакцией Ноэль Шихи, Энтони Дж. Чепмена, Уэнди А. Конроя.

1. ПРЕДМЕТ, МЕТОДЫ, ЗАДАЧИ, ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ

Социальная психология исследует, как предполагаемое, действительное или воображаемое присутствие других влияет на мысли, поступки и чувства индивида.

Л. Г. Почебут, И. А. Мейжис. Социальная психология

1.1. 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) [60, с. 62].



Рис. 1. Три стороны проявления социальной природы человека (по Л. Г. Почебут, 2002)

Основные проблемы социальной психологии группируются вокруг трех сторон феномена социального.

В целом, можно выделить три группы явлений, определяющих предмет исследования в социальной психологии:

- 1) закономерности общения и взаимодействия людей:
 - проблемы коммуникации, в том числе массовой;
 - проблемы эффективной организации взаимодействия, совместной деятельности и поведения в конфликте;
 - проблемы восприятия человека человеком;
- 2) проблема малых, средних и больших социальных групп:
 - проблема развития и функционирования малых групп;
 - проблема больших социальных групп (этнических, демографических, социально-исторических и пр.);
 - проблема средних групп (организаций);
 - психология толпы и массовидных явлений;
 - межгрупповые отношения;
- 3) проблема личности в социуме:
 - проблема формирования и изменения социальных установок;
 - проблема социализации;
 - социально-психологические качества личности;
 - самосознание и идентичность представителей различных групп;
 - социально-психологические типы личности.

В современной социальной психологии главной «внутренней» проблемой науки является создание единой теории социальной психологии, поскольку с начала 70-х годов XX века социальная психология переживает кризис. Суть этого кризиса заключается в том, что социальная психология оказалась беспомощной в объяснении социальных процессов из-за отсутствия единой теории, низкого уровня обобщения в науке.

Задачи социальной психологии связаны с потребностями практики:

- изучение психологических особенностей представителей различных этнических общностей (особенностей самосознания, установок и пр.);
- изучение социальных установок по отношению к этническим, демографическим и социальным группам;
- изучение влияния средств массовой информации в области политики (психология политики), рекламы, просвещения;
- изучение молодежных, сектантских, политических, криминальных, военных, спортивных групп;
- изучение особенностей принятия решения в группе, различных форм жизнедеятельности группы;

- изучение возникновения, развития и преодоления различных видов конфликтов, межличностных, ролевых, социальных;
- изучение различных видов и способов влияния на человека, а также противодействия этому влиянию;
- изучение механизмов социализации, десоциализации и ресоциализации человека;
- изучение психологии экономического поведения человека (мотивов трудовой деятельности, целей, способов совместной деятельности);
- изучение и формирование общественного мнения;
- изучение и формирование психологического климата в организации;
- изучение проблемы подбора, расстановки и обучения кадров в организации;
- изучение и развитие коммуникативной компетентности;
- изучение и развитие лидерских качеств;
- изучение проблем семьи.

1.2. История развития социальной психологии

Три этапа развития социальной психологии

Три этапа представлены в табл. 1 [по: 6; 61; 91].

Таблица 1

Этапы развития социальной психологии

| 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). |

| Наименование этапа | Характеристика этапа | Персоналии и теории |
|---|--|---|
| 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 XX 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 XX 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). |

| Наименование этапа | Характеристика этапа | Персоналии и теории |
|--------------------|---|---|
| | | 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 XX 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. |

Краткая характеристика первого этапа

Интерес к социально-психологическому знанию возник в конце XIX века. Норман Трипплетт и Макс Рингельманн показали, что в условиях присутствия других людей изменяется личная продуктивность человека. Важную роль в становлении новой науки сыграло изучение массового поведения, толпы и психологии народов.

На становление социальной психологии повлияли представители общественных наук (философы, социологи, лингвисты, этнографы, антропологи). Среди наиболее ярких представителей можно назвать следующих исследователей: Шарль Луи Монтескье, Алексис де Токвиль, Анри Сен-Симон, Шарль Фурье, Пьер-Жозеф Прудон, Эдуард Беркет Тейлор, Клод Леви-Стросс, Джеймс Фрэзер, Льюис Морган, Франц Боас, Люсьен Леви-Брюль, Морис Лацарус, Хейман Штейнталь, Сципион Сигеле, Гюстав Лебон, Огюст Конт, Эмиль Дюркгейм, Уильям Мак-Дауголл, Вильгельм Вундт, Джеймс Болдуин [6; 61].

Психология масс и толпы

Габриэль Тард (1843–1904) разработал концепцию подражания. Он рассматривал механизмы развития общества:

1) механизм открытия, когда кто-нибудь открывает новый способ действий, дает объяснение непонятым явлениям (характерно для элиты, которая выполняет функцию управления обществом);

2) механизм подражания – большинство людей «развивается», перенимая друг у друга те или иные элементы поведения.

Гюстав Лебон (1841–1931) изучал поведение толпы («*Психология толпы*», 1895). Он сделал попытку проанализировать изменение некоторых психических процессов и поведение индивида под влиянием толпы:

1. Повышается внушаемость человека. Резко падает критичность, информация воспринимается без доказательств, что способствует эффективному воздействию, в том числе преступных идей.

2. Снимается ответственность за свое поведение. Поведение отдельного человека в толпе анонимно, поэтому возникает феномен, названный социальными психологами «диффузией ответственности».

3. Усиливается потребность в простых решениях. Толпа не способна на созидание, не способна принимать сложные решения.

4. Происходит деперсонализация личности. Человек утрачивает многие свои положительные качества. Так, вероятность помощи человеку обратно пропорциональна количеству свидетелей его трудностей.

5. Повышается эмоциональность личности. Осмысление ситуации происходит крайне медленно. Усиливается общая сензитивность (чувствительность) человека, что, в свою очередь, способствует усилению механизмов влияния в стихийных группах: внушению, заражению и подражанию.

Психология инстинктов социального поведения

Психология инстинктов социального поведения Уильяма Мак-Дауголла зародилась в Англии. Она разрабатывалась под влиянием эволюционной теории Ч. Дарвина.

Уильям Мак-Дауголл (1871–1938) – англо-американский психолог; один из основоположников социальной психологии. Автор теории «психология инстинктов социального поведения».

Мак-Дауголл полагал, что механизмы социального поведения у человека и животных тождественны. Каждому чувству, по мнению Мак-Дауголла, соответствует определенный инстинкт: инстинкт борьбы связан с гневом и страхом; инстинкт воспроизведения – с чувством любви, инстинкт приобретения – с чувством собственности и т. п. Наибольшее значение Мак-Дауголл придавал стадному инстинкту, который удерживает людей вместе и связан с чувством принадлежности к социальной группе.

Краткая характеристика второго этапа

Уильям Мак-Дауголл в 1908 году издал работу «Введение в социальную психологию» (в этом же году в США вышла книга социолога Эдварда Росса «Социальная психология»; таким образом, этот год считается годом зарождения новой дисциплины. Однако первое систематическое руководство «Исследования по социальной психологии» было издано *Джеймсом Болдуином* (1861–1934) еще в 1897 году.

В России основателем социальной психологии принято считать В. М. Бехтерева, издавшего в 1908 году книгу «Роль внушения в общественной жизни». Он предложил назвать новую науку общественной психологией, а предметом ее анализа – «внутреннюю связь между отдельными лицами».

Владимир Михайлович Бехтерев (1857–1927) – выдающийся российский физиолог, психиатр и психолог, основатель первой в России лаборатории экспериментальной психологии (1885) и Психоневрологического института (1908). Распространил на социальную психологию естественнонаучные взгляды, создал «коллективную рефлексологию», суть которой сводилась к наследуемым «сочетательным рефлексам», свойственным коллективам, группам, массам людей, толпе как результату воздействия биосоциальных раздражителей. Изучал механизмы внушения. Основные работы по теме: «Коллективная рефлексология»; «Гипноз. Внушение. Телепатия».

Флойд Оллпорт (1890–1978) в 1924 году издал программную работу «Социальная психология», где определил основной метод науки (эксперимент), а также наиболее важные проблемы: подчинение людей друг другу, способность определять эмоции по выражению лица, влияние аудитории на выполнение задачи. Американские социальные психологи часто датируют появление новой науки именно 1924 годом.

Таким образом, в начале XX века появляется новая наука – социальная психология, поскольку можно говорить о том, что обозначен *объект* исследования (человек как представитель общности, а также группы людей – малые группы, организации и большие социальные группы), *предмет* (основные проблемы: проблема общения, поведение человека в группе, становление социально-психологических качеств личности) и *метод* (эксперимент). Экспериментальный метод становится ведущим в социальной психологии в 20-е годы XX века благодаря исследованиям Вальтера Меде (Германия), В. М. Бехтерева (Россия) и Флойда Оллпорта (США).

На втором этапе появляются научные социально-психологические школы (бихевиоризм, психоанализ, интеракционизм, гештальтизм и теория поля, социометрия), позже – гуманистическая психология и когнитивизм. Было проведено большое количество экспериментальных работ и одновременно разрабатывались фундаментальные теории, которые не потеряли своей актуальности и сегодня [6; 7].

Бихевиористская ориентация в социальной психологии

Метод поведенческой психологии – лабораторный эксперимент.

Основная проблема – научение.

Основоположник – Джон Уотсон. Последователи: Флойд Оллпорт, Берхаус Скиннер, Нил (Нейл) Миллер, Джон Доллард, Джордж Миллер, Юджин Галантер, Карл Прибрам, Джон Тибо, Кларк Халл, Кеннет Спенс, Джордж Хоманс, Альберт Бандура, Ричард Уолтерс.

В бихевиоральных моделях оценивается вероятность социального поведения людей в зависимости от действия факторов среды и поведения. Основные понятия: поведение, стимул, реакция, научение, подкрепление.

Наиболее известными в бихевиоризме являются оперантный подход (Берхаус Скиннер); теории агрессии и подражания (Нил Миллер и Джон Доллард); теория социального научения (Альберт Бандура); теория диадического взаимодействия, или теория взаимодействия исходов (Джон Тибо и Гарольд Келли); теория элементарного социального поведения Джорджа Хоманса [7; 21; 61].

Радикальный (ортодоксальный) бихевиоризм. Основным представителем радикального бихевиоризма является Берхаус Фредерик Скиннер. Основная формула: $S \rightarrow R$, где S – стимул, а R – реакция. В радикальном бихевиоризме важными факторами формирования социального поведения являются подкрепление и упражнения, формирующие навыки.

Берхаус (Баррес) Фредерик Скиннер (1904–1990) – выдающийся американский психолог, представитель радикального бихевиоризма (оперантный подход), в настоящее время занимает первое место среди психологов мира по индексу цитируемости.

Необихевиоризм

Кларк Халл разрабатывал сложные модели «стимул – реакция» для описания цепи ответных реакций. Ему удалось объяснить такие аспекты поведения, как целенаправленное поведение и сила влечения, привлекательность целевого объекта. Его теория опубликована в книге «Принципы поведения» (1943). Теории мышления, базирующиеся на компьютерных моделях, победили теории «стимул – реакция» конца 50-х. Но значение работ Халла в том, что он привлекал математические модели для характеристики поведения.

Джордж Миллер, Юджин Галантер, Карл Прибрам известны своей работой, переведенной на русский язык, «Планы и структура поведения» (1960), в которой рассматриваются два основных понятия: планирование и образ. Планом называется любой иерархический процесс в организме, контролирующий порядок осуществления операций. Человеческая деятельность представлена компонентами, называемыми звеньями ГОТЕ (проверка – действие – проверка – выход).

Реформированный (медиаторный) бихевиоризм. Представители: Нил Миллер, Джон Доллард, Альберт Бандура, Ричард Уолтерс.

Основная формула: $S \rightarrow r \rightarrow s \rightarrow R$, где s и r – посредники.

В качестве посредника может выступать драйв – побуждение (драйв – это совокупность операций, не стимул, не реакция, не потребность, а импульс к действию).

Изучение феномена подражания. Нил (Нейл) Миллер и Джон Доллард в работе «Социальное научение и подражание» рассматривают роль подражания в социальном научении (рис. 2) [8].



Рис. 2. Структура подражания (Н. Миллер и Дж. Доллард)

Подражающее поведение имеет место, если индивид вознаграждается, когда он подражает и не вознаграждается, когда не подражает (доказано в эксперименте на крысах, а также в эксперименте на маленьких детях, когда вознаграждалось поведение следования за лидером; следование в противоположную сторону).

Гипотеза фрустрации – агрессии (Н. Миллер, Дж. Доллард)

Гипотеза фрустрации – агрессии Н. Миллера и Дж. Долларда (конец 30-х гг. XX в.): наличие агрессивного поведения всегда предполагает существование фрустрации и, наоборот, существование фрустрации всегда ведет к некоторой форме агрессии.

Фрустрация – это любое условие, блокирующее достижение желаемой цели. Агрессия – это поведение, цель которого разрушить или сместить фрустрирующий блок. Смещение, или перенос агрессии на другой объект, наблюдается в конфликтном поведении (примером являются этнические предрассудки).

А. Маслоу, С. Розенцвейг, А. Бандура отмечали, что фрустрация – не единственный фактор агрессии, агрессия может быть, скорее, вызвана оскорблением и угрозой [7, с. 56].

Теория социального научения (А. Бандура)

Альберт Бандура (род. 1925) – выдающийся американский психолог; автор теории социального научения, акцентирующей на когнитивно-социальных аспектах поведения; автор теории самоэффективности. Входит в пятерку самых цитируемых психологов мира.

А. Бандура в своей работе «Теория социального научения» (1977) считает важным учитывать когнитивные функции, которые ранее игнорировались представителями радикального бихевиоризма. Он отмечает, что взаимодействие индивида и конкретной ситуации может быть описано различными способами, отражающими разные взгляды на причинно-следственные процессы.

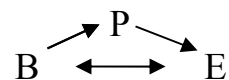
В одной из концепций интерактивности индивидуум и ситуация рассматриваются как независимые сущности в виде формулы: $B = f(P, E)$, где B (behaviour) – поведение, P (person) – личность, E (environment) – окружение.

Вторая концепция интерактивности отражается в формуле:

$$B = f(P \leftrightarrow E).$$

Как пишет А. Бандура, «с точки зрения теории социального научения, на интерактивность следует смотреть как на процесс реципрокного детерминизма – поведение, другие личностные факторы и факторы внешней среды взаимодействуют меж собой как взаимозависимые детерминанты, причем их взаимодействие различается в зависимости от условий и вида поведения» [8].

Таким образом, Бандура предлагает формулу:



В предложенной формуле отражается взаимосвязь поведения, личностных факторов и факторов внешней среды [8, с. 22–23].

Подкрепление не играет доминирующей роли в приобретении новых реакций (подражание может быть и без подкрепления).

Контролирующие факторы поведения:

- 1) поведение других;
- 2) подкрепляющие последствия поведения (не только под влиянием прямо испытываемых последствий, но и под влиянием многократно наблюдаемых действий других: вознаграждаемых, игнорируемых или наказуемых);
- 3) когнитивные факторы (заимствование действий у модели, усвоение действий в символической форме).

Альберт Бандура, исследуя формирование агрессии у детей и подростков, показал роль подражания. Примером является эксперимент с мальчиком Альбертом, который подражал агрессивным действиям персонажа фильма [8].

Социометрия и психодрама

Социометрия и психодрама связаны с именем американского психиатра и социального психолога Джакоба Леви Морено.

Основные работы Морено по социометрии были напечатаны в 40-е–50-е годы XX века. Психодрама отражена в работах 50–60-х годов.

Джакоб (Якоб) Леви Морено (1892–1974) – автор теории социометрии и психодрамы; начинал свою карьеру в Австрии, в 1927 году переехал в США. В 1936 году создал первый терапевтический театр, а в 1940 году – Институт социометрии и психодрамы. Основатель журнала «Социометрия» (1937).

По мнению Морено, кроме макроструктуры общества, которая традиционно изучается в социологии, существует неформальная микроструктура, образующая индивидуальные притяжения и отталкивания между людьми. Для обозначения эмоциональной привязанности Морено использует понятие «теле», которое обозначает простое эмоциональное единство между индивидами, отношения притяжения и отталкивания, образующие «социаль-

ный атом». Относительно устойчивая структура, объединяющая индивидов и социальные атомы, представляет собой «социальную сеть». Таким образом, сплоченность группы представляет собой функцию от «теле».

Все социальные конфликты обусловлены рассогласованностью между официальной и неофициальной структурами. Субъективное благополучие обусловлено статусом личности в малой группе. Основная цель социометрии – выявление структуры взаимоотношений между людьми.

Последователи Дж. Морено: Э. Богардус, М. Бонни, У. Бронфенбреннер, Э. Дженнингс, С. Додд, Л. Зеленый, Г. Инфилд, Л. Катц, Дж. Кривелл, Дж. Ландберг, П. Лазарсфельд, Ч. Лумис, М. Нортуэй, У. Ньюштеттер [21; 61].

Когнитивистская ориентация

Когнитивистская ориентация связана с гештальтпсихологией, откуда были взяты основные идеи: идея образа, идея изоморфизма. Непосредственной основой для когнитивистской ориентации стало развитие идеи образа в программе New Look Джерома Брунера.

Важный источник когнитивистской ориентации – теория поля и идея взаимодействия индивида и окружения.

Исходным принципом когнитивизма является рассмотрение социального поведения с точки зрения познавательных, когнитивных процессов человека.

Основные понятия:

- когнитивная организация, или когнитивная структура (любая форма взаимодействия между когнитивными элементами, которая имеет мотивационные, установочные, поведенческие и когнитивные следствия);
- стимул, связанный с когнитивными процессами;
- реакция (процесс организации когнитивной структуры).

Теории когнитивного соответствия разрабатывали Ф. Хайдер, Т. Ньюком, Л. Фестингер, Ч. Осгуд, П. Танненбаум, М. Розенберг.

Наиболее известные теории:

- 1) теория структурного баланса Фрица Хайдера;
- 2) теория коммуникативных актов Теодора Ньюкома;
- 3) теория конгруэнтности Чарльза Осгуда и Пола Танненбаума;
- 4) теория когнитивного диссонанса Леона Фестингера, согласно которой человек стремится привести в соответствие различные представления об окружающем мире, поведении других и собственном поведении.

Леон Фестингер также является автором теории социального сравнения, согласно которой познание человеком окружающего мира довольно субъективно и базой для сравнения служат не объективные факты, а другие люди.

В ключе когнитивизма работали Эллиот Аронсон, Эдвард Джонс, Джеймс Генри Дэвис, Роберт Зайонц, Меррилл Карлсмит, Ричард Крачфилд,

Дэвид Креч, Стэнли Милграм, которые внесли значительный вклад в социальную психологию как методологи и авторы известных экспериментов.

К когнитивному направлению относятся знаменитые эксперименты Соломона Аша по изучению межличностного восприятия. И, наконец, теория атрибуции Гарольда Келли, являющаяся «золотым» фондом психологии, тесно связана с развитием когнитивного направления (будет рассмотрена позже, в пятом разделе).

Роберт Пол Абельсон и Маршалл Розенберг являются авторами психологии, предметом которой является «субъективная рациональность» при работе человека с социальной информацией. Идеи психологии были в дальнейшем дополнены анализом эвристических правил, которые описаны Амосом Тверски и Даниэлем Канеманом:

1) эвристика *представленности* (тенденция рассматривать факты как более широко представленные, чем они есть на самом деле);

2) эвристика *наличности* (тенденция оценивать явления на основе готовых суждений, которые более доступны, поскольку сразу приходят на ум) [7; 21; 61].

Психоаналитическая ориентация

Психоаналитическая традиция основана на творчестве Зигмунда Фрейда и его последователей, к которым относятся Альфред Адлер, Карл Абрахам, Эдвард Боулби, Эрнест Джонс, Отто Ранк, Гарри Салливан, Шандор Ференци, Эрих Фромм, Карен Хорни, Уильям Шутц, Эрик Эриксон, Карл Юнг.

Зигмунд Фрейд (1856–1939) – выдающийся австрийский психолог, основатель Венского психоаналитического общества; входит в пятерку наиболее цитируемых психологов мира.

Предметом изучения в психоанализе являются потребности и мотивы, а также связанные с ними эмоции. Основные понятия:

- бессознательное (как побудительные силы поведения человека и группы);
- структура личности: Ид, Эго, Супер-эго;
- психологические защиты (проекция, перенос, идентификация, сублимация и др.).

Основные теории:

- учение о структуре личности (З. Фрейд);
- учение о защитных механизмах Эго (З. Фрейд, А. Фрейд и последователи);
- учение Альфреда Адлера о социальных потребностях и социальном характере;
- учение о коллективном бессознательном (К. Юнг);
- теория социализации Эрика Эриксона;

- межличностная теория психиатрии (Г. Салливан);
- теория привязанности (Э. Боулби и М. Айнсворт);
- динамическая теория группового взаимодействия (У. Байон);
- теория развития группы (В. Беннис и Г. Шепард);
- трехмерная теория интерперсонального поведения (У. Шутц).

3. Фрейд говорил о проблемах социальной психологии в работах «Массовая психология и анализ человеческого Я», «Групповая психология и анализ Эго», «Тотем и табу».

В рамках психоаналитических традиций изучалось взаимодействие в группе: это трехмерная теория интерперсонального поведения Уильяма Шутца; динамическая теория группового взаимодействия Уилфреда Байона.

Психоаналитическая традиция в социальной психологии имела большое значение для клинической психологии и психотерапии. Так, *динамическая теория группового взаимодействия* (Уилфред Байон) разрабатывалась на объекте – терапевтические группы, которые рассматриваются по аналогии с индивидом в психоаналитической трактовке (акцент на изучении потребностей, мотивов, целей). В теории развития группы Бенниса и Шепарда были выделены этапы развития терапевтической группы, что также имело значение для практики [7; 21; 61].

Интеракционистская ориентация

Истоки интеракционистской ориентации лежат в социологии. Базовые понятия – интеракция (взаимодействие) и роль. Исследователей интересуют именно социальные детерминанты поведения человека.

Основные направления:

- символический интеракционизм: общение осуществляется при помощи символов, т. е. действий, способных передавать определенные значения (Дж. Мид, Г. Блумер, М. Кун, А. Роуз, Т. Шибутани);
- ролевые теории (Э. Гоффман, Т. Шибутани, У. Гуд);
- теории референтной группы (Г. Хаймен, Т. Ньюком, Г. Келли, Т. Шибутани, М. Шериф, Р. Мертон).

Символический интеракционизм обращает внимание на формирование значений, на интерпретацию ситуации общения. Способность общаться связана со значимыми жестами, или символами, на которые реагируют другие. Поведение человека в группе связано с принятием установок других в отношении его (необходимо принять роль).

Символический интеракционизм разделяется на две школы:

- чикагская школа во главе с самым известным учеником Мида – Гербертом Блумером (это ортодоксальное направление, отрицающее эмпирическую проверку; термин «делание роли» подчеркивает активное, творческое начало);

- айовская школа во главе с Манфордом Куном (вводятся операциональные определения и проводятся эмпирические проверки – неопозитивизм; большее значение придается ролевым факторам «Я»).

Концепцию Джорджа Мида, а также Толкотта Парсонса относят к ролевым теориям. В научный оборот термин «роль» ввели в 20–30-е годы XX века Дж. Мид и Ральф Линтон.

Джордж Герберт Мид (1863–1931) – выдающийся американский социальный психолог, основоположник интеракционизма, автор ролевой теории личности. Основывался на работах У. Джемса и Дж. Дьюи. Для творчества Мида характерна устная традиция – работа «Сознание, личность и общество» была опубликована только после его смерти (1934).

В теории Дж. Мида объективная реальность – это поле деятельности индивида. Мид выдвигает идею символической коммуникации – общения при помощи символов. Я–инстанция детерминирована социальным влиянием, при этом история социальных взаимоотношений становится структурой «Я», в которой самоконтроль предстает как интериоризация внешнего социального контроля. «Я» ребенка формируется в процессе проигрывания тех ролей, исполнения которых ожидают от него взрослые. Жест является начальной фазой индивидуального действия и индивидуального сознания.

Мид выделяет три компонента в структуре личности: I, Me, Self.

I – «Я» (импульсивное, активное, творческое начало личности).

Me (то, каким меня должны видеть другие) – это рефлексивное, нормативное «Я», своего рода внутренний социальный контроль, основанный на ожиданиях-требованиях других людей и прежде всего «обобщенного другого». Me контролирует и направляет импульсивное «Я» в соответствии с нормами поведения.

Self (самость человека, личностное «Я») – совокупность импульсивного и рефлексивного «Я», их активное взаимодействие.

Личность у интеракционистов понимается как активное творческое существо, которое способно оценивать и конструировать собственные действия.

Кун делает акцент не на делании роли (терминология Герберта Блума), а на исполнении, проигрывании, принятии роли, исключая творческий компонент.

Манфорд Кун (1911–1963) – американский психолог, основатель школы так называемого айовского символического интеракционизма. Основные работы связаны с исследованиями аттитудов, роли и референтной группы.

Кун – автор теории самооценки личности. Эта теория не содержит открытого признания импульсивного «Я». Личность превращается в рефлексивное «Я», рассматривается как структура социальных установок, сформировавшихся на основе интернализированных ролей. Согласно Куну,

если мы знаем референтную группу, то можем предсказать самооценку, если знаем самооценку, то можем предсказать поведение. Кун вводит следующее операциональное определение личности: «Операционально существование личности можно определить как ответы, которые индивид дает на вопрос: «Кто Вы такой?», обращенный к нему другим лицом».

Тест «Кто Я?» (или «Тест 20 ответов») был разработан Манфордом Куном и Томасом Мак-Партлендом в 1950 году для изучения соотношения ролевых и индивидуальных оценок. Ролевые оценки по тесту оказались более значимыми по сравнению с индивидуальными.

Полученные ответы обрабатываются при помощи контент-анализа и шкалы Луи Гутмана. Их разделяют на две категории:

- консенсуальные ответы (характеризуют социальный статус и роль человека, принадлежность к определенной группе); данных ответов больше, и, таким образом, ролевые позиции являются более значимыми для личности;
- субконсенсуальные ответы (индивидуальные характеристики).

Ролевые теории разрабатывали Э. Гоффман, Т. Шибутани, У. Гуд. Джордж Мид применил этот термин, когда развивал идею Чарльза Кули о «зеркальном Я» (человек как в зеркале видит свое отражение в представлениях других). Эрвинг (Ирвинг) Гоффман определяет роль как осуществление прав и обязанностей, связанных со статусом. Э. Гоффман разработал концепцию «социальной драматургии». Большое число работ посвящено анализу факторов, воздействующих на восприятие и выполнение индивидом той или иной роли.

Теории референтной группы (Роберт Мертон и др.) раскрывают влияние группы, нормы и ценности которой значимы для человека [7; 21; 61].

Краткая характеристика третьего этапа

Третий этап начинается с середины 1940-х годов и продолжается до настоящего времени. Он связан с решением практических задач, работой на социальный заказ. Социальная психология становится популярным психологическим направлением, она вводится в общеобразовательные вузовские программы и является одним из обязательных предметов изучения для специалистов различных профилей. На данном этапе разрабатываются так называемые малые теории, имеющие конкретное прикладное значение: социально-психологические особенности руководства детской группой, психология менеджмента, психология рекламы, политическая психология, психология формирования общественного мнения и др.

Экзистенциально-гуманистическое направление

Третий этап включает в себя становление гуманистического направления социальной психологии (К. Роджерс, А. Маслоу, Р. Мэй, В. Франкл),

которое «работает», прежде всего, с социальными потребностями человека, с потребностью в самоактуализации, изучает «Я-концепцию» человека, проблему свободы, выбора и ответственности, чувство общности и одиночество. Данное направление не было связано с экспериментальной традицией, но значительно повлияло на практику консультирования.

Основные теоретические направления в социальной психологии

В работе П. Н. Шихирева «Современная социальная психология» (1999) приводится таблица «Основные теории в социальной психологии» (по Мак-Дэвиду и Харари), где проведен анализ основных направлений науки, сложившихся к концу 60-х – началу 70-х годов XX века. Наиболее интересные факты отражены в табл. 2 [91, с. 63].

Таблица 2

Основные теории в социальной психологии (1968, 1974)

| Теория | Модель человека | Основные представители | Вклад в социальную психологию | Оценка статуса в науке |
|--------------------|------------------------------|---|---|--|
| Психоаналитическая | Человек желающий | Фрейд, Юнг, Адлер, Абрахам, Фромм, Хорни, Байон | Развитие личности, социализация, агрессия, культура и поведение | Уменьшается (1968, 1974) |
| Когнитивная | Человек познающий (думающий) | Левин, Хайдер, Фестингер, Пиаже, Кольберг | Установки, язык и мышление, динамика групповых процессов, пропаганда, социальная перцепция, «Я-концепция» | Стабильно сохраняет свое значение (1968), наивысший авторитет (1974) |
| Бихевиористская | Человек механический | Халл, Миллер, Доллард, Роттер, Скиннер, Бандура | Строгость в теории и эксперименте, социализация, социальный контроль, социальные установки | Растет (1968), теряет свое лицо (1974) |
| Гуманистическая | Человек играющий | Роджерс, Маслоу, Мэй, Сапир | Я-концепция, межличностные отношения, общество и индивид | Увеличивает авторитет (1974) |

Таблица отражает реальное положение дел к началу 1970-х годов и показывает увеличение роли когнитивного направления.

Кризис социальной психологии

Кризис социальной психологии наметился к концу 60-х годов XX века. Это было связано, с одной стороны, с социально-политическими событиями, потрясшими Европу и Америку («красные бригады» в Италии, сту-

денческие бунты во Франции, движение против войны в Америке, выступления афроамериканцев против неравенства, борьба рабочих за свои права и пр.), объяснить которые психологическая наука не могла, поскольку была ориентирована на лабораторные исследования. С другой стороны, психология оказалась раздробленной на множество мелких теорий, различающихся не только по предмету, но и по используемым методам. Американская наука чаще ориентировалась на лабораторный эксперимент, а европейская – на качественные методы (методы понимания).

В 1972 году в Лондоне выходит книга под редакцией Дж. Израэля и Г. Тэджфела «Контекст социальной психологии», где приводится критика американской неопозитивистской модели науки. Две теории претендовали на роль общей теории социальной психологии: теория социальной идентичности Г. Тэджфела и теория социальных представлений С. Московичи.

Тэджфел в 60–70-е гг. XX века (в период кризиса социально-психологической мысли) сыграл важную роль в определении европейской парадигмы в развитии социальной психологии в противовес американской традиции. Для теории социальной идентичности характерно то, что она была проверена в экспериментах и через анализ потребностей и мотивов объясняла межличностную и межгрупповую динамику.

Модель С. Московичи затрагивала процессы межличностной коммуникации и социальные представления, через которые человек познает мир, но в данном подходе чаще использовались описательные методы [91].

Попытки создания единой теории (Р. Харре)

Ром Харре (род. 1927) – английский психолог, в своей работе «Теория для социальной психологии» (1979) подверг критике экспериментальную социальную психологию (как находящуюся под жестким давлением позитивистских тенденций):

- поведение людей в психологической лаборатории отличается от того, как люди ведут себя в естественных условиях;
- эксперимент предполагает лишь каузальное истолкование, в то время как существуют другие формы причинности (телеологическая причинность);
- в эксперименте человек выступает как автомат, действующий по схеме «стимул – реакция», в то время как люди являются причиной своих собственных действий.

Харре предлагает этогенетическую психологию в качестве общей теории социальной психологии. Он внес в социальную психологию идею морали. В новой парадигме Харре вопросы смысла заменили научное прогнозирование, исследование приобрело герменевтический оттенок, что сблизило подход с «социальной драматургией» Эрвинга Гоффмана. В то же

время Харре, пытаюсь создать единую теорию социальной психологии, отстаивал использование моделирования при построении психологических теорий [91].

1.3. Методы социальной психологии

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 ком-

плекс 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. 3 [49].

Таблица 3

Этапы проверки гипотезы и методы

| Этапы проверки гипотезы | Методы |
|---|--|
| 1. Сбор данных, необходимых для обоснования правомерности выдвинутой гипотезы | <p>1. Организационный этап (по определению Б. Г. Ананьева) – определение общей стратегии исследования:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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. <p>2. Сбор эмпирической информации:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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) | <p>Качественный анализ, контент-анализ, статистический анализ, построение типологий</p> |
| 3. Установление надежности полученных данных | <p>Проверка на валидность и надежность; изучение репрезентативности</p> |

| Этапы проверки гипотезы | Методы |
|--|---|
| 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 | |

Научное исследование начинается с анализа проблемы. *Проблема* формулируется обычно как вопрос, на который требуется найти ответ. Чаще всего это вопрос о причинах тех или иных событий, или факторах, которые определяют существование тех или иных явлений. Как правило, проблемы вытекают из практики или возникают в связи с невозможностью теоретического продвижения в той или иной области, поскольку обнаружены необъяснимые или сомнительные факты.

После анализа проблемы дается описание *объекта* исследования и определяются *эмпирические объекты* исследования, т. е. дается описание выборки. Предмет исследования, выраженный в понятиях науки, является конкретизацией проблемы на каком-либо объекте, как это определяет В. А. Ядов [95, с. 68]. Проблемная ситуация, т. е. соотношение проблемы, объекта и предмета исследования, представлена на рис. 3 [12].

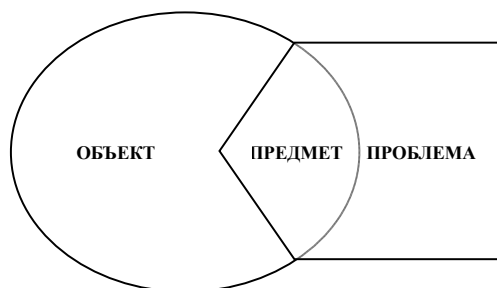


Рис. 3. Соотношение проблемы, предмета и объекта исследования (В. А. Ядов)

Предмет изучения обычно содержит в себе центральный вопрос проблемы и определяется как наиболее значимые с практической или теоретической точки зрения свойства, стороны, особенности объекта, которые подлежат изучению.

После формулировки проблемы и предмета изучения исследователь не занимается «поисками наугад», перебирая все возможные явления. Как правило, исследователи определяют наиболее вероятный (с точки зрения теории, которой они придерживаются) ответ на поставленный вопрос и в дальнейшем проверяют правильность своего предположения. Такой

предположительный ответ на вопрос о характере связи событий представляет собой гипотезу. Основным требованием к гипотезе является требование ее проверяемости.

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 [49]:

- 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. 4) [49].

Таблица 4

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 | Интрорспекция. 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 исследование взаимодействием между группой испытуемых и исследуемой ситуацией с целью установления закономерностей этого взаимодействия [49].

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).

Проведение активного эксперимента предполагает создание экспериментальных и контрольных групп, при этом учитываются все факторы, влияющие на ход исследования, и строгая фиксация всех переменных [49].

Квазиэксперимент представляет собой схемы организации сбора данных, которые позволяют проверять психологические гипотезы, ориентируясь на использование нормативов, сложившихся при построении, проведении исследования и выработке выводов в логике экспериментального метода. В квазиэкспериментах снижается контроль за факторами, влияющими на ход исследования [49].

Нормативные требования к социально-психологическим экспериментам (обеспечивающие объективность и этику взаимодействия с испытуемыми) сформировались не ранее второй половины XX 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.

Хоторнский эксперимент (Э. Мэйо)

Один из наиболее знаменитых экспериментов – хоторнский эксперимент, проведенный американским социологом Элтоном Мэйо.

Элтон Мейо (1880–1949) – американский социолог, один из основоположников организационной социологии и социальной психологии, профессор Гарвардского университета.

Разрабатывая теорию «человеческих отношений», Мейо ставил цели: повысить уровень мотивации человека к труду; психологически подготовить работника к принятию нововведений на производстве; улучшить качество организационных и управленческих решений; развивать сотрудничество среди работников и их трудовую мораль; содействовать личностному развитию работника.

Теория «человеческих отношений» сформулирована Мейо в ходе его знаменитого хоторнского эксперимента, который проводился в течение 13 лет (с 1924 по 1936 год) в городе Хоторне близ Чикаго. В целом можно выделить четыре этапа экспериментальной работы Мейо.

Наиболее интересный результат был получен на втором этапе эксперимента, когда было показано влияние самого экспериментатора на поведение испытуемых.

Первый этап хоторнского эксперимента. В 1924 году к Мейо обратилось руководство текстильного предприятия с просьбой разобраться в причинах большой текучести кадров, которая в некоторых цехах предприятия достигала 25 %, т. е. каждый четвертый работник в течение года увольнялся с предприятия. В одном из цехов, где работали преимущественно женщины, Мейо провел ряд реорганизационных мероприятий:

- перерывы для всех работников цеха стали проводиться в одно и то же время, чтобы в течение перерыва они смогли быть вместе и поговорить;
- станки в цехе были переставлены: если раньше они стояли в ряд, друг за другом, то теперь – полукругом, так, чтобы во время работы девушки могли общаться;
- в штат цеха была введена медицинская сестра, к которой работницы могли обращаться за медицинской и психологической помощью и которая снимала их эмоциональное напряжение, усталость, нервные стрессы, передавала просьбы администрации цеха.

Такая реорганизация привела к некоторому сокращению текучести кадров, улучшились взаимоотношения и между работницами, и с администрацией. Из проведенного эксперимента Мейо делает первое открытие – важность процесса общения в производственных условиях.

Второй этап хоторнского эксперимента. Свою экспериментальную работу Мейо продолжил в Western Electric Company. Забастовочного движения на этом предприятии, где работало около 130 тысяч человек, не было, но компания столкнулась с фактом снижения производительности труда сборщиц реле телефонных аппаратов. Длительные исследования психологов не привели к удовлетворительному объяснению причин. Тогда в 1928 году был приглашен Мейо. Перед ним была поставлена задача – найти стимулы для повышения производительности труда. Мейо организовал эксперимент, имеющий первоначальной целью выяснить, как влияет на производительность труда такой фактор, как освещенность рабочего помещения. Он разделил работниц цеха на экспериментальную и контрольную группы. В экспериментальной группе освещенность помещения увеличили и через некоторое время обнаружили рост производительности труда. В контрольной группе при неизменной освещенности производительность труда не росла. Через некоторое время еще больше увеличили освещенность помещения в экспериментальной группе и отметили новый прирост производительности. Однако в контрольной группе при неизменной освещенности производительность труда также возросла. Мейо столкнулся с парадоксальной ситуацией. Когда в экспериментальной группе он убирает все улучшения освещенности, производительность труда работниц продолжает расти, причем рост производительности наблюдается и в контрольной группе. Следовательно, только улучшением освещенности рабочего места невозможно объяснить повышение производительности труда. Мейо предполагает, что в эксперименте проявляет себя еще какая-то переменная. За такую переменную им принимается сам факт участия работниц в эксперименте. Осознание важности происходящего, своего участия в исследовании, внимания к своей личности – все это привело к большему включению работниц в производственный процесс и дало рост производительности труда даже в тех случаях, когда отсутствовали объективные улучшения. Из результатов этого эксперимента Мейо делает второе открытие – значимость внимания к рядовому работнику со стороны администрации и исследователей. Работницы оценили возникшую ситуацию таким образом, что для них оказался важен сам факт интереса к ним лично, к их труду, они очутились в центре внимания, стали известны всему предприятию.

Третий этап хоторнского эксперимента. Эти неожиданные результаты заставили Мейо усложнить эксперимент и провести еще несколько исследований. Он отобрал шесть работниц, которые были помещены в отдельную комнату, и начал эксперименты по изменению различных условий труда. Была улучшена система оплаты труда, введены одновременные дополнительные перерывы и два выходных дня в неделю. При внедрении этих новшеств производительность труда повышалась, а когда, по услови-

ям эксперимента, все нововведения были отменены, производительность хоть немного и снизилась, но осталась на уровне более высоком, чем первоначальный. Мейо сделал еще три важных открытия. Первое – наличие у людей особого чувства – «социабельности», т. е. потребности в принадлежности к группе. Оказалось, что у девушек, участвовавших в эксперименте, ярко проявилась потребность принадлежать к своей группе. Второе – существование формальных и неформальных групп на производстве. Девушки тесно сплотились, у них сложились дружеские взаимоотношения, возникла неформальная группа. Третье – значение неформальных групп. Мейо считал, что неформальную группу можно использовать в интересах фирмы и таким образом добиться увеличения производительности труда, воздействуя на отдельного работника через неформальную группу. В результате проведенных исследований производительность труда в цехе за 2,5 года возросла на 40 %.

Четвертый этап хоторнского эксперимента. Выяснив роль неформальных групп в процессе производства, Мейо решил посмотреть, что же происходит внутри этой неформальной группы. В бригаду, состоящую из 14 мужчин, сборщиков телефонных аппаратов, был внедрен социальный психолог, который в течение 18 недель адаптировался и работал с ними. Он выяснил, что в такой неформальной группе существует собственная внутригрупповая мораль. Для данной группы она заключалась в трех основных принципах:

- 1) «не делай слишком много»;
- 2) «не делай мало»;
- 3) «не заносись, не выделяйся».

Для того чтобы избежать повышения планового задания, норма выработки определялась самой группой и развивались различные способы взаимопомощи и взаимоподдержки. Открытие, которое делает Мейо в результате своего четвертого этапа, состояло в обнаружении внутригрупповой морали и внутригрупповых норм взаимоотношений и поведения. Мораль и нормы, формируемые внутри неформальной группы, диктуют человеку определенные стереотипы поведения в процессе трудовой деятельности. Мейо подчеркивает, что администрация предприятия имеет дело, прежде всего, с целостными группами. Каждый работник, являясь членом группы, ориентируется в своем поведении на те моральные ценности и нормы, которые сформировались в его группе.

Мейо выделяет объективные и субъективные факторы повышения производительности труда. К объективным факторам он относит условия и организацию труда, заработную плату. Серию исследований он проводит для того, чтобы изучить субъективные факторы: влияние группы на поведение личности, межличностные отношения, мотивы и ценности людей в процессе трудовой деятельности, механизмы функционирования группы, конфликты и сотрудничество, коммуникационные барьеры и пр. [24; 62; 56].

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 хронологии:
 - лонгитюдное;
 - периодическое;
 - единичное.
7. По видам отчета:
 - стандартизованное (известны единицы и категории);
 - нестандартное (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 человеке-

ских 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 конструкторов Дж. Келли.

Джордж Келли (1905–1966) – выдающийся американский психолог, предложивший понятие «личностный конструктор» в своем основном труде «Психология личностных конструкторов» (1955).

Термин «конструирование» понимается как интерпретация, толкование. Конструкторы – это средства истолкования мира. Конструктор понимается как «симультанная констатация сходства и различия». Техника репертуар-

ных 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).

Чарльз Осгуд (1916–1991) – представитель когнитивной ориентации в психологии, автор теории конгруэнтности (и методики семантического дифференциала), которую он впервые применил в 1942 году при изучении синестезии, а затем в 1946 году – при исследовании социальных стереотипов. Главный труд (вместе с Полом Танненбаумом и Джорджем Суси) – «Измерение значения».

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 [7, с. 130].

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 измерить 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 [5; 6; 7].

Метод социометрии

Метод социометрии предполагает выявление структуры социально-психологических связей группы путем моделирования ситуации значимой для участников групповой деятельности. Моделирование предполагает 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 группо-

вых 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 доступны 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) [14; 42].

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) [17; 89].

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.

Вопросы для самопроверки

1. Когда появилась социальная психология, и с какими событиями связано ее появление?
2. В чем специфика социальной психологии в отличие от социологии?
3. Что включает в себя программа социально-психологического исследования?
4. Чему нас учит хоторнский эксперимент?
5. С чем связано появление кризиса в социальной психологии?
6. В чем состоит специфика методов социально-психологического исследования?

2. ПСИХОЛОГИЯ ОБЩЕНИЯ

2.1. Общение: определение, функции, виды

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» [65].

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).

Функции общения представлены в табл. 5.

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.

Таблица 5

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). |

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.

2.2. 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), $A > < B$, 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 Jakobson 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 (1902–1978) – американский психолог бихевиористского направления, автор модели коммуникативного процесса.

Гарольд Лассуэлл предлагает модель коммуникативного процесса средств массовой информации [6]:

- 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 [57] 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

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. 6) [11].

Таблица 6

Авторитарная и диалогическая коммуникация

| Параметры анализа | Авторитарная | Диалогическая |
|--|------------------------|---------------------------|
| 1. Психологическая установка коммуникатора | «Сверху вниз» | «На равных» |
| 2. Характеристика общения | Безличный характер | Персонификация |
| 3. Коммуникативное пространство | 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.

2.3. Интерактивная сторона общения

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

Структура взаимодействия (Т. Парсонс)

Толкотт Парсонс понимает человеческое действие (и взаимодействие) 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 субъективных «определений ситуации»).

Толкотт Парсонс (1902–1979) – американский социолог, создатель теории действия и системно-функциональной школы в социологии. Учет психологических факторов действия оказался важным для анализа понятия, однако вызвало критику со стороны социологов.

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.

Деятели мотивированы 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) [6].

Стратегии взаимодействия (К. Томас)

Какие можно выделить стратегии взаимодействия? Кеннет Томас представляет основные стратегии (стили) социального взаимодействия в системе координат (рис. 4), где X будет означать кооперацию (ориентацию на цели другого), а Y – напористость (ориентацию на собственные цели).

Стили социального взаимодействия представлены на рис. 4 [63, с. 50–52].

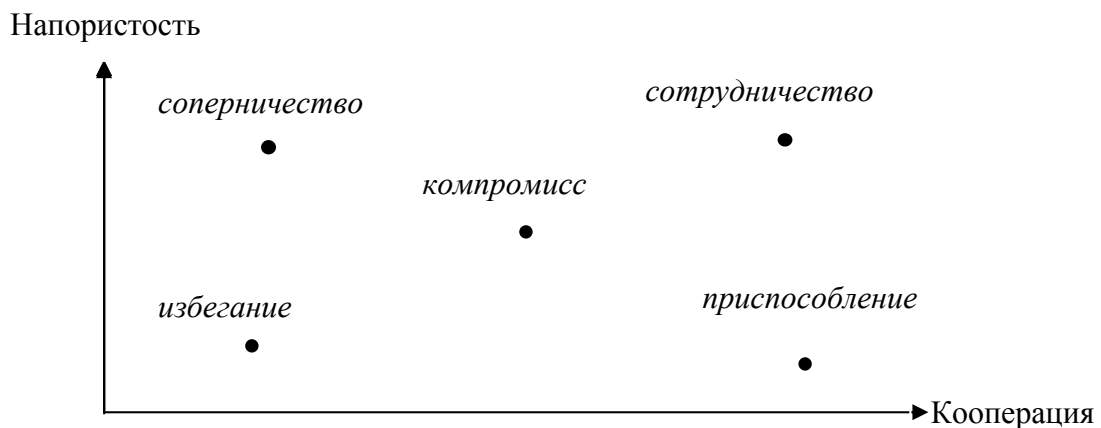


Рис. 4. Стили социального взаимодействия в пространстве «кооперация – напористость», по К. Томасу

В соответствии с исходной социальной мотивацией участников общения можно выделить пять основных стратегий их поведения (стратегии определяются тестом К. Томаса «Стиль социального взаимодействия»):

П – соперничество (противодействие) – полная ориентация на свои цели без учета целей партнеров;

И – избегание – потеря собственных целей ради исключения выигрыша другого;

У – приспособление (уступчивость) – человек жертвует собственными целями ради достижения цели партнером, мотив альтруизма;

К – компромисс – неполное достижение целей партнерами ради условного равенства;

С – сотрудничество – стратегия на полное удовлетворение партнерами своих социальных потребностей, реализуется мотив кооперации или мотив конкуренции (сотрудничество – самая эффективная стратегия педагогического взаимодействия).

Одна из проблем описания взаимодействия – построение классификации взаимодействия. Наиболее распространенная классификация – это деление форм взаимодействия на две группы:

- 1) кооперация (согласие, ассоциация);
- 2) конкуренция (конфликт, диссоциация).

Кооперация (от *лат.* – сотрудничество) – форма взаимодействия, характеризующаяся объединением усилий участников для достижения совмест-

ной цели при одновременном разделении между ними функций, ролей и обязанностей.

Конкуренция – форма взаимодействия, характеризующаяся достижением индивидуальных или групповых целей в условиях противоборства.

Конфликт: социально-психологический анализ

Конфликт – столкновение противоположно направленных целей, интересов, позиций, мнений или взглядов (ценностей) субъектов взаимодействия. Конфликты делятся:

- на внутриличностные (источник конфликта в одном человеке): между потребностями; между потребностью и долгом; между долгом перед одной группой и другой группой;
- межличностные;
- ролевые (люди конфликтуют не как личности, а как носители определенных социальных ролей);
- межгрупповые;
- социальные (причиной конфликта являются не сами люди, а различные социальные факторы – религиозные, моральные, культурные, государственные, экономические и пр.).

Межличностные конфликты, как правило, связаны с различиями в интересах и ценностях общающихся, также источником конфликта могут быть различные представления о целях и способах взаимодействия, взаимная антипатия или несоответствие ожиданий относительно партнера.

Динамика конфликта (этапы развития конфликта):

1. Возникновение объективной конфликтной ситуации. Конфликтная ситуация – это объективная основа конфликта, фиксирующая возникновение реального противоречия в интересах и потребностях сторон.
2. Осознание конфликта, или инцидент.
3. Конфликтные действия.
4. Разрешение конфликта.

Характеристика исходов конфликта:

- обеспечение выигрыша одной из сторон;
- разрешение конфликта через конфронтацию к сотрудничеству;
- снятие конфликта;
- организационные изменения в группе (реформы структуры группы, образование новых групп, распад группы, появление нового руководителя, удаление инакомыслящих членов группы, выбор «козла отпущения»);
- внутреннее реструктурирование образа ситуации;
- изменение групповой цели или фиксация общей цели;
- использование новых средств для достижения цели.

Положительные функции конфликта:

- конфликт является важным источником развития личности, группы и межличностных отношений;
- конфликт снижает вероятность застоя и упадка группы;
- конфликт способствует развитию взаимопонимания.

Способы поведения в конфликтной ситуации могут быть диагностированы с помощью методики К. Томаса «Стиль социального взаимодействия» или с помощью теста фрустрации С. Розенцвейга.

Саул Розенцвейг выделяет три типа поведения в конфликтной ситуации:

- фиксация на препятствии, конфронтация;
- поиски виноватого или оправдание;
- разрешение конфликта;

и три типа направленности:

- экстрапунитивная направленность (на другого);
- интропунитивная направленность (на себя);
- импунитивная направленность.

Способы поведения в конфликтных ситуациях:

- 1) упрямое движение к цели без учета конфликтной ситуации;
- 2) попытка разрешить конфликт путем компромисса;
- 3) уступка другому;
- 4) уход из конфликтной ситуации;
- 5) поиски виноватого;
- 6) рационализация.

Вопреки стандартной карнегианской схеме поведения в конфликтной ситуации, существует типология поведения людей в конфликте, описанная А. А. Алексеевым и Л. А. Громовой, которые характеризуют пять типов поведения людей («квадрат», «треугольник», «прямоугольник», «круг», «зигзаг») [3].

В работе Н. В. Гришиной «Психология конфликта» проводится анализ исследований конфликта.

Гришина Наталья Владимировна (род. 1947) – известный отечественный психолог, сферой ее интересов является психология личности, экзистенциальная психология и психология конфликта. Работы: «Экзистенциальная психология», «Психология конфликта».

Как отмечает Н. В. Гришина, исследование конфликта проводится в рамках социологии, психологии и относительно новой дисциплины – конфликтологии, возникновение которой связано с именами Карла Маркса (1818–1883) и Георга Зиммеля (1858–1918), затем – немецкого социолога Ральфа Дарендорфа (род. 1929) и американского социолога Льюиса Козера (1913–2003) [18].

Конфликтология – междисциплинарная область, объединяющая теоретические, методологические и методические подходы к описанию, изучению и развитию практики работы с конфликтными явлениями разного рода, возникающими в различных областях человеческого взаимодействия.

Как отмечает отечественный социолог В. Я. Ядов, конфликт – нормальное состояние общества. Данная точка зрения является ведущей в современной конфликтологии, поэтому акцент делается на анализе конфликтов и управлении конфликтами.

Выделяют три типа социальных (политических) конфликтов:

1. Конфликты интересов – «торг» по поводу дележа общественного пирога (обычно характерны для экономически развитых стран).

2. Конфликты ценностей – противоборство по поводу ценностей «свобода», «равенство», «терпимость» (характерны для развивающихся стран с неустойчивым государственным строем).

3. Конфликты идентификации – отождествление субъектом себя с определенной группой, а не с обществом (государством) в целом [48].

Управление конфликтом – деятельность по обеспечению контроля над конфликтным взаимодействием с целью снижения остроты конфликта, последующей его минимизации и разрешения.

Факторы управляемости конфликтом (Р. Дарендорф и М. Дойч):

- признание участниками самого факта конфликта, признание существующих разногласий, а также права сторон на свои позиции;
- направленность работы с конфликтом на регулирование самих проявлений конфликта, предполагает отказ от бесполезных попыток устранения причин;
- организация конфликтных групп с целью манифестации конфликта;
- согласие сторон относительно соблюдения определенных правил игры, что, собственно, и делает возможной эффективную коммуникацию между ними.

Стадии управления конфликтом:

1. Прогнозирование (этап выявления возможных причин конфликта и потенциального развития).

2. Предупреждение (профилактика) или стимулирование.

3. Регулирование (упорядоченная совокупность действий участников конфликта, а также третьих лиц – посредников – по преодолению конфликта).

4. Разрешение.

Выделяют два способа регулирования конфликтов:

1) компромисс (соглашение на основе взаимных уступок);

2) консенсус (соглашение большинства участников конфликта относительно наиболее важных аспектов социального порядка).

Три группы методов, облегчающих поиск мирного выхода из конфликта:

- предотвращение насильственной стадии развития конфликта, здесь важна ранняя диагностика; использование консультационных служб; роль системы образования, телевидения;
- разрешение противоречий, вызвавших конфликт; главное – это изменение глубинных структур за счет использования Т-групп, дискуссий и пр.;
- снижение уровня противостояния сторон за счет перевода конфликта в рациональный план.

В зарубежной психологии изучением конфликтов активно занимались психологи: Курт Левин (1890–1947), Мортон Дойч (1920–2017), Герберт Келман (род. 1927) и др. Так, Курт Левин в работе «Разрешение социальных конфликтов» (1948) отмечает, что конфликт «психологически характеризуется как ситуация, в которой на индивида действуют противоположно направленные одновременно воздействующие силы примерно равной величины». Заслугой К. Левина является изучение типов конфликтов [18].

Мортон Дойч разработал методологию «игр», изучая факторы, влияющие на развитие конфликта, к которым относятся мотивация (кооперация или соревнование), доверие, сделки и переговоры. Исследования показали, что принцип распределения – «равенство» или «справедливость» – имеет тенденцию порождать социальное отношение того же типа; будучи однажды примененным, он и в дальнейшем создает предпочтение сходному принципу.

Как отмечает Н. В. Гришина, продолжение идей К. Левина о природе конфликтов нашло продолжение в теориях когнитивного соответствия, в частности, в теории структурного баланса Ф. Хайдера, которого иногда называют основателем когнитивной психологии в целом [18].

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 Каспар Хоманс (1910–1989) – американский социолог и социальный психолог, представитель необихевиоризма, создатель теории элементарного социального поведения.

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 [6; 7; 64].

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 (1896–1988) – выдающийся психолог, которого считают родоначальником когнитивного направления в социальной психологии. В 1946 году он формулирует теорию структурного баланса, основанную на «психологии здравого смысла». Важнейшая работа: «Психология межличностных отношений» (1958).

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) испыты-

валяет симпатию к другому человеку О (other), который делает нечто Х, и если это Х позитивно с точки зрения Р, мы имеем случай баланса из трех позитивных отношений.

Если человек Р испытывает антипатию к человеку О, который делает нечто Х, и если это Х 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 Х или путем изменения целого.

Изменения в отношениях Р:

а) Р начинает думать, что Х 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 Х») – балансное отношение устанавливается снова.

Изменения в отношениях целого:

а) Р начинает думать, что О в действительности не в ответе за Х, тогда Х 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» Х, 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 [7, с. 102–107; 61; 91, с. 127–131].

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.

Теодор Ньюком(б) (1903–1984) – американский социолог и психолог, изучающий социальные установки личности, коммуникацию и групповые процессы.

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 [6; 7, с. 107–111; 64].

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 Уолтер Тибо (1917–1986) – американский психолог, известен своими исследованиями в области психологии личности, социальной и юридической психологии.

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 техникой приема 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. 5, 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.

| | | | | | | | | | | |
|----|---|----------|----|----|----|----------|----------|----|----------|----------|
| а) | <table border="1" style="border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr> <td></td> <td style="padding: 5px;">A1</td> <td style="padding: 5px;">A2</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">B1</td> <td style="padding: 5px;">+4 +2</td> <td style="padding: 5px;">-1 -1</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">B2</td> <td style="padding: 5px;">-1 -1</td> <td style="padding: 5px;">+2 +4</td> </tr> </table> | | A1 | A2 | B1 | +4 +2 | -1 -1 | B2 | -1 -1 | +2 +4 |
| | A1 | A2 | | | | | | | | |
| B1 | +4 +2 | -1 -1 | | | | | | | | |
| B2 | -1 -1 | +2 +4 | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | |
|----|---|----------|----|----|----|----------|----------|----|----------|----------|
| б) | <table border="1" style="border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr> <td></td> <td style="padding: 5px;">A1</td> <td style="padding: 5px;">A2</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">B1</td> <td style="padding: 5px;">+1 +1</td> <td style="padding: 5px;">-2 +2</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">B2</td> <td style="padding: 5px;">-2 +2</td> <td style="padding: 5px;">-1 -1</td> </tr> </table> | | A1 | A2 | B1 | +1 +1 | -2 +2 | B2 | -2 +2 | -1 -1 |
| | A1 | A2 | | | | | | | | |
| B1 | +1 +1 | -2 +2 | | | | | | | | |
| B2 | -2 +2 | -1 -1 | | | | | | | | |

Рис. 5. Ситуации взаимного поведенческого контроля (Дж. Тибо и Г. Келли)

На рис. 5, б изображена «дилемма узника»: два заключенных обвиняются в совершении преступления, но они не могут договориться (содержатся в разных камерах). Если они вместе признаются, то получают по –1; если они оба промолчат, то получают 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. [6; 7; 64].

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. 7) [6].

Таблица 7

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

Эрик Берна (Берништейн) (1910–1970) – американский психотерапевт психоаналитического направления, известен своими работами «Игры, в которые играют люди. Психология человеческих взаимоотношений» и «Люди, которые играют в игры. Психология человеческой судьбы». Эти книги являются популярным изложением разработанной им *транзактной* психологии.

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 Берна 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. 8).

Таблица 8

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. Берна для обозначения функциональной единицы общения ввел понятие транзакции. Транзакция представляет собой взаимодействие двух эго-состояний индивидов, где под эго-состоянием понимается актуальный способ существования Я-субъекта. Для обозначения взаимодействия Берна 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 самоуничужение. 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) [23].

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) [6, с. 130].

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 [37].

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).

2.4. 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» [6].

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 литературе [6; 13; 38; 41] 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. 9) [6, с. 146–147; 38].

Эффекты межличностного восприятия

| Эффекты межличностного восприятия | Эмпирические данные |
|--|---|
| Эффект ореола («галлоэффект») – 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. |

| Эффекты межличностного восприятия | Эмпирические данные |
|---|--|
| <p>Эффект привлекательности – частный случай эффекта ореола; это тенденция переоценивать неизвестные нам качества внешне привлекательного, симпатичного человека.</p> | <p>Эксперименты А. А. Леонтьева и А. Миллера). Молодым людям было предложено оценить почерк в тексте, написанном женщиной, причем к тексту прилагался ее портрет. В одних группах испытуемых использовался портрет женщины с привлекательной внешностью, а в других – портрет дурнушки. Более высокие оценки получил почерк красивой женщины.</p> <p>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).</p> |
| <p>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).</p> <p>Обратный эффект – склонность недооценивать психологические качества людей, которые не обладают важными для нас качествами.</p> | <p>Если наблюдатель ощущает превосходство партнера по уму, физическому росту, материальному благосостоянию и пр., то он переоценивает его также и по личностным качествам.</p> |
| <p>Эффект ложного согласия – тенденция переоценивать распространенность какого-либо мнения, нежелательного или неэффективного поведения.</p> <p>Эффект ложной уникальности – тенденция недооценивать тот факт, что способности и желательное или нежелательное поведение имеют широкое распространение.</p> | <p>В книге Д. Майерса «Социальная психология» представлены ссылки на исследования Дж. Крюгера и У. Клементя (1994), Г. Маркса и Н. Миллера (1987), Дж. Готалз (1991) [Майерс, 1997, с. 85].</p> |

| Эффекты межличностного восприятия | Эмпирические данные |
|--|--|
| <p>Стереотип ожидания, или «самоактуализирующееся пророчество» (Р. Бернс), «эффект Пигмалиона» – стереотип, способный породить новую реальность.</p> <p>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».</p> | <p>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.</p> <p>Роберт Розенталь и Ленор Якобсон подтвердили «эффект Пигмалиона» в эксперименте на школьниках.</p> |

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

Абрахам С. Лачинс (1914–2005) был одним из основных американских психологов гештальта и пионером групповой терапии. Автор исследований в области межличностной перцепции.

В эксперименте А. Лачинса [по: 6; 86] четырем группам студентов был представлен незнакомец, относительно которого была дана характеристика экстраверсии или интроверсии (табл. 10).

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 [13].

Бодалев Алексей Александрович (1923–2014) – известный отечественный психолог и организатор науки, изучавший проблемы общения и акмеологии (развития человека на ступени его зрелости). Наиболее важные работы: «Восприятие и понимание человека человеком» (1982), «Вершина в развитии взрослого человека: характеристики и условия достижения» (1998).

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 [38].

Эксперименты С. Аша: межличностное восприятие

Соломон Аш (1907–1996) – выдающийся американский психолог, представитель гештальтпсихологии и когнитивного направления. Известен экспериментами в области социальной перцепции и группового давления (конформизма).

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 [38].

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 полу-

чены 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 [38].

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 [88]:

- 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 [88].

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 [41]. Как отмечают Жан-Филипп Лейенс, Бенуа Дарден и Клайс Фидлер в работе «Перспективы социальной психологии» (2001) [55], такими процессами могут быть восприятие, категоризация, суждения в виде эвристик.

Вопросы для самопроверки

1. Чем отличаются авторитарная и диалогическая коммуникации?
2. В чем смысл модели Лассуэлла?
3. Опишите стили поведения в конфликтной ситуации.
4. В чем различие понимания конфликта в конфликтологии и социальной психологии?
5. Какие существуют социально-психологические эффекты межличностного восприятия? В каких экспериментах они наблюдались?

3. ПСИХОЛОГИЯ ГРУППЫ

3.1. 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 табл. 11 представлены классификации социальных групп (по Г. М. Андреевой [6, с. 188]; В. В. Нурковой, Н. Б. Березанской (2005) [46, с. 426]).

Таблица 11

Классификации социальных групп

| Критерии классификации | Виды групп | |
|--|--|--|
| По общественному статусу (Э. Мэйо) | Формальные (официальные) | Неформальные (спонтанно формирующиеся) |
| По уровню развития | Высокоорганизованные (коллектив). Коллективы – группы с высоким уровнем сплоченности, ориентированные на общественно-значимые цели и ценности. | Диффузные – группы с низким уровнем сплоченности (конгломерат, диффузная группа) |
| По наличию непосредственного контакта между членами группы | Первичные (контактные) – люди реально присутствуют в пространстве и времени | Вторичные – контакт между людьми через опосредственные звенья (дипломатический корпус) |
| По ценностным характеристикам (Г. Хаймен) | Референтные – значимый круг общения (человек признает нормы и ценности группы) | Группы членства – группа, с членами которой человек непосредственно взаимодействует |
| По численности | Малые – всегда контактные общности, связанные реальным взаимодействием входящих в них лиц и реальными взаимоотношениями между ними (например, семья). Верхняя граница – обычно не более 15 человек. Они делятся на 1) становящиеся; 2) коллективы. | Большие группы включают значительное число людей, существующих в общем пространстве и времени. Они могут быть <i>реальными</i> (контактными, например, толпа), образующими социальную <i>общность</i> (народ); делятся: 1) на организованные; 2) неорганизованные. |
| По форме существования | Условные – выделяемые исследователем на основе общих признаков (половозрастных, национальных или имущественных) | Реальные – контактные (общее пространство и время, реальные отношения): 1) лабораторные и 2) естественные. |
| По степени открытости | Открытые | Закрытые |

Во второй половине XX века в классификации групп по численности появился новый элемент – организация (табл. 12) [62, с. 49].

Таблица 12

**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 оформленная (отсутствие развитой неформальной структуры) | Отсутствие внутренней структуры |
| Связи в процессе труда | Непосредственные трудовые | Трудовые, опосредованные официальной структурой организации | 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 |

3.2. Малые социальные группы

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. 13) [6].

Таблица 13

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: <ul style="list-style-type: none"> ▪ ролевая структура; ▪ структура деловых (официальных) | Система ролей |

| Характеристики группы | Характеристики членов группы |
|--|------------------------------|
| 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.

Трехмерная теория интерперсонального поведения У. Шутца

Уильям Шутц (1925–2002) с 1955 по 1966 год разрабатывает теорию межличностных отношений. Он выделяет три межличностных потребности:

- потребность включения;
- потребность в контроле;
- потребность в аффекте (любви).

Шутц подчеркивает определяющую роль раннего детства в развитии межличностных отношений взрослого. В зависимости от характера удовлетворения потребности включения в детстве взрослый, человек в межлич-

ностных отношениях склонен к проявлению недостаточно социального поведения, сверхсоциального поведения или социального поведения.

Шутц изучал проблему совместимости в связи с сочетанием поведения членов группы по трем сферам межличностного взаимодействия. Он определяет межличностную совместимость как такие отношения между двумя или более индивидами, при которых достигается та или иная степень взаимного удовлетворения межличностных потребностей.

Каждая группа проходит в своем развитии три стадии:

- включения (решение проблемы: остаться или выйти);
- контроля (распределение ответственности и власти);
- любви (решение проблемы групповой интеграции) [6; 7].

Шутц создал опросник FIRO-B (Fundamental Interpersonal Relations Orientation). В (behaviour) обозначает уровень, на котором произведено измерение. На данной основе отечественный психолог А. А. Рукавишников создал опросник межличностных отношений (ОМО) для прогноза поведения человека в межличностных ситуациях и предсказания интеракций.

Нормы группы

Понятие и функции социальных норм

Под социальными нормами понимаются требования организованной общности людей к ее членам, выраженные в понятной для всех форме и задающие некоторые должные варианты их образа жизни, деятельности, поведения.

Социальные нормы – это правила, предписывающие или запрещающие какое-либо поведение, деятельность, действие [14]. Социальные нормы, будучи связанными с нравственными нормами и законами, отражают основные моральные императивы общества, но не воспроизводят их, являясь исключительно детальными правилами организации поведения в конкретном межличностном взаимодействии.

Можно выделить три основные функции норм:

- регуляторная (они являются набором поведенческих программ для индивида);
- оценочная (они представляют собой набор шкал для оценки поведения других);
- идентификационная функция (введена Т. Парсонсом) (нормы характеризуют принадлежность индивида к определенной социальной группе).

Существует множество классификаций социальных норм. Так, У. Самнер (1906) выделяет обычаи, мораль и законы. Данило Маркович делит нормы на социальные предписания и технические правила [14, с. 407–408].

Проблемой нормы занимаются и социологи, и психологи. Психологов интересует прежде всего оценочная и идентификационная функция

норм. Основные проблемы: как нормы представлены в сознании человека, как они формируются, и каковы условия для их формирования.

Эксперимент М. Шерифа: формирование групповых норм

Музафер Шериф в 1935 и 1937 годах в лабораторных условиях проследил возникновение социальной нормы. В своем исследовании он использовал автокинетический эффект – иллюзию восприятия, которая возникает при наблюдении за точечным источником света в темной комнате. У наблюдателя возникает ощущение движения источника света, хотя этого на самом деле не происходит. Темнота в комнате не позволяет определить, насколько «сместился» источник света. Например, испытуемый первоначально оценивал «смещение» в ряде проб приблизительно от 6 до 10 дюймов (от 15 до 25 см). Но на следующий день испытуемый встречается в лаборатории с двумя другими испытуемыми, которые называют свои наиболее достоверные предположения предыдущего дня. «Один дюйм», – говорит первый. «Два дюйма», – говорит второй. Хотя третий сбив с толку, он, тем не менее, говорит: «Шесть дюймов». Оценки тремя испытуемыми расстояния, на которое якобы смещалась световая точка, от опыта к опыту все более и более сближались. Через несколько дней результаты наблюдения всех испытуемых смещаются к одной цифре – 2 дюйма.

Ответы участников эксперимента Шерифа, студентов Колумбийского университета, изменились весьма существенно. Складывалась некая групповая норма, которая не соответствовала действительности, потому что световая точка вообще не двигалась. Эксперименты Шерифа были основаны на иллюзии восприятия, известной под названием «автокинетическое движение».

В других экспериментах использовали подставного испытуемого, который давал неправдоподобные оценки величины смещения света. Затем подставной выходил из игры, а на его место садился новичок – настоящий испытуемый, которого, в свою очередь, сменяли все новые и новые участники. Иллюзорная установка сохранялась в пяти «поколениях» испытуемых.

Эксперименты Шерифа показывают, как формируется групповая норма. Д. Майерс отмечает, что эксперименты, подобные исследованию М. Шерифа, объясняют, почему повторение суицидов возникают вследствие их упоминания в средствах массовой информации [38, с. 268–291].

Роли и ролевая структура группы

Определение роли, классификации ролей

Слово «роль» заимствовано из театра и, как и в театре, означает действия, ожидаемые от тех, кто занимает определенное социальное положение. Изучением «ролей» занимались Дж. Мид, Э. Гоффман, Т. Шибутани, У. Гуд, которые разработали ролевые теории.

В научный оборот термин «роль» ввели в 20–30-е годы XX века Дж. Мид и Р. Линтон. Ральф Линтон определял роль как «динамический

аспект статуса». Под статусом понималась какая-либо социальная позиция личности, а роль – как определенная демонстрация этой позиции. Можно выделить роли профессиональные; роли семейные; роли, связанные с общественно-политической позицией. Человек, находящийся в той или иной социальной позиции, имеет соответствующие права и обязанности [73].

Ральф Линтон делит роли на латентные (скрытые) и активные (та роль, что выполняется в данный момент).

Выделяют социальные роли: предписанные (например, гендерные) и достигнутые (директор, профессор); роли специфические (обусловленные профессиональной деятельностью, специфическими условиями) и диффузные (мать, друг) [73].

Роли делятся на формальные и неформальные.

Ролевые теории

К ролевым теориям относят концепции Дж. Мида Т. Парсонса, Э. Гоффмана, Т. Шибутани, У. Гуда.

Социальная роль – это модель поведения, объективно заданная социальной позицией личности в системе общественных отношений. Джордж Мид применил этот термин, когда развивал идею Чарльза Кули о «зеркальном Я» (человек как в зеркале видит свое отражение в представлениях других). Эрвинг (Ирвинг) Гоффман определяет роль как осуществление прав и обязанностей, связанных со статусом. Э. Гоффман разработал концепцию «социальной драматургии».

Социальная роль распадается:

- на знание роли;
- ролевые ожидания;
- принятие роли;
- ролевое поведение (выполнение, игра роли).

Всякий раз, беря на себя ту или иную роль, человек более или менее четко представляет связанные с ней права и обязанности, приблизительно знает схему и последовательность действий и строит свое поведение в соответствии с ожиданиями окружающих. Общество при этом следит, чтобы все делалось «как надо». Для этого существует целая система социального контроля – от общественного мнения до правоохранительных органов – и соответствующая ей система социальных санкций – от порицания, осуждения до насильственного пресечения.

Границы ролевого поведения достаточно жестки, поскольку смешение разных функций или неадекватное их исполнение может привести к нарушению равновесия всей социальной системы. Но эти границы не абсолютны: роль задает общую направленность и цель действий, а стиль их выполнения – фактор вариативный.

Один и тот же человек выполняет множество ролей, которые могут противоречить, не согласовываться друг с другом, что приводит к возник-

новению ролевого конфликта. Примером тому может служить часто описываемый в социологии конфликт между профессиональной и семейной ролью женщины.

Американский психолог японского происхождения *Тамотсу Шибутани* (1920–2004), рассматривая роли, делит их на две группы:

- конвенциональные (в отношении их существуют общепринятые представления);
- межличностные (в отношении их не существует общепринятых представлений).

Межличностная роль – это модель поведения, определяемая позицией человека в группе или в межличностных отношениях. Например, сюда можно отнести роли «друг», «враг», «козел отпущения», «шут».

Выделяются ролевые конфликты:

1) межролевые (индивиду приходится выполнять много ролей, примером является маргинальная личность);

2) внутриволевые (разные социальные группы предъявляют различные требования к носителям одной роли, примером являются противоречия в ожиданиях родителей и сверстников).

Согласно «теории ролевой напряженности» У. Гуда, в межролевом конфликте индивид сталкивается с несовместимыми с ролью ожиданиями [9].

Теории референтной группы

Референтная группа – группа, к которой индивид относит себя психологически, ориентируясь при этом на ценности и нормы данной группы, которая служит ему своеобразным стандартом, а также источником формирования социальных установок и ценностных ориентаций. В русском языке она иногда носит название эталонной группы.

Понятие референтной группы используется для изучения девиантного поведения, проблем маргинальной личности, конфликтов, поведения личности под влиянием средств массовой информации.

Термин «референтная группа» был введен американским психологом Гербертом Хайменом в 1942 году при изучении представлений личности о собственном статусе по сравнению со статусом других. Затем Теодор Ньюком применил понятие референтной группы для изучения установок студентов. Референтные группы изучали Музафер Шериф, Роберт Мертон, Тамотсу Шибутани, Гарольд Келли. М. Шериф ввел разграничение групп членства и референтных групп.

По мнению Тамотсу Шибутани, у каждого индивида столько референтных групп, сколько каналов коммуникации.

Гарольд Келли выделяет две функции референтных групп:

- нормативную (установление стандартов поведения – норм);

- сравнительно-оценочную (группа является эталоном для сравнения себя и других).

Т. Шибутани выделяет, кроме этих двух функций референтной группы, также побудительную функцию (побуждающую индивида стремиться стать членом референтной группы).

Социолог Роберт Мертон является автором одной из известных теорий референтной группы

Роберт Мертон (1910-2003) – выдающийся американский ученый, ученик П. Сорокина и Т. Парсонса, продолжатель европейских традиций (от М. Вебера и Э. Дюркгейма) в социологии; представитель структурного функционализма. Предметом его изучения были ценностно-нормативная регуляция социального поведения человека и социальных институтов; массовая коммуникация; аномия и механизмы поддержания социального порядка.

Роберт Мертон изучал установки американских солдат во время Второй мировой войны в Европе в зависимости от референтных групп. Материалы описаны в книге «Американский солдат».

Мертон выделил факторы, способствующие выделению в качестве референтной группы не группы членства, а внешней группы:

1. Если группа не обеспечивает достаточный престиж своим членам.
2. Если индивид изолирован в своей группе членства.
3. Если индивид обладает высокой социальной мобильностью, то выберет группу с более высоким социальным статусом.
4. Выбор референтной группы зависит от его личностных характеристик [9].

Ролевая структура малой группы

Ролевая структура малой группы – это совокупность связей и отношений между членами группы: распределение между ними групповых ролей (предписываемых, ожидаемых и реализуемых). Следует учесть, что ролевая структура зависит от особенностей группы (наиболее важной характеристикой группы является уровень ее развития).

Большинство исследователей считают, что набор ролей в целом всегда один и тот же (Р. Бейлз и Р. Слетер, 1955). Другие придерживаются мнения, что роли существуют в группе в латентном виде, пока не возникнет специфическая для каждой фазы существования группы потребность в их реализации.

В психокоррекционных группах выделяются роли генератора идей, эксперта, критика, организатора, мотиватора. К. Рудестам (1999) [71] при анализе группового решения задач выделил роли, связанные с решением задач, и роли, связанные с оказанием поддержки другим членам группы (табл. 14) [71, с. 29].

Анализ ролевой структуры малой группы позволяет определить, какие именно ролевые функции и в какой степени реализуются участниками группового взаимодействия.

Таблица 14

**Роли, связанные с решением задач и оказанием поддержки
(Benne and Sheats, 1948, адаптировано)**

| Решение задач | Оказание поддержки |
|--|---|
| Инициатор предлагает новые идеи и подходы к проблемам и целям группы, способы преодоления трудностей и решения задач | Вдохновитель поддерживает начинания других, демонстрирует понимание чужих идей и мнений |
| Разработчик детально прорабатывает идеи и предложения, выдвинутые другими членами группы | Гармонизатор служит посредником в ситуациях, когда между членами группы возникают разногласия и, таким образом, сохраняет в группе гармонию |
| Координатор комбинирует идеи и предложения и пытается координировать деятельность других членов группы | Примиритель поступает в чем-то своим мнением, чтобы привести в соответствие мнения других, и, таким образом, поддерживает в группе гармонию |
| Контролер направляет группу к ее целям, подводит итог того, что в ней уже произошло, выявляет отклонения от намеченного курса | Диспетчер создает возможности для общения, побуждая к нему других членов группы и помогая им, и регулирует процессы общения |
| Оценщик критически оценивает работу группы и предложения других, сравнивая их с существующими стандартами выполнения поставленной задачи | Нормировщик формулирует или применяет стандарты для оценки происходящих в группе процессов |
| Погонщик стимулирует группу и подталкивает ее членов к действиям, к новым решениям и к тому, чтобы сделать больше, чем сделано | Ведомый пассивно следует за группой. Выступает в роли зрителя и слушателя в групповых дискуссиях и при принятии решений. |

В работе Рауля Шиндлера (1957) описаны наиболее распространенные роли в группе, обозначенные греческими буквами: α – альфа (лидер), β – бета (эксперт), γ – гамма (рядовой), ω – омега (аутсайдер, отвергаемый), Р (противник). Лидер импонирует группе, побуждает ее к действиям. Эксперт имеет специальные знания, навыки способности, значимые для группы. Он рассматривает ситуацию с нескольких сторон, его поведение самокритично и рационально. Гамма – легко приспособляющиеся члены группы, большинство из них отождествляет себя с лидером. Омега – индивид, который отстает от группы в силу какого-то отличия от всех остальных.

ных (не похож на других, не знает «правил», обладает какими-то дефектами), иногда он отождествляется с противником, чем провоцирует группу [88].

Восприятие роли и выполнение роли

А. Б. Добрович, изучая проблему «исполнения роли», предлагает рассматривать следующие роли:

- 1) социальная роль – функция, нормативно одобренный образ жизни, поведения, ожидаемый от каждого, занимающего данную позицию;
- 2) формальная роль – поведение, которое мы строим в соответствии с усвоенными нами ожиданиями общества, выполняя ту или иную социальную функцию;
- 3) внутригрупповая роль – поведение, которое мы строим в соответствии с ожиданиями участников группы;
- 4) межличностная роль – поведение, которое мы строим с учетом ожиданий, предъявляемых нам знакомым человеком на основе сложившихся между нами отношений [23].

Значительное направление исследований – изучение факторов, воздействующих на восприятие и выполнение индивидом той или иной роли. Выделяют следующие группы факторов:

- 1) знание роли (представление о правах и обязанностях, связанных с ролью);
- 2) умение выполнять данную роль;
- 3) интериоризация выполняемой роли (определяется ее значимостью).

Ролевое поведение личности обычно рассматривается как функция двух основных переменных – социальной роли и «Я». «Я» человека понимается как проявление его самосознания, как продукт выделения человеком самого себя из окружающего мира и противопоставления ему (не-Я). Я-концепция как представление человека о самом себе основано в значительной степени на том, как другие люди определяют наше положение в обществе. Качество выполнения роли зависит от того, насколько человек понимает, принимает и усваивает данную роль, т. е. насколько данная роль интернализируется. Об интернализации социальной роли можно говорить тогда, когда требования извне, предъявляемые индивиду, занимающему ту или иную позицию, становятся его собственными требованиями к самому себе. Таким образом, интернализация – это моральная готовность личности принять роль.

Таким образом, для успешного выполнения социальной роли необходимо:

- информирование о требованиях к поведению в данной роли;
- интернализация этой роли (согласие с ее требованиями);

- соответствие особенностей «Я» личности и требований социальной роли;
- определенная мотивация [73].

В исследованиях К. Муздыбаева [45] выявлены различные уровни осознания работниками их должностных обязанностей и соответственно различные уровни осознания их социальной роли и ответственности.

Иногда личность при выполнении той или иной роли оказывается в конфликтной ситуации. Выделяется несколько типов ролевых конфликтов:

1. Личностно-ролевой конфликт, когда субъективное «Я» вступило в конфликт с предписаниями социальной роли (личностные установки не позволяют выполнять роль).

2. Межролевой конфликт (в случае конфликта предписания различных социальных ролей, например, роли женщины и роли работника).

3. Инtrarолевой конфликт (несовместимость ожиданий по отношению к роли различных участников взаимодействия, например, ожиданий рабочих и начальства относительно действий мастера).

4. Ролевая перегрузка (необходимость выполнять чересчур много социальных ролей).

5. Ролевая недогрузка (личности не позволяют в полной мере осуществлять свою роль).

Личность со всеми своими особенностями влияет на особенности выполнения ею той или иной социальной роли. И, напротив, продолжительное выполнение индивидом какой-либо социальной роли (включая и профессиональную) влияет на проявление и формирование соответствующих свойств личности. Так, К. К. Платонов и К. М. Гуревич используют такие понятия, как «профессиональный характер» и «профессиональный тип личности», подчеркивая формирующее влияние роли на личность. Иногда высокая степень интернализации профессиональной роли может вести к «профессиональной деформации» личности, например «синдром вахтера». Профессиональные стереотипы проявляются в других социальных ситуациях, например в семье.

Стэнфордский тюремный эксперимент Ф. Зимбардо

Исполнение ролей описано в эксперименте Филипа Зимбардо (1971).

Филипп Зимбардо (род. 1933) – выдающийся американский психолог, автор исследований социальной ответственности и знаменитого стэнфордского тюремного эксперимента.

В эксперименте мужчинам-добровольцам, студентам и сотрудникам Стэнфордского университета, предложили «посидеть в тюрьме», созданной на факультете психологии Филипом Зимбардо. Зимбардо интересовало, является ли тюремная жестокость следствием дьявольских наклонностей

преступников и злонамеренных охранников, или сами по себе роли охранника и заключенного как таковые способны озлобить даже не склонных к насилию людей.

Бросив монетку, Зимбардо назначил некоторых добровольцев на роль охранников. Он выдал им униформу, дубинки, свистки и сказал, что они должны требовать исполнения всех правил. Остальных участников эксперимента («заключенных») облачили в унижающую человеческое достоинство одежду и заперли в камеры. Первый день прошел весело: все были поглощены игрой, однако затем наступило отрезвление: не только охранники и заключенные, но даже сами экспериментаторы оказались заложниками ситуации. Охранники начали унижать заключенных, а некоторые придумали жестокие и оскорбительные порядки. Заключенные отреагировали на это по-разному: кто – бунтом, а кто – апатией. По словам Зимбардо, возникла «все разрастающаяся пропасть между реальностью и иллюзией, между исполнением роли и самоидентичностью... Тюрьма, которую мы создали, поглощала нас и превращала в порождения ее собственной реальности». Эксперимент, который должен был продлиться две недели, был прерван Зимбардо уже через шесть дней, ибо он почувствовал угрозу социальной патологии [38].

В своей статье 1975 года Филипп Зимбардо провел анализ эксперимента. Он отметил, что в эксперименте моделировались все аспекты реальной ситуации:

- ролевые инструкции;
- форменная одежда;
- процедура приема заключенных в тюрьму;
- административные порядки.

Результаты эксперимента:

1. Структурный анализ записанных на видеопленку 25 случаев взаимодействия между заключенными и надзирателями указывает на существование резких различий между группами. Так, для надзирателей характерны приказы, угрозы, оскорбления, вербальная и физическая агрессия и обезличивающее отношение к заключенным. Заключенные сопротивлялись, но в их поведении все больше отмечалась пассивность.

2. Уровень агрессии со стороны надзирателей повышался с течением времени.

3. У заключенных наблюдался негативизм, депрессия и склонность причинять вред другим людям.

4. Все заключенные испытывали сильные душевные страдания, половина заключенных не смогла с ними справиться, их пришлось освободить.

5. Не было установлено существенных связей между личностными особенностями и поведением во время эксперимента.

6. Частные разговоры заключенных на 90 % касались тюремной ситуации (пища, права, наказания, тревоги, жалобы), а не прежней жизни.

7. Трое из пяти заключенных, представленных для «досрочного освобождения», были готовы отказаться от денег, заработанных в ходе эксперимента.

Стэнфордский эксперимент показал, что исполнение роли может быть более мощным фактором влияния на поведение человека, чем личностные особенности и убеждения.

Зимбардо сделал открытия по результатам эксперимента:

- власть имеет силу;
- время – важный фактор управления поведением (главной системой отсчета стало ограниченное непосредственное настоящее, поскольку планировать невозможно, а нужно выживать);
- подчиненная роль способствует обезличиванию;
- правила взаимоотношений – основа управления людьми, исполняющими роли [53, с. 296–320].

Давление группы: эксперименты С. Аша

Целью исследования было изучение социальных и личностных условий, заставляющих индивидуумов сопротивляться или уступать групповому давлению в тех случаях, когда суждение группы воспринимается как противоречащее фактам.

Участники экспериментов Шерифа, в которых использовалось автокинетическое движение, сталкивались с неоднозначной реальностью, с иллюзией. В экспериментах Соломона Аша требовалась сравнивать длину отрезков и ничто, кроме подставных испытуемых, не мешало принять правильное решение (рис. 6) [38, с. 275].

На рис. 6 представлены карточки с изображением эталонного отрезка и отрезков, из которых нужно выбрать равный ему по длине. Участники эксперимента должны решить, какой из трех отрезков (№ 1, № 2 или № 3) равен по величине эталонному отрезку.

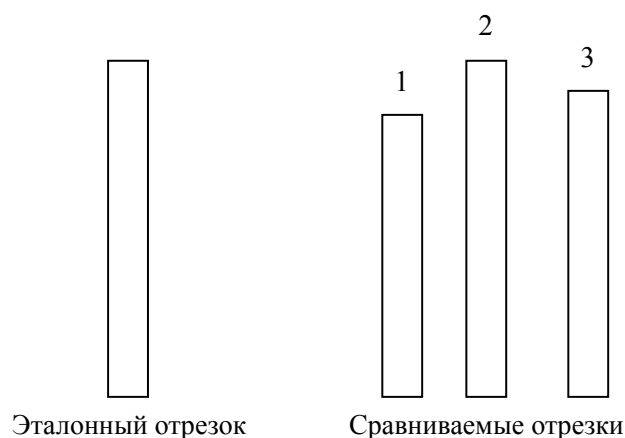


Рис. 6. Эксперимент Соломона Аша по изучению конформизма

«Представьте себя в роли одного из добровольных участников эксперимента Аша. Вы сидите шестым в ряду, в котором всего семь человек. Сначала экспериментатор объясняет вам, что все вы принимаете участие в исследовании процесса восприятия и связанных с ним суждений, а затем просит ответить на вопрос: какой из трех отрезков равен по длине эталонному отрезку? (рис. 6) [38, с.275]. Вам с первого взгляда понятно, что эталону соответствует отрезок № 2. Поэтому нет ничего удивительного в том, что все пять человек, которые ответили до вас, сказали: «Отрезок № 2».

Следующее сравнение происходит столь же легко, и вы настраиваетесь на кажущийся вам простым тест. Однако третий раунд очень удивляет вас. Хотя правильный ответ кажется таким же бесспорным, как и в первых двух случаях, первый отвечающий дает неверный ответ. А когда и второй говорит то же самое, вы приподнимаетесь со стула и впиваетесь глазами в карточки. Третий испытуемый повторяет то, что сказали первый и второй. Вы удивлены и обескуражены. «В чем дело? – спрашиваете вы себя. – Кто из нас слеп? Они или я?» Четвертый и пятый соглашаются с первыми тремя. И вот взгляд экспериментатора устремлен на вас. Вы испытываете то, что называется «эпистемологической дилеммой»: как мне узнать, кто прав? мои товарищи или мои глаза?

Студенты, входившие в состав контрольной группы, отвечали на вопросы экспериментатора, будучи один на один с ним, и в 99 случаях из 100 давали правильные ответы [38, с. 275–277].

Результаты экспериментальной группы, по описанию С. Аша (1955) [по: 53]:

1. Наблюдалось заметное смещение оценок в сторону большинства, три четверти испытуемых продемонстрировали подверженность давлению группы (т. е. конформность) хотя бы единожды. Примерно одна треть ответов оказались «конформными», т. е. смещенными в сторону большинства. В контрольной группе ошибки фактически отсутствовали.

2. В то же время влияние большинства было далеко не абсолютным. Преобладающее большинство оценок в экспериментальной группе (примерно две трети ответов) были правильными, несмотря на давление большинства.

3. Существовали большие индивидуальные различия. В экспериментальной группе нашлись испытуемые, которые во всех случаях сохраняли независимость суждений. Одна четверть испытуемых была полностью независима; с другой стороны, одна треть группы не менее чем в половине испытаний смещала оценки в сторону большинства.

Соломон Аш описал поведение независимых и уступчивых испытуемых. Независимые испытуемые либо обладали характеристикой уверенности и стойкости, либо характеризовались замкнутостью и ориентацией на собственные ощущения.

Были выделены три категории реакций уступчивых испытуемых:

- искажение восприятия (испытуемые не осознают, что их оценки смещены под давлением большинства);
- искажение суждений (сюда относятся самые податливые испытуемые: они приходят к решению, что их восприятие неточно, а восприятие остальных членов группы правильно; они переживают серьезные сомнения, и им недостает уверенности, поэтому они ощущают сильную склонность примкнуть к большинству);
- искажение действий (испытуемые уступают потому, что испытывают непреодолимую потребность казаться «такими, как все» или «не хуже других», чтобы не показаться неполноценными).

В дальнейшем поведение уступчивых испытуемых было интерпретировано либо как поведение внушаемых (первая категория), либо как конформных (некритично принимающих мнение группы).

Методика Аша, ставшая стандартной, была использована в сотнях экспериментов. Варьировалось количество подставных испытуемых (2, 3, 4, 8 и 10–15 человек); изменялась стимульная ситуация, чтобы сделать ее более реалистичной, а «цену» решения социально значимой. Тенденция сохранялась в большинстве случаев. Когда численность оппозиции снижалась до одного человека, влияние одного мнения стало минимальным. Давление группы достигало максимума, когда большинство составляло три человека, при дальнейшем увеличении численности влияние уже не возрастало.

Эксперимент «наоборот»: в одном из экспериментов большинство состояло из 16-и наивных испытуемых, а оппозицию им составлял один человек. В этих условиях одинокий диссидент воспринимался большинством как шут [53].

Явление, которое проявилось в экспериментах С. Аша, – конформизм. *Конформизм* – изменение отдельными членами группы своих представлений, оценок и поведения под влиянием большинства. Когда проявляется конформизм? – Основные факторы:

1. Численность группы (феномен наблюдался, начиная с трех человек).
2. Высокий статус большинства повышал давление группы.
3. Высокая сплоченность группы, строгость санкций за нарушение норм повышали конформизм.
4. Требование публичности ответа повышало давление группы.
5. Низкая самооценка, повышенная тревожность, потребность в одобрении, низкий статус и нестабильное положение человека в групповой структуре повышают конформизм [38; 53].

В отечественной психологии конформизм часто понимается негативно, как приспособленчество. Конформность, или конформное поведение – это чисто психологическая характеристика позиции субъекта, означающая меру подчинения групповому давлению.

В социальной психологии различают внешнюю и внутреннюю (подлинную) конформность, а также негативизм – сопротивление давлению группы. Негативизм – конформность наизнанку. Позитивной, противостоящей конформности, является самостоятельность.

В экспериментах Аша не учитывалась значимость для субъекта высказываемого мнения. Оценка длины линий – не значимая ситуация. Другим методологическим просчетом рассматриваемых экспериментов является абстрактная природа участвующих индивидов.

А. В. Петровский считает, что необходимо рассматривать не два типа поведения (конформный и неконформный), а три:

1) внутригрупповая внушаемость, т. е. бесконфликтное принятие мнения группы;

2) конформность – осознанное внешнее согласие при внутреннем расхождении;

3) коллективизм, или коллективистическое самоопределение, – это относительное единообразие поведения в результате сознательной солидарности личности с оценками и задачами коллектива.

Коллективистское самоопределение проявляется в способности членов группы противостоять в конфликтной ситуации групповому давлению.

А. А. Туровской был проведен эксперимент по изучению коллективистского самоопределения. Членам коллектива (группе школьников) предложили для выбора 16 общественно значимых целей: провести КВН, организовать шефство и пр. Каждый в присутствии группы сообщал о своем выборе или выражал свое согласие/несогласие с выбором других, после чего коллектив приступал к реализации одной из выбранных целей. Через месяц каждому члену группы сообщали ложное мнение группы – отказаться от дальнейшей работы и спрашивали, согласен ли он отказаться тоже. Результаты исследования показали, что чем выше уровень развития коллектива, тем сильнее коллективистское самоопределение, тем активнее испытуемые противостояли подставному мнению своих товарищей и тем труднее было заставить их отказаться от выполнения начатой общественно значимой деятельности [81].

Влияние меньшинства на большинство (С. Московичи)

В 70-е годы XX века появился интерес к поведению меньшинства в группе. Было замечено, что меньшинство может не просто проявлять независимость, но и влиять на группу.

Считается, что влияние большинства основано на зависимости. Меньшинство зависит от большинства, поскольку существует информационное и нормативное влияние большинства. Меньшинство не обладает численным превосходством, поэтому его влияние происходит за счет соци-

ально приемлемого поведения, которое отражает последовательность и уверенность в себе. Меньшинство не желает идти на компромисс, вызывая социальный конфликт.

Серж Московичи утверждает, что большинство оказывает влияние в основном на уровне реакции (межличностный уровень), в то время как меньшинство оказывает влияние на уровне стимула, т. е. на уровне социально приемлемого поведения (1976). Существуют данные, что меньшинство оказывает влияние на латентном уровне даже тогда, когда испытуемые публично не демонстрируют явных признаков того, что на них оказано влияние. Московичи выделил три направления социального влияния:

- конформизм, возникающий под влиянием большинства, при котором большинство убеждает меньшинство принять свою точку зрения (информационное влияние);
- нормализация – взаимный компромисс большинства и меньшинства, при котором те и другие немного изменяют свою позицию (речь идет о нормативном влиянии);
- инновация, при которой меньшинство создает конфликт для того, чтобы убедить большинство принять свою позицию.

Влияние большинства, согласно Московичи, обеспечивает стабильность группы и социальной системы в целом, но одновременно препятствует развитию. Источником инноваций всегда является меньшинство, которое расшатывает социальные нормы. Влияние меньшинства начинается в тот момент, когда оно привлекает внимание людей к противоположной позиции.

Серия экспериментов С. Московичи была посвящена доказательству влияния меньшинства. Использовались подставные испытуемые, которые составляли меньшинство участников.

В каждой экспериментальной сессии принимали участие двое подставных и четверо настоящих испытуемых, которые получали синие слайды и должны были решить, какого цвета был каждый из них – синего или зеленого. По разработанному исследователями плану меньшинство постоянно или время от времени (в $\frac{2}{3}$ случаев) называло синие изображения зелеными.

Московичи и коллеги обнаружили, что ответы подставного меньшинства оказывали слабое прямое и более сильное косвенное влияние на мнение большинства. Прямое влияние заключалось в том, что под воздействием ответов подставных испытуемых до 9 % наивных респондентов давали неправильные ответы. Однако это влияние проявлялось преимущественно в тех случаях, когда меньшинство последовательно придерживалось одной и той же позиции.

Косвенное влияние проявлялось на последней стадии эксперимента, когда наивные испытуемые снова получали цветные слайды различных сине-зеленых оттенков и должны были разделить их на синие и зеленые.

Респонденты, которые подверглись воздействию подставного меньшинства, чаще называли представленные оттенки зелеными. Другими словами, у них изменялся критерий оценки цветов.

Московичи в следующих экспериментах выделил факторы, увеличивающие воздействие меньшинства:

- меньшинство твердо стоит на своих позициях, отстаивает одну и ту же точку зрения, но в определенных ситуациях способно на компромисс;
- демонстрирует внутреннее единство;
- слышит аргументы большинства и реагирует на них, приводит аргументы в поддержку своей позиции; дает возможность высказать разные аргументы;
- находит точки соприкосновения с большинством, апеллирует к широко распространенным в группе ценностям; демонстрирует, что его позиция основана на ценностях, а не на личных интересах;
- ведет себя уверенно и корректно, даже сталкиваясь с насмешками и грубостью со стороны большинства;
- увеличивается в размере за счет привлечения людей, занимающих нейтральную позицию, или за счет представителей большинства.

При учете этих факторов люди приписывают позицию меньшинства его собственным ценностям, а не ситуации. К меньшинству чаще прислушиваются люди с амбивалентными аттитюдами по обсуждаемому вопросу, заинтересованные в вынесении точного решения, а также ориентированные на достижение, а не на избегание неудачи [21, с. 273–274].

Существует несколько моделей, объясняющих влияние большинства и меньшинства:

1. Модель Мортон Дойча и Гарольда Джерарда: как информационное, так и нормативное влияние порождает конформизм. Другие модели связывают нормативное влияние с большинством, а информационное влияние – с меньшинством.

2. Модель конверсии С. Московичи: нормативное влияние является основным механизмом влияния большинства, а информационное – механизмом влияния меньшинства.

3. Модель конвергенции/дивергенции (Ч. Немец) связывает влияние мнения большинства с переживанием стресса, который, в свою очередь, вызывает ориентацию на конвергентное мышление.

4. Эвристико-систематическая модель социального влияния (Н. де Врис) предполагает наличие двух стратегий анализа информации: эвристический вариант наблюдается при влиянии большинства, а систематическая модель – под влиянием меньшинства.

5. Модель объективного консенсуса Д. Маки.

С. Московичи утверждал, что согласие человека с большинством – это результат нормативного влияния. Сталкиваясь с мнением большинства,

человек сравнивает свое мнение с мнением других людей. Как следствие, его больше интересуют не собственная позиция и содержание сообщения, а то, насколько он похож на других членов группы. Желая быть похожим на других, человек соглашается с мнением большинства, практически не анализируя сообщение. Он выражает ту позицию или демонстрирует то поведение, которого ожидает большинство, что говорит о прямом влиянии. Как правило, результат влияния большинства – это публичное согласие, а не подлинное изменение представлений, оценок и поведения [1, с. 275–276]. В то же время согласие человека с меньшинством возникает в результате информационного влияния. Люди сравнивают свое мнение с позицией меньшинства, которая вызывает у них когнитивный диссонанс.

Последующие эксперименты показали, что:

- люди действительно проводят более тщательный анализ позиции меньшинства, чем большинства;
- большинство оказывает большее влияние в публичной, а меньшинство – в приватной обстановке;
- влияние большинства чаще прямое, а меньшинства – косвенное;
- большинство вызывает публичное, а меньшинство – подлинное согласие.

Согласно модели конвергенции/дивергенции Чарлан Немет, член группы ожидает, что его мнение соответствует точке зрения большинства (эффект ложного согласия). Обнаружив, что это неправда, человек испытывает стресс. Это состояние сужает фокус внимания – человек концентрируется исключительно на позиции большинства, не замечает других точек зрения – и вызывает конвергентное мышление – анализ единственной позиции. В то же время несогласие с позицией меньшинства вызывает иные последствия. Поскольку человек не ожидает, что его мнение совпадет с малопопулярной точкой зрения, обнаружение этого факта не вызывает стресса. Как следствие, он обращает внимание на разные позиции и демонстрирует дивергентное мышление – анализ и сравнение нескольких перспектив. Немет считала, что демонстрация людям позиции меньшинства стимулирует их креативность, позволяет генерировать больше идей, способствует запоминанию новой информации и, как следствие, улучшает групповые решения.

Таким образом, ключевое различие между моделями конверсии и конвергенции/дивергенции связано с представлением о связи стресса с анализом сообщения. По мнению Московичи, стресс, порожденный несогласием с меньшинством, увеличивает тщательность анализа сообщения. Однако, согласно Немет, стресс, вызванный несогласием с большинством, уменьшает его.

Результаты исследований подтвердили некоторые идеи модели конвергенции/дивергенции. Они показали, что:

- сообщение большинства вызывает тщательный анализ одной, а сообщение меньшинства – нескольких идей;

- меньшинство провоцирует использование разных стратегий решения задачи, а большинство – только предложенных им стратегий;
- демонстрация позиции меньшинства побуждает людей обсуждать проблему, а демонстрация точки зрения большинства – сообщение, в котором она была отражена;
- демонстрация точки зрения большинства улучшает работу над задачами, требующими конвергентного мышления, тогда как демонстрация позиции меньшинства повышает эффективность решения задач, требующих дивергентного мышления.

Однако позже выяснилось, что связь между принадлежностью коммуникатора к меньшинству/большинству и выбором стратегии анализа сложнее, чем считалось первоначально. Как следствие, возникли две альтернативные модели социального влияния, учитывающие стратегию анализа информации.

Эвристико-систематическая модель социального влияния Нанне де Врис предполагает, что люди могут анализировать сообщения с помощью двух стратегий – систематической и эвристической. Эвристическая модель предполагает поверхностный анализ с опорой на простые правила – эвристики, поскольку люди руководствуются принципами экономии усилий и достаточности для формирования мнения, которому могут доверять. Влияние большинства связано с использованием эвристической информации по принципу: «Чем больше людей поддерживают какую-либо точку зрения, тем она правильнее». Когда люди используют эвристическую стратегию, они некритично принимают точку зрения большинства и отвергают позицию меньшинства. В то же время, когда они применяют систематическую стратегию, они обращают внимание на аргументы большинства и меньшинства, но делают это по-разному.

Согласно модели объективного консенсуса Дайан Маки, люди более тщательно анализируют позицию большинства, а не меньшинства. Это происходит по трем причинам, когда люди:

- предпочитают воспринимать себя как часть большинства, а не меньшинства;
- воспринимают точку зрения большинства как отражение того, что происходит на самом деле, и пытаются понять ее, чтобы составить представление о происходящем;
- ожидают, что их позиция совпадет с точкой зрения большинства [21, с. 276–279].

Подчинение: эксперименты С. Милграма

Стэнли Милграм (1933–1984) – выдающийся американский психолог; автор знаменитых экспериментов по изучению подчинения авторитету. В конце 1960-х годов изучал феномен заражения в ситуации давления толпы.

Исследования, посвященные влиянию легитимного авторитета, были начаты С. Милграмом (1963) в Йельском университете.

Милграм хотел понять, при каких условиях испытуемый будет подчиняться авторитету (исследователю) и выполнять действия, направленные против другого человека, если на него оказывать давление. Подчинение – изменение человеком своего поведения в соответствии с требованиями лица, обладающего властью. Милграм хотел получить ответ на вопрос: будете ли вы жестоким, если вам прикажут?

Участники эксперимента по приказу экспериментатора должны были наказывать электрическим током возрастающей силы людей, плохо запоминавших определенные группы слов.

Представьте себе следующую сцену, поставленную Милграмом. Двое мужчин приходят в психологическую лабораторию Йельского университета, где им предстоит принять участие в изучении процесса обучения и памяти. Строгий экспериментатор, одетый в серый рабочий халат, говорит им, что в лаборатории проводится новаторское исследование – изучается влияние наказания на обучение, и требует, чтобы один из них («учитель») заставил другого («ученика») запомнить перечень парных понятий, наказывая за ошибки ударами электрического тока возрастающей силы. Распределение ролей – по жребию: испытуемые тянут из шляпы бумажки. Один из них, «подсадная утка», делает вид, что на его бумажке написано «ученик», и его препровождают в соседнюю комнату. «Учитель» (он пришел в лабораторию по газетному объявлению) получает несильный «ознакомительный» удар током, после чего наблюдает за тем, как «ученика» усаживают в кресло, привязывают к нему и закрепляют электроды у него на запястье.

Затем экспериментатор и «учитель» возвращаются в лабораторное помещение, и «учитель» занимает свое место перед «генератором тока», снабженным переключателем, с помощью которого «напряжение» можно варьировать от 15 до 450 вольт, причем цена деления составляет 15 вольт. На шкале сделаны надписи: «Слабый удар», «Очень сильный удар», «Опасно: сильнейший удар!» и тому подобные. В интервале от 435 до 450 вольт появляется надпись «XXX». Экспериментатор говорит учителю, что за каждую последующую ошибку «ученик» должен получать более сильный удар, чем за предыдущую. При каждом повороте переключателя вспыхивает лампочка, срабатывает реле и звучит зуммер.

Если «учитель» подчиняется приказам экспериментатора, он при 75, 90 и 105 вольтах слышит стоны «ученика». При 120 вольтах «ученик» кричит, что ему больно. При 150 вольтах умоляет избавить его от мучений: «Экспериментатор, выпустите меня отсюда! Я не хочу больше участвовать в вашей работе! С меня хватит!» При 270 вольтах его протест выливается в вопли агонизирующего человека, и он продолжает требовать, чтобы его выпустили. В интервале от 300 до 315 вольт он кричит, что отказывается

отвечать, а после 330 наступает тишина. В ответ на просьбу «учителя» прекратить эксперимент исследователь говорит, что отсутствие ответа будет приравнено к неверному ответу, и, чтобы заставить его продолжать, использует четыре фразы:

фраза 1: «Пожалуйста, продолжайте» или «Прошу вас продолжить»;

фраза 2: «Условия эксперимента требуют, чтобы вы продолжили»;

фраза 3: «Эксперимент должен быть продолжен – это очень важно»;

фраза 4: «У вас нет выбора, вы должны продолжать».

Когда Милграм описывал этот эксперимент 110 психиатрам, студентам колледжей и взрослым представителям среднего класса, все сказали, что, наверное, отказались бы выполнять распоряжения экспериментатора примерно при 135 вольтах и ни за что не «продвинулись» бы дальше 300 вольт. Милграм опрашивал этих же людей относительно возможных действий других, но и в этом случае практически никто не сказал, что кто-нибудь может дойти до удара, обозначенного на приборной панели символом «XXX».

Однако, когда участниками эксперимента Милграма были 40 мужчин – представители разных профессий в возрасте от 20 до 50 лет, – 26 из них (65 %) дошли до 450 вольт. Все они подчинялись команде экспериментатора «Продолжать!» до тех пор, пока после двух ударов он сам не останавливал их.

Милграм рассчитывал получить результаты, свидетельствующие о преобладании неподчинения, поэтому он сделал протесты «ученика» еще более убедительными. Теперь в тот момент, когда «ученика» привязывали к креслу, «учитель» слышал и то, как он упоминал о своем «больном сердце», и реплику экспериментатора о том, что «хоть удары и могут быть болезненными, необратимых изменений в тканях они не вызывают».

Вот пример, как выглядело это так называемое «обучение»: последовательность протестов «ученика с больным сердцем» [38].

75 вольт: Ой!

90 вольт: Ой!

105 вольт (громче): Ой!

120 вольт: Ой! Эй! Мне же больно!

135 вольт: Ой!

150 вольт: Ой! Экспериментатор! Хватит! Выпустите меня! Я же говорил вам, что у меня больное сердце! Мне уже плохо! Выпустите меня, прошу вас! У меня начинается приступ! Я отказываюсь продолжать! Выпустите меня!

165 вольт (кричит): Ой! Выпустите меня!

180 вольт (кричит): Ой! Мне очень больно! Я больше не могу терпеть! Выпустите меня!

195 вольт: Ой! Да выпустите же меня! Выпустите! У меня плохо с сердцем! Выпустите меня! Вы не имеете права удерживать меня здесь! Выпустите меня! Выпустите! Выпустите меня отсюда! У меня плохо с сердцем! Выпустите меня!

210 вольт: Ой! Экспериментатор! Выпустите меня! С меня хватит! Я больше не хочу участвовать в вашем эксперименте!
 225 вольт: Ой!
 240 вольт: Ой!
 255 вольт: Ой! Выпустите меня отсюда!
 270 вольт (крики агонизирующего человека): Выпустите меня! Выпустите меня отсюда! Выпустите! Выпустите меня отсюда. Вы что, не слышите?! Выпустите меня!
 285 вольт (крики агонизирующего человека).
 300 вольт (крики агонизирующего человека): Я категорически отказываюсь отвечать! Выпустите меня отсюда! Выпустите! Выпустите меня отсюда!
 315 вольт (громкие крики агонизирующего человека): Я же сказал, что больше не буду отвечать ни на какие вопросы! Я отказываюсь от участия в этом эксперименте!
 330 вольт (громкие и несмолкающие крики агонизирующего человека): Выпустите меня отсюда! Выпустите! У меня сердечный приступ! Выпустите меня! Прошу вас! (Истерически.) Да выпустите же меня! Выпустите меня! Вы не имеете права удерживать меня здесь! Выпустите! Выпустите! Выпустите меня! Выпустите меня!

Сценарий протестов «ученика, испытывающего мучения», не возымел никакого действия: из 40 мужчин 25 (63 %) полностью подчинились требованиям экспериментатора (рис. 7) [по: 38, с. 280].

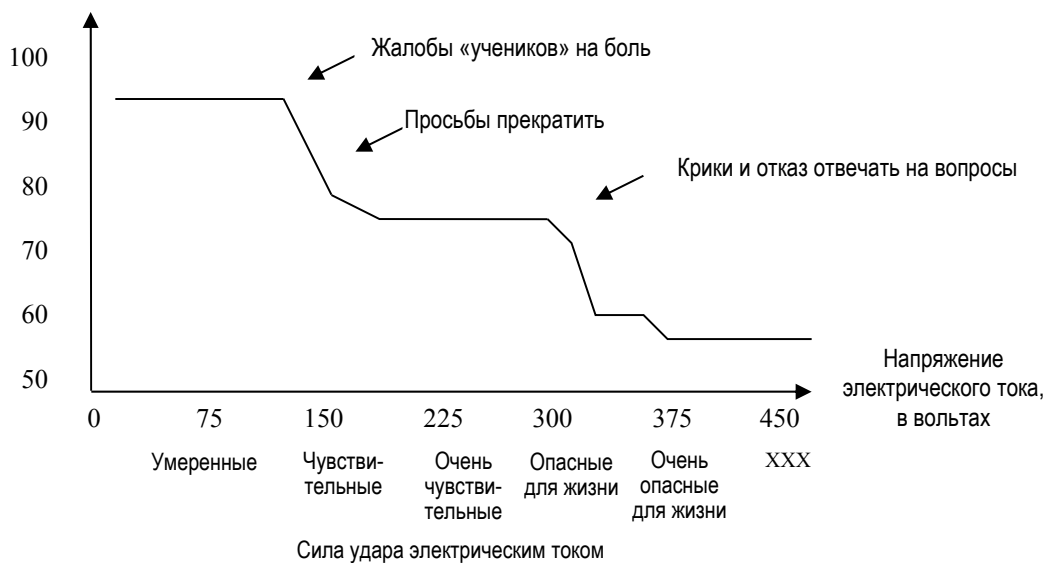


Рис. 7. Подчинение: эксперимент Милграма. Процент испытуемых, подчинившихся приказу экспериментатора, несмотря на протесты «ученика» и на его отказ и утрату физической возможности отвечать на вопросы (Источник: Milgram, 1965)

Результаты эксперимента шокировали: около $\frac{2}{3}$ участников исследования полностью подчинились приказам экспериментатора.

Милграм вначале объяснял результаты институциональностью власти. Если престиж власти столь важен, возможно, именно престиж Йельского университета делал легитимными приказы, которые Милграм отда-

вал испытуемым. После экспериментов многие признавались: если бы не репутация Йельского университета, они ни за что не стали бы подчиняться.

Чтобы проверить, насколько эти заявления соответствуют истине, Милграм перенес эксперименты в город Бриджпорт. В скромном офисном здании он повесил вывеску «Исследовательская ассоциация Бриджпорта». Хотя количество «учителей», подчинившихся приказу, и уменьшилось, все равно их было очень много – 48 %.

Эксперимент Милграма был подвергнут жесткой критике за нарушение этики; трудно оценить, насколько был разрушен у испытуемых образ «Я», уверенность в себе, и каковы были отдаленные последствия для психики.

Росс и Нисбетт отмечают что, существует множество интерпретаций эксперимента. Одно из вероятных объяснений – испытуемые были деморализованы, их нервное напряжение привело к искаженному состоянию сознания. Испытуемых била дрожь, они потели, заикались, кусали губы, стонали и сжимали кулаки, впиваясь ногтями в ладони. Вот как это описывает сам Милграм [53, с. 41]:

«Я наблюдал, как зрелый, уравновешенный и уверенный в себе бизнесмен, улыбаясь, вошел в лабораторию. Через 20 минут он превратился в судорожно подергивающегося, заикающегося невротика, быстро приближающегося к состоянию нервного коллапса. Он постоянно тянул себя за мочку уха и заламывал руки. В какой-то момент он стукнул себя кулаком по лбу и пробормотал: «Боже мой, надо прекратить это». И тем не менее он продолжал реагировать на каждое слово экспериментатора и подчинялся ему до самого конца».

Милграм выделил три фактора, определяющие поведение испытуемых в эксперименте.

1. Испытуемые имеют опыт вознаграждений длиной в жизнь за подчинение властям и ожидают, что авторитет заслуживает доверия, надежен и легитимен.

2. В эксперименте, как и в реальности, человек чувствует себя обязанным подчиняться и «припертым к стенке». Люди незаметно и постепенно втягиваются в действия, которые имеют серьезные и угрожающие последствия.

3. Милграм вводит понятие исполнительного сдвига, относящемуся к субъективному переживанию (оправданию) следующего типа: «Я не отвечаю за это, я только выполняю приказ [55, с. 543].

Коммуникативная структура группы

Коммуникативная структура – это совокупность позиций членов группы в системах информационных потоков.

Существуют различные варианты коммуникативной сети (представлены на рис. 8) [по: 80]:

1) централизованные коммуникативные сети (один из членов группы находится в центре информационного потока и играет основную роль в организации обмена информацией); варианты централизованной сети: а) фронтальная, б) радиальная и в) иерархическая;

2) децентрализованная (коммуникативное равенство всех участников взаимодействия); варианты децентрализованной сети: г) цепной (взаимодействие по цепочке) и д) круг.

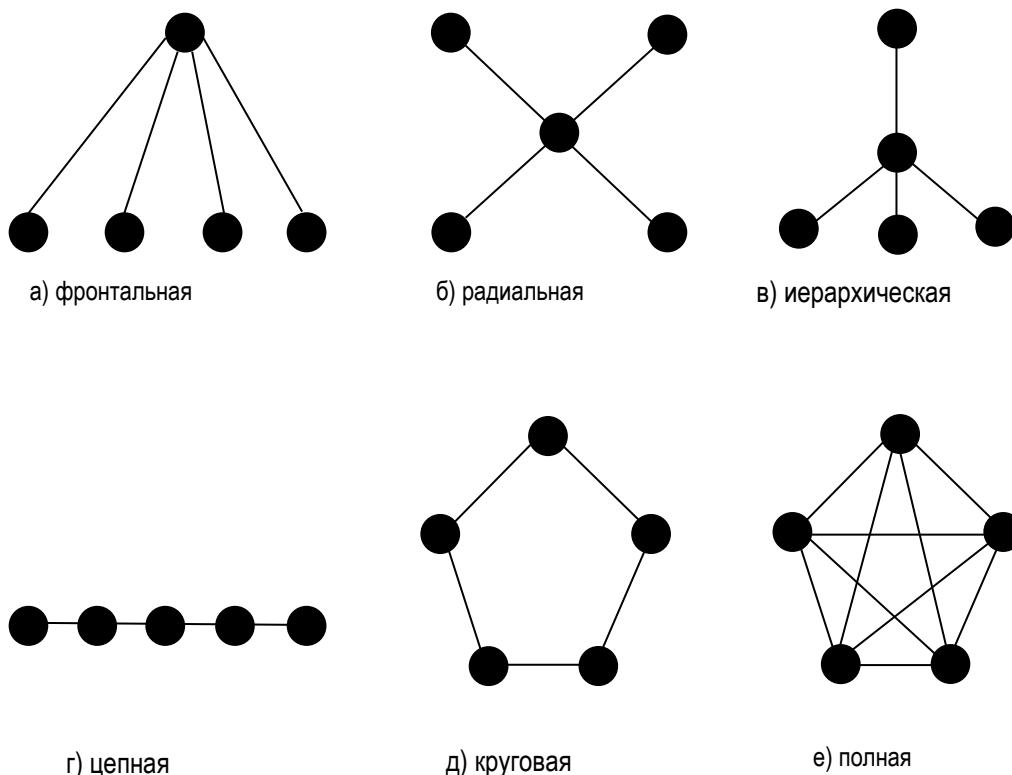


Рис. 8. Типы и варианты внутригрупповых структур коммуникаций

Социометрическая структура группы

Социометрическая структура – это система предпочтений и отвержений, симпатий и антипатий. Для изучения межличностных отношений в коллективе могут быть использованы различные формы социометрического метода. Социометрия позволяет изучать не только эмоциональные, но и деловые отношения (если мы опрашиваем членов группы по поводу деловых контактов).

Важнейшие характеристики социометрической структуры:

1. Социометрические статусы членов группы:

- «звезды» (имеют в два раза больше среднего количества выборов);
- предпочитаемые (имеют среднее количество выборов);
- пренебрегаемые (число позитивных выборов меньше среднего);
- изолированные (у них отсутствуют и положительные и отрицательные выборы);

- «изгои» (не имеют положительных выборов);
- отверженные (получают отрицательные выборы).

2. Взаимность эмоциональных предпочтений членов группы.

3. Наличие устойчивых групп межличностного предпочтения (важно установить, по какому принципу – деловому или эмоциональному – они образуются).

4. Система отвержений в группе.

Известно множество исследований социометрического статуса школьников. Какие психологические и социальные факторы влияют на величину социометрического статуса школьника? Это:

- внешний вид;
- успехи в основной деятельности (в учении, общении или учебно-профессиональной деятельности);
- умственное превосходство;
- черты характера и темперамента (общительность, тревожность, эмоциональная стабильность);
- понимание норм группы и умение следовать им;
- отношение учителя к ребенку (в начальной школе).

Структура социальной власти в малой группе

Определение, виды руководства и лидерства

Структура социальной власти в малой группе – это лидерство и руководство, которые проявляются в том, что некоторые люди могут в большей степени влиять на других.

В зависимости от источников влияния Джон Френч и Бертран Райвен выделяют типы социальной власти: вознаграждения, принуждения, легитимный, экспертный и референтный [по: 48]. Основными характеристиками структуры социальной власти и влияния являются системы связей, лежащих в основе руководства группой как официально закрепленного социального влияния (если речь идет о формальной организованной группе) и неофициального (неформального) влияния, в основе которого лежит феномен лидерства.

Лидерство – это отношения доминирования и подчинения в системе межличностных отношений.

Лидер – член группы, за которым она признает право принимать решения в значимых для нее ситуациях. Это человек, способный играть центральную роль в организации совместной деятельности и регулировании взаимоотношений в группе.

Виды лидерства:

1) инструментальное лидерство (обеспечение достижения цели): лидер-организатор, лидер-инициатор, лидер-эрудит, лидер-мастер, лидер-скептик;

2) экспрессивное лидерство (обеспечение позитивного климата в группе): лидер эмоционального напряжения (социометрическая «звезда»), лидер – генератор эмоционального настроения.

Руководитель – лицо, на которое официально возложены функции управления группой.

Основные задачи руководства и лидерства:

- 1) стимулирование группы к решению задач;
- 2) поиск средств для эффективного решения задач.

Главный инструмент психологического влияния руководителя на группу – авторитет. Авторитет – это влияние, которым пользуется субъект в различных сферах жизни и которое основано на признании его опыта, знаний, нравственных достоинств. Авторитет руководителя во многом зависит от стиля управления.

Стили лидерства (К. Левин)

В психологии наиболее распространена классификация стилей руководства и лидерства, идущая от исследований Курта Левина. Это:

- 1) авторитарный стиль;
- 2) демократический стиль;
- 3) либеральный, попустительский, анархический стиль.

Данные стили различаются по критериям:

- целеполагание;
- информирование;
- принятие решений;
- контроль;
- обратная связь;
- характер коммуникаций;
- делегирование полномочий [6; 56].

Стили лидерства представлены в табл. 15 [по: 6, с. 226; 24].

Таблица 15

Формальные и содержательные аспекты авторитарного, демократического и попустительского стилей лидерства

| Формальная сторона | Содержательная сторона |
|-------------------------------------|---|
| <i>Авторитарный стиль лидерства</i> | |
| Деловые, краткие распоряжения | Дела в группе планируются заранее (во всем их объеме) |
| Запреты без снисхождения, с угрозой | Определяются лишь непосредственные цели, дальние – неизвестны |
| Четкий язык, неприветливый тон | Голос руководителя – решающий |
| Похвала и порицание субъективны | |
| Эмоции не принимаются в расчет | |
| Показ приемов – нерегулярный | |
| Позиция лидера – вне группы | |

| Формальная сторона | Содержательная сторона |
|--|---|
| <i>Демократический стиль лидерства</i> | |
| Инструкции в форме предложений | Мероприятия планируются не заранее, а в группе |
| Не сухая речь, а товарищеский тон | За реализацию предложения отвечают все |
| Похвала и порицание – с советами | Все разделы работы не только предлагаются, но и обсуждаются |
| Распоряжения и запреты – с дискуссиями | |
| Позиция лидера – внутри группы | |
| <i>Попустительский стиль лидерства</i> | |
| Тон – конвенциональный | Дела в группе идут сами собой. Лидер не дает указаний. |
| Отсутствие похвалы, порицаний | Разделы работы складываются из отдельных интересов или исходят от нового лидера |
| Никакого сотрудничества | |
| Позиция лидера – незаметно в стороне от группы | |

Теории лидерства

Наиболее популярные теории лидерства:

- теория черт;
- ситуативная теория;
- синтетическая теория лидерства;
- харизматическая теория лидерства.

Харизматическое лидерство описано Максом Вебером. Харизматическое господство основано на исключительных качествах, приписываемых лидеру (сила, энергетика, уверенность в себе).

К. Юнг, изучая личность лидера, также учитывал харизматическую привлекательность и связывал ее с архетипом «мана» (проявлением психической энергии). Основным термин Юнга – «коллективное бессознательное» – используется для анализа поведения масс и лидера. Проекция архетипа Вождя формирует образ конкретного вождя в массах.

В знаменитом интервью 1938 года американскому журналисту Х. Никербокеру Карл Юнг объясняет привлекательность для людей фигур Гитлера, Сталина, Муссолини именно исключительными качествами данных политиков. По мнению Юнга, существует два типа сильных людей в примитивном обществе:

- 1) вождь (физически более мощный, чем соперники);
- 2) шаман (сильный, но не сам по себе, а в силу власти, спроецированной на него другими людьми; за ним признается магическая, сверхъестественная власть).

Карл Юнг определил Муссолини как вождя (физически и психически сильного), Гитлера как шамана (учитывая то, какое значение он придает символике и театральным инсценировкам, воздействующим на эмоции людей). Сталин, по его мнению, – вождь-разрушитель, животное, бессознательный зверь, соединяющий в себе и вождя, и шамана [22]. Карл Юнг смог предсказать особенности воздействия лидеров Европы на массы и даже угадал развитие истории задолго до кризисных событий XX века.

Альфред Адлер считает источником развития человеческой личности стремление преодолеть изначально присущий любому комплексу неполноценности, возникший в результате физических недостатков и психологических травм детства. У личности формируются стиль жизни, позволяющий преодолеть комплекс. Одним из стилей является гиперкомпенсация, которая проявляется в постоянном повторении переживания собственного превосходства над другими. Адлер объясняет политическое лидерство стремлением к гиперкомпенсации [49].

Сплочение группы: сплоченность, совместимость, сработанность

Сплочение группы означает формирование в группе особого типа связей, которые превращают ее в психологическую общность. Это могут быть:

- 1) эмоциональные связи;
- 2) согласованность действий;
- 3) согласованность целей, ценностей и мотивов деятельности.

Сплоченность – характеристика прочности, единства и устойчивости межличностного взаимодействия и взаимоотношений в группе.

Ценностно-ориентационное единство, или ЦОЕ, – это степень совпадения оценок, установок и позиций группы по отношению к объектам, наиболее значимым для группы в целом.

К характеристикам сплоченности можно отнести и групповую совместимость, отражающую возможность бесконфликтного общения и согласованности действий ее членов.

Групповая совместимость – социально-психологическая характеристика группы, проявляющаяся в способности ее членов согласовывать (делать непротиворечивыми) свои действия и оптимизировать взаимоотношения в различных видах совместной деятельности.

Сработанность – согласованность членов группы в работе [77].

Развитие группы. Модели группового развития

Школа групповой динамики (К. Левин)

Курт Левин (1890–1947) – выдающийся немецкий и американский психолог, автор теории поля (единство личности и окружения выражалось в понятии поля как суммы валентных для личности объектов). Автор школы групповой динамики: изучал динамические процессы в малой группе (развитие группы, принятие группового решения, лидерство).

Динамические процессы в малой группе изучались в школе групповой динамики Курта Левина.

Курт Левин выделил три стадии развития группы: размораживание; изменение и замораживание. Эта модель явилась следствием обобщения наблюдений за жизнью многочисленных малых групп. Она рассматривает развитие как цикл (рис. 9) [по: 84, с. 97].

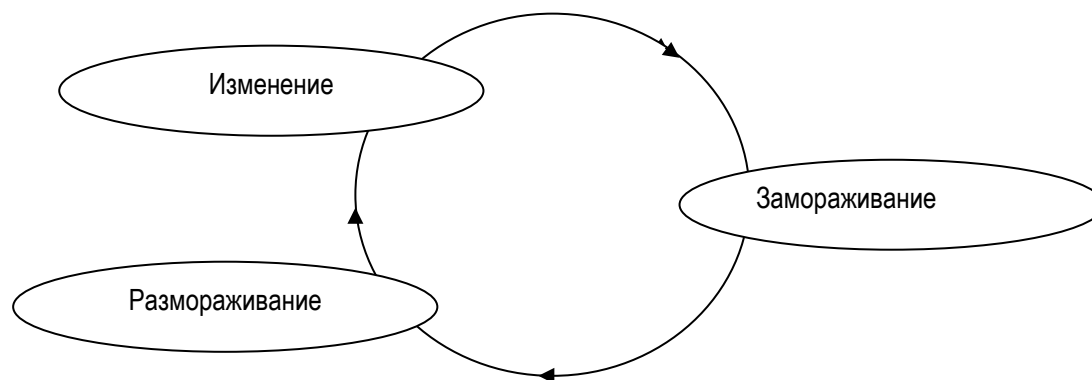


Рис. 9. Три стадии развития группы по К. Левину

Теория развития группы В. Бенниса и Г. Шепарда

Американские психологи *Уоррен Беннис* (1925–2014) и *Герберт Шепард* (1919–1985) в качестве объекта изучения взяли Т-группы, в которых происходит обучение знаниям, умениям, навыкам межличностного общения. Внимание авторов сосредоточено на помехах коммуникации и стадиях группового развития. Помехи связаны с ситуацией неопределенности, которая возникает по поводу вопроса о власти и вопроса о взаимозависимости.

Выделяются две фазы группового развития (по три этапа в каждой):

1) решение вопроса о лидере:

- псевдосолидарность;
- напряжение;
- принятие решения вопроса о лидере.

2) фаза установления межличностных отношений, или решение проблемы взаимозависимости.

Модель развития группы Б. Такмена

Двухмерная модель Брюса Такмена также является описательной и фиксирует конечное состояние развития группы. Согласно Б. Такмену, развитие группы происходит в двух сферах – межличностной и деловой. Итогом развития в межличностной сфере является фаза «функционально-ролевой соотнесенности», а в деловой сфере – «принятия решения».

Модель развития группы М. Келли

М. Келли (1991), развивая идеи Такмена, описывает прохождение пяти стадий:

- 1) стадия первоначальной ориентации;
- 2) стадия конфликта, конфузии и сопротивления;
- 3) стадия консолидации вокруг задачи;
- 4) стадия командной работы и решения задачи;
- 5) стадия перехода к решению другой задачи.

Модель развития группы Р. Веллинза, В. Бихама, Дж. Вильсона

Р. С. Веллинз, В. С. Бихам и Дж. М. Вильсон (1991) выделяют четыре стадии:

- «старт»: оптимизм, определение миссии, границ, ролей;
- «вход в круговорот»: стресс в отношении к ролям, внутренний конфликт;
- «выход на курс»: принятие различий, сильная преданность группе;
- «полный ход вперед»: совершенствование системы, большие перспективы, помощь другим командам.

Одномерные подходы к анализу развития группы

В одномерных подходах отражается инструментальная динамика развития (определение цели, действия, решения группы). Среди этих моделей можно назвать схему Р. Хоффмана и Р. Стейна (1983), а также модель И. П. Волкова. Так, И. П. Волков выделяет четыре фазы:

- 1) фаза первичного восприятия и опознания;
- 2) фаза сближения (оценки и самооценки; актуализация установки на совместное действие);
- 3) фаза совместного действия (принятие межличностных ролей и статуса);
- 4) фаза сцепления (появление норм общения и включение механизмов взаимовлияния).

Модель развития группы В. Сатир

Американский психотерапевт Вирджиния Сатир предложила модель развития малой группы, состоящей из пяти фаз, известную как *циклическая модель Сатир*:

1. Статус-кво («уверенность в завтрашнем дне» и скука).
2. Вторжение инородных агентов (ощущается необходимость изменений).
3. Хаос.
4. Интеграция нового (становление новых структур и форм общения).
5. Практика (новое проходит обкатку, приобретает устойчивость, поначалу царит энтузиазм, затем появляется скука).

Данную модель используют для характеристики развития больших социальных групп (государства) (рис. 10) [84, с. 99].

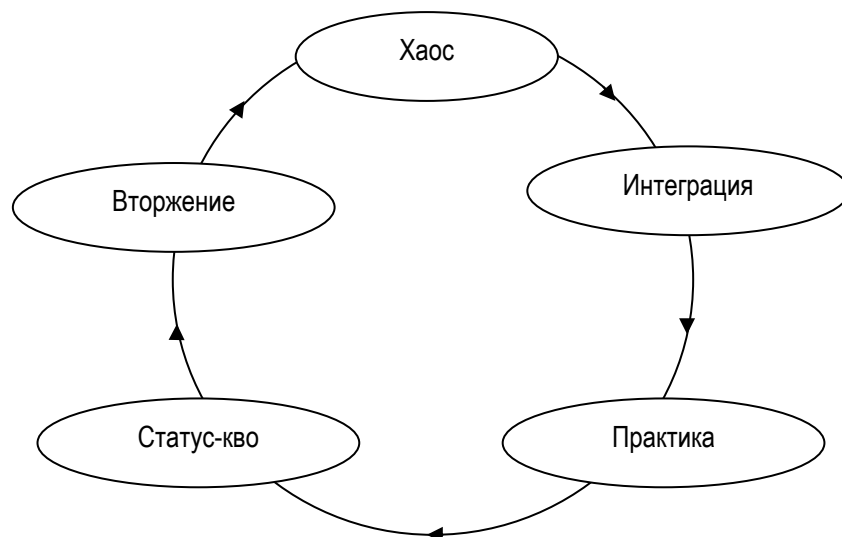


Рис. 10. Циклическая модель В. Сатир

Модель развития группы М. Пека

Ступенчатая модель Моргана Пека имеет начало и конец и включает четыре фазы (рис. 11) [84, с. 100].

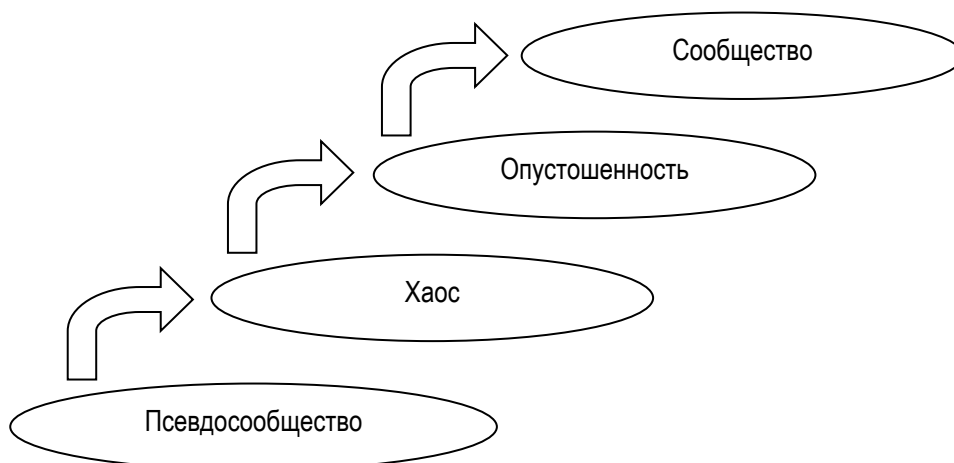


Рис. 11. Ступенчатая модель М. Пека

Модель В. Сатир относится к реактивным моделям (описывает процессы, порождаемые извне), а модель М. Пека – к эмерджентным моделям (изменения рассматриваются как порождения самой системы) [84].

Циклические модели идеально описывают семью и общество, а ступенчатые модели – терапевтические группы, группы тренинга и временные рабочие группы.

Команда и уровни ее развития

Рассмотренные выше модели не вполне подходят для описания коллектива и команды как групп высокого уровня развития.

Понятие «команда» используют для характеристики целевых организованных групп, члены которых имеют: 1) *общее видение*; 2) в которых существует *взаимодополнение членами команды* друг друга по функциям и ролям; 3) где ответственность в команде распределяется так, чтобы каждый ее член в любой момент мог заменить любого из коллег, т. е. в процессе позиционирования происходит *гибкое распределение и перераспределение ответственности*. Отсюда – способность команды быстро реагировать на изменения.

Команда – это группа людей, взаимодополняющих и взаимозаменяющих друг друга в ходе достижения поставленных целей.

Уровни развития команды отражены в модели Дж. Фолсома и в модели А. Н. Лутошкина.

Лутошкин Анатолий Николаевич (1935–1979) – отечественный психолог, специалист в исследовании эмоционального потенциала коллектива, психологического климата. Базовая работа – «Как вести за собой» (1978).

А. Н. Лутошкин выделяет пять этапов развития группы:

1. «Песчаная россыпь».
2. «Мягкая глина».
3. «Мерцающий маяк».
4. «Алый парус» («один за всех и все за одного»).
5. «Горящий факел».

Для анализа командного взаимодействия используется схема Р. Блейка и Дж. Моутона (1964), в которой анализируется два измерения развития группы – отношение к целям деятельности и отношение к людям. В соответствии с этим выделяют пять типов команд:

1. Командный менеджмент – высокий уровень ориентации на дело и на отношения, включающий в себя планирование, действие, переживание и рефлексию.

2. Сбалансированный менеджмент – сбалансированное выполнение работы и моральное удовлетворение членов команды.

3. Менеджмент заданий – ориентация на деятельность в ущерб отношениям.

4. Загородный клуб – комфортная обстановка при минимальной ориентации на работу.

4. Минимальный менеджмент – минимальное внимание и к целям, и к людям.

Одна из моделей командообразования описана Ю. М. Жуковым, Д. В. Хреновым, О. А. Ивановым (2000), она представлена на рис. 12 [по: 84, с. 111].

В модели отечественных авторов выделяется семь этапов:

1. Знакомство, ориентировка участников.
2. Общее видение (формирование образа желаемого будущего).

3. Позиционирование (распределение ролей).
4. Планирование первого шага (составляется план-график, распределяются ресурсы).
5. Исполнение.
6. Анализ результатов (работа с результатами, рефлексия).
7. Планирование второго шага [84].

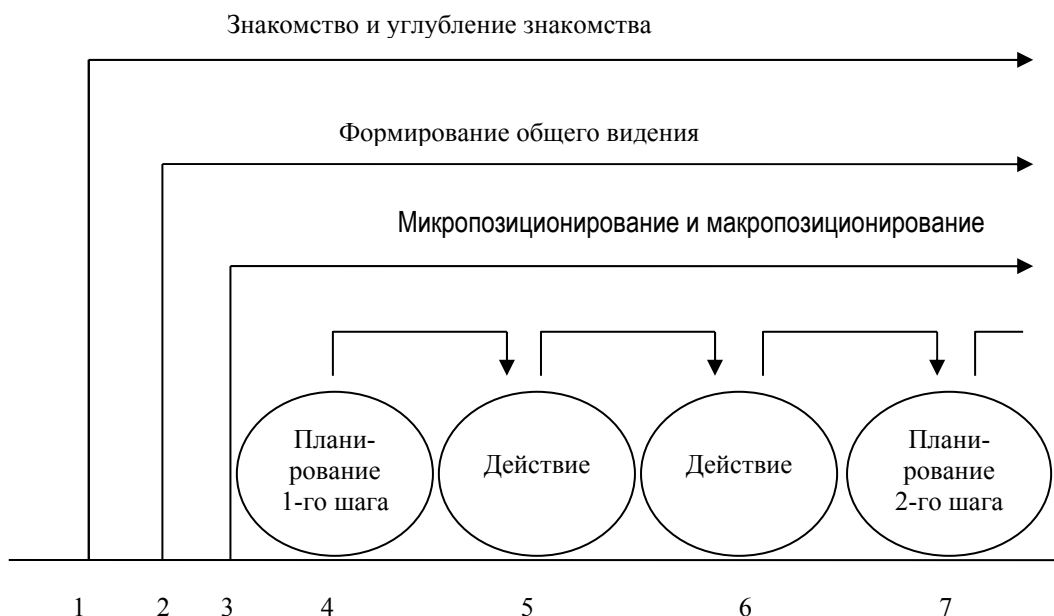


Рис. 12. Этапы командообразования

Примитивные группы

Помимо групп высокого уровня развития (команд, коллективов), существуют так называемые примитивные группы, к которым обычно относят преступные группы.

А. Б. Добрович отмечает, что примитивные группы могут возникнуть не только в преступной среде (1987) [23]. Человек стремится к получению максимального выигрыша при минимальных затратах сил и средств (теория «справедливого обмена» Тибо и Келли), в то время как ресурсы (материальные, территориальные и пр.) ограничены. В ситуации ограниченных ресурсов формируется примитивная группа с жесткой структурой и управлением другими с позиции грубой силы (в бихевиоризме такое поведение называют «правилом клевания»). Внутригрупповые роли распределяются по аналогии с тем, как это происходит в группе животных: «альфа» (Главарь), «бета» (Авторитет), «гамма» (Ведомый), «омега» (Забитый) [23].

В книге Уильяма Голдинга «Повелитель мух» описана примитивная группа детей, оказавшихся на необитаемом острове. В их сообществе проявляются все правила и роли, характерные для примитивной группы.

Учение о коллективе

Понятие коллектива в отечественной психологии

В отечественной психологии этапы развития малой группы рассматривались первоначально в рамках учения о коллективе. Коллектив представлялся как группа высокого уровня развития, где личностные отношения опосредованы общественно ценным и личностно значимым содержанием деятельности. Уровень развития группы характеризует социально-психологическую зрелость личности. Основным показателем степени развития коллектива в педагогике считался уровень требований коллектива к отдельной личности и личности к самой себе.

В своем развитии коллектив проходит ряд стадий:

1) внутренние отношения еще только складываются, преобладают личные отношения, в деловых отношениях – каждый за себя; на данном этапе воспитатель – субъект воспитания;

2) устанавливаются межличностные отношения, отношения ответственности и деловые отношения, формируется коллективное самосознание: «Мы – коллектив»; актив – субъект воспитания;

3) эмоциональный комфорт, защищенность, единство ценностных ориентаций, самоуправление, требование – каждого к каждому; коллектив – субъект воспитания;

4) создаются условия для развития каждой личности в группе, расширяются и совершенствуются связи с другими коллективами; личность – субъект самовоспитания.

Проблематика коллектива и коллективообразования интенсивно развивается с 1960-х годов в работах К. К. Платонова и Е. В. Шороховой. В отечественной психологии существует несколько классификаций.

Е. С. Кузьмин выделяет три уровня развития группы:

- 1) номинальная группа;
- 2) кооперация;
- 3) коллектив.

Н. Н. Обозов выделяет четыре этапа развития группы: диффузная, ассоциация, корпорация, коллектив [по: 88].

Теория коллектива нашла свое окончательное развитие в работах А. В. Петровского и Л. И. Уманского. В работах отечественных авторов выделены основные признаки коллектива: 1) совместная деятельность и общая направленность на социально значимые цели; 2) создание условий для всестороннего развития личности; 3) высокий уровень сплоченности [84].

Параметрическая теория коллектива (Л. И. Уманский)

Л. И. Уманский рассматривает типологию групп на основе параметрической теории коллектива (1980).

Уманский Лев Ильич (1921–1983) изучал совместную деятельность; под его руководством в Курске была создана школа изучения организаторской деятельности и лидерства. Он – автор параметрической теории коллектива.

Уманский выделяет такие параметры группы, как:

- 1) единство целей, мотивов, ценностных ориентаций;
- 2) организационное единство группы;
- 3) групповая подготовленность к определенной деятельности;
- 4) психологическое единство – интеллектуальная, эмоциональная, волевая коммуникативность;
- 5) межличностные контакты эмоционального характера;
- 6) стрессоустойчивость;
- 7) характер отношений с другими группами.

Л. И. Уманский выделяет шесть уровней развития группы (рис. 13) [по: 33, с. 162]:

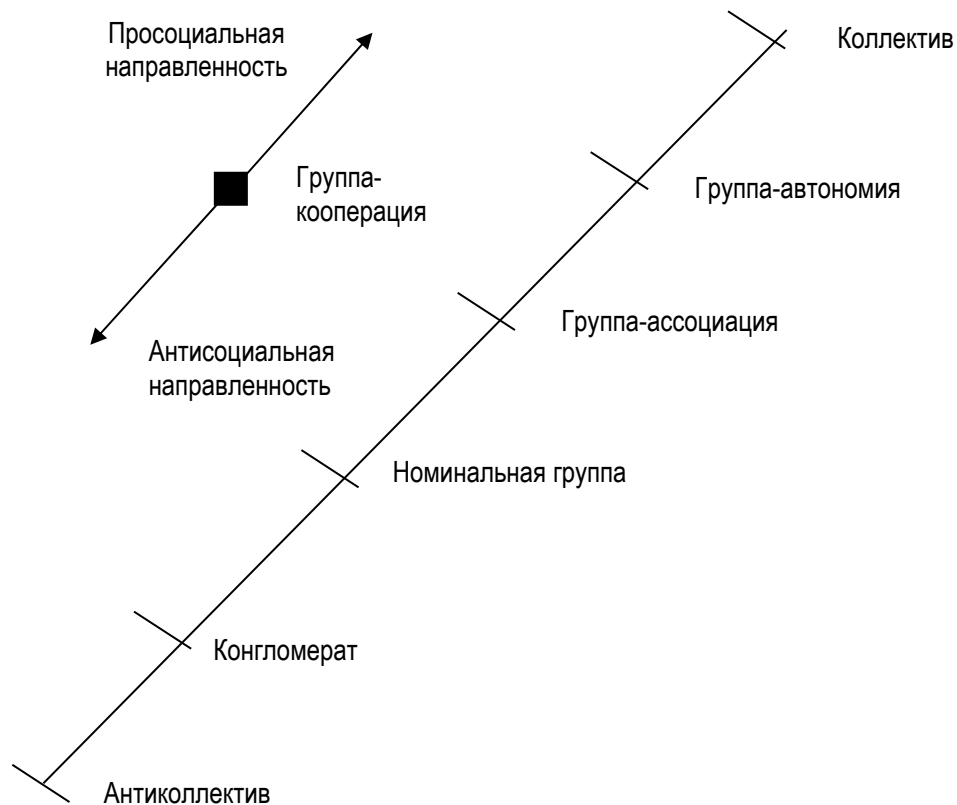


Рис. 13. Концепция развития малой группы (Л. И. Уманский)

1. Конгломерат (группа ранее непосредственно не знакомых людей, оказавшихся в одно и то же время на одной территории; совместная деятельность отсутствует, каждый член группы преследует свою индивидуальную цель; общение ситуативно).

2. Номинальная группа (группа людей, собравшихся вместе и получивших общее название, например, созданная на предприятии бригада).

3. Ассоциация – отличается начальной межличностной интеграцией в сфере эмоциональных отношений (симпатия/антипатия).

4. Кооперация – характеризуется преобладанием интегративных тенденций в сфере деловых отношений (на этом уровне появляется распределение ролей, власти, сработанность действий).

5. Автономия – обладает высоким внутренним единством как в сфере деловых, так и эмоциональных отношений (организационное, коммуникативное, деловое и эмоциональное единство; высокий уровень сплоченности).

6. Коллектив – отличается интеграцией с другими группами на основе направленности на более широкие социально значимые цели. Это реальная контактная группа, характеризуемая интегративным единством, общественно значимой направленностью, подготовленностью и коммуникативностью.

Схема развития группы, по Л. И. Уманскому, – это движение от конгломерата к коллективу или антиколлективу. Групповая изоляция, на которой может развиваться высокий уровень корпоративности, может привести к антиколлективу. Антиколлективы – группы, отличающиеся внутригрупповой антипатией, межличностным эгоцентризмом и эгоизмом, активной дезинтеграцией, конфликтностью и агрессивностью. Особняком в процессе развития группы стоит группа-корпорация, которая образуется при изоляции и концентрации активности ее членов на узкогрупповых целях. Группа-корпорация характеризуется высоким уровнем сплоченности относительно групповых целей, при этом общественно значимые и индивидуальные цели членов группы игнорируются.

Теория деятельностного опосредствования межличностных отношений в группе (А. В. Петровский)

Петровский Артур Владимирович (1924–2007) – выдающийся организатор социально-психологических исследований; автор фундаментальных психологических концепций и учебников; изучал проблемы личности и коллектива, восприятие человека человеком. Автор теории деятельностного опосредствования межличностных отношений в группе (первоначальное название: «стратометрическая теория групп и коллективов»). Автор модели «значимого другого» и модели макро- и микрофаз развития личности.

В 1979 году появляется работа А. В. Петровского «Психологическая теория коллектива», в которой представлены его взгляды на развитие группы. На рис. 14 отражены страты (слои) групповой активности, выделенные А. В. Петровским [14; 81]:

А – ядерный слой, это групповая деятельность, ее содержательная (социально-экономическая и политическая) характеристика;

Б – психологическая характеристика, которая фиксирует отношение каждого члена группы к групповой деятельности, ее целям, мотивацию и социальный смысл для каждого участника.

В – межличностные отношения, опосредствованные содержанием совместной деятельности, где В1 – опосредствование собственно содержанием деятельности (индивид → цели и задачи деятельности, ее социальный смысл → индивид), а В2 – опосредствование межличностных отношений общезначимыми социальными ценностями.

Г – поверхностная страта, это непосредственные личные контакты.

Ведущей детерминантой групповых процессов в коллективе являются отношение к содержанию коллективной деятельности, ее мотивация, социальный смысл, действующие в группе нормы и ценности.

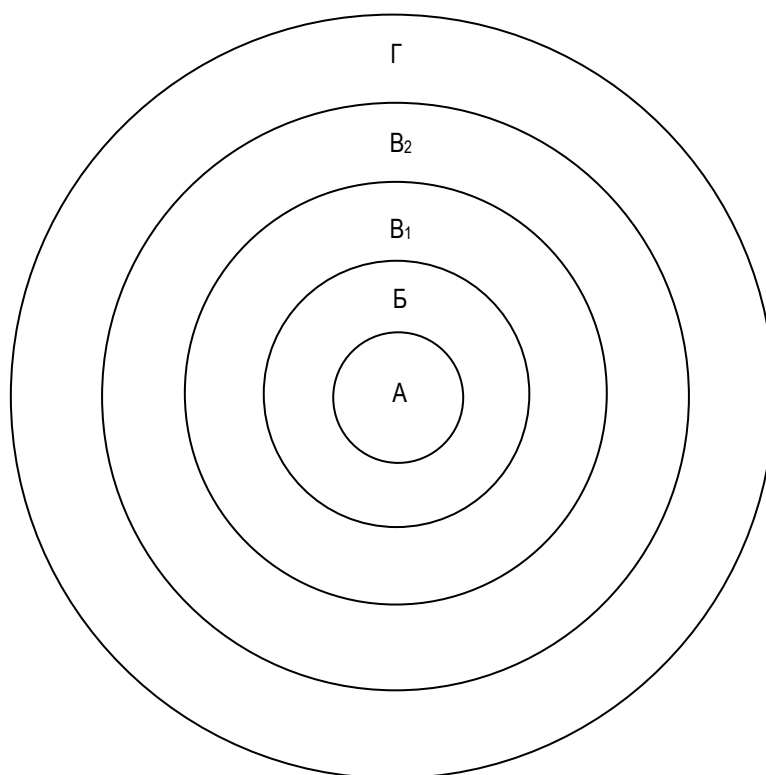


Рис. 14. Страты внутригрупповой активности (А. В. Петровский, 1979)

Межличностные отношения, опосредствованные содержанием совместной деятельности, лежащие между «ядерным» (деятельностным) и «поверхностным» (лично-эмоциональным) слоем включают в себя ряд феноменов (табл. 16) [14, с. 465–469].

В зарубежной психологии (Дж. Морено, Ф. Хайдер, Дж. Френч, Р. Бейлз, Дж. Хоманс, Т. Ньюком, С. Московичи) в качестве ведущих де-

терминант групповых процессов интеграции и дифференциации выступают размер группы, структура, иерархия статусов, характер и частота коммуникаций, в отличие от А. В. Петровского.

Таблица 16

Феномены межличностных отношений, опосредствованных содержанием совместной деятельности

| Феномен | Исследование |
|--|---|
| 1. Феномен коллективистского самоопределения – готовность группы противостоять давлению других групп, защищая интересы, нормы и ценности группы. | И. А. Оботурова и А. А. Туровская: сравнивая позиции в двух ситуациях (в условиях свободного волеизъявления и под воздействием ложной информации, якобы отражающей мнение группы), можно отличить конформных индивидов от самоопределившихся. Коллективистское самоопределение противостоит конформизму и нонконформизму и является характеристикой коллектива. |
| 2. Опосредствованность «мотивационного ядра» межличностных выборов целями и задачами деятельности. | В. А. Петровский: содержание мотивационного ядра выбора партнера может служить показателем уровня развития группы как коллектива. |
| 3. Референтность, в отличие от аттракции, - это значимость другого человека как носителя мнений, позиций, взглядов. | Е. В. Щедрина: референтометрия (изучение значимости другого человека как носителя мнений, взглядов и позиций) позволяет понять значимый круг общения, связанный не с симпатиями, а с деятельностью. Обнаружена отрицательная корреляция с результатами социометрии. |
| 4. Соучастование – члены группы защищают интересы других как свои собственные. | А. И. Папкин: для развитых групп типичен феномен соучастия, в группах низкого уровня развития участники охотнее рискуют другими «во имя общего блага». |
| 5. Ценностно-ориентационное единство (ЦОЕ) как характеристика сплоченности. Это степень совпадения оценок, установок и позиций группы по отношению к объектам, наиболее значимым для группы в целом. | В. В. Шпалинский: сплоченность трактуется как мера общности взглядов, позиций, ценностных ориентаций участников групповой деятельности. |

А. В. Петровский в качестве критериев уровня развития группы рассматривает ориентацию на общественно значимые цели и степень сплоченности группы.

Представления о группообразовании можно выразить в осях координат, где ось X – степень сплоченности группы, а Y – степень ориентации на общественно значимые цели. На оси Y представлено и движение вниз – к групповым целям и ценностям, в результате чего формируется антиобществен-

ственная группа – корпорация. В графической модели группового развития А. В. Петровского (рис. 15) показано развитие от диффузной группы до групп высокого уровня сплоченности – коллективу или корпорации.

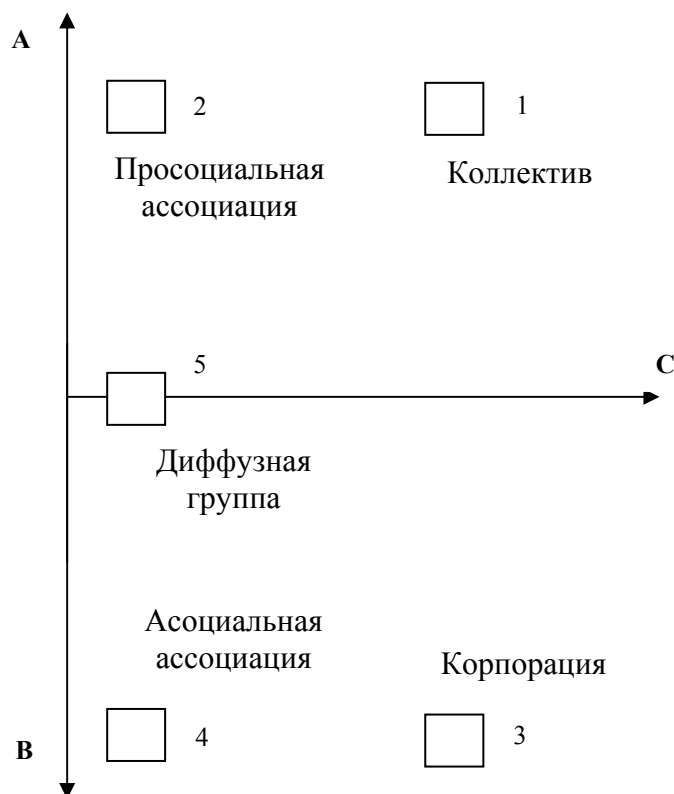


Рис. 15. Трехвекторная модель группового развития [84, с. 104]

Модель развития группы А. В. Петровского можно назвать прогностической, поскольку она позволяет описывать траекторию развития группы. Социально значимая деятельность и ориентация на позитивные ценности превращает ее в коллектив [84].

Групповые феномены

Групповые феномены систематизированы в табл. 17 (составлено по [16; 38]).

Таблица 17

Групповые феномены

| Групповой феномен | Исследования феномена |
|---|---|
| Групповое давление | С. Аш (описано выше) |
| Влияние меньшинства на большинство | С. Московичи (описано выше) |
| Влияние авторитета: принуждение | С. Милграм (описано выше) |
| Давление роли | Ф. Зимбардо: стэнфордский тюремный эксперимент (описано выше) |
| Деиндивидуализация – утрата самоосознания и «размывание ответственности»; | Ф. Зимбардо: стэнфордский тюремный эксперимент (1971) |

| Групповой феномен | Исследования феномена |
|--|--|
| возникает в групповых ситуациях, которые обеспечивают анонимность и не концентрирует внимание на отдельном индивиде. | |
| Социальная фасилитация – простое присутствие других людей может улучшать, облегчать выполнение индивидуальных действий. Название данному явлению дал Ф. Оллпорт, обозначив термином «социальная фасилитация» эффекты, порождаемые присутствием другого человека, выполняющего те же действия. Позже этот термин был распространен и на влияние аудитории. | Феномен открыт Н. Трипплеттом. Традиционно социальная фасилитация изучалась при двух разных условиях: 1) при простом присутствии аудитории; 2) при совместном выполнении действий. Р. Зайонц: возбуждение всегда усиливает доминирующую реакцию. П. Хант и Дж. Хиллери (1973): эксперименты по освоению лабиринта. Данные К. Корнеа и А. Кэррон (1992): в играх на своем поле чаще выигрывают (от 54 % до 69 % выигрышей). |
| Социальная ингибция – присутствие других людей может и ухудшать индивидуальный результат | Р. Зайонц (1965) установил: если испытуемые выполняют легкие, хорошо знакомые задания, то присутствие других приводит к социальной фасилитации, а если новые и трудные – к социальной ингибции. Н. Коттрелл (1968) показал негативное влияние боязни оценки за угадывание слогов в эксперименте Р. Зайонца и С. Сейлза. |
| | Г. Сандерс, Р. Бэрн и Д. Мур (1978), Р. Бэрн (1986) установили, что присутствие публики перегружает когнитивную систему и ухудшает результаты. |
| «Сдвиг к риску» – групповые решения (и индивидуальные решения, следующие за групповыми) оказываются более рискованными, чем первоначальные индивидуальные | Дж. Стоунер (1961) сравнивал степень риска, на который могут пойти испытуемые индивидуально или в группе. Задача испытуемых – посоветовать персонажу (писательнице Элен) принять решение о написании серьезного романа, если шансы на успех измеряются по шкале от 0,1 до 1. Группа из пяти испытуемых выбрала более рискованные решения, чем при принятии индивидуального решения [38]. |
| Феномен поляризации – индуцированная группой экстремация аттитюдов | Исследования С. Московичи и М. Заваллони (1969), Д. Изенберг (1986) позволили выделить феномен поляризации мнений в ходе группового обсуждения. |

| Групповой феномен | Исследования феномена |
|---|---|
| <p>Группомыслие (groupthink) – это образ мышления, возникающий у людей, когда они глубоко вовлечены в группу с высоким уровнем сплоченности, когда борьба за единство доминирует над мотивацией реалистично оценить альтернативы действий.</p> <p>Группомыслие приводит к снижению продуктивности мышления, чувства реальности и моральности, которые вытекают из группового давления. Группомыслие может приводить к дефектным решениям.</p> <p>Его иногда называют «крайним примером групповой поляризации» (Г. Уайт, 1989) из-за выраженного стремления к единодушию у членов группы.</p> | <p>И. Джанис в работе «Жертвы группомыслия» (1972) рассматривает принятие решения военными и политическими деятелями. Во всех четырех примерах фиаско, рассматриваемых И. Джанисом, группы были сплоченными, а их судьбоносные решения – дефектными. Если ситуация соответствует этим двум критериям, то дефектное (по процедурно-процессуальным критериям) решение, скорее всего, стало следствием склонности к поиску согласия и единодушия. Подобные устремления обеспечивают мотивацию, порождающую симптомы группомыслия [38; 39].</p> |
| <p>Эффект Рингельманна – сила, прилагаемая каждым участником при совместном перетягивании каната, падала по мере увеличения численности группы. Обратное взаимоотношение между количеством людей в группе и индивидуальным действием получило название «эффект Рингельманна».</p> <p>«Эффект Рингельманна» послужил отправной точкой для выявления целого сонма социально-психологических феноменов: феномена социальной лености, эффекта паразитизма, простака и социальной компенсации.</p> <p>Эффекты простака, социальной лености и паразитизма приводят к одинаковому результату – желанию членов группы ослабить степень своего участия в групповом действии, хотя причины, лежащие в основе этих трех явлений, различны.</p> | <p>М. Рингельманн в 1882–1887 годах описал эффект, названный его именем. Этот эффект, с точки зрения В. Штробе, и Б. Фрея (1982), объясняется при помощи двух видов потерь (Х. Уилк, Э. Ван Книппенберг, 2001):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Мотивационные потери – склонность переложить работу на других, пользуясь тем, что вклад каждого не идентифицирован. Мотивационным потерям способствует ситуация, когда участие в создании группового продукта невыгодно. 2. Координационные потери – срывы в согласованности совместных действий. Изучают факторы, оказывающие влияние на проявление эффекта социальной лености. <p>К ослаблению социальной лености и паразитизма приводит:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) повышение оцениваемости и авторства индивидуальных вкладов; 2) повышение вовлеченности в задачу; 3) уникальность вклада участников; 4) усиление групповой сплоченности) [39]. |

| Групповой феномен | Исследования феномена |
|--|---|
| Социальная лень. Причиной социальной лени является невозможность определить и оценить индивидуальный вклад в общее дело. На проявление этого феномена сильное влияние оказывает численность группы, потому что чем больше группа, тем сильнее мотивационная потеря. | Обычно действие социальной лени на качество групповой работы считается существенно негативным, но Дж. Джексон и К. Уильямс (1985) показали, что это не всегда так. Если задание сложное, то повышенная мотивация может только помешать (эта закономерность известна как правило Йеркса-Додсона), а, следовательно, социальная лень может привести к улучшению результатов [39]. |
| Паразитизм, в отличие от социальной лени, мотивируется субъективным мнением, что для группового действия в целом безразлично, если один из участников самоустранится. Внесение своего вклада кажется необязательным, поскольку есть надежда на то, что другие позаботятся о должном уровне выполнения задачи или внесут так мало, что крах группы все равно окажется неизбежным. | Н. Керр и С. Брюн (1983) исследовали феномен паразитизма и показали, что при решении дизъюнктивной задачи (где групповое действие определяется усилиями самого способного участника) менее способные члены группы занимают позицию невмешательства. При решении конъюнктивной задачи (где значение имеет действие наименее способного), наоборот, наиболее способные остаются в стороне – это отражает понимание членами группы важности своего вклада [16]. |
| «Эффект простака» (sucker effect) тесно связан с эффектами социальной лени и паразитизма | Простаком считается человек, который вносил свой вклад в достижение общей цели, но обнаружил, что другие этого не делали, пользуясь результатами его работы. После этого он снижает прилагаемые усилия, не желая, чтобы плодами его труда пользовались другие, кроме того, индивид часто желает избежать возможных негативных атрибуций со стороны «зайцев» (тех, кто поддался «паразитизму») [39]. |
| Социальная компенсация («social compensation») является эффектом, противодействующим социальной лени и паразитизму. Это происходит, если: 1) другие делают недостаточно хорошо или мало (мысли об этом возникают в случае недоверия, неуверенности в надежности остальных, их способностях); 2) групповой продукт важен для данного члена группы; 3) группа возникла недавно, совместная работа только начинается; 4) есть перспектива дальнейшей совместной работы; 5) малый размер группы. | К. Уильямс и С. Карау (1991) показали, что одни члены группы работают за других, выступая в качестве компенсирующей силы. В сложившейся группе социальная компенсация будет работать дольше, так как заинтересованность в групповой стабильности и успехе выше. Повысить важность результата для членов группы можно, в соответствии с гипотезой социального сравнения, еще и указав на перспективу сравнения группового результата с результатами других групп [39]. |

Фасилитация и ингибция: эксперименты Р. Зайонца

Роберт Зайонц положил начало экспериментальным исследованиям социальной фасилитации (1965).

Роберт Зайонц (1923–2008) – американский психолог, известный своими экспериментами, раскрывшими феномены фасилитации и ингибции, которые были названы «эффектом присутствия» и оформлены в теорию социального содействия. Другое направление исследований – теория эмоций.

В одном из экспериментов Роберт Зайонц и Стивен Сейлз (1966) предлагали испытуемым произносить каждое слово из набора бессмысленных слогов от 1 до 16 раз.

Затем экспериментатор объяснял, что эти слова по одному будут появляться на экране. Испытуемым предлагалось каждый раз отмечать, какое из слов появилось. В то время как в действительности на экране в течение одной сотой доли секунды экспонировались лишь хаотические черные линии, испытуемые «видели» по большей части те слова, которые до этого называли чаще. Эти слова стимулировали доминирующую реакцию. Люди, выполнявшие это задание в присутствии двух других испытуемых, «угадывали» доминирующие слова чаще.

Выводы. Присутствие аудитории усиливает, облегчает проявление доминирующих (привычных, хорошо усвоенных, и врожденных) реакций; проявление доминирующих реакций вызвано возбуждением, которое возникает в присутствии аудитории. Это возбуждение, готовность к реагированию позволяет полностью объяснить социальную фасилитацию без обращения к конкуренции, распылению внимания, имитации, подсказкам и кооперации.

Петер Хант и Джозеф Хиллери выявили (1973), что студентам в присутствии других людей требуется меньше времени на изучение простого лабиринта и больше времени – на изучение сложного.

Гленн Сандерс, Роберт Бэрн и Дэнни Мур установили (1978), что в случае боязни оценки присутствие публики приводит к чрезмерному возбуждению, перегружает когнитивную систему и ухудшает результаты [38, с. 356–362].

Эффекты индивидуальной и групповой деятельности

Модель регуляции совместной деятельности и эффекты индивидуальной и групповой деятельности описаны Николаем Николаевичем Обозовым в монографии «Социальная психология» под редакцией Е. С. Кузьмина и В. Е. Семенова (1979) [82].

Н. Н. Обозов обращает внимание на то, что изучение эффектов совместной деятельности началось задолго до экспериментов американских психологов в работах В. Меде (1920), Ф. Оллпорта (1924) и В. М. Бехтерева (1925). Исследования, посвященные сравнительному анализу индивиду-

альной и совместной деятельности следует разграничивать с учетом уровня взаимосвязанности членов группы. Все остальные факторы – внутренние и внешние – являются дополнительными, т. е. возраст, профессиональные и психологические особенности, численный состав группы, задачи, мотивация и прочее не имеют существенного значения. Выделяют два уровня взаимосвязанности:

- 1) присутствие других;
- 2) влияние и взаимовлияние (здесь включаются механизмы подражания, внушения, конформности, которые определяют единообразие в группе и нормообразование).

Важным фактором, который следует учитывать при оценке эффективности деятельности, является ее характер:

- 1) «непродуктивная» психическая деятельность, связанная с отражением (оценка стимулов, восприятие объектов, не связанных с действием);
- 2) «продуктивная» психическая деятельность предполагает действие, выражающееся в конкретном продукте (его можно оценить).

Вальтер Меде установил влияние фактора «присутствие других» на пороги ощущения: в присутствии 2-х человек изменение порогов значительнее, чем при группе из 3-х, 4-х человек и более. Инструкция в условиях «присутствия других» имеет большее значение, так как побуждает индивида действовать быстрее и точнее. На психическую деятельность индивида большее влияние имеет референтная группа.

В условиях «присутствия других» у индивида улучшаются:

- 1) сила мышечного напряжения;
- 2) продуктивность внимания;
- 3) долговременная память;
- 4) направленные ассоциации по критерию сходства.

Таким образом, в условиях «присутствия других» улучшаются «скоростные» характеристики и «единообразие» психического отражения. В этих условиях снижаются чувствительность, качество внимания, простые умственные действия и сложная мыслительная деятельность. В целом, результаты говорят не только о «возбуждающем» и «тормозящем» влиянии группы, но и о проявлении нормообразующей функции в условиях «присутствия других».

Уровень «влияние» связан с тем, что подставная группа оказывает целенаправленное давление на одного из своих членов, а «взаимовлияние» определяется наличием общего стимула, задачи, на которые должны реагировать члены группы.

При различной степени взаимосвязанности конвергенция мнений членов группы и нормообразование лучшие при высокой неопределенности стимула и большей их сложности, а точность восприятия и решения задач – худшая. В данном контексте вспоминаются эксперименты Музафе-

ра Шерифа с иллюзией «светящейся точки» (1935), где члены группы ориентируются не на объект, а на мнения членов группы. В условиях большей степени определенности стимула испытуемые вырабатывают групповую норму оценки, близкую к объективному эталону.

Взаимосвязанность до уровня «взаимодействие» улучшает результаты выполнения действий и восприятия: работа на конвейере приводит к выработке общей ритмичности; обсуждение стимульного материала (например, фотографий) повышает точность восприятия и увеличивает количество найденных элементов сходства картин. Однако на уровне «взаимовлияния» эффективность решения интеллектуальных задач ниже: в процессе брейнсторминга количество продуцированных идей меньше, а их качество хуже в сравнении с индивидуальной работой. В условиях совместного решения проблем нормообразующая функция группы препятствует проявлению индивидуальных различий и творчеству. В. М. Бехтерев установил, что обсуждение в коллективе снижает жесткость моральных оценок, хотя общая критичность (признание вины) усиливается.

Общий сравнительный анализ индивидуального и группового, определяемый на двух уровнях взаимосвязанности – «присутствие других людей» и «взаимовлияние» – свидетельствует о преимуществе групповой работы по количественно-временным параметрам [82, с. 140–149].

Принятие решения в группе

История исследований группового принятия решений:

1. Влияние групповой дискуссии и решения на установки и поведение индивида («замораживающий» эффект) К. Левина (1940-е годы).
2. Групповые роли и процесс группового решения Р. Бейлза (1950-е годы).
3. Феномен сдвига к риску Дж. Стоунера.
4. Феномен групповой поляризации С. Московичи (1960-е годы).
5. Схемы совместных решений Дж. Дэвиса.
6. Феномен «группомыслия» И. Джаниса.
7. Классификация групповых задач Дж. Стайнера (1970-е годы).
8. Стратегии групповой дискуссии Н. Пеннингтона и Р. Хасти.
9. Эффект «общеизвестного» В. Титуса и Г. Стассера (1980-е годы) [39].

«Замораживающий эффект»: эксперимент К. Левина

Наиболее исследована роль групповой дискуссии, предшествующей принятию группового решения. На экспериментальном уровне эта проблема, как и другие вопросы групповой динамики, была изучена К. Левиным. Эксперимент был осуществлен в США в годы Второй мировой войны и имел прикладное значение. В условиях экономических затруднений в связи с военной ситуацией в США снизилось количество пищевых продуктов, поступающих в торговую сеть. Вместо мяса населению предлагались многочисленные субпродукты, однако домохозяйки бойкотировали их покупку.

Цель экспериментального исследования Левина состояла в том, чтобы сравнить эффективность воздействия на мнение домохозяек традиционной формы, используемой рекламой (лекции), и новой формы – выработки собственного группового решения на основе групповой дискуссии. Было создано шесть групп добровольцев-домохозяек из Красного Креста, каждая группа по 13–17 человек. Некоторым из этих групп были прочитаны лекции о пользе субпродуктов и о желательности их покупки, а в других группах была проведена дискуссия по этим же вопросам. Через неделю были взяты интервью с целью выяснить, насколько изменились мнения домохозяек. В группах, слушавших лекции, было зарегистрировано 3 % изменения мнений, в группах, где прошли групповые дискуссии, – 32 %.

Левин предложил следующую психологическую интерпретацию полученного результата. На лекции домохозяйки пассивно слушали предлагаемые рассуждения, они интерпретировали излагаемые им факты в свете собственного опыта. После лекции у них было два варианта поведения: покупать или не покупать субпродукты. В момент лекции решение не было принято, и поэтому никакой поддержки группой в пользу принятия решения они не имели; в группе не возникло социальной нормы, которой бы в дальнейшем следовали члены этой группы. Поэтому изменение мнения базировалось исключительно на эффективности убеждения, а она оказалась невысокой.

Напротив, в ходе групповой дискуссии каждый член группы чувствовал себя включенным в принятие решения, и это ослабляло сопротивление нововведению. В ходе дискуссии стал очевидным факт, что другие члены группы также движутся в направлении определенного решения, это укрепляло собственную позицию. Решение таким образом было подготовлено шаг за шагом и превращалось в своеобразную групповую норму, поддержанную и принятую участниками дискуссии. Такой эффект стал возможным потому, что решение не было навязано, а было именно принято группой.

Выявлены две важные закономерности влияния групповой дискуссии:

1) групповая дискуссия позволяет столкнуть противоположные позиции и тем самым помочь участникам увидеть разные стороны проблемы, уменьшить их сопротивление новой информации;

2) если решение инициировано группой, то оно является логическим выводом из дискуссии, поддержано всеми присутствующими, его значение возрастает, так как оно превращается в групповую норму.

Значение групповой дискуссии изучалось в дальнейшем не только с точки зрения ценности принятого решения, но и с точки зрения последствий дискуссии для группы относительно перестраивания структуры внутригрупповых отношений. Третье направление исследований – активный поиск различных форм групповой дискуссии, стимулирующих принятие решения [38; 39].

Группомыслие: исследование И. Джаниса

Ирвинг Джанис (1918–1990) рассматривает принятие решения военными и политическими деятелями: 1) Пирл-Харбор; 2) вторжение на Кубу; 3) война во Вьетнаме. Во всех примерах фиаско, рассматриваемых Джанисом, группы были сплоченными, а их судьбоносные решения – дефектными. Если ситуация соответствует этим двум критериям, то дефектное решение, скорее всего, стало следствием склонности к поиску согласия и единодушия. Подобные устремления обеспечивают мотивацию, порождающую симптомы группомыслия:

1. Иллюзия неуязвимости, чрезмерный оптимизм перед лицом опасностей (каждый из членов группы, думая, что все остальные согласны, мог спокойно игнорировать риск).

2. Неоспоримая вера в этику и непогрешимость собственной группы. Все рассматривается в черно-белых тонах (сказывается переоценка ин-группы и недооценка аутгруппы).

3. Стереотипный и упрощенный образ врага. Так, группа Дж. Кеннеди, планируя вторжение, не удосужилась проверить отношение населения Кубы к Ф. Кастро, ошибочно полагая, что его никто не поддерживает.

4. Рационализация как проявление коллективной психологической защиты: члены группы используют свои коллективные когнитивные ресурсы для выработки рациональных объяснений в поддержку разделяемых иллюзий о неуязвимости группы и правильности решения.

5. Групповое давление, конформность и покорность. Поведение лидера и группы в целом может усилить групповые иллюзии, мешая тем, кто сомневается, предложить альтернативы и высказать возражения.

6. Самоцензура: подавление собственных сомнений и возражений служит установлению единодушия. Участники не хотят нарушать консенсус.

7. Иллюзия единодушия: вера в правильность решения проверяется консенсусом, а не критическим мышлением. Молчание при группомыслии всего лишь продукт самоцензуры и группового давления.

8. Появление самозванных хранителей группового духа, что оказывает давление на сомневающихся.

И. Джанис описал несколько правил для противодействия группомыслию (1972). Лидер группы должен благоприятствовать открытому выражению возражений и сомнений, быть беспристрастным с самого начала и не защищать определенный курс действий, который он хотел бы провести. Хорошо, когда над проблемой работает несколько групп с разными лидерами; если такой возможности нет, то группа должна время от времени разбиваться на подгруппы с разными руководителями, а затем обмениваться информацией. Члены группы должны иногда обсуждать ее деятельность с доверенными соратниками, коллегами, партнерами и докладывать их точку зрения. На встречи следует приглашать экспертов со стороны. Хотя бы

один из членов группы должен играть роль адвоката дьявола на каждой встрече. Значительное время следует посвятить изучению информации о предпочтениях участников, возможных вариантах действия и анализу событий, которые должны или могут произойти. Если консенсус достигнут, то он должен быть подвергнут вторичному рассмотрению и подтвержден или отвергнут на совещании, проведенном по истечении времени, достаточного для того, чтобы участники смогли собраться с мыслями и сформулировать свои сомнения или замечания.

Джанис ставит вопрос о причинах группомыслия: сплоченности группы (1972) и влиянии стресса (1977). Сильный стресс (связанный с необходимостью принимать решение), приводит к увеличению потребности в аффиляции, усилению группового давления и, наконец, к групповому защитному избеганию (группомыслие – это коллективный паттерн защитного избегания). Другие факторы: изоляция, слабость процедур и директивный стиль руководства [38; 55].

Джеймс Эссер в своей обзорной статье, посвященной анализу исследований группомыслия (1998), подводит итог его 25-летнего изучения:

- при группомыслии решение является следствием уступчивости, а не интернализации;
- детерминантами группомыслия выступают сплоченность группы и ситуационные факторы (такие, как ограниченность времени).

Вопрос о последствиях и симптомах группомыслия решается неоднозначно. Обратимся к результатам лабораторных исследований группомыслия. И. Джанис считал сплоченность группы самым важным фактором группомыслия, однако она выступала в роли необходимого, но не достаточного условия. Изолированность группы приводит к рассмотрению меньшего количества альтернатив и снижению качества решения. Предвзятость лидера негативно сказывается на количестве предлагаемых решений и рассматриваемых фактов. Авторитарный лидер воспринимается группой как более влиятельный в процессе принятия решения. В таких группах больше самоцензуры и хранителей группового духа («умохранителей»). Если авторитарный лидер рано обозначит свои предпочтения, то группа, как правило, к ним и склоняется. Группы с высоким уровнем сплоченности, не имевшие разработанных процедур решения, принимали более слабые решения. В условиях стресса наблюдается больше психологических защит в виде рационализаций, и в группах с высоким уровнем сплоченности качество решений снижается. Возможность идентификации (повышение меры индивидуальной ответственности) уменьшает эффекты, связанные с группомыслием. Значит, авторитарный лидер, изоляция, однородность и слабая разработанность процедур принятия решения – лучшие предсказатели группомыслия, как отмечает Дж. Эссер (1998).

П. Харт с коллегами попытались интегрировать феномен группомыслия в более широкий контекст исследования групп (1990–1994). Он предложил разделять два вида ситуаций, провоцирующих группомыслие:

- группомыслие возникает в ситуации пессимистичного взгляда на возможный исход (описано И. Джанисом в 1972 г.);
- группомыслие является продуктом оптимистичного взгляда на исход, когда группа хочет как можно быстрее добиться большого успеха, и феномена «коллективной ловушки»: группа провоцирует приверженность первоначально привлекательному, но провальному плану действий [38; 39].

Изучение феноменов поляризации, фасилитации и ингибиции

Феномен поляризации изучали Серж Московичи и Мариза Заваллони (1969), Даниэль Изенберг (1986). Исследования показали, что:

- 1) феномен «сдвиг к риску» широко распространен и оказывает сильное влияние на групповые решения;
- 2) некоторые групповые решения сдвигаются в сторону осторожности;
- 3) сдвиги к риску и осторожности являются частными случаями феномена поляризации (индуцированной группой экстремизации аттитюдов) [39].

Ученые обратили внимание на условия, в которых возникает обратный поляризации феномен – *феномен схождения*, усреднения мнения в результате группового консенсуса:

- 1) равенство между членами группы по влиятельности и статусу (никто не может претендовать на распространение своего мнения, законно повлиять);
- 2) объект дискуссии мало важен или неизвестен большинству (нет ценностей и установок на его счет);
- 3) члены группы не вовлекаются в дискуссию или не придерживаются определенной позиции по данному вопросу.

Нарушение одного из трех условий повлечет за собой появление эффекта поляризации.

Существует, как минимум, 11 объяснений феномена поляризации. Три из них являются наиболее популярными: 1) гипотеза социального сравнения, 2) убеждающей аргументации и 3) самокатегоризации.

Согласно *теории социального сравнения* Леона Фестингера, индивидуальное мнение после группового обсуждения – это компромисс между конформностью и самоулучшением. Объяснение базируется на двух положениях: 1) люди стремятся узнать: верны ли их мнения и суждения, 2) когда объективные средства недоступны, люди оценивают свои суждения, сравнивая их с суждениями других людей, похожих на себя. Подобные

сравнения продуцируют давление в сторону единства (согласованности, единодушия).

Еще одно объяснение феномена поляризации дает *теория самокатегоризации* Джона Тернера (1987), который развивает идеи Л. Фестингера о социальном сравнении. Согласно данной теории, в ситуации самокатегоризации люди начинают ориентироваться на групповую норму, представляющую собой прототип, т. е. позицию, соответствующую проявлению того общего, что свойственно группе и что отличает ее от других. В этом случае лидер группы и является ее прототипом. Таким образом, норма больше связана не с конформностью, а с идеальной самокатегоризацией.

Прототип может меняться в зависимости от того, какой из групп противопоставляется и как распределены мнения в группе. Следствие данной теории: присутствие чужой группы будет приводить к усилению феномена поляризации. Феномен поляризации позволяет объяснить, почему группы чаще соперничают друг с другом, чем отдельные индивиды [55]. Д. Майерс считает, что поляризация – естественно возникающий процесс, который приводит со временем к усугублению межгрупповых различий (1997).

Существенный прорыв в объяснении феномена поляризации произошел с появлением статьи Роберта Зайонца (1965), который описал условия фасилитации и ингибиции. Так, присутствие аудитории усиливает, облегчает проявление доминирующих (привычных, хорошо усвоенных, врожденных) реакций. Проявление доминирующих реакций вызвано возбуждением, которое возникает в присутствии других, поскольку готовность отреагировать на неожиданные действия является врожденной реакцией. Это возбуждение, готовность к реагированию, с точки зрения Р. Зайонца, позволяет полностью объяснить социальную фасилитацию без обращения к прямым эффектам присутствия других (конкуренции, распылению внимания, имитации, подсказкам и кооперации).

На практике же действие прямых эффектов блокировать крайне трудно. Исследования Р. Зайонца (1965) и Б. Герина (1993) показали, что простое знание о том, что в соседних комнатах испытуемые выполняют те же действия, приводит к появлению духа соревнования. Бернард Герин выделяет три принципиальных подхода к объяснению феномена социальной фасилитации на основании той области, из которой берутся объяснительные конструкты:

1. Драйв-теории (теории возбуждения) социальной фасилитации: присутствие других приводит к изменению психоэмоционального состояния. К ним относится теория побуждающей социальной фасилитации Р. Зайонца.

2. Теории социальной конформности: присутствие других приводит к активизации и ингибиции некоторых стандартов поведения. К ним относится теория предчувствия оценки Н. Коттрелла, Т. Хенчи и Д. Гласа.

3. Многочисленные когнитивистские теории, в которых социальная фасилитация объясняется через процессы внимания и способы обработки информации, например, теория «рассредоточенность – конфликт» Р. С. Бэрона, Д. Мур, Г. Сандерса [55].

Социально-психологический климат

Социально-психологический климат – содержательная характеристика межличностных отношений в группе.

Обычно социально-психологический климат оценивается как удовлетворенность членов группы:

- трудом (содержанием и условиями труда);
- отношениями по горизонтали (с коллегами);
- отношениями по вертикали (с начальником и подчиненными).

В качестве методов изучения социально-психологического климата используют опросники для оценки наиболее значимых аспектов деятельности группы. Существует также методика «цветописи» А. Н. Лутошкина. В оценке социально-психологического климата необходимо оценивать не только удовлетворенность деятельностью и отношениями, но и эффективность деятельности в группе [6].

Семья как малая группа

Семья – малая социальная группа, ячейка общества, форма организации личного быта и хозяйства, основанная на супружеском союзе и родственных связях.

Функции семьи – это жизнедеятельность семьи, непосредственно связанная с удовлетворением определенных потребностей ее членов. Функций семьи столько, сколько потребностей она удовлетворяет. Семья удовлетворяет потребности не только отдельных людей, но и общества. Функции семьи связаны с социально-экономическими условиями функционирования семьи, особенностями самой семьи и ее членов.

Функции семьи:

1. Воспитательная – удовлетворяет потребности в материнстве и отцовстве, в контактах с детьми, в реализации себя в детях; а также обеспечивает социализацию подрастающего поколения.

2. Хозяйственно-бытовая функция семьи – удовлетворяет материальные потребности членов семьи, восстанавливает здоровье и утраченные силы.

3. Эмоциональная функция семьи – удовлетворяет потребности в симпатии, уважении, признании, эмоциональной поддержке, психологической защите; поддерживает психическое здоровье.

4. Функция культурного (духовного) общения – удовлетворяет потребность в совместном проведении досуга; духовное развитие членов общества.

5. Функция первичного социального контроля – обеспечение выполнения социальных норм членами семьи.

6. Сексуально-эротическая функция – удовлетворение сексуально-эротических потребностей членов семьи.

Структура семьи – это состав семьи и число ее членов, а также совокупность их взаимоотношений. Структура семьи влияет на выполнение функций, распределение прав и обязанностей.

Система отношений в семье бывает авторитарной и демократической.

Динамика семьи – это этапы жизнедеятельности, связанные с жизненным циклом семьи, наличием или отсутствием детей и пр.

Эвелин Рут Дюваль (1906–1998) выделила следующие фазы в жизненном цикле семьи (1957):

1. Вовлечение. Встреча супругов, их эмоциональное притяжение друг к другу.

2. Принятие и развитие новых родительских ролей.

3. Принятие в семью новой личности. Переход от диадных отношений супругов к отношениям в треугольнике.

4. Введение детей во внесемейные институты.

5. Принятие подростковости.

6. Экспериментирование с независимостью.

7. Подготовка к уходу детей из семьи.

8. Уход детей из семьи, принятие их ухода, жизнь супругов «глаза в глаза».

9. Принятие факта ухода на пенсию и старости.

Психологи выделяют нормально функционирующие семьи и дисфункциональные семьи.

Стадии супружеских отношений:

1. Выбор партнера.

2. Романтизация отношений.

3. Индивидуализация стиля супружеских отношений. Формирование правил.

4. Стабильность/изменяемость.

5. Фаза экзистенциальной оценки.

Периодизация стадий жизненного цикла семьи (Э. К. Васильева, 1975):

1. Зарождение семьи: с момента брака до рождения первого ребенка.

2. Рождение и воспитание детей: заканчивается с началом трудовой деятельности хотя бы одного ребенка.

3. Окончание выполнения семьей воспитательной функции.

4. Дети живут с родителями, и хотя бы один из детей не имеет собственной семьи.

5. Супруги живут одни или с детьми, имеющими собственные семьи.

Исторические типы семьи:

- групповой брак;
- матриархат;
- патриархат (брак и семья совпадают, пожизненное однобрачие, зависимость жены от мужа и детей от родителей);
- эгалитарная семья.

Во второй половине XX века специалисты стали говорить о кризисе семьи. Такими проявлениями кризиса являются переход от многопоколенной семьи к ядерной семье; переход от многодетной к малодетной семье. Кризис семьи связывают с утратой многих функций семьи [92; 93].

3.3. Организации (средние социальные группы)

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» [84, с. 117].

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 X, Y и Z

Важнейшей проблемой организационной психологии является повышение эффективности работников. Дуглас Мак-Грегор разработал две теории (теорию X 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, авторитарная) и принципиально положительного (теория Y, демократическая). 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. 18) [24; 56].

Таблица 18

Сравнение теорий X, Y и Z

| Д. Мак-Грегор | | У. Оучи |
|---|--|---|
| Теория X | Теория Y | Теория Z |
| <p>Предпосылки теории:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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 | <p>Предпосылки теории:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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 | <p>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:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ пожизненный наем, создающий твердые гарантии занятости и сопричастности к судьбе организации; ▪ медленное продвижение |

| Д. Мак-Грегор | | У. Оучи |
|--|---|--|
| Теория X | Теория Y | Теория Z |
| <p>носителем низкие амбиции и желает находиться в безопасной ситуации.</p> <p>Менеджер теории X навязывает подчиненным свои решения и централизует полномочия. Стимулирование к добросовестной работе предполагает наказание или страх перед возможным наказанием.</p> | <p>результаты труда;</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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. <p>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.</p> | <p>по службе;</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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. <p>Теория Z акцентируется на коллективной мотивации и раскрепощении инициативы работника.</p> |

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» [84].

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 [40].

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) [40] 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 [40].

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 [56] 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 Саме* 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) [56; 84].

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

3.4. Большие социальные группы

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. 16) [77].

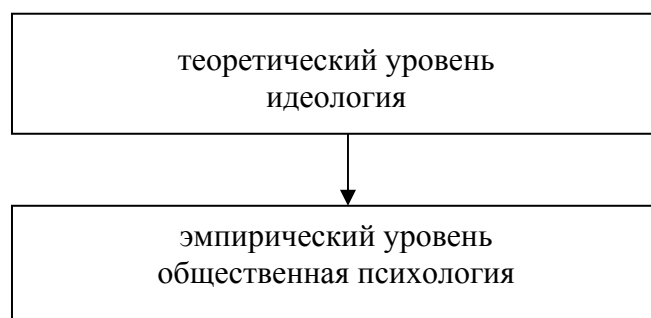


Рис. 16. Структура общественного сознания

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 *этнос* – 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. 19) [по: 77, с. 548–549].

Таблица 19

**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.).

Плеханов Георгий Валентинович (1856–1918) – российский общественный деятель (марксист) и философ, впервые с позиций исторического материализма давший определение понятия «общественная психология»; изучал психологию классов.

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, «рисую» 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» [79].

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

Питирим Александрович Сорокин (1889–1968) – выдающийся американский социолог русского происхождения, в 1922 году эмигрировавший в США; известный своими исследованиями социокультурной динамики, социальной мобильности и социальной стратификации. Основные работы: «Система социологии» (1920), «Социальная и культурная динамика» (1962).

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 [59].

Поршнев Борис Федорович (1905–1972) – выдающийся отечественный историк, социолог и социальный психолог, изучавший проблемы антропогенеза. Важнейшие работы: «Социальная психология и история (1966, 1979), «О начале человеческой истории» (проблемы палеопсихологии) (1974).

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 познавательной-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 обуславливают 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) [34; 52].

Психический склад этноса – это специфический способ восприятия и понимания членами этнической общности различных сторон окружающей действительности. Психический склад этноса состоит из следующих эле-

ментов: 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) [33, с. 184–193].

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 [34; 52; 77].

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», основополож-

ником 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 Бар-талом [29; 40; 48].

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 (различия 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).

3.5. 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.

Ольшанский Дмитрий Вадимович (1953–2003) – известный социальный психолог, политолог, автор книги «Психология масс» (2001), «Основы политической психологии» (2001).

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 [51].

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)» [по: 51]. В работе С. Московичи «Век толп» выделены характеристики масс (рис. 17) [43].

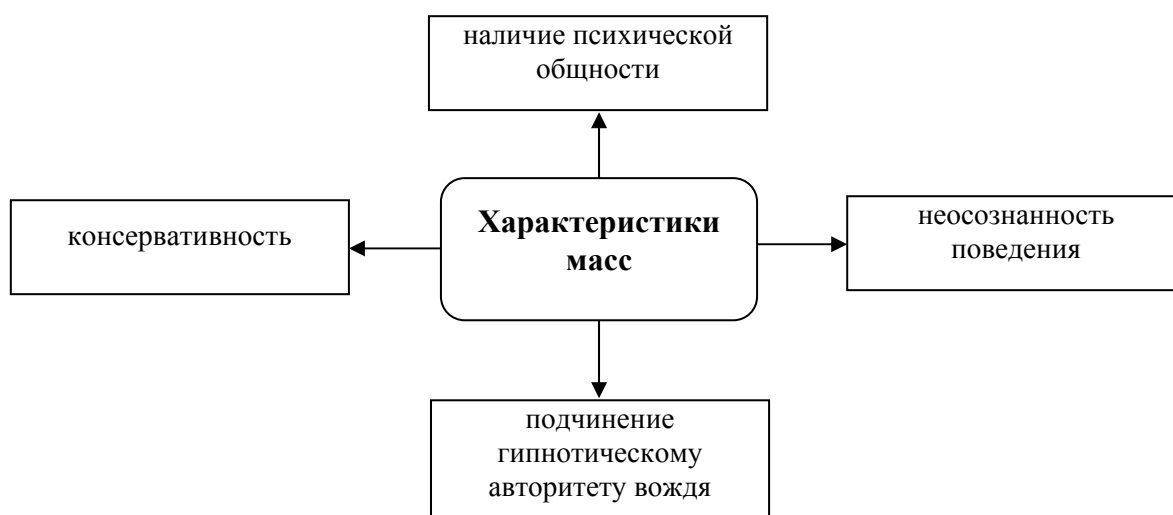


Рис. 17. Характеристика масс, по С. Московичи

Формы массового политического поведения – это митинги; манифестации; демонстрации; бунты; занятие зданий; пикетирование; сидячие за-

бастовки; 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 [51, с. 186].

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) [51, с. 198–199].

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» [43, с. 4].

Серж Московичи (1925–2014) – выдающийся французский социальный психолог, основатель школы социальных представлений; теории влияния меньшинства на поведение группы. Исследовал массовидные явления. Автор учебника «Социальная психология» (1984), написанного в рамках интеграционного подхода; книг «Психология толп», «Машина, творящая богов» и пр.

С. Московичи в работе «Век толп» [43] 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 [43].

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» [51, с. 55].

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. Оказиональная 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 (петушинные 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») [33, с. 262–268; 77].

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 [51, с. 61];
- массовая агрессия [51, с. 65–68].

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 [51].

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 [51, с. 275–291].

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 [51].

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) [51, 77].

3.6. Межгрупповые отношения: 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 [21].

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 Тэдджфел);
- 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 необихевиористскую 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 [2].

Межгрупповые отношения: эксперименты М. Шерифа

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

Музафер Шериф (1906–1988) – выдающийся американский психолог турецкого происхождения, представитель интеракционизма. Изучал формирование норм в группе; автор теории реального конфликта. Широко известен как автор эксперимента по изучению межгруппового взаимодействия «в пещере разбойников».

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 [38].

Теория идентичности (Г. Тэджфел), эксперименты

Генри (Анри) Тэджфел (1920–1982) – выдающийся английский психолог. Автор теории социальной идентичности и методологических работ в области социальной психологии. Наиболее известная работа – «Социальная идентичность и межгрупповые отношения» (1982).

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 XX 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». Объяс-

нение Тэджфела: для ингруппового фаворитизма достаточно факта осознания принадлежности к «своей» группе. Это явление получило название *минимальной групповой парадигмы* (Л. Росс, Р. Нисбетт) [68].

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 преубеждения).

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 [2].

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. 20) [2].

Таблица 20

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

Агеев Владимир Сергеевич (род. 1949) – известный московский психолог (МГУ), исследователь межгрупповых отношений, межкультурных контактов и социальных стереотипов. Важные работы: «Психология межгрупповых отношений» (1978), «Межгрупповое взаимодействие: социально-психологические проблемы» (1990).

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. 21).

Таблица 21

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 получают 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 внутрigrуппового 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 со-

ревнований 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 вожаки 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 [2].

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 [2; 6].

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 компенси-

рована 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. 18) [2].

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 [2].

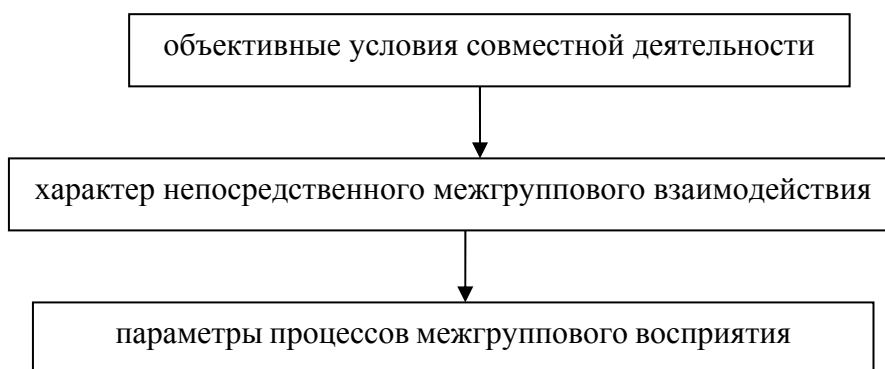


Рис. 18. Схема генезиса межгрупповых процессов

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) [2].

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.

Вопросы для самопроверки

1. Что такое групповое давление, какие эксперименты подтверждают данный феномен? В каких условиях проявляется феномен?
2. В чем социально-психологический смысл феноменов фасилитации и ингибции? Каковы условия проявления данных феноменов?
3. Что такое ингруппа и аутгруппа, какие эксперименты и феномены связаны с их изучением?

4. Какие эксперименты подтверждают феномен поляризации?
5. Назовите направления исследований в психологии организаций.
6. При каких условиях меньшинство имеет шанс изменить позицию большинства, в каких вопросах будет проявляться влияние?
7. В чем различия параметрической теории коллектива и теории деятельностного опосредствования межличностных отношений?
8. Прочитайте книгу В. Ф. Тендрякова «Люди и нелюди». Какие социально-психологические феномены описаны в данной книге?
9. Прочитайте книгу У. Голдинга «Повелитель мух». Какие этапы развития групповых отношений детей можно выделить? Как распределялись роли детей в группе, какие факторы повлияли на это? Какие групповые феномены наблюдались?

4. СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ ЛИЧНОСТИ

4.1. 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 установок);
- 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).

4.2. 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 [20].

Для исследования социальных установок были разработаны шкалы установок. 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 действительное 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 объек-

тивной 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 [по: 21].

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.

Ричард Лапьер La Pierre (1899–1986) – известный американский психолог; автор знаменитого эксперимента по изучению влияния установок на поведение («аттитюд versus поведение»).

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 [20].

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

Ядов Владимир Александрович (1929–2015) – выдающийся отечественный социолог и психолог, автор «диспозициональной теории социального поведения». Разработал методологию социологических и социально-психологических исследований, а также конкретных методов изучения ценностей, диспозиций и социальных установок личности. Он является автором и редактором известных работ: «Социологическое исследование: методология, программа, методы» (1987); «Стратегия социологического исследования» (2001); «Процессы идентификации российских граждан в социальном пространстве «своих» и «несвоих» групп и сообществ (1999–2002.)»; «Социальные трансформации в России: теории, практики, сравнительный анализ» (2005).

В. А. Ядов предложил диспозициональную теорию регуляции социального поведения (1975), которая может служить одним из вариантов объяснения результатов эксперимента Лапьера [94]. 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 « $P \rightarrow D \leftarrow C$ », где P – потребность, D – диспозиция, C – ситуация или условия деятельности. Таким образом, диспозиции представляют собой продукт «столкновения» потребностей и ситуаций (условий) (табл. 22) [94, с. 93–94].

Таблица 22

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» [94, с. 104].

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, пред-

ставление 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

Леон Фестингер (1919–1989) – выдающийся американский психолог, представитель когнитивного направления в социальной психологии, автор теории когнитивного диссонанса и теории социального сравнения. Входит в пятерку наиболее цитируемых психологов.

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 [38].

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 за 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 отсутствие 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 [86, 33–35].

Эксперимент «диссонанс как проявление агрессии».

Явление диссонанса может возникать и как следствие проявления агрессии [86, с. 35–38]. 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 [38, с. 182].

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 «психологией».

Теория самовосприятия и эксперименты Д. Бема

Дарил Бем (род. 1938) – выдающийся американский психолог, автор теории самовосприятия, описывающей способы, при помощи которых люди познают свои внутренние состояния.

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 XX 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 [86, с. 73–85].

Выводы Д. Бема: люди формируют суждения о собственных attitudes, равно как и о собственных предпочтениях и личностных диспозициях, анализируя свое поведение в контексте ситуации (рис. 19) [38, с. 188].

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.

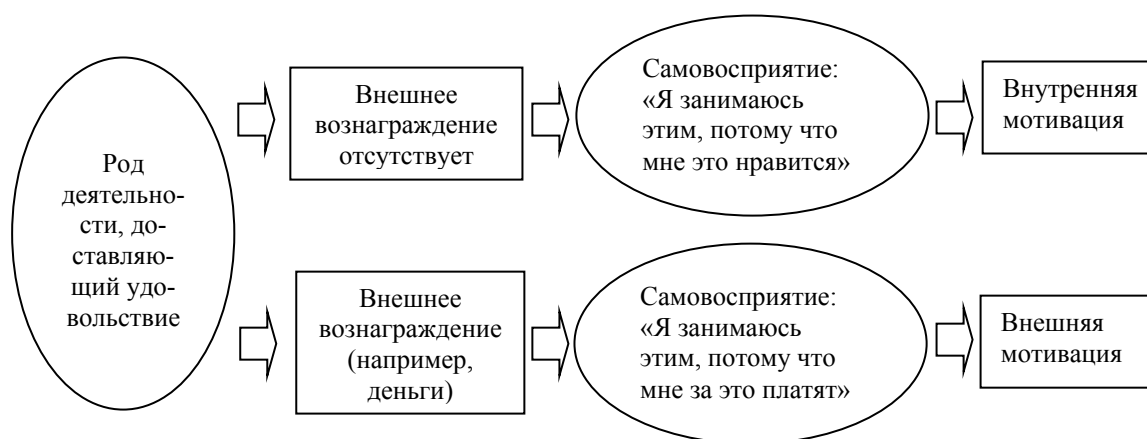


Рис. 19. Интерпретация эксперимента Д. Бема

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 [38, с. 188].

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 [38, с. 168].

Изменение установок

Изменение установок отражено в модели У. Мак-Гвайра (рис. 20).

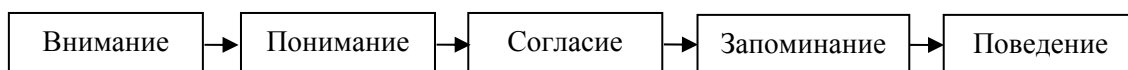


Рис. 20. Модель изменения установок В. Мак-Гвайра

Модель Уильяма Мак-Гвайра показывает, что изменение установок – сложный процесс, в котором задействованы и мотивационные, и когнитивные компоненты [21; 61].

4.3. Социализация 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 [6].

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) [44].

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 [28; 29].

Кон Игорь Семенович (1928–2011) – кандидат исторических наук, доктор философских наук, выдающийся отечественный философ, социолог, антрополог, психолог, философ, сексолог. Один из основателей современной российской социологической школы. Известные работы: «Открытие Я» (1978); «В поисках себя. Личность и ее самосознание» (1984); «Психология ранней юности» (1989); «Социологическая психология» (1999); «Ребенок и общество» (2003); «Сексология» (2004).

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 XX 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 обрванной 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

Эрик Эриксон (1902–1994) – американский психолог, представитель неофрейдизма, изучал эго-структуру. Эриксон вводит понятие *идентичности* в работе «Детство и общество» (1950) и рассматривает восемь стадий ее развития. Эго-психология Эриксона имеет и другое название – эпигенетическая теория. *Эпигенетический принцип* – предположение о том, что человек в своем развитии проходит через неизменную последовательность стадий, универсальных для человечества.

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. 23).

Таблица 23

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 |

| Название стадии, возрастные рамки | Характеристика стадии |
|--|--|
| 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 развитый 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» [90].

Эксперименты С. Миямото и С. Дорнбуша

Эксперименты Франка С. Миямото и Санфорда Дорнбуша, представленные в работе Т. Шибутани «Социальная психология» [90], 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

Жан Пиаже (1896–1980) – швейцарский психолог, основатель Женевской школы психологии, автор генетической психологии. Изучал стадии когнитивного развития ребенка и проблемы социализации («Моральное суждение у ребенка»). Пиаже входит в пятерку наиболее цитируемых авторов.

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. 24).

Таблица 24

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)

Лоуренс Кольберг (1927–1987) – выдающийся американский психолог и педагог, один из ведущих представителей когнитивной концепции социализации, изучал нравственные дилеммы (пример: дилемма Хайнца) у детей и взрослых и описал стадии развития морального сознания в процессе социализации.

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. 25) [9].

Таблица 25

Уровни и стадии нравственных суждений (по Л. Кольбергу)

| Название уровня | Характеристика уровня и стадий |
|---|--|
| <i>Доконвенциональный</i> (оценка поступка по последствиям) | Специфическая нравственность (правильность или неправильность поступка оценивается с точки зрения возможности наказания) |
| | Индивидуализм (мотивом поступка является стремление получить награду) |
| <i>Конвенциональный</i> (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 |
| <i>Постконвенциональный</i> (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

Ури Бронфенбреннер (1917–2005) – американский психолог, автор экологической теории социализации, в которой рассматривается роль четырех систем, в которых протекает социализация ребенка: микросистемы, мезосистемы, экзосистемы и макросистемы.

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 [9].

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 [9].

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.) [70].

В социальной психологии существует термин «институты десоциализации» – группы, в которых происходит утрата социальных связей [6].

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) [44, с. 34–35].

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.

4.4. 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 [14; 65].

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 [14; 65].

Р. Бернс отмечает, что изучение Я-концепции связано с работами У. Джемса; интеракционистов Ч. Кули и Дж. Мида; Э. Эриксона и К. Роджерса [10].

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.

Карл Роджерс (1902–1987) – представитель феноменологического направления гуманистической психологии. Автор теории Я-концепции личности. По Роджерсу, *Я-концепция* – всеобщий паттерн самовосприятия; концепция человека о том, каков он есть. К. Роджерс вводит понятие «Я-идеальное», понимая под этим представления человека о том, каким он может стать. Роджерс разработал клиент-центрированную терапию на основе принятия клиента, эмпатии и аутентичности.

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 [14; 65].

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...» [10, с. 32].

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 «важных 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 установок человека по отношению к себе. Наряду с данным понятием используется термин «Я-схема» – черта, которую человек приписывает себе и считает важной [55].

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) самооэффективность – оценка человеком своей способности справиться с проблемами [21].

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 [21].

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 [11; 71, с. 60].

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 коммуналного (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 [21, с. 92].

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. 26) [21].

Таблица 26

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 [21, с. 102].

4.5. 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 пове-

дения, и «слабыми», допускающими широкую вариативность поведенческих проявлений [9; 68].

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 % [68, с. 103–105].

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 [19].

4.6. Социальная идентичность

Определение социальной идентичности

Социальная идентичность в науке традиционно рассматривалась как комплекс ролей и статусов, организованных адекватно социальной системе. Долгое время данное понятие изучалось в рамках социологии.

Социальная идентичность, по определению психологов, – это часть Я-концепции человека, основанная на принадлежности человека к какой-либо социальной группе вместе с присущими данной группе нормами и ценностями. Разновидностями социальной идентичности являются этническая, классовая, гендерная, политическая, экономическая, религиозная идентичность. Этническая идентичность рассматривается как индивидуальное чувство личной идентификации с определенной этнической группой [50].

Структура социальной идентичности:

- 1) когнитивный компонент состоит в осознании человеком принадлежности к группе;
- 2) эмоциональный компонент заключается в переживании своей принадлежности к группе в форме различных чувств – любви или ненависти, гордости или стыда;

3) поведенческий компонент проявляется тогда, когда человек начинает реагировать на других людей с позиций своего группового членства, а не с позиций отдельной личности [21, с. 93–94].

Формирование идентичности (Э. Эриксон, Дж. Марсия)

Понятие идентичности впервые было представлено Э. Эриксоном в работе «Детство и общество» (1950). Эриксон дал название социальной идентичности: это личностный конструкт, который отражает внутреннюю солидарность человека с социальными идеалами и стандартами, благодаря которому мы делим мир на похожих и не похожих на себя.

Центральный конфликт подростково-юношеского этапа в формировании идентичности составляет конфликт между становлением индивидуальности и диффузией («размыванием») идентичности. Задача рефлексии себя и своего места в социальном мире, попытки первых ответов на вопросы: «Кто я?», «Зачем я живу?», «К чему способен?» – могут быть шагом к позитивному полюсу Я-концепции, но могут решаться незрелым образом, приводя к неуверенности в понимании собственного «Я», к неспособности сформулировать свои цели, ценности, идеалы, к трудностям социального самоопределения (ролевого, этнического, профессионального, политического, гендерного и пр.), т. е. к диффузной идентичности.

Эриксон выделял четыре типа развития неадекватной идентичности:

- 1) уход от близких отношений (страх потерять собственную идентичность);
- 2) «размывание» времени (ощущение цейтнота, потеря четкой возрастной локализации, неспособность строить планы на будущее);
- 3) «размывание» способности к продуктивной работе, неумение «отдаться» деятельности;
- 4) негативная идентичность (презрительное, враждебное принятие ролей, ценимых в семье и ближайшем окружении).

Джеймс Марсия описал пятый тип развития неадекватной идентичности – предопределенная идентичность (это некритичное принятие ценностей семьи, общества, религиозной группы и пр.) (1980).

Джеймс Марсия предположил, что тот или иной вид идентичности проявляется через наблюдаемые паттерны «решения проблем», т. е. актуализируются в ситуации социального выбора. Марсия, опираясь на теорию Э. Эриксона, рассматривает понятие «кризис идентичности», под которым он понимает период принятия решений в отношении таких важных вопросов, как «кто я и куда я иду?». Он учитывает два фактора: 1) прошел ли индивидуум через период принятия собственных решений; 2) связал ли он себя твердыми обязательствами относительно сделанного им выбора (табл. 27) [31, с. 606].

Модель формирования идентичности, предложенная Марсиа (1980)

| | | |
|-------------------------|---|--|
| Статус идентичности | Прохождение кризиса идентичности или периода принятия решения | Обязательства в отношении выбора системы убеждений и ценностей или карьеры |
| Статус предрешенности | Нет | Есть |
| Статус диффузии | Нет | Нет |
| Статус моратория | В процессе прохождения | В процессе принятия |
| Достижение идентичности | Пройден | Приняты |

Другие исследователи добавили в классификацию третий параметр – открытость-закрытость для альтернатив (табл. 28) [9].

Характеристика статусов идентичности с учетом третьего параметра

| Виды идентичности | Наличие альтернативы выбора | Наличие выбора | Личностные характеристики |
|---|---------------------------------|---|---|
| Предрешение – подросток принимает на себя обязательства, не проходя кризис идентичности (ориентация на родительские установки) | Не осознает альтернативы | Делает выбор, исходя из родительских установок | Минимальная тревожность. Ориентация на ценности родителей. |
| Диффузия – кризис идентичности не пройден и не приняты на себя никакие обязательства (подросток не считает себя автором собственной судьбы) | Не осознает альтернативы | Не делает выбор | Проявления экстернатальности (особенно у юношей). Отсутствует сформированная система ценностных представлений. |
| Мораторий – центр кризиса (активная конфронтация взрослого человека с предлагаемым ему обществом спектром возможностей) | Отрицает родительские установки | Противоречивость поведения (требования к жизни и оценка себя противоречивы и неопределенны) | Уменьшение экстернатальности. Максимальная тревожность у обоих полов. Высокий уровень самоуважения у юношей, низкий – у девушек. Большое количество межличностных конфликтов у девушек. Конформность к ценностям молодежной субкультуры |

| Виды идентичности | Наличие альтернативы выбора | Наличие выбора | Личностные характеристики |
|---|-----------------------------|------------------------------|---|
| Реализованная идентичность – статус тех, кто прошел кризис идентичности и принял на себя обязательства вследствие самостоятельных решений | Осознает альтернативы | Делает самостоятельный выбор | Уменьшение экстернатальности. Высокий уровень самоуважения у юношей. Конформность к ценностям молодежной субкультуры. |

Под социальной идентичностью понимают принадлежность к определенной социальной группе, поэтому идентичность, по сути, выводится из взаимодействия «Я – Мы – Они». Социальная идентичность есть результат самоидентификации человека с различными социальными группами принадлежности и, наряду с личностной идентичностью, является важным регулятором социального поведения. Процессы самоидентификации предполагают активность личности и ее самоопределение в системе норм и ценностей.

Представитель интеракционистского направления Глэдис Родригес-Томэ считает, что развитие персональной и личностной идентичности является результатом активного взаимодействия личности со своим социальным окружением, принятия отраженных оценок «других» – в первую очередь родителей и референтных групп сверстников.

Социальная идентичность складывается из тех аспектов образа «Я», которые вытекают из восприятия индивидом себя как члена определенных социальных групп (Г. Тэджфел). Так, например, в Я-образ может входить осознание себя как мужчины, европейца, англичанина, студента, представителя средних слоев общества, члена спортивной команды, молодежной организации и пр.

Я-концепция включает в себя две большие подсистемы: 1) личностная идентичность; 2) социальная идентичность.

Тэджфел считает (1979), что личностная идентичность и социальная идентичность представляют собой два полюса единого биполярного континуума, на котором можно расположить все возможные варианты социального поведения [9].

Поскольку социальные группы имеют положительную или отрицательную оценку, то и социальная идентичность может быть положительной или отрицательной. Личность стремится к позитивной социальной иден-

тичности. Ингруппа – это та группа, с которой себя идентифицирует ребенок, аутгруппа – другая группа, не обладающая позитивными чертами.

Джеффри Стефенсон говорит о сосуществовании в ситуации одновременно и межличностных, и межгрупповых отношений (1984). Таким образом, он попытался изменить биполярный континуум Тэджфела – Тернера на континуум с четырьмя полюсами: межгрупповые установки могут варьировать от низкой выраженности до высокой и в любой своей точке соотноситься с низкой или высокой выраженностью межличностных установок [9].

Теория самокатегоризации Дж. Тернера

Джон Тернер, автор теории самокатегоризации, рассматривает влияние «своей» и «чужой» группы как важный фактор формирования социальной идентичности личности. (К слову сказать, это не единственный фактор: в качестве значимых агентов социального влияния может быть культура (Маргарет Мид, И. С. Кон), а также институции, например, семья, образовательные институты и средства массовой информации.) Дж. Тернер обращает внимание на нормативное и информационное влияние группы («Социальное влияние», 1991).

Для социальной идентичности и Я-концепции важны, по крайней мере, три уровня самокатегоризации:

1) высший уровень – категоризация себя как человеческого существа, обладающего общими чертами со всеми представителями человеческого вида, в отличие от других форм жизни;

2) промежуточный уровень – ингрупповая-аутгрупповая категоризация, основанная на сходстве или различии между людьми, определяемыми как «члены именно этих социальных групп, а не каких-то других»;

3) низший уровень – личностная самокатегоризация, основанная на отличии себя как уникального индивида от других членов ингруппы.

Эти три уровня определяют человеческую, социальную и личностную идентичность и основаны соответственно на межвидовом, межгрупповом и межличностном сравнении себя с другими [9].

4.7. Ценности личности

Ценности и ценностные ориентации

Чаще всего ценностные представления сознания обозначаются широко распространенным термином «ценностные ориентации». Ценностные представления и ценностные ориентации обычно рассматриваются как индивидуальные формы репрезентации надындивидуальных ценностей, причем оба понятия относят как к сознаваемым (декларируемым), так и к ре-

ально значимым ценностям. Милтон Рокич называет убеждения, диагностируемые с помощью разработанного им метода, ценностями, а отечественные психологи и социологи тот же самый конструкт обозначают ценностными ориентациями. Рокич определяет ценность как «устойчивое убеждение в том, что определенный способ поведения или конечная цель существования предпочтительнее с личной точки зрения, чем противоположный или обратный им способ поведения либо конечная цель существования» [35, с. 17]. Человеческие ценности характеризуются следующими основными признаками: 1) общее число ценностей, являющихся достоянием человека, сравнительно невелико; 2) все люди обладают одними и теми же ценностями, хотя и в разной степени; 3) ценности организованы в системы; 4) истоки человеческих ценностей прослеживаются в культуре, обществе и его институтах и личности; 5) влияние ценностей прослеживается практически во всех социальных феноменах, заслуживающих изучения [35].

Милтон Рокич различает два класса ценностей: терминальные (ценности-цели, или конечное ожидаемое состояние существования) и инструментальные (ценности-средства, или желательный модус поведения). Для диагностики индивидуальных иерархий ценностей в американской культуре Рокич разработал метод прямого ранжирования ценностей (1973).

В психологии существует множество разнообразных методов исследования ценностей, ценностных представлений и ценностных ориентаций. К наиболее известным относят тест ценностей Шварца – Билски, методику М. Рокича. В отечественной психологии существуют различные вариации данных методов, в том числе тест ценностных ориентаций Рокича – Ядова, методика Д. А. Леонтьева. Есть и оригинальные разработки: методика И. Г. Сенина ОТеЦ (взрослый и подростковый вариант), «Диагностика внутреннего конфликта» Е. Б. Фанталовой, методика О. Ф. Потемкиной, списки ценностей И. Г. Дубова.

М. Рокич изучал ценностные ориентации и их влияние на поведение человека (1968). Одним из аспектов было исследование конфликта ценностей. Представителей различных политических партий просили оценить ценности «свобода» и «равенство». Получены результаты:

1. Социальные демократы примерно одинаково высоко оценили «свободу» и «равенство».
2. Консерваторы оценили выше «свободу».
3. Коммунисты оценили выше «равенство».
4. Борющиеся за гражданские права оценили примерно одинаково «свободу» и «равенство».
5. Не участвующие в деятельности организаций оценили «свободу» выше, чем «равенство».

Ценности могут меняться благодаря тонкой манипуляции. В эксперименте создавалась ситуация «конфронтации ценностей»: респондентам

говорили, что люди, предпочитающие свободу, интересуются только личной свободой. После этого испытуемые получали письма из известной организации с просьбой присоединиться к борцам за гражданские права. В этом случае респонденты из экспериментальной группы в два раза чаще давали согласие участвовать в борьбе за гражданские права.

Филипп Тетлок изучал конфликт ценностей в политических attitudes. У демократов чаще наблюдается плюрализм ценностей, у них более сложные attitudes, отчего им значительно труднее принимать политические решения [20].

Герард Хофстеде провел сравнительный анализ национальных ценностей по четырем измерениям (1983): 1) допустимая степень контроля поведения граждан; 2) индивидуализм/коллективизм; 3) маскулинизм/феминность, которые проявляются в соотношении мотивов: успех или забота о других; 4) избегание неопределенности [40].

Ценности культуры Ш. Шварца

Шалом Шварц в конце XX века внедрил новую методику изучения ценностей культуры, пригодную для изучения ценностных ориентаций как групп, так и отдельных личностей. Базисом методики является концепция, сформированная на основе изучения и обобщения ценностей, представленных в разных культурах. Русскоязычная версия опросника была апробирована В. Н. Карандашевым в 1999–2002 годах.

Шварц выделяет шесть признаков ценностей:

1. Ценности – это мнения и убеждения, тесно связанные с эмоциями.
2. Ценности обозначают желаемые человеком цели, которые мотивируют действия.
3. Ценности не ограничиваются определенными действиями и ситуациями.
4. Ценности служат в качестве стандартов (руководят выбором и оценкой).
5. Ценности упорядочены по важности относительно друг друга и имеют относительно стабильную и упорядоченную систему стереотипов.
6. Относительная значимость разнообразных ценностей руководит действиями человека [26, с. 82].

Теория ценностей культуры Шалома Шварца основана на анализе базовых проблем, с которыми люди сталкиваются в процессе своей жизнедеятельности, и типичных способов их решения. Шварц выделил три основные оси измерения ценностей культуры и связал их с семью ценностными ориентациями, проявляющимися так или иначе во всех странах:

- автономия/включенность;
- равенство/иерархия;
- гармония/овладение.

Соотношение между ценностными ориентациями представлены на рис. 21 [26].



Рис. 21. Соотношение между ценностными ориентациями (Ш. Шварц)

Исследование базовых ценностей (Р. Инглхарт)

«Мир изменяется, и эти изменения предсказуемы», – отмечает **Рональд Инглхарт** (род. 1934), автор социологической теории постиндустриализации, смысл которой в том, что поведение людей определяется базовыми ценностями. Вот почему на основании базовых ценностей можно строить прогнозы изменения общества, хотя и сами ценности находятся под влиянием социальных изменений.

Рональд Инглхарт посвятил 45 лет сбору данных о ценностях людей в 80 странах мира (сейчас количество стран – около 100), он является автором целой серии исследований (1981–2015). Последний, седьмой, срез (седьмая волна) осуществляется в 2017–2021 годах.

Эти исследования демонстрируют изменения в мировоззрении людей в том, чего они хотят от жизни. Социологи опрашивают представителей всех слоев населения, используя стандартизированные опросные листы, посредством которых измеряют изменения в ценностях, касающихся религии, отношений полов, трудовой мотивации, демократии, системы управления в стране, социального капитала, участия в политической жизни, толерантности, защиты окружающей среды и субъективного ощущения бла-

гополучия. Общество социологов анализирует воздействие изменений в этих ценностях на экономическое развитие стран, на качество жизни граждан и на демократию. Согласно авторам исследований, взгляды на жизнь населения страны играют ключевую роль в ее экономическом развитии, в возникновении и функционировании демократических институтов, в распространении равенства полов, а также влияют на эффективность управления. Исследования проводятся в странах с различными режимами (от авторитарных до демократических), находящихся на разных стадиях экономического развития (как в бедных, так и в очень богатых) и представляющих собой многообразие культурных форм.

В качестве критериев для классификации системы ценностей Рональд Инглхарт использует два критерия: traditional/secular-rational (или, в переводе, традициональные/отделенные от церкви, рациональные) и survival values/self-expression values (ценности выживания и ценности самовыражения) [25].

В ходе исследования составляются «карты ценностей», на которые наносятся страны. Ценности россиян значительно смещены в сторону традиционализма, в отличие от многих других стран, прежде всего, западных. Как видно из карт ценностей, россияне как социум с 2017 года не сильно переменялись по оси «коллективизм / атомизация» (она же традиционность/индивидуализм): где были, там примерно и остались. Но по оси ценностей «безопасность / самовыражение» мы ушли вправо очень заметно. Сдвинулись в ту же сторону все славянские страны, но дальше всех – Беларусь, для которой также характерно движение в сторону западных ценностей, далеких от традиционализма.

4.8. Социально-психологические качества и потенциалы личности

Рассмотрение личности в условиях совместной с кем-либо деятельности и общения – важнейшая проблема социальной психологии. В. А. Петровский (1981) выделяет три возможных аспекта исследования:

- 1) личность как свойство, погруженное в пространство индивидуальной жизни субъекта;
- 2) личность как свойство, существующее в пространстве межиндивидуальных связей;
- 3) личность как свойство, находящееся за пределами интериндивидуального пространства («вклад» в другого, как «персонализация») [6, с. 367–368].

Второй аспект точно совпадает с фокусом интереса социальной психологии. Впрочем, третий аспект (как личностный потенциал) в последние годы, так или иначе, связывается с проблематикой социальной психологии.

И. М. Палей и В. С. Магун в классификации черт личности выделяют три группы характеристик: 1) черты, характеризующие личность со сторо-

ны внутрисубъектных отношений; 2) субъект-объектные отношения, которые, по определению А. В. Петровского и В. Э. Чудновского, характеризуют относительную устойчивость личности при сохранении «зависимости особого рода от социальной среды»; 3) субъект-субъектные отношения (свойство вызывать и изменять у других людей «состояния личности»). Третья группа черт выполняет функцию интеграции личности, характеризует зрелость личности. Одной из важнейших характеристик зрелости личности является самоактуализация, описанная Абрахамом Маслоу [82, с. 91–93].

В работе Н. П. Фетискина, В. В. Козлова, Г. М. Мануйлова «Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп» (2009) отражены социально-психологические особенности личности и ее состояний:

- социальные ценности личности и ценностные ориентации;
- личностная самореализация и самоактуализация;
- экстернальность/интернальность личности в различных сферах жизни;
- Я-концепция и самоотношение (принятие себя);
- мотивационные образования личности (личностные и групповые базовые потребности; групповая мотивация; интерактивная направленность; мотивы аффилиации, достижения; мотиваторы социально-психологической активности);
- личностная установка «эгоизм – альтруизм»;
- личностный эгоцентризм;
- ролевые позиции в межличностных отношениях (по Э. Берну);
- социальная эмпатия;
- коммуникативный потенциал личности (коммуникативная компетентность; коммуникативный контроль, импульсивность и агрессивность; коммуникативная толерантность; доверие; совесть; ответственность; принятие других; конфликтоустойчивость; способность к самоуправлению в общении);
- гендерный потенциал личности (гендерно-ролевая идентичность; гендерные стереотипы; психологический пол);
- социально-психологическая адаптация и адаптивность личности (социальная фрустрированность; социальная изолированность; копинг-поведение и стратегии поведенческой активности в стрессовых ситуациях);
- характеристики личности в учебно-профессиональной деятельности (карьерные ориентации; стили принятия управленческого решения; стили лидерства и руководства; организаторские способности) [87].

Социально-психологические свойства личности в работах М. И. Бобневой (1979) сведены к четырем группам:

1) обеспечивающие развитие и использование социальных способностей (социальной перцепции, интеллекта, межличностного оценивания);

2) формирующиеся во взаимодействии членов группы, в результате социального влияния;

3) связанные с социальным поведением и позицией личности (активность, ответственность, склонность к сотрудничеству);

4) социальные свойства, связанные с общепсихологическими (авторитарность/демократичность; догматичность/открытость) [6, с. 374–375].

В основе социально-психологических качеств лежат социальные потребности, но сами качества формируются в процессе взаимодействия с другими людьми и проявляются также в общении.

Начало изучения социально-психологических качеств личности было положено в психоанализе (А. Адлер, Г. Мюррей, Э. Фромм). Генри (Анри) Мюррей (1893–1988) в своей работе «Исследования личности» (1938) рассматривает человека как активный организм, который не только реагирует на давление ситуаций, но и активно ищет или даже создает их.

Человек воспринимает возможные последствия изменения актуальной ситуации через призму своих потребностей. Потребность понимается как динамическое образование, которое организует и направляет познавательные процессы, воображение, поведение. Потребности проявляют себя то в виде мотива, то в виде проявления устойчивых черт личности. Все потребности берут свое начало из бессознательных, либидозных влечений. Черты характера являются их сублимированной трансформацией под влиянием социальных факторов. В списке Генри Мюррея широко представлены социальные потребности человека (табл. 29).

Таблица 29

Классификация потребностей (по Г. Мюррею)

| Needs | Потребности |
|---------------|---|
| Abasement | Унижения – пассивное подчинение внешним силам |
| Achievement | Достижения |
| Affiliation | Аффилиации – тесный контакт и взаимодействие с близкими |
| Aggression | Агрессии – преодоление противостояния силой |
| Autonomy | Автономии, независимости |
| Counterence | Противодействия |
| Dependence | Защиты – защита от нападений, критики, обвинений |
| Deference | Уважения – восхищение, подражание вышестоящим |
| Dominance | Доминирования |
| Exhibition | Экспозиции – привлечения внимания к себе |
| Harmavoidance | Избегания вреда – избегать боли, болезней, опасных ситуаций |
| Infavoidance | Избегания неудач, унижений |
| Nurturance | Опеки, покровительства – помогать беззащитным |
| Order | Порядка – приводить все в порядок |
| Play | Игры |
| Rejection | Неприятности негативных объектов и людей |
| Sentience | Осмысления |

| Needs | Потребности |
|---------------|---|
| Sex | Секса |
| Succorance | Поиска поддержки (зависимости) – быть тем, кого опекают |
| Understanding | Понимания – ставить вопросы и отвечать на них |

Эрих Фромм считал, что человек обладает врожденной сущностной природой, которая воплощается в обществе. Он определяет личность как «сумму врожденных и приобретенных психических свойств, характеризующих индивида и определяющих его индивидуальность» [50, с. 12]. *Характер* интерпретируется как приобретенное социальное свойство. В основе типа социального характера лежит ведущая потребность человека.

Эрих Фромм (1900–1980), выдающийся американский психолог; представитель гуманистического психоанализа.

В середине XX века изучение социальных потребностей и личностных качеств, связанных с ними, подхватили представители экзистенциально-гуманистического направления: Карл Роджерс, Абрахам Маслоу, Эверетт Шостром, Ролло Мэй, Джеймс Бьюдженталь.

Карл Роджерс и Абрахам Маслоу рассматривают человека как носителя социальных потребностей. Гуманистические психологи подчеркивают уникальность человеческой личности, поиск ценностей и смысла существования, свободу, выражающуюся в самоуправлении и самосовершенствовании. Ядро личности, по А. Маслоу и К. Роджерсу, включает в себя структуры саморегуляции, самоактуализации, самосознание и самоконтроль. К этому ядру личности примыкают некоторые другие образования: тревожность, агрессивность, мотивация, иерархия ценностей.

Абрахам Маслоу (1908–1970) – выдающийся представитель гуманистического направления психологии; разработал теорию иерархии потребностей и показал роль потребностей более высокого уровня, прежде всего социальных. Ввел понятие *самоактуализации* как полного применения талантов, способностей, потенциалов личности.

Работая в рамках гуманистической психологии, Маслоу создал иерархическую модель мотивации, «пирамиду Маслоу», в которой выделил пять основных уровней потребностей: 1) физиологические потребности; 2) потребность в безопасности; 3) потребность в любви, привязанности и принадлежности к определенной социальной группе; 4) потребность в уважении и признании; потребность к самоактуализации – высший уровень иерархии мотивов. Было введено предположение, что потребности более высокого уровня не могут быть удовлетворены, если предварительно не удовлетворены потребности более низких уровней. Маслоу дал описа-

ние характеристик самоактуализирующейся личности: независимость, креативность, философское мировосприятие, демократичность в общении, продуктивность (рис. 22) [30, с. 316].



Рис. 22. Иерархия потребностей по А. Маслоу

Идеи Абрахама Маслоу нашли отражение в работах Э. Шострома.

Эверетт Шостром (1921–1992) – ученик Абрахама Маслоу, развивавший его учение о самоактуализации; разработал опросник личностной самоактуализации; выступал против манипуляции другими людьми. Наиболее известная работа – «Человек-манипулятор» («Анти-Карнеги», 1967).

Интерес к проблеме самоактуализации не исчерпан и в наше время. Самоактуализация – феномен, освещенный в смежных и близких к гуманистической психологии направлениях – социокультурном психоанализе К. Хорни и Э. Фромма, гештальттерапии Ф. Перлза, экзистенциальной психологии Д. Бьюджентала и Р. Мэя – и более подробно изученный психологами гуманистического направления – А. Маслоу, К. Роджерсом и др. На современном этапе развития науки самоактуализация связывается с процессом развития личности как субъекта жизнедеятельности и формирования жизненной стратегии (К. А. Абульханова-Славская), с феноменами интеллектуальной активности (Д. Б. Богоявленская), свободного выбора (В. А. Петровский), ответственности, нравственности, веры (Б. С. Братусь) и смысла (Д. А. Леонтьев), с саморегуляцией произвольной активности человека (О. А. Конопкин, В. А. Иванников). Е. Ф. Яценко в диссертационном исследовании (2006) показала, что критериями самоактуализации являются «неадаптивная активность», личностная ответственность, осмыс-

ленность жизни, осознанное самопринятие, альтруизм, эмоциональная уравновешенность, при этом осознанное самопринятие и осмысленность жизни являются ядром конструкта и в структуре самоактуализации обеспечивают вертикальную связь [96].

Джеймс Бьюдженталь (1915–2008), представитель экзистенциального направления в психологии личности, подчеркивает общественную природу человека, но одновременно делает акцент на проблеме выбора, ответственности, интенциональности (поиск значения, ценности и возможности творчества).

В настоящее время в российской психологии пробудился интерес к изучению смыслов и проблемы выбора. *Личностный потенциал* – интегративная характеристика уровня личностной зрелости, которая отражает меру преодоления личностью заданных обстоятельств. Личностный потенциал – это способность личности исходить из внутренних критериев в своей жизнедеятельности, сохранять стабильность смысловых ориентаций и эффективность деятельности на фоне давления и изменяющихся внешних условий. Личностный потенциал, помимо самоактуализации и смысловожизненных ориентаций, включает в себя следующие характеристики: оптимизм; жизнестойкость; личностная автономия; самоэффективность; копинг-стратегии; толерантность к неопределенности; контроль за действием; рефлексивность; субъектность и самоопределение [36]. Качества личностного потенциала формируются в социуме и, в свою очередь, выполняют функцию интеграции не только внутренних структур, но и социального поведения.

С другой стороны, в последние годы возрос интерес к изучению социального потенциала личности, к которому можно отнести понятие «*социальный капитал*», введенное Джеймсом Коулменом. Под социальным капиталом понимают социальное богатство личности, которое выражается в совокупности ее межличностных связей, предоставляет ей доступ к различным ресурсам партнеров и дает возможность партнерам пользоваться ее ресурсами. Понятие социального капитала позволяет психологам рассмотреть межличностные отношения под новым углом – инструментальным [61].

4.9. 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 [77]. 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» [по: 50, с. 82]. 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. 30) [по: 50].

Таблица 30

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. 31) [по: 77].

Таблица 31

Типология Ф. Оллпорта и Э. Шпрангера

| Социальный тип личности | Доминирующая ценность |
|-------------------------|--|
| 1. Экономический | Полезность |
| 2. Эстетический | Форма или гармония |
| 3. Теоретический | Открытие истины |
| 4. Социальный | Любовь людей |
| 5. Религиозный | Мистическое единение с тотальностью мира |
| 6. 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 [77]. 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. 32) [по: 77, с. 496–497].

Таблица 32

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 «нтегрированные» (2 % населения), которые гармонично сочетают направленность вовне и внутреннюю направленность [77, с. 494–498].

4.10. Исследования менталитета

Определение, типы, структурные составляющие

Изучение больших социальных групп затрагивает проблему менталитета (ментальности) социальных групп. Проблемой ментальности занимались многие зарубежные и отечественные авторы: французская социологическая школа и ее последователи (Э. Дюркгейм, С. Московичи), А. В. Брушлинский, К. А. Абульханова-Славская, И. Г. Дубов, В. Е. Семенов, В. А. Кольцова и др. [1; 14; 69].

Менталитет – это некая интегральная характеристика людей, живущих в конкретной культуре, которая позволяет описать своеобразие видения этими людьми окружающего мира и объяснить специфику их реагирования на него.

Выделяют два типа менталитета: коллективный и индивидуальный. Индивидуальный менталитет – это присвоенные конкретным индивидом специфические для данной культуры способы восприятия и особенности образа мыслей, выражающиеся в специфических для данной общности формах поведения и видах деятельности.

Менталитет понимают как «совокупность представлений, воззрений, чувствований общности людей определенной эпохи, географической области и социальной среды, особый психологический уклад общества, влияющий на исторические и социальные процессы» (Р. В. Манекен, 1991). Менталитет многие соотносят с национальным характером, поскольку менталитет включает в себя набор основных личностных черт и систему представлений (установок, верований, ценностей, умонастроений).

Выделяют структурные составляющие менталитета:

- знания (когнитивная сфера): сюда относят перцептивные эталоны, когнитивные эталоны, социальные нормы, социальные стереотипы;
- верования;
- доминирующие потребности;
- архетипы, отражающие ценности, жизненные цели, социальные установки.

Исследованием менталитета занималась К. А. Абульханова, В. А. Кольцова (Институт психологии РАН).

Абульханова (Абульханова-Славская) Ксения Александровна (род. 1932) – выдающийся отечественный психолог, ученица С. Л. Рубинштейна, вместе с ним разрабатывающая принцип субъектности в психологии личности. Сфера интересов: типология активности личности в социальной психологии, российский менталитет, стратегии жизни. Известные работы: «О субъекте психической деятельности» (1973), «Стратегия жизни» (1991), «Время личности и время жизни» (вместе с Т. Н. Березиной, 2001).

К. А. Абульханова проводит сравнение западного и русского менталитета по четырем основаниям:

- западный рационализм – российская духовность;
- индивидуализм – соборность;
- социальная зрелость – ценность человеческой личности;
- западное мещанство – российское стремление к идеалу.

Русский менталитет основан, по ее мнению, на вере (в другого человека, в идеал, в общество); реальность смешана с иллюзией, вымыслом, мифами. По мнению К. А. Абульхановой, в настоящее время происходит утрата личностью своей исторической и социальной идентичности.

К. А. Абульханова связывает менталитет с когнитивными образованиями, используя термин «социальное мышление» [1].

Основные процессы социального мышления:

- представления (репрезентации, или социальные представления);
- интерпретации;
- проблематизации;
- категоризации.

Личностные типы сознания определяются через следующие параметры:

- социально-ориентированные или личностно-ориентированные представления;
- ценности;
- способность к проблемному мышлению;
- оптимизм – пессимизм.

Были выявлены четыре типа сознания россиян и по методу анкеринки Уильяма Дуаза описаны четыре социальные группы населения: предприниматели; интеллигенция, студенты; рабочие, пенсионеры.

В табл. 33 представлены личностные типы сознания российского общества [1]. Противоречивые ценности и, соответственно, противоречивый тип социального поведения, низкая адаптивность к новым условиям наблюдается у интеллигенции.

Таблица 33

Личностные типы сознания (Абульханова, 1994)

| Я-общество | Ценности | Проблемность социального мышления | Оптимизм – пессимизм |
|------------|---------------------------------|---|---|
| S-O | Новые непротиворечивые | Конкретные проблемы – принятие решения | Оптимизм (предприниматели) |
| S-S | Старые – новые противоречивые | Абстрактные проблемы | Пессимизм (интеллигенция) и пессимизм/оптимизм (студенты) |
| O-S | Старые – новые непротиворечивые | Конкретные проблемы в связи с деятельностью | Пессимизм (рабочие) |
| O-O | Старые непротиворечивые | Констатация проблем | Пессимизм (пенсионеры) |

Концепция полиментальности россиян (В. Е. Семенов)

В. Е. Семенов определяет менталитет (2001) как «исторически сложившееся долговременное умонастроение, единство (сплав) сознательных и неосознанных ценностей, установок в их когнитивном, эмоциональном и поведенческом воплощении, присущее той или иной социальной группе (общности) или ее представителям» [74, с. 20]. По мнению В. Е. Семенова, менталитет задается универсальными категориями-оппозициями: Дух (Бог) – материя; общество (коллектив) – личность (индивидуальность).

На основе данных критериев он выделяет базовые российские менталитеты:

- православно-российский (ценности Духа (Бога), святости, совести, соборности);
- коммунистически-социалистический (зарождается в крестьянской общине и выражает ценности коллективизма, вождизма, социальной справедливости, конформности, трудового общества);
- индивидуалистско-капиталистический (сформировался на Западе в XIX веке и отражает ценности индивидуализма, упрощенного рационализма, личного успеха, прагматизма, денег как абсолютной универсалии);
- криминально-мафиозный (порожден людскими пороками и выражает вульгарный материализм, культ грубой силы и обмана, клановую иерархию, мифологию, ритуалистику).

Помимо указанных четырех основных менталитетов, следует назвать менталитеты других конфессий (прежде всего, исламский), а также конформистский псевдоменталитет, который является порождением «массовой культуры» и представляет собой «конгломерат осколков» указанных менталитетов [74].

Вопросы для самопроверки

1. Назовите основные проблемы социальной психологии личности.
2. Почему существует различие между установками и поведением человека? Когда установки не влияют на поведение?
3. Какие основные механизмы социализации описываются в разных моделях социализации?
4. Что такое ситуационный подход?
5. Что такое Я-концепция, как она формируется?
6. Что такое идентичность и статусы идентичности?
7. Какие социально-психологические типологии личности вы знаете?
8. Какие критерии используются в данных типологиях?

5. СОВРЕМЕННАЯ ПСИХОЛОГИЯ В РАБОТАХ ЗАРУБЕЖНЫХ И ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ

5.1. Основные направления исследований

Современные учебники социальной психологии начала XXI века существенно отличаются от тех, которые издавались 20–30 лет тому назад. Наука включает такой объем исследований, слабо систематизированных из-за отсутствия единой методологии, что многие авторы зарубежных учебников первоначально (в 90-е годы XX века) пошли по пути описания того, как исторически изучались те или иные проблемы в конкретной отрасли социальной психологии.

Отрасли современной социальной психологии:

- промышленная социальная психология;
- психология управления;
- организационная психология и организационное поведение;
- экономическая психология;
- психология рекламы и маркетинга;
- психология массовой коммуникации;
- психология конфликта (в рамках конфликтологии);
- этническая психология;
- политическая психология;
- психология семейных отношений;
- социальная психология здоровья;
- педагогическая социальная психология;
- психология девиантного поведения;
- юридическая психология;
- военная психология.

Кроме того, социально-психологические закономерности являются важной составляющей спортивной проблематики, а также таких направлений, как:

- оказание психологической помощи (консультирование, психотерапия, реабилитация, психокоррекция и психопрофилактика);
- активные методы обучения и развития личности и группы.

Предпринимались попытки систематизации исследований на методологических основаниях. Так, П. Н. Шихирев, анализируя кризис, который переживает с начала 70-х годов XX века социальная психология, пишет: «Любая наука в своем развитии проходит четыре основные фазы развития: описание своего объекта, объяснение его природы и связей с другими объектами, предсказание на этой основе его поведения и целенаправленного управления ими» [61]. В работе «Современная социальная психология» (1999) П. Н. Шихирев описывает три основные парадигмы современной социальной психологии, связывая их условно с научными школами:

- парадигма объяснения, ориентированная на методологию позитивизма и экспериментальный метод (опыт США);
- парадигма понимания, ориентированная на методологию конструктивизма и субъективистские методы (опыт Западной Европы);
- парадигма преобразования и конструирования социальной реальности (опыт СССР и России) [91].

Большинство англоязычных учебников (яркий пример – книга Д. Майерса «Социальная психология») написано именно в парадигме объяснения, и в этих работах почти не уделяется места второй и третьей парадигме. Представители парадигмы понимания более открыты для дискурса, поэтому учебник «Социальная психология» под редакцией Сержа Московичи (1984; пер. на рус. яз. в 2006 году) [83] являет собой интеграционный подход.

В отечественной психологии до недавнего времени эталоном была строго выдержанная в единой марксистской методологии книга Г. М. Андреевой «Социальная психология», где были собраны те зарубежные и отечественные исследования и подходы, которые было возможно осмыслить в едином ключе.

К концу XX века стало ясно, что попытки интегрировать социально-психологические знания в единую науку терпят неудачу. Однако более или менее успешные попытки нашли отражение в когнитивных направлениях, связанных с психологией социального познания [5; 21; 86; 91].

Другая тенденция – междисциплинарный подход, т. е. использование моделей, которые появляются в смежных науках – социологии, политологии и др.

5.2. Психология социального познания

Теории субъективной интерпретации поведения

Социальное познание включает в себя восприятие межличностных отношений (восприятие человека человеком), восприятие своей и чужой группы, самовосприятие и предположения относительно мотивов, целей и последствий поведения других людей.

Как отмечают Л. Росс и Р. Нисбетт (1999), проблема субъективной интерпретации стала центральным предметом исследований теоретической и прикладной психологии в 70-е годы XX века. В 1967 году Гарольд Келли выдвинул проблему атрибуции. Ранее, в 1962 году, Стэнли Шехтер и Джером Сингер опубликовали статью, где описали свою «атрибутивную» теорию эмоций. Дарил Бем сформулировал (1967, 1972) «атрибутивную» теорию об аттитюдах как самоотчетах [68, с. 146–153].

Основные теории субъективной интерпретации поведения:

1. «Атрибутивная» теория эмоций (1962) явилась предтечей исследования субъективной интерпретации.

Стенли Шехтер (1922–1997) – выдающийся американский психолог. Автор атрибутивной теории эмоций (совместно с Джеромом Сингером).

Стэнли Шехтер сформулировал двухфакторную теорию эмоций, которая подчеркивает значение когнитивных факторов. Вместе с Джеромом Сингером предложил «атрибутивную» теорию эмоций, в которой утверждал, что обозначения, которыми люди наделяют переживания, определяются в основном внешними факторами.

2. *Теория самовосприятия* Дарила Бема (1967, 1972) включает в себя следующие положения:

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 трудноинтерпретируемы, индивид функционально находится в положении, как и внешний наблюдатель, т. е. он должен полагаться на те же самые внешние признаки поведения, чтобы определить свое внутреннее состояние.

3. *Теория социального научения* Джулиана Роттера развивается с 1954 года и приобретает значимость уже в 1960-е годы.

Джулиан Роттер (1916–2014) – выдающийся американский психолог когнитивно-бихевиорального направления, автор теории социального научения, изучавший проблему субъективной интерпретации ответственности в характеристиках «интернальности/экстернальности».

Джулиан Роттер в своей теории социального научения отмечал важную роль «ожиданий», с помощью которых люди оценивают субъективную вероятность того, что определенное поведение будет каким-то образом подкреплено. Интернальный локус контроля предполагает уверенность человека в том, что он может повлиять на получаемые подкрепления. В 1966 году Роттер разрабатывает шкалу «И-Э» для изучения индивидуальных различий в «ожиданиях».

4. *Теория атрибуции* Гарольда Келли (1966).

Теория атрибуции Г. Келли

В книге О. А. Гулевич и И. К. Безменовой «Атрибуция: общее представление, направление исследований, ошибки» (1998) даны описания теорий атрибуции и экспериментов, лежащих в основе теорий атрибуции.

Гарольд Келли – автор двух моделей каузальной атрибуции:

- модели ANOVA, в основе которой лежит принцип ковариации: наблюдатель имеет возможность сделать вывод на основе многочисленных наблюдений;
- модели, основанной на принципе конфигурации (можно сделать вывод на основе единственного наблюдения).

Гарольд Келли (1921–2003) – американский социальный психолог, специалист по проблемам межличностных отношений и групповой динамики, один из создателей теории каузальной атрибуции (вместе с Фрицем Хайдером (1896–1988), «отцом» теории атрибуции).

Келли предполагает, что в процессе атрибутирования мы приобретаем знания, которые помогают нам сформировать суждение. Келли утверждает, что все возможные изменения поведения человека зависят от времени, места, различных действующих лиц и различных целей поведения. Знание о возможном изменении поведения возникает из трех источников – консенсуса, своеобразия (различия) и консистентности (постоянства, устойчивости поведения). Консенсус показывает, в какой степени одинаково ведут себя разные испытуемые при воздействии одинаковых раздражителей. Своеобразие говорит о том, насколько однообразно один испытуемый реагирует на разные раздражители. Консистентность означает, насколько поведение испытуемого в ответ на один и тот же раздражитель постоянно во времени и при различных обстоятельствах.

Модель ANOVA: в процессе каузальной атрибуции люди используют три типа информации:

- об объекте (на что или на кого направлено действие);
- о субъекте (человек, который выполняет действие);
- о ситуации (социальный контекст выполнения действия).

При этом люди отвечают на три вопроса:

1. Является ли действие реакцией только на данный объект, или и на другие объекты тоже (критерий различия)?
2. Совершают ли другие люди подобные действия в такой же ситуации (критерий подобия)?
3. Действует ли этот человек таким же образом в других ситуациях или в другое время (критерий согласия)?

Келли полагал, что мы просматриваем имеющуюся у нас информацию очень быстро, незаметно и неосознанно. В результате мы можем приписать причину поведения человека объекту, субъекту или ситуации.

Атрибуции часто рациональны. В качестве доказательства рациональности способов, к которым мы прибегаем, Гарольд Келли (1973) описал использование людьми информации о «постоянстве», «различиях» и «консенсусе». Пытаясь понять, почему у Эдгара проблемы с его компьютером XYZ, большинство людей используют информацию:

- 1) о постоянстве (всегда ли у Эдгара барахлит компьютер?);
- 2) о различиях (возникают ли у Эдгара проблемы, когда он работает на всех компьютерах, или только на XYZ?);
- 3) о консенсусе (возникают ли у других пользователей компьютера XYZ такие же проблемы, какие возникли у Эдгара?) (рис. 23) [38].

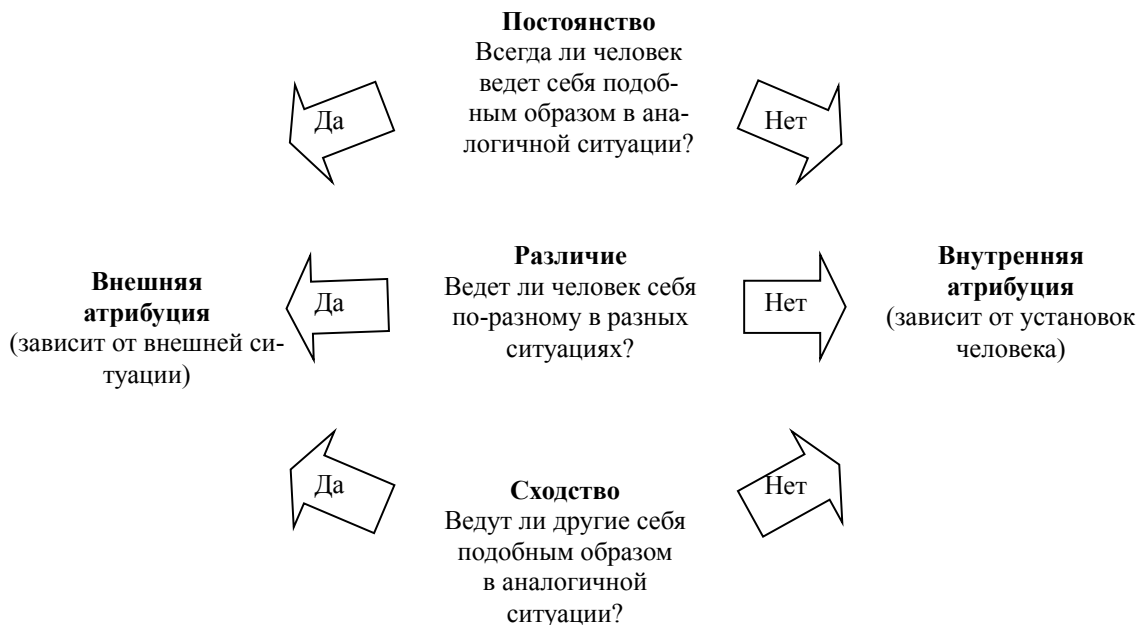


Рис. 23. Теория атрибуции Гарольда Келли: какими именно – внутренними или внешними – причинами мы объясняем чье-либо поведение, зависит от трех факторов: постоянства, различий и консенсуса [по: 38]

На уровне здравого смысла мы нередко объясняем поведение логически. Однако Келли обнаружил, что в повседневной жизни люди часто недооценивают иные возможные причины, если известны правдоподобные объяснения того или иного поведения. В основе модели каузальной атрибуции Гарольда Келли ANOVA лежит эксперимент Л. Мак-Артур (1972).

Эксперимент Л. Мак-Артур

Л. Мак-Артур (1972) давала своим респондентам описание гипотетической ситуации о том, «почему Мэри смеется над шутками комика», изменяла количество информации об объекте, субъекте и ситуации и измеряла их атрибуции. Результаты исследования показаны в табл. 34 [по: 20].

Таблица 34

Результаты исследования Л. Мак-Артур

| | Различие | Подобие | Согласие | Атрибуция |
|---|---|---|--|--------------------------------------|
| 1 | Высокое: она не смеется над кем-либо еще | Высокое: все смеются тоже | Высокое: она всегда смеется над его шутками | Объектная (комик) – 61 % |
| 2 | Низкое: она всегда смеется над комиками | Низкое: трудно рассмешить кого-либо еще | Высокое: она всегда смеется над шутками этого комика | Личностная (Мэри) – 86 % |
| 3 | Высокое: она смеется только над его шутками | Низкое: трудно рассмешить кого-либо еще | Низкое: она почти никогда не смеется над его шутками | Ситуационная (обстоятельства) – 72 % |

Теория Келли находится в противоречии с теорией Эдварда Джонса (1926–1993) и Кита Дэвиса (1932), которые утверждают, что мы совершаем внутреннюю атрибуцию в отношении человека тогда, когда наблюдаем необычные эффекты его поведения, т. е. когда поведение непредсказуемо. Сходство данных теорий в том, что процессы атрибутирования рассматриваются в контексте рационального поведения.

Во второй половине XX века появилось несколько теорий, которые, основываясь на большом экспериментальном материале, показывают иррациональный характер принятия решения (например, исследования Даниэля Канемана и Амоса Тверски).

Типологические и процессуальные модели каузальной атрибуции

В результате изучения каузальной атрибуции были созданы типологические и процессуальные модели (табл. 35) [по: 21, с. 44].

Таблица 35

Модели каузальной атрибуции (по: О. А. Гулевич, И. А. Сариева, 2015)

| Типологические модели (правила выбора причин) | Процессуальные модели (стадии приписывания причин) |
|---|---|
| Модель наивного психолога Ф. Хайдера Модель каузальных схем Г. Келли Модель анализа вариаций Г. Келли Модель двух принципов Ф. Ван Оверелла | Модель корреспондентного выведения Э. Джонса и К. Дэвиса. Трехстадийная модель Д. Гилберта. |

Ошибки атрибуции

Типологические модели каузальной атрибуции дают представление о видах причин, используемых для объяснения поведения человека, и правилах, по которым происходит их выбор. Однако в целом ряде случаев мы сталкиваемся с отклонениями от этих правил, которые называются «ошибками атрибуции». Под ошибкой атрибуции понимается предубеждение, при котором человек систематически нарушает правила вынесения атрибутивного суждения в пользу какой-либо причины. Наиболее известными являются: 1) фундаментальная ошибка атрибуции; 2) эффект деятеля-наблюдателя; 3) предубеждение в приписывании успеха/неудачи.

1. Фундаментальная ошибка атрибуции (fundamental attribution error) заключается в предпочтении внутренних причин в ущерб внешним обстоятельствам.

Последующие кросс-культурные сравнения заставили специалистов усомниться в универсальном характере этой ошибки, поэтому сегодня вместо термина «фундаментальная ошибка» часто используется «переоценка роли внутренних причин».

Объяснения фундаментальной ошибки атрибуции:

- деятель является для нас «фигурой», а ситуация – «фоном», поэтому мы обращаем большее внимание на «фигуру», игнорируя «фон»;
- анализируя информацию, мы используем эвристику, согласно которой «только люди, обладающие определенными индивидуальными особенностями, способны совершить соответствующий поступок»;
- мы знаем о влиянии ситуации, но не можем учесть его, поскольку не обладаем информацией о внешних факторах;
- мы обладаем информацией о ситуации, но полагаем, что в данном случае поведение человека нельзя объяснить внешними факторами;
- восприятие человека в терминах индивидуальных особенностей позволяет упростить и структурировать все богатство информации о нем, поэтому нас не интересуют характеристики ситуации;
- мы быстрее забываем информацию о влиянии ситуации, чем о личности человека.

Однако фундаментальная ошибка атрибуции имеет, по крайней мере, два ограничения. Они известны как эффект «деятеля-наблюдателя» и «атрибуция успеха/неудачи».

2. Эффект деятеля-наблюдателя заключается в том, что сторонний наблюдатель чаще объясняет поведение действующего человека с помощью внутренних причин, а сам человек описывает свое поведение с помощью внешних. Все объяснения этой ошибки также можно разделить на когнитивные и мотивационные.

- когнитивные объяснения: эффект деятеля-наблюдателя связан с той информацией, которой обладают участники взаимодействия; здесь опять проявляются законы восприятия «фигуры и фона»;
- мотивационные объяснения: эффект деятеля-наблюдателя позволяет человеку удовлетворить важные потребности, например потребность в контроле, поскольку он верит, что может повлиять на происходящее.

3. Предубеждение в приписывании успеха/неудачи заключается в том, что человек объясняет свои достижения и достижения близких людей внутренними, стабильными и контролируруемыми причинами, а неудачи – внешними, нестабильными и неконтролируемыми. Успехи и неудачи чужих людей он объясняет противоположным образом.

Ошибки в атрибуции говорят о том, что общие правила приписывания причин, описанные в типологических моделях, могут нарушаться благодаря воздействию когнитивных, нормативных и мотивационных переменных [21, с. 50–52].

Процессы атрибуции и стадии социального познания

Авторы процессуальных моделей (модель корреспондентного вывода и трехстадийная модель) полагают, что приписывание причин – это процесс, который включает несколько стадий.

Модель корреспондентного выведения (Эдвард Джонс, Кит Дэвис) описывает процесс приписывания внутренних стабильных причин, которые позволяют нам предсказать дальнейшее поведение человека и таким образом вызывают у нас ощущение контролируемости происходящего.

Трехстадийная модель (Даниэль Гилберт). По мнению Гилберта, процесс каузальной атрибуции включает в себя три стадии:

1. Категоризация поведения. Мы пытаемся понять, что означает совершенный человеком поступок, с какой психологической особенностью он связан.

2. Атрибуция диспозиций. Мы приписываем деятелю выбранную характеристику, т. е. осуществляем внутреннюю атрибуцию.

3. Ситуативная коррекция. Мы сопоставляем совершенный поступок с текущей ситуацией, пытаясь найти внешние причины поведения. Прохождение этой стадии требует значительных когнитивных усилий.

О. А. Гулевич и И. Р. Сариева (2001), опираясь на книгу «Перспективы социальной психологии» и более поздние работы, представляют стадии социального познания (2015), которые были выделены на основании исследований на рубеже XX и XXI веков. Значительное влияние на анализ оказали общепсихологические исследования Даниэля Канемана и Амоса Тверски (рис. 24) [21, с. 29].

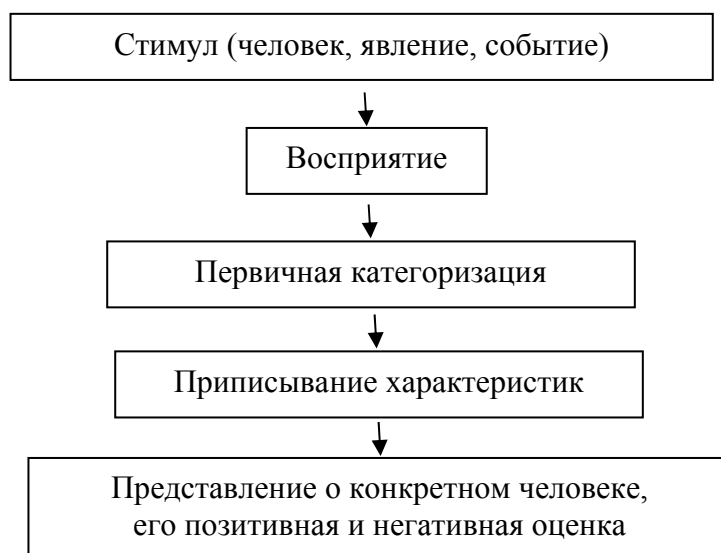


Рис. 24. Стадии социального познания (О. А. Гулевич и И. А. Сариева, 2015)

Основные понятия, которые используют для характеристики социального познания [21]:

1. Категория (category) – это совокупность двух или более объектов, которые рассматриваются сходным образом и имеют сходные характеристики. В качестве объектов выступают социальные категории, описывающие людей, события и явления общественной жизни. Социальные категории отличаются друг от друга по объему; чем шире категория, тем больше объектов она включает в себя. Различные социальные категории связаны между собой. Согласно ассоциативной сетевой модели (associative network model) различные категории ассоциируются друг с другом по принципу сходных значений (семантическое сходство) и оценок (сходство по позитивности/негативности). Сходные по значению и оценке категории находятся в этой сети ближе друг к другу, чем категории отличающиеся.

2. Схема (schema) – совокупность свойств (внешнего вида, поведения, психологических особенностей) и связей между ними, присущих представителям определенной категории: «программисты – серьезные и необщительные». Схемы позволяют нам сэкономить время и усилия на анализ информации, делают мир понятным и предсказуемым. Однажды сформировавшись, схемы плохо поддаются изменению.

3. Прототип (prototype) – это описание наиболее яркого представителя категории. Как правило, это собирательный образ, поэтому ни один конкретный пример не соответствует прототипу полностью.

Схемы и прототипы определяют центральную тенденцию категории: они гарантируют, что объекты, которые входят в ее состав, будут похожи друг на друга по главным параметрам. Примеры обеспечивают изменчивость категории: они позволяют поместить в категорию объекты, которые различаются второстепенными характеристиками.

Чаще всего категоризация человека или события происходит на основе хорошо заметных признаков – внешнего вида, стиля речи, поведения. Увидев человека с длинными волосами, одетого в платье, мы, скорее всего, категоризируем его как женщину. Поместив человека в категорию, мы приписываем ему и другие свойства, заложенные в схемах, примерах и прототипах.

Приписывание происходит до того, как мы получаем возможность проверить, действительно ли человек обладает этими качествами. Таким образом, социальная категоризация формирует у нас определенные ожидания относительно человека, которые накладывают отпечаток на его восприятие в дальнейшем.

Схемы в социальном познании выступают как «фильтры» информации. В процессе социального познания люди используют пять основных видов схем:

1. Персональные схемы включают в себя знания об относительно стабильной взаимосвязи между особенностями внешнего вида, поведением и психологическими характеристиками человека.

2. Ролевые схемы включают знания о человеке в тот момент, когда он играет определенную роль.

3. Групповые схемы или стереотипы образуют знания об относительно стабильных особенностях, присущих членам социальной группы, выделенной по половому, этническому и прочим признакам.

4. Я-схемы включают черты, которые человек приписывает себе.

5. Скрипты (как обыденное представление об определенной ситуации) группируют знания о последовательности действий в ситуации (на переговорах, при сдаче экзаменов и т. д.).

Схемы формируются на основе собственного опыта человека или из вторых рук – на основе рассказов знакомых людей, сообщений средств массовой информации. По мере того как человек набирает все больше и больше примеров для конкретной категории, соответствующая ей схема развивается:

- появляется все больше характеристик;
- становится все более абстрактной, все меньше зависит от содержания конкретных примеров;
- между ее элементами образуются новые связи;
- становится единым целым и актуализируется по принципу «все или ничего»;
- при прочих равных условиях становится более точной.

Каждая социальная категория связана с одной или несколькими схемами. Категоризуя человека, мы приписываем ему характеристики, которые входят в состав схемы [21].

Социальные представления

Французская социологическая школа является родоначальницей исследований социальных представлений. Э. Дюркгейм в конце XIX века ввел понятие «коллективные представления», обозначающее неосознаваемую совокупность знаний, мнений, норм, сложившихся в социальном опыте у членов социальных групп. Подобные представления могут подавлять индивидуальное сознание людей и вызывать стереотипные реакции, которые В. М. Бехтерев считал предметом «коллективной рефлексологии».

Концепция социальных представлений – когнитивистское направление в современной социальной психологии, развивается с начала 60-х гг. XX века С. Московичи. Главное в концепции – это акцент на собственно социальном содержании феноменов общественной психологии. Это не просто когнитивная структура, а элемент духовной жизни общества, впитавший особенности социального бытия своего носителя. В экспериментах данной школы изучается влияние представлений на детерминацию поведения, определяется иерархия представлений в выборе определенного типа социального поведения. Элементами ситуации, отраженными в представ-

лениях, могут быть «задача», «партнер», «группа» ((Ж. П. Кодол, Ж. К. Абрик). Было выявлено, что партнер больше влияет на поведение, чем задача.

Социальные представления (Ж. К. Абрик, 1979) – это решетка декодирования и интерпретации, благодаря которой индивиды присваивают значение тому, что они воспринимают; они (представления) также создают систему ожиданий и предвосхищений, категоризируют и предопределяют ситуацию взаимодействия.

Социальное представление – это категория, представляющая собой сеть понятий, утверждений, умозаключений, возникающих в повседневной жизни в ходе межличностного взаимодействия. Термин возник в рамках концепции социальных представлений французского социального психолога С. Московичи. С помощью социальных представлений человек как член социальной группы активным образом переосмысливает все происходящее в его социальном контексте явления и процессы.

Исследование социальных представлений оказалось популярным не только в школе Московичи, но в целом в Америке и в России, несмотря на различие в исследовательских парадигмах. Яркими представителями направления являются Жан-Клод Абрик, Габриэль Алмонд.

Одно из наиболее популярных направлений, посвященных социальным представлениям, – направление, разрабатываемое Жан-Клодом Абриком, где социальное представление исследуется через его структуру, а именно, через центральное ядро и периферию. Ядро – достаточно стабильное образование, устойчиво во времени, оно определяется историческим, социальным и идеологическим контекстом. Оно связано с коллективной памятью и нормами группы. Периферия социального представления трансформируется и видоизменяется под влиянием индивидуальных мнений, опыта членов группы.

Еще одно направление изучения социальных представлений принадлежит Уильяму Дуазу. Он остановился на проблеме взаимосвязи индивидуального и коллективного в социальной группе. У. Дуаз оперирует понятием «организующая метасистема», которая контролирует, отбирает материал, полученный на основе ассоциаций, поиска различий.

Значительный вклад в изучение понятия внес также американский исследователь Габриэль Алмонд, автор структурно-функциональной модели политической культуры, на основе которой он рассматривал социальные представления.

В России исследование социальных представлений имеет специфику: отечественные исследователи смотрят на проблему шире, распространяя определение «социальное» на мышление, память и другие процессы. Исследованием социальных представлений занимались В. В. Знаков, К. А. Абульханова, М. И. Воловикова, А. Н. Славская, А. И. Донцов, Т. П. Емельянова, Н. Л. Смирнова, А. Б. Купрейченко.

Социальное мышление определяется как форма сознательного отражения человеком процессов и явлений окружающей политической реальности в виде суждений, выводов, решений и умозаключений.

Известны исследования политического мышления как частного случая социального мышления. Политическое мышление включает в себя не только когнитивные, но и эмоционально-оценочные механизмы, поскольку на него оказывают влияние установки, цели, ценности, определяемые политическим сознанием и политической культурой.

Структура политического мышления:

- мотивационный блок;
- познавательный блок.

Политические установки и стереотипы определяют политическое мышление личности. Политический стереотип, по определению Д. В. Ольшанского, – это стандартизированный, схематизированный, упрощенный, обычно эмоционально окрашенный образ какого-либо социально-политического явления, обладающий значительной устойчивостью [52].

Эмоции, социальное познание и социальное поведение

Традиционно эмоции (как и мотивация) являлись предметом изучения исследователей психоаналитического направления (З. Фрейд, А. Адлер и др.). Так, Адлер описал социальные потребности и связанные с ними эмоции. Значительный вклад в изучение эмоций внесла гуманистическая психология А. Маслоу и К. Роджерса. Однако данные исследования носили, скорее, эвристичный характер, стимулируя изучение проблемы. Низкая доказательность не позволила строить прогнозы поведения человека.

Исследования Стэнли Шехтера и Джерома Сингера, затем Дарила Бема дали толчок для изучения эмоций с позиций когнитивного подхода. Согласно двухфакторной теории Стэнли Шехтера (1964), любая форма возбуждения инициирует поиск причин этого возбуждения. «Обнаруженные» причины мы приписываем нашему эмоциональному опыту. Мы ищем источник наших чувств во внешнем мире. Любое эмоциональное состояние требует двух условий: физиологического подъема и подходящей ситуации. Если мы чувствуем волнение в присутствии привлекательного человека, то называем это любовью или влечением. Возбуждение от аварии на дороге с нашим участием мы интерпретируем как страх или гнев по отношению к другому водителю. Таким образом, когнитивный и ситуативный факторы действительно играют роль в возникновении наших эмоций.

Для того чтобы проверить теорию, Стэнли Шехтер и Джером Сингер провели эксперимент, в котором испытуемым сообщалось, что они должны исследовать влияние витаминной смеси. Одной группе вводился эпинефрин (вызывающий повышенное физиологическое возбуждение), при этом подробно описывались его свойства. Другой группе ничего не сообщалось

о воздействии вещества. Субъекты из обеих групп помещались в комнату с ассистентом, который вел себя либо эйфорически, либо раздраженно.

Шехтер и Сингер предсказали, что субъекты, информированные о влиянии вещества, припишут свое возбуждение его воздействию, в то время как неинформированные будут объяснять свои чувства поведением ассистента. Эксперимент подтвердил гипотезу. Двухфакторная теория игнорирует экспрессивную сторону эмоций, что было дополнено в дальнейшем в гипотезе ответной реакции выражения лица (Зайонц, Мерфи, Инглхарт, 1989) [15, с. 121–123; 64, с. 753–755].

Социальное познание обычно рассматривается как когнитивный процесс. Но Л. Килпатрик и С. Эпштейн (1992) в эксперименте с выбором шариков показали, что наше мышление далеко от рационального [15, с. 115]. Был сделан вывод о том, что человек может познавать окружающий мир не только рационально, но и на основе эвристик, связанных с опытом. Интуитивный способ познания является доминирующим.

Психологические исследования говорят о том, что на выбор социальной информации и стратегию ее анализа оказывают влияние эмоции человека. Это влияние заключается в следующем:

1. Эмоции определяют атрибуцию человеком своих успехов и неудач. Человек, испытывающий позитивные эмоции, чаще использует внутренние и контролируемые причины при объяснении своих успехов и реже – при объяснении своих неудач, чем человек, испытывающий негативные эмоции.

2. Эффект конгруэнтности эмоций: люди отдают предпочтение той информации, оценка которой соответствует валентности эмоционального состояния. Так, люди, испытывающие позитивные эмоции, дольше изучают сведения, говорящие в пользу партнера, легче припоминают социально желательное поведение партнера, интерпретируют информацию в пользу партнера и в конечном итоге дают ему положительную оценку, более склонны к кооперации и помогающему поведению. Испытывающие отрицательные эмоции дольше изучают сведения против партнера, интерпретируют информацию не в его пользу, дают ему негативную оценку и склонны к агрессии и конкуренции.

Джордж Форгас в своей модели влияния эмоций выделяет четыре стратегии, которые использует человек для обработки информации:

1. Стратегия прямого доступа (узконаправленный анализ информации и небольшое количество когнитивных усилий; независимость от эмоционального состояния).

2. Стратегия мотивированной обработки (узконаправленный анализ информации и большое количество когнитивных усилий, независимость от эмоционального состояния).

3. Стратегия эвристической обработки (широконаправленный анализ информации и небольшое количество когнитивных усилий в ситуации цейтнота; наблюдается эффект конгруэнтности эмоций).

4. Стратегия независимой обработки (широконаправленный анализ информации и значительное количество когнитивных усилий в ситуации дефицита времени и требования точности суждения; наблюдается эффект конгруэнтности эмоций).

Согласно модели когнитивной настройки, эмоции являются для человека сигналом о том, что происходит вокруг него. Человек, испытывающий позитивные эмоции, считает текущую ситуацию благоприятной и безопасной. Как следствие, он доверяет суждениям, вынесенным на основе поверхностного анализа информации. В то же время человек, испытывающий негативные эмоции, воспринимает ситуацию как опасную для себя и пытается найти источник опасности. Для этого он проводит тщательный анализ информации о происходящем [21, с. 119–120].

Таким образом, между эмоциями и социальным познанием существует двухсторонняя связь. С одной стороны, эмоции оказывают влияние на анализ информации о себе и окружающих людях, а с другой, – возникают в результате этого анализа. В обоих случаях они становятся одним из факторов, оказывающих влияние на поведение человека.

Эмоции, которые человек испытывает к себе и другим людям, оказывают влияние на поведение в социальном взаимодействии: кооперацию и конкуренцию, агрессию и помощь. Это влияние показано в табл. 36 [21, с. 120].

Таблица 36

Влияние эмоций на социальное взаимодействие

| Эмоции | Социальное взаимодействие |
|-------------------------------------|--------------------------------------|
| <i>Эмоции по отношению к себе</i> | |
| Гордость первого типа | Конкурентное и агрессивное поведение |
| Гордость второго типа | Помощь и кооперация |
| Стыд | Избегающее и агрессивное поведение |
| Вина | Помощь и кооперация |
| <i>Эмоции по отношению к другим</i> | |
| Симпатия | Помощь и кооперация |
| Жалость | Помощь и кооперация |
| Страх | Избегающее поведение |
| Гнев | Конкурентное и агрессивное поведение |
| Презрение | Избегающее поведение |
| Отвращение | Избегающее и агрессивное поведение |
| Зависть | Конкурентное и агрессивное поведение |

Важным фактором влияния и на эмоции, и на поведение является эмпатия. В консультировании и психотерапии выделяют два вида эмпатии:

- эмоциональная (сочувствие, сопереживание);
- когнитивная (понимание эмоций партнера).

5.3. Психология массовых процессов

Психология массовых процессов активно развивалась во второй половине XX века, причем не только в рамках социальной психологии, но и в смежных науках – социологии и политологии.

Факторы, способствующие развитию данного направления исследований:

1. Расширение контактов между людьми, социальными группами, развитие международных корпораций, глобализация во всех сферах общественной жизни, развитие сети Интернет.

2. Развитие математических моделей и технических возможностей для описания и анализа массовых процессов.

Рассмотрим наиболее известные из теорий:

1. Теория сегрегации (Томас Шеллинг).

2. Теория шести рукопожатий (Стэнли Милграм, Джеффри Трэверс).

3. Сила слабых связей (Марк Грановеттер).

4. Модель массовых беспорядков (Марк Грановеттер).

Данные модели были описаны профессором Мичиганского университета Скоттом Пейджем в рамках on-line курса Model thinking (2011).

Теория сегрегации, или модель Шеллинга

Теория сегрегации – это известная модель, которая была придумана американским экономистом Томасом Шеллингом в 1970-х годах. В то время в США было распространено такое явление, как гетто. Шеллинг наблюдал за этим и в результате пришел к выводу, что «черные» районы образуются не из-за поголовной вражды людей разного цвета кожи, а из-за того, что человек отдает предпочтение тому месту проживания, где его соседями будут похожие на него люди. В результате все расселяются рядом с себе подобными и все счастливы.

Модель сегрегации Шеллинга, отражающая этот процесс явление, очень проста: перед нами поле, разбитое на $N \times N$ клеток. Каждая клетка либо пуста, либо занята агентом с определенным цветом кожи. Если у агента отношение числа соседей с его цветом кожи к числу всех соседей меньше некоторого порога, то агент переезжает на любую пустую клетку. В результате действия таких простых правил образуется тотальная сегрегация.

В силу того, что вопросы цвета кожи утрачивают свою былую актуальность, модель все чаще используется не для описания поведения людей разного цвета кожи, а для описания поведения представителей разных конфессий, языков, увлечений и т. д.

К сожалению, у данной модели есть серьезные недостатки:

1. Важнейшим из них можно назвать игнорирование процесса ассимиляции. Если человек окружен иноязычными соседями, то ему легче выучить их язык, чем сменить место жительства.

2. В современном мире влияние на принятие человеком решений оказывают не только физические соседи, но и Интернет. Таким образом, у человека должны быть так называемые интернет-соседи.

3. На действия человека влияют также его личные качества или качества, присущие людям его группы, например, упорство или толерантность. Но классическая модель их не учитывает.

Эти три недостатка делают классическую модель Шеллинга менее актуальной в наши дни. Тем не менее, сама идея подобной модели очень проста и интересна, и она нуждается в новой интерпретации.

Теория шести рукопожатий

Теория шести рукопожатий – социологическая теория, согласно которой любые два человека на Земле разделены не более чем пятью уровнями общих знакомых (и соответственно шестью уровнями связей).

Теория шести рукопожатий представлена в виде графа. Знакомство между двумя людьми изображено ребром графа, вершины графа – люди. Формальная математическая формулировка теории: диаметр графа знакомств не превышает 6, где знакомство между двумя людьми отражается ребром графа, а вершины графа – люди.

Теория была выдвинута в 1969 году американскими психологами Стэнли Милграмом и Джеффри Трэверсом. Предложенная ими гипотеза заключалась в том, что каждый человек опосредованно знаком с любым другим жителем планеты через цепочку общих знакомых, в среднем состоящую из пяти человек. Милгрэм опирался на данные эксперимента в двух американских городах. Жителям одного города было роздано 300 конвертов, которые надо было передать определенному человеку, живущему в другом городе. Конверты можно было передавать только через своих знакомых и родственников. До бостонского адресата дошло 60 конвертов. Произведя подсчеты, Милгрэм определил, что в среднем каждый конверт прошел через пять человек.

Эксперимент Милгрэма был повторен учеными кафедры социологии Колумбийского университета при помощи электронной почты. Тысячам добровольцев они предложили «достучаться» до 20 засекреченных людей, чьи имя, фамилию, род занятий, место жительства, образование сообщали. Первой успешной попыткой стало определение почтового адреса одного из таких «засекреченных» в Сибири. Доброволец из Австралии нашел адрес сибирской «цели» при помощи четырех сообщений.

Анализ экспертами Microsoft данных, полученных за месяц общения 242 720 596 пользователей, занял два года. Объем исследуемых данных составил около 4,5 ТБ. На этой информационной базе было установлено, что каждый из 240 миллионов пользователей сервиса мог бы «дойти» до другого в среднем за 6,6 «шага».

Миланский университет и социальная сеть Facebook также провели совместное исследование теории шести рукопожатий, взяв за основу данные социального графа Facebook. Было установлено, что двух любых пользователей Facebook отделяет 4,74 уровня связи. Для США количество звеньев составило 4,37.

На основе теории «тесного мира» возникло и множество популярных в США игр, например, ученые играют в «Число Эрдеша»*.

Концепция силы слабых связей

«Сила слабых связей» – концепция американского социолога Марка Грановеттера, согласно которой в межличностной коммуникации слабые связи имеют большее значение, чем сильные. Она отражена в статье Грановеттера «Сила слабых связей» (1973), наиболее известной его работе.

Марк Грановеттер разделяет все социальные связи на две основные категории, а именно, на сильные и слабые связи. Цель такого разделения состоит в формальном различении межличностных отношений по критерию частоты и длительности социальных контактов. Так, по мнению социолога, примером сильных связей можно считать родственные и дружественные связи, в то время как слабые связи возникают между соседями, знакомыми, знакомыми знакомых, коллегами и т. п.

Помимо двух основных, согласно Грановеттеру, существует и третий тип социальных связей – так называемые отсутствующие (очень слабые) связи. К этой категории он относит отношения между «шапочными знакомыми», т. е., например, людьми, которые периодически пересекаются, каким-то образом присутствуют в жизни друг друга, но не имеют между собой мало-мальски тесного контакта. В таких связях, как правило, совершенно отсутствуют эмоциональная составляющая, доверие и взаимность.

Грановеттер полагает, что наиболее полезными и выгодными в межличностном общении оказываются слабые связи, а не сильные. Это явление социолог объясняет тем, что через сильные связи (в силу их информационной избыточности) люди обмениваются ограниченным объемом данных или ресурсов, в то время как обмен действительно важной информацией происходит именно через слабые связи.

Сильные межличностные связи являются каналом информации, мало отличающейся от информации, которой располагает сам субъект.

Наиболее четкая и полная аргументация в пользу данного феномена представлена в теории «структурных дыр» Рональда Берта.

Примеры действия концепции Грановеттера:

1. Слабые связи (бывшие коллеги, знакомые и т. д.) дают человеку возможность быстрого продвижения по карьерной лестнице. Помимо про-

* Мир тесен // Компьютер. – 2008. – 14 августа.

чего Грановеттер отмечает их важность в развитии человеческого капитала. Поскольку, согласно теории Грановеттера, для слабых связей важно их визуальное представление, феномен играет важную роль в развитии социальных сетей. Поддерживать сильные связи люди, как и прежде, предпочитают вне Интернета, т. е. в реальной жизни.

2. Сам Грановеттер приводит следующий пример. Некая бостонская итальянская община, где были традиционно развиты сильные связи, оказалась совершенно незащитной перед лицом действительности, явившись неспособной создать организацию для отстаивания своих прав перед городскими властями.

Велико значение теории Грановеттера в контексте социальных сетей. За десятилетие до возникновения социальной сети Facebook Марк Грановеттер, провел первое свое знаменитое исследование социальных сетей, задавшись целью выяснить, какое влияние они оказывают на социальную мобильность, а также какие благоприятные возможности дают человеку окружающие его люди. Проведя опрос среди жителей пригорода Бостона, которые недавно сменили работу, социолог определил, что наиболее полезным с точки зрения поиска работы является не близкое окружение субъекта (сильные связи), а люди, с которыми интервьюированные общались «шапочно» (слабые связи). На основе этих выводов Грановеттер создал свою новаторскую статью «Сила слабых связей», где рассмотрел важнейшую роль малознакомых людей в жизни отдельно взятой личности.

Согласно теории Грановеттера, люди, не входящие в узкий кластер близких друзей и знакомых, открывают перед личностью полезную информацию – ту информацию, которой личность не владеет в силу того, что у субъекта коммуникации со слабыми связями меньше общих контактов.

С появлением социальных сетей стало несравнимо больше возможностей прикладного воплощения данной концепции. Так, авторы исследования, проведенного Facebook Data Team, выявили: несмотря на то, что пользователи социальных сетей чаще потребляют и распространяют информацию, которой с ними делятся близкие знакомые, они также получают огромный объем информации от слабых связей, и зачастую именно подобные удаленные контакты служат каналом распространения новой и полезной информации. Данный факт еще раз подтверждает, что социальные сети служат влиятельным медиа-каналом для распространения полезной информации (продвижения новых продуктов, обсуждения актуальных событий и пр.), а также являются весомым аргументом в пользу теории Грановеттера.

Причины силы слабых связей таковы. Слабые связи – это, по сути, соединения между большими социальными группами. Это объясняется, во-первых, их количеством: у любого человека слабых связей во много раз больше, чем сильных, поэтому они охватывают куда более широкий круг территорий и сфер деятельности. Во-вторых, слабыми связями индивид, как правило, меньше дорожит, а потому не боится к ним прибегать.

Критика теории:

1. Установлено, что социальные сети стали идеальным механизмом для формирования слабых связей и катализатором общественных волнений. В этом контексте весьма странно, что это произошло именно в странах с «традиционной культурой» (в Египте, Турции), для которой характерно пренебрежение слабыми связями.

2. Кроме того, еще в 1969 году американские психологи Стэнли Милгрэм и Джеффри Трэверс сформулировали теорию шести рукопожатий о том, что каждый человек опосредованно знаком с любым другим жителем планеты через цепочку общих знакомых, в среднем состоящую из пяти человек. Теория шести рукопожатий во многом противоречит концепции силы слабых связей.

3. В организационной социологии до сих пор придерживаются идеи «силы сильных связей», основанной на идеях Г. Зиммеля. Согласно этим представлениям, именно сильные связи облегчают разрешение конфликтов, а также способствуют принятию выгодных организационных решений, достижению консенсуса и передаче сложной экспертной информации. По мнению многочисленных социологов, такие связи, поддерживая механизм партикуляризма в распределении статусов, играют чрезвычайно важную роль в сплоченных организациях, а также в традиционных и нерыночных обществах, в то время как слабые свойственны сетевым организациям и рыночным обществам. Из этого следует, что слабые связи полезнее в том, что касается информационного влияния, но не социально-нормативного.

Модель массовых беспорядков Грановеттера

Социолог Марк Грановеттер предложил очень простую математическую модель толпы, готовой учинить беспорядки. Каждый человек в толпе имеет некий «порог». Порог – это количество людей, уже принимающих участие в беспорядках, которого достаточно для присоединения к ним этого человека.

Для иллюстрации дальнейшего развития событий Грановеттер предложил очень простое распределение порогов, в котором каждый из 100 человек (рассматриваются студенческие бунты) обладал своим уникальным значением. Иными словами, первый участник имел нулевой порог, второму нужен был один человек, третьему два и т. д. – вплоть до самого закоренелого консерватора, который примкнет к беспорядкам лишь после того, как к ним присоединятся остальные 99.

Что же произойдет? Сначала, ни с того ни с сего мистер Безумие – студент с нулевым порогом – начнет швыряться всем, что попадет ему под руку. Затем к нему присоединится его товарищ с порогом 1 (которому нужен только один человек, чтобы принять участие в беспорядках). Вместе эти двое подстрекателей вовлекут третьего – парня с порогом 2. Этого окажется достаточно, чтобы к ним присоединился четвертый, за ним – пятый и т. д.

Допустим, однако, что в некоем соседнем городе по той же самой причине собралась точно такая же толпа. Вообразим, что в ней пороги распределены так же, как и в первой, за одним маленьким исключением: если в первой каждый имел уникальный порог, то в этой порога 3 нет ни у кого, зато у двоих – 4.

Как же поведет себя толпа № 2? Все начнется точно так же: мистер Безумие становится зачинщиком, к нему присоединяется его товарищ, затем парень с порогом 2.

И тут – стоп! Порога 3 нет ни у кого. У двух следующих студентов, наиболее склонных к участию в беспорядках, порог – 4. В итоге мы имеем всего трех дебоширов. На этом потенциальный бунт и закончится (Дункан Уоттс. Здравый смысл врет).

Модель массовых беспорядков Грановеттера можно применить к любому событию, чтобы понять поведение людей. У каждого человека есть свой порог для принятия разных решений.

Сколько людей должно начать переходить на красный свет светофора, чтобы вы к ним присоединились? От скольких знакомых вам достаточно услышать о поездке в Таиланд, чтобы решить туда отправиться? Сколько мнений вам нужно, чтобы купить айфон? Для каждого из событий можно выделить определенное пороговое *число*, после которого мы принимаем решение.

Представьте, как сложно в такой модели донести до людей новые идеи. Возьмем женщину, которая только что стала матерью. Как до нее донести мысль, что грудное вскармливание полезно на протяжении нескольких лет, если со всех сторон она получает информацию, что кормить нужно по часам и до года? Как объяснить молодой маме, что ребенку не нужны памперсы и его можно высаживать? Сравните, с одной стороны все говорят про памперсы, а тут чудак нашелся – говорит противоположное.

Поскольку порог у среднего человека средний, то прислушиваться к мнению одного человека не будут. Люди будут делать то, что говорят все окружающие, потому что их количество превышает требуемый порог.

Модель массовых беспорядков Грановеттера многое объясняет в нашем обществе. О каком порядке на дорогах может идти речь, если первым его нарушают полицейские и чиновники? Тем самым они дают пример и запускают цепные реакции. Прекрасной иллюстрацией модели является «теория разбитых окон».

Теорию Грановеттера можно использовать в сфере продаж. Человек купит ваш товар, если услышит рекомендации о нем из нескольких независимых источников.

5.4. История отечественной социальной психологии

Периоды развития отечественной психологии

Отечественная социальная психология возникла на рубеже XIX и XX веков. Ее становление связано с общественными и естественными науками, затем произошло отпочкование от родительских дисциплин (социологии и психологии) и превращение в самостоятельную науку.

Периоды развития отечественной психологии представлены в табл. 37 [по: 4; 6; 61; 80; 88].

Таблица 37

Пять периодов развития отечественной психологии

| Наименование периода | Характеристика периода | Персоналии и теории |
|--|--|--|
| <i>Первый период</i> (60-е годы XIX века – начало XX века) | Становление социальной психологии. Борьба за статус психологии, обсуждалась проблема ее предмета, методов исследования. | Психологическая школа в социологии: П. Л. Лавров (1865), Н. И. Кареев (1919), М. М. Ковалевский (1910), Н. К. Михайловский (1906). Коллективная рефлексология В. М. Бехтерева. |
| <i>Второй период</i> (1920-е годы – первая половина 1930-х годов) | Развитие марксистской социальной психологии | Г. В. Плеханов, А. А. Потебня, М. А. Рейснер, В. В. Адоратский, А. С. Макаренко, А. С. Залужный |
| <i>Третий период</i> (вторая половина 30-х – вторая половина 50-х годов XX века) | Изоляция отечественной психологии. Идеологическая критика психологических исследований в области тестологии, педологии и психотехники. Репрессии в отношении психологов (педологов и психотехников). Перерыв в развитии социально-психологических исследований. Разработка методологии социальной психологии. | Разработка методологии социальной психологии: Б. Г. Ананьев, А. Н. Леонтьев, С. Л. Рубинштейн |
| <i>Четвертый период</i> (вторая половина 50-х – первая половина 70-х годов XX века) | | А. Г. Ковалев, В. Н. Колмановский, Б. Ф. Поршнев. Учебники по социальной психологии: А. Г. Ковалев (1972) |

| Наименование периода | Характеристика периода | Персоналии и теории |
|--|--|---|
| | <p>Разработка методологии социальной психологии.</p> <p>Появление факультетов психологии, кафедр социальной психологии.</p> <p>Начало систематической подготовки специалистов по социальной психологии.</p> <p>Публикуются статьи, монографии, сборники. Проблемы социальной психологии обсуждаются на съездах, конференциях, симпозиумах, совещаниях.</p> | <p>Е. С. Кузьмин (1967); Б. Д. Парыгин (1967, 1971); К. К. Платонов (1965).</p> <p>Появление методологических работ: Б. Д. Парыгин «Основы социально-психологической теории» (1971), «Методологические проблемы социальной психологии» (1975).</p> <p>1962 год – первая в стране лаборатория социальной психологии в ЛГУ; 1968 год – первая кафедра социальной психологии в ЛГУ; 1972 год – появилась кафедра социальной психологии в МГУ.</p> <p>1966 год – введение ученых степеней по психологии. 1972 год – создан первый в стране сектор социальной психологии в Институте психологии АН СССР (ныне ИП РАН).</p> |
| <p><i>Пятый период</i> (вторая половина 70-х годов XX века – по настоящее время)</p> | <p>Воссоединение отечественной социальной психологии с мировыми традициями науки.</p> <p>Развитие методологии и прикладных исследований в области социальной психологии и новых ее отраслей: психологии управления, рекламы, маркетинга, массовых коммуникаций, экономической и политической психологии.</p> | <p>Методологические исследования: Г. М. Андреева (1980), Е. В. Шорохова (1975), Е. С. Кузьмин и В. Е. Семенов (1977).</p> <p>Изучение проблем коллектива: А. Г. Ковалев (1975), К. К. Платонов (1975), А. В. Петровский (1982), Л. И. Уманский (1980).</p> <p>Исследования социальной психологии личности: Л. И. Божович, В. А. Ядов (1975).</p> |

| Наименование периода | Характеристика периода | Персоналии и теории |
|----------------------|------------------------|--|
| | | <p>Исследование проблем деятельности: Е. С. Кузьмин, Л. П. Буева (1978).</p> <p>Исследование социальной психологии общения: А. А. Бодалев, Л. П. Буева (1978), А. А. Леонтьев (1975), Б. Ф. Ломов (1975).</p> <p>Исследование межэтнических отношений: сектор социальной психологии (ИП РАН) и др.</p> <p>Политическая психология (А. И. Юрьев).</p> <p>Экономическая психология: А. Л. Журавлев, О. С. Дейнека. Педагогическая социальная психология.</p> |

Первый период (60-е годы XIX века – начало XX века) характеризуется самоопределением психологии в системе наук о природе, обществе, человеке, а также дискуссией о предмете и методах новой науки.

В первом периоде развития социальной психологии значительную роль сыграли ученые из смежных наук (лингвисты, юристы, историки). Выдающимся исследователем этого периода стал А. А. Потебня.

Потебня Александр Афанасьевич (1835–1891) – русский философ, психолог, этнограф, показал роль языка в формировании психологии народа, изучал проблемы понимания и толкования художественных произведений.

Социально-психологические идеи в этот период развивались представителями общественных наук, прежде всего социологами (П. Л. Лавров, 1865; Н. И. Кареев, 1919; М. М. Ковалевский, 1910; Н. К. Михайловский, 1906). Так, Н. К. Михайловский предлагал рассматривать социально-психологические факторы в ходе исторического процесса и социальной жизни. Михайловскому принадлежит разработка психологии массовых социальных движений (например, революционных движений).

Ковалевский Максим Максимович (1851–1916) – российский ученый; в 1910 году предложил термин «коллективная (социальная) психология» для зарождавшейся новой науки; вслед за Г. Тардом считал предметом социальной психологии «психологию масс».

Михайловский Николай Константинович (1842–1904) – известный российский социолог, обобщивший опыт наблюдения массовой психологии. Известная работа – «Герои и толпа» (1896).

Особое место в российской социальной психологии занимает В. М. Бехтерев. Социально-психологической является его работа «Личность и условия ее развития» (1905). В специальной социально-психологической работе «Предмет и задачи общественной психологии как объективной науки» (1911) содержится развернутое изложение его взглядов на сущность социально-психологических явлений, на предмет социальной психологии, методы этой отрасли знания. Позже В. М. Бехтерев публикует фундаментальный труд «Коллективная рефлексология» (1921), который может рассматриваться как первый в России учебник по социальной психологии. Принципы рефлексологического объяснения сущности индивидуальной психологии были распространены на понимание коллективной психологии. В. М. Бехтерев определил предмет социальной психологии как изучение психологической деятельности собраний и сборищ, составляемых из массы лиц, проявляющих свою нервно-психическую деятельность как целое.

В работах В. М. Бехтерева содержится описание большого эмпирического материала, полученного при применении объективного наблюдения, анкет, опросов, эксперимента. В. М. Бехтерев вместе с М. В. Ланге (1925) в ходе эксперимента показал, как социально-психологические явления – общение, совместная деятельность – влияют на формирование процессов восприятия, представлений, памяти. Работой В. М. Бехтерева и М. В. Ланге положено начало экспериментальной социальной психологии в России и изучению влияния общения на протекание психических процессов [82].

Второй период охватывает 1920-е – первую половину 1930-х годов. После Октябрьской революции 1917 года, особенно после завершения гражданской войны, в восстановительный период, в нашей стране резко возрос интерес к социальной психологии. В 20–30-е годы с позиций марксизма обсуждались проблемы социальной психологии: соотношение социальной психологии и индивидуальной психологии, социальной психологии и социологии; природа коллектива как основного объекта социальной психологии.

В разработке теории коллективов, их классификации, изучении разных коллективов, проблем их развития участвовали многие социальные психологи (Б. В. Беляев, 1921; Л. Бызов, 1924; Л. Н. Войтоловский, 1924; А. С. Залужный, 1930; М. А. Рейснер, 1925; Г. А. Фортунатов, 1925 и др.).

Залужный Александр Степанович (ум. 1941) – известный в 1930-е годы психолог, исследователь детских коллективов.

В научно-организационном становлении социальной психологии в России большое значение имел I Всесоюзный съезд по изучению поведения человека, состоявшийся в 1930 году. Проблемы личности, социальной психологии и коллективного поведения были выделены в одно из трех приоритетных направлений обсуждения. Теоретические, методологические, практические задачи по изучению коллектива были отражены в специальном постановлении съезда. Начало 30-х гг. стало пиком развития социально-психологических исследований и в прикладных отраслях, особенно в педологии и психотехнике.

Третий период относится ко второй половине 30-х – второй половине 50-х годов XX века. Во второй половине 30-х годов начинаются идеологические гонения на психологическую науку (Постановление ЦК ВКП(б) 1936 года «О педологических извращениях в системе наркомпросов»). Началась изоляция отечественной науки от западной психологии, возрос идеологический контроль над наукой. Резко сократилось число исследований по социальной психологии. Период перерыва продолжался до второй половины 50-х годов XX века. В то же время Б. Г. Ананьев, Л. С. Выготский, А. Н. Леонтьев, С. Л. Рубинштейн продолжали разрабатывать методологию науки, где важное место занимали идеи об общественно-исторической детерминации психических явлений и принцип единства сознания и деятельности. Проблема детских коллективов нашла отражение в области педагогики.

Макаренко Антон Семенович (1888–1939) – советский педагог и писатель. Осуществил опыт массового перевоспитания детей-правонарушителей в трудовой колонии им. М. Горького (1920–1928) и детской коммуне им. Ф. Э. Дзержинского (1927–1935). Разработал методику коммунистического воспитания детей в трудовом коллективе. Описал свою практическую деятельность в работах «Педагогическая поэма» (1935) и «Флаги на башнях» (1938).

А. С. Макаренко определяет коллектив как «целеустремленный комплекс личностей, организованных, обладающих органами управления. Это контактная совокупность, основанная на социалистическом принципе объединения». Коллектив рассматривается как социальный организм, органически связанный с другими коллективами.

Основные признаки коллектива:

- 1) наличие общих целей, служащих на благо общества;
- 2) совместная деятельность, направленная на достижение этих целей;
- 3) определенная структура; наличие органов, координирующих деятельность коллектива и представляющих его интересы.

Макаренко выделил два вида коллектива:

- 1) первичный коллектив: члены его находятся в постоянном дружеском, бытовом и идеологическом объединении (отряд, школьный класс, семья);

2) вторичный коллектив – более широкое объединение (школа, предприятие).

Макаренко выделяет ближние, средние и дальние цели коллектива. В развитии коллектива и личности в коллективе важную роль играет «метод перспективных линий». Не менее важны традиции, существующие в коллективе, а также все виды совместной деятельности (в том числе и игра).

Макаренко также определяет стадии развития коллектива: от диктаторского требования организатора до свободного требования каждой личности от себя на фоне требований коллектива.

А. С. Макаренко ставил вопрос о необходимости целостного изучения личности. Главная теоретическая и практическая задача – это изучение личности в коллективе. А. С. Макаренко составил схему изучения личности, отразившуюся в работе «Методика организации воспитательного процесса». Стержневая идея социально-психологической концепции Макаренко – единство коллектива и личности: воспитание активной личности в коллективе, посредством коллектива и для коллектива.

Ковалев Александр Григорьевич (1913–1997) – известный отечественный социальный психолог, в 50-е гг. XX века выступивший инициатором разработки проблем социальной психологии в СССР, изучал проблемы личности и коллектива. Известные работы: «Курс лекций по социальной психологии», «Коллектив и социально-психологические проблемы руководства».

А. Г. Ковалев в работе «Коллектив и социально-психологические проблемы руководства» (1975), опираясь на учение А. С. Макаренко, выделяет три стадии развития коллектива:

1) стадия первичного синтеза (люди присматриваются друг к другу и к руководителю; руководитель знакомит коллектив с ближними и дальними целями; распределяет роли с учетом опыта и личных пожеланий);

2) стадия дифференциации (сближение людей в соответствии с их интересами и общим складом характера; формируются микрогруппы и ядро коллектива; руководитель передает некоторые функции управления активу; вступает в силу закон саморегуляции коллектива – актив требует, контролирует, задает тон и создает общественное мнение);

3) стадия синтеза (образуется действительная общность интересов, установок, единство воли; утверждаются отношения товарищества и взаимопомощи; руководитель становится представителем и выразителем интересов членов коллектива) [27].

Четвертый период – вторая половина 50-х – первая половина 70-х годов XX века. В этот период сложилась особая социальная и интеллектуальная ситуация в нашей стране, связанная с некоторым снижением идеологического контроля и процессами демократизации общественной жизни. Возрождаются общественные науки, проводятся социологические исследования. В. А. Ядов разрабатывает методологию социологии, общие принци-

пы которой в дальнейшем были положены в основу методологии социальной психологии.

Психология в 1950-х годах отстаивала свое право на самостоятельное существование в острых дискуссиях с физиологами. Начался период возрождения социальной психологии в нашей стране. Критериями этой самостоятельности стали: 1) определение места социальной психологии в системе наук; 2) определение объекта, предмета и метода исследования; 3) выделение основных категорий и понятий; 4) формулирование законов и закономерностей; 5) институционализация науки; 6) подготовка специалистов. К формальным критериям относятся публикации специальных трудов, статей, организация обсуждений на съездах, конференциях, симпозиумах.

Формально начало периода возрождения психологии связывают с дискуссией по социальной психологии. Эта дискуссия началась публикацией статьи А. Г. Ковалева «О социальной психологии» в Вестнике ЛГУ, 1959, № 12. Дискуссии продолжались в журналах «Вопросы психологии» и «Вопросы философии», на II съезде психологов СССР, на пленарном заседании и на впервые организованной в рамках всесоюзных съездов секции по социальной психологии. В Институте философии АН СССР работал постоянно действующий семинар по социальной психологии.

В 1968 году вышла в свет книга «Проблемы общественной психологии» под редакцией В. Н. Колмановского и Б. Ф. Поршнева. Саморефлексия социальных психологов относительно сущности социально-психологических явлений, предмете, задачах социальной психологии, определение основных направлений ее дальнейшего развития отразились в учебниках и учебных пособиях, основные из которых были опубликованы в 60-х – первой половине 70-х годов (К. К. Платонов, 1965; А. Г. Ковалев, 1972; Е. С. Кузьмин, 1967; Б. Д. Парыгин, 1967, 1971, 1975;). Завершающей восстановительный период работой является книга Б. Д. Парыгина «Методологические проблемы социальной психологии» (1975).

Пятый период (начиная со второй половины 70-х годов XX века) ознаменовался разработкой основных проблем науки. В области методологии социальной психологии плодотворными были концепции Г. М. Андреевой (1980), Е. В. Шороховой (1975). В исследование проблем коллектива большой вклад внесли К. К. Платонов (1975), А. В. Петровский (1982), Л. И. Уманский (1980). Социальная психология личности связана с именами Л. И. Божович, В. А. Ядова (1975). Изучению проблем деятельности посвящены труды Л. П. Бугевой (1978), Е. С. Кузьмина. Социальная психология общения отражена в работах А. А. Бодалева, Л. П. Бугевой (1978), А. А. Леонтьева (1975), Б. Ф. Ломова (1975), Б. Д. Парыгина.

В 1970-х гг. завершилось организационное становление социальной психологии. Она была признана самостоятельной наукой. В 1962 году организована первая в нашей стране лаборатория социальной психологии

в ЛГУ; в 1968 году – первая кафедра социальной психологии в том же университете; в 1972-м – аналогичная кафедра в МГУ. В 1966 году с введением ученых степеней по психологии социальная психология приобрела статус квалификационной научной дисциплины. Началась систематическая подготовка специалистов по социальной психологии. В научных учреждениях организуются группы, в Институте психологии АН СССР в 1972 году создан первый в Советском Союзе сектор социальной психологии. Публикуются статьи, монографии, сборники. Проблемы социальной психологии обсуждаются на съездах, конференциях, симпозиумах, совещаниях.

В 1980-е годы активно проводились исследования в области межнациональных отношений (сектор социальной психологии Института психологии РАН), а также исследования совместной деятельности и психологии управления [80].

Основные центры социальной психологии в России

Ленинградский государственный университет им. А. А. Жданова (СПбГУ)

Первая в стране лаборатория социальной психологии была организована в 1962 году в Ленинградском государственном университете (ЛГУ) им. А.А. Жданова, благодаря научным и организационным усилиям академика АПН РСФСР, заведующего кафедрой психологии Бориса Герасимовича Ананьева и Евгения Сергеевича Кузьмина, а затем в 1968 году появилась кафедра социальной психологии, которой долгие годы руководил Е. С. Кузьмин, защитивший докторскую диссертацию на тему «Основы социальной психологии».

Кузьмин Евгений Сергеевич (1922–1994) – научный организатор социальной психологии в СССР, создал в ЛГУ первую в стране лабораторию социальной психологии (1962), кафедру социальной психологии (1968). Его работа «Основы социальной психологии» (1967) является фундаментальной монографией.

Факультет психологии ЛГУ и НИИКСИ (Научно-исследовательский институт комплексных социальных исследований) существовали в одном здании по адресу: ул. Красная, д. 60 – с 1966 по 1976 год. С 1977 года выпускник кафедры, кандидат психологических наук Валентин Евгеньевич Семенов стал руководителем лаборатории социальной психологии.

Сотрудники кафедры социальной психологии и лаборатории социальной психологии проводили исследования по проблемам:

- методологии (Е. С. Кузьмин, В. Е. Семенов, И. П. Волков);
- психологии групп (коллективов) и совместной деятельности (Ю. Н. Емельянов, Ю. Т. Тимофеев, Н. Ю. Хрящева, А. Ю. Шалыто);
- управления производственным коллективом (А. Л. Свенцицкий, Н. В. Бахарева, Н. В. Гришина, Н. А. Ильина, В. С. Семенов, Ю. П. Степкин);

Свенцицкий Анатолий Леонидович (род. 1936) – известный отечественный психолог, долгое время руководивший кафедрой социальной психологии СПбГУ, специалист в области психологии управления. Наиболее известная работа – «Социальная психология управления», он автор учебника «Социальная психология».

- семьи (В. В. Бойко);
- промышленной социальной психологии, психологического климата, конфликтов (Н. В. Бахарева, В. А. Богданов, Н. В. Гришина, И. Н. Гурвич, Ю. Н. Емельянов, А. А. Ершов, О. С. Михалюк, Л. Г. Почебут, А. А. Прохвятилов, А. А. Русалинова, В. Е. Семенов, Ю. Т. Тимофеев, Р. Н. Хавская, Н. Ю. Хрящева, А. Ю. Шалыто);
- личности инженера и его творческой активности (Э. С. Чугунова);
- активных групповых методов обучения (Ю. Н. Емельянов);
- социальной психологии общения (В. Н. Куницына, Л. В. Куликов);
- социальной психологии искусства (В. С. Семенов);
- теории и практики тренинга (Е. Н. Газогарева, В. П. Захаров, А. А. Мастаков, О. С. Михалюк, Л. В. Мургулец, Е. В. Сидоренко, Н. Ю. Хрящева);

Сидоренко Елена Васильевна (род. 1953) – известный социальный психолог с широкими научными интересами. Наибольшую известность ей принесли работы, посвященные тренингу: «Мотивационный тренинг» (2000), «Тренинг влияния и противостояния влиянию» (2001), «Тренинг коммуникативной компетентности в деловом взаимодействии» (2004). Автор книги «Методы математической обработки в психологии» (1996).

- социальной психологии здоровья и отклоняющегося поведения (И. Н. Гурвич, Л. В. Куликов, Л. А. Цветкова);

Гурвич Иосиф Наумович (1952–2014) – известный отечественный психолог. Автор многолетнего исследования «Социальная психология здоровья».

- психологии настроения (Л. В. Куликов);
- психологии социальных общностей и межкультурной коммуникации (Л. Г. Почебут);

Почебут Людмила Георгиевна (род. 1949) – социальный психолог ленинградской школы. Известна исследованиями в области этнической психологии, социальной психологии личности (агрессия, ценности, толерантность, социальный капитал). Важнейшие работы: «Психология социальных общностей: толпа, социум, этнос» (2002); «Взаимопонимание культур. Методология и методы этнической и кросс-культурной психологии. Психология межэтнической толерантности» (2005); учебник «Социальная психология» (2010) и др.

- психологии конфликта (Н. В. Гришина);
- психологии принятия решений (Л. В. Марарица);
- социальной психологии моды (М. И. Килошенко);

- психологии социального капитала (А. Л. Свенцицкий, Л. Г. Почебут, Л. В. Марарица, М. И. Килошенко, И В. Кузнецова, Т. В. Казанцева).

Следует отметить, что на факультете психологии активно развиваются отрасли социальной психологии:

- политическая психология (А. И. Юрьев, А. Г. Конфисахор, А. Л. Вассоевич и др.);

Юрьев Александр Иванович (1942–2020) – основатель научного направления и кафедры политической психологии факультета психологии СПбГУ. Автор книг «Введение в политическую психологию», «Системное описание политической психологии».

- организационная психология и психология управления (С. А. Маничев);

Маничев Сергей Алексеевич (род. 1952) – руководитель кафедры эргономики и инженерной психологии СПбГУ, известный специалист в области организационной психологии и управленческого консультирования.

- экономическая психология (О. С. Дейнека).

Дейнека Ольга Сергеевна (род. 1951) – основоположница экономической психологии в России и научной школы «Экономическая психология в политике». Руководитель кафедры политической психологии СПбГУ. Известна ее монография «Экономическая психология».

НИИ комплексных социальных исследований

Первый в нашей стране Научно-исследовательский институт комплексных социальных исследований (НИИКСИ) был организован в Ленинградском университете в ноябре 1965 года на базе существовавших тогда в ЛГУ нескольких лабораторий. Идеино-научной основой его создания послужила концепция комплексного изучения человека и общества, принадлежащая Б. Г. Ананьеву (1907–1972). Это был первый в сфере социальных наук институт в нашей стране, его первым директором стал доктор философских, а позднее и экономических наук, профессор В. Я. Ельмеев. В НИИКСИ работали такие известные ученые, как юристы А. С. Пашков, Д. А. Керимов и Л. И. Спиридонов, экономисты В. Р. Полозов и Б. Р. Рященко, социологи А. О. Бороноев, А. В. Дмитриев, В. Т. Лисовский, В. А. Ядов, создатель первых отечественных лабораторий и кафедры социальной психологии Е. С. Кузьмин, психологи Н. Н. Обозов, А. Л. Свенцицкий и основатель первой в стране кафедры культурной антропологии Ю. Н. Емельянов.

Замечательным вкладом института в социальные науки была разработанная в нем в 1960–1970-х годах концепция и методика планирования социального развития промышленных предприятий и городов (В. Я. Ельмеев, Д. А. Керимов, А. С. Пашков, В. Р. Полозов, Е. С. Кузьмин,

М. Н. Межевич и др.). Это был своеобразный ответ наших ученых на американскую концепцию «человеческих отношений». Наша концепция стимулировала развитие промышленной социологии и психологии и соответствующих служб на предприятиях.

Многие годы ученые НИИКСИ проводили социологические, экономические, юридические, социально-психологические и комплексные исследования по заказам лучших предприятий и организаций нашего города и других отечественных городов, прежде всего, в целях разработки планов социального развития отдельных предприятий и целых городов (Ангарск, Баку, Мурманск, Орел и пр.). Четверть века длился хозяйственный договор социальных психологов института с научно-производственным объединением «Светлана» (руководитель Алла Александровна Русалинова). Разработки в сфере социального развития предприятий и городов способствовали гуманизации отношений и условий труда в промышленности и городских сообществах.

Значительный вклад внесли сотрудники НИИКСИ в разработку методов социальных наук. Помимо создания общей методики социального планирования развития коллектива промышленного предприятия, были разработаны новые методики наблюдения, контент-анализа, психодиагностики, эксперимента, социально-психологического тренинга.

В 1960-е годы, помимо официальной марксистской социологии, сложилась так называемая ленинградская социологическая школа под руководством В. А. Ядова, которая взяла на вооружение американскую эмпирическую (неопозитивистскую) методологию. Представители этой группы работали затем в Институте социально-экономических проблем АН СССР, а позднее в Институте социологии АН СССР (ленинградский филиал).

В 1980-х годах главной темой исследований института стало комплексное изучение проблем городского образа жизни (А. С. Пашков, П. Н. Лебедев, Ю. А. Суслов, Л. И. Григорьева, Ю. И. Гревцов, В. Е. Семенов и др.); были изучены активность, ценностные ориентации, нормы поведения и общения, установки горожан в различных сферах жизнедеятельности (трудовой, общественно-политической, бытовой, досуговой).

В конце 1980-х – 1990-х годах НИИКСИ стал инициатором и основным разработчиком концепции государственной молодежной политики (рук. В. Т. Лисовский). Сотрудники института изучали экономическое сознание и поведение населения, социопсихологические аспекты национальных отношений, динамику правового сознания и поведения личности и проблемы духовно-нравственного развития личности в условиях перестройки и перехода к рыночной экономике.

В НИИКСИ постоянно проводятся научные конференции: Международная научно-практическая конференция «Человек и общество: тенден-

ции социальных изменений», 1997; всероссийские научно-практические конференции: «Образование и молодежная политика в современной России», 2002; «Современные проблемы российской ментальности», 2005; «Экстремизм и СМИ», 2006, «Молодежь – позитивная сила развития российского общества», 2009. Начиная с 2000 года, НИИКСИ проводит конференции совместно с православными организациями: «Православие и творчество», 2000; «Православие и молодежь», 2005; «Православие и власть: традиция и современность», 2007.

В институте продолжают фундаментальные научно-исследовательские разработки в области комплексного человекознания, которые интегрированы в темы: «Социальные и психологические аспекты самореализации личности в современных условиях» (науч. рук. А. Н. Шаров) и «Особенности российской полиментальности: менталитеты и их динамика» (науч. рук. В. Е. Семенов), а также комплекс прикладных исследований «Социальные проблемы молодежи и молодежной политики» (науч. рук. А. А. Козлов и В. Е. Семенов).

Семенов Валентин Евгеньевич (род. 1942) – известный отечественный психолог, с 1999 года – директор НИИ комплексных социальных исследований. Сфера интересов: методы социально-психологических исследований; психология искусства; проблемы ментальности. Известен исследованиями полиментальности россиян.

Сотрудники института постоянно занимаются изучением общественного мнения по различным проблемам, в частности, их прогнозы исхода выборов Президента Российской Федерации и губернатора Санкт-Петербурга в 2000 году оказались самыми точными в городе (рук. В. Е. Семенов и А. Н. Рождественский). В последующем сотрудники НИИКСИ также успешно занимались такими прогнозами. Научный коллектив института работает в области психологии управления, консалтинга и маркетинга.

В настоящее время сотрудники НИИКСИ продолжают изучать социологические и психологические проблемы больших социальных групп (проблемы молодежи, этнических групп, полиментальность россиян). Заведующая лабораторией социальной психологии Л. А. Ясюкова с коллегами разрабатывает новые подходы и методики в сфере психологического обеспечения процессов обучения и воспитания в средней и высшей школе, а также исследует социально-психологические проблемы правосознания россиян.

В Ленинграде (Санкт-Петербурге) проблемы социальной психологии изучались не только на факультете психологии СПбГУ и НИИКСИ. Следует назвать также ученых, связавших свою жизнь с другими научными центрами. В развитие психологии внесли значительный вклад Парыгин Борис Дмитриевич и Панферов Владимир Николаевич.

Ленинградская школа: исследования Б. Д. Парыгина

В биографии ленинградского ученого Б. Д. Парыгина отразились социально-исторические события в жизни нашей страны и отечественной психологии.

Борис Дмитриевич Парыгин (19 июня 1930 года – 9 апреля 2012 года) – отечественный философ и психолог. Заложил основы научной социально-психологической теории: разработка двух фундаментальных категорий – личности и общения («Социальная психология как наука», 1965; «Основы социально-психологической теории», 1971). Специалист в области философско-социологических проблем социальной психологии. Автор структурно-динамического подхода к моделированию социально-психологических явлений (1999). Автор концепции сущности, динамики и роли общественного настроения в жизнедеятельности социума («Общественное настроение», 1966). К сфере его интересов также относятся: социальная психология личности (концепция динамической структуры личности); социально-психологический климат коллектива; разработка инструментария тренинга; лидерство и руководство.

Начало социально-психологических исследований Б. Д. Парыгина приходится на период «оттепели». 16 ноября 1961 года в ЛГУ с работой по теме «В. И. Ленин о формировании настроений масс» Б. Д. Парыгин защитил диссертацию на соискание ученой степени кандидата философских наук (руководитель А. Г. Ковалев; оппоненты: В. А. Ядов, В. Н. Колбановский).

В 1962 году Б. Д. Парыгин перешел на работу в Ленинградский государственный университет на кафедру философии философского факультета, где также занимал административные должности (заместителя декана по научной работе философского факультета ЛГУ).

В 1965 году издательство ЛГУ тиражом 3400 экземпляров выпустило первую монографию по социальной психологии – работу Б. Д. Парыгина «Социальная психология как наука» (в 1967 году книга была переиздана Лениздатом с тиражом 15000 экземпляров и переведена на другие языки). В 1965 году была опубликована популярная брошюра Парыгина «Что такое социальная психология?». В 1966 году издательство «Мысль» выпустило книгу «Общественное настроение».

Свое представление о предмете социальной психологии как самостоятельной области научного знания Б. Д. Парыгин формулирует так: «...основное содержание предмета социальной психологии составляет <...> весь комплекс проблем, связанных с изучением психологических особенностей социальных групп. А именно: проявления всех компонентов индивидуальной психологии – потребностей, интересов, воли, чувств, настроений, убеждений, привычек, увлечений и т. д. <...>, формы психической общности и структурно-психологические особенности различных социальных групп; способы общения и социально-психологического взаимодействия индивидов внутри группы и групп между собой; механизм моти-

вации поведения индивида в группе и в совокупной деятельности членов различных групп; психологический механизм отражения социальной среды и ее воздействий членами различных социальных групп и массой людей; закономерности группового и коллективного поведения; законы динамики и формирования общественной психологии различных социальных групп и классов общества».

14 сентября 1967 года на базе ЛГУ Б. Д. Парыгин защитил диссертацию на соискание ученой степени доктора философских наук по теме «Социальная психология как наука (вопросы истории, методологии и теории)» (оппоненты: Б. Г. Ананьев, В. П. Тугаринов, Б. Ф. Поршнев).

В 1968 году Б. Д. Парыгин переходит на работу в ЛГПИ им. А. И. Герцена, где в звании профессора возглавлял кафедру философии, создал лабораторию «Социально-психологических исследований». Первый в СССР факультет социальной психологии (1968–1976) быстро приобрел популярность, в 1970 году на нем обучалось 130 человек. С лекциями на факультете выступали многие крупные ученые: Б. Ф. Поршнев, Л. Н. Гумилев, Г. М. Андреева, А. А. Бодалев, Е. А. Климов, Б. Ф. Ломов, М. Форверг. В числе результатов исследований лаборатории – изданные под редакцией Б. Д. Парыгина книги «Личность и группа» (1971), «Руководство и лидерство» (1973).

В 1971 году вышел главный труд Б. Д. Парыгина «Основы социально-психологической теории». В данной работе была сформулирована и представлена концепция узловых проблем социальной психологии, прежде всего личности и человеческого общения, а также вопросы методологии (место психологического фактора в структуре социальных отношений и общественного сознания). В книге представлены разработанная автором оригинальная концепция личности и проблемы общения (структура общения, соотношение понятий «общение и общность», «общение и социальные отношения», важнейшие механизмы общения – заражение, убеждение, подражание, мода).

В 1976 году Б. Д. Парыгин из ЛГПИ им. А. И. Герцена перешел в Институт социально-экономических проблем РАН (ИСЭП, 1976–1992), где организовал и возглавил сектор социально-психологических проблем трудовых коллективов, а затем и регионального управления. Результаты этой работы нашли отражение в его книгах «Научно-техническая революция и личность» (1978); «Социально-психологический климат коллектива» (1981); «Регуляция социально-психологического климата трудового коллектива» (под его редакцией, 1986) и др.

В 1992 году по приглашению ректора А. С. Запесоцкого Парыгин перешел на работу в СПбГУП (Университет профсоюзов), где основал и затем 12 лет возглавлял кафедру социальной психологии. В 1994 году под редакцией Б. Д. Парыгина на средства академического гранта был издан сборник статей, посвященный психологическим тренингам.

Основное достижение Б. Д. Парыгина – разработана теория социальной психологии как самодостаточной системы научного знания, ее методологии, предмета и области, структуры, функций и статуса в поле гуманитарного и естественно-научного знания (1960–1964). Б. Д. Парыгин исследовал природу, роль и механизмы формирования общественного настроения как важнейшего индикатора психологического состояния общества («Общественное настроение», 1966), изучал проблемы социальной психологии личности.

Б. Д. Парыгин определяет личность как совокупность психических особенностей человека, выражающихся в его способности выбора жизненных ценностей, принятия решений и их реализации и обусловленных специфическим для него способом социальной жизнедеятельности, конкретно-историческими условиями его существования. К интегративным образованиям личности относятся: позиция личности и ее самосознание. В основу *концепции динамической структуры личности* Б. Д. Парыгина положено представление о личности как о многоплановом явлении. Парыгин оценивает личность как устойчивое и внеситуативное образование (статическая структура), но, с другой стороны, говорит об ее изменчивости и текучести в зависимости от ситуации (динамическая структура личности).

Социально-специфические особенности психики и личности связаны с принадлежностью человека к той или иной социальной общности. Это предписанная извне программа поведения, система требований, правил, шаблонов поведения, роли, нормы, ценности и символы, которые выполняют функции регламентации, регулирования, санкционирования, направляют поведение индивида.

Процесс усвоения социального опыта Б. Д. Парыгин разделяет на четыре стадии. На первой индивид получает исходную информацию о требованиях социума, знание. Затем обретается социально-психологический стереотип восприятия, положительное или отрицательное отношение к социальным нормам и ценностям. На третьей стадии данные стереотипы закрепляются, переходят от симпатии к глубокому убеждению. Завершающей, высшей ступенью в процессе усвоения индивидом социального опыта становится переход от убеждения к побуждению, обозначающему волевое усилие, необходимое для того, чтобы готовность к действию переросла в само действие.

В рамках динамической модели личности Б. Д. Парыгин вводит понятие психического настроения личности (1971). Психический настрой личности – это интегральное структурное образование, которое характеризует тональность и степень предметной направленности психического состояния человека на данном отрезке времени. Психический настрой личности выполняет функции: 1) аккумулятора всей текущей информации, воспринимаемой и перерабатываемой индивидом в единицу времени; 2) регулято-

ра и тонизатора активности человека; 3) установки восприятия информации и деятельности; 4) фактора ценностной ориентации личности. Психический настрой может рассматриваться в качестве эквивалента той части модели динамической структуры личности, которая связана с психическим состоянием человека. Психический настрой личности представлен, с одной стороны, неосознанным эмоциональным фоном, что соответствует невербальному психическому состоянию, с другой – умонастроением, что соответствует вербальному психическому состоянию.

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Кафедра социальной психологии МГУ им. М. В. Ломоносова была создана в 1972 году доктором философских наук, профессором, заслуженным деятелем науки Российской Федерации, академиком РАО Галиной Михайловной Андреевой по инициативе первого декана факультета психологии МГУ профессора Алексея Николаевича Леонтьева. С 1989 по 2006 год кафедру возглавлял академик РАО профессор Александр Иванович Донцов.

Андреева Галина Михайловна (1924–2014) – выдающийся отечественный психолог, первый руководитель кафедры социальной психологии МГУ. Автор и научный редактор работ по методологии и истории социальной психологии: «Лекции по методике конкретных социальных исследований» (1972), «Межличностное восприятие в группе» (1981), «Современная зарубежная социальная психология» (1984), классический учебник «Социальная психология» (1980), «Психология социального познания» (1997).

Методологической основой исследований на кафедре стала психологическая теория деятельности, созданная на основе учения Л. С. Выготского о культурно-исторической детерминации психики и развитая в дальнейшем в трудах С. Л. Рубинштейна, А. Н. Леонтьева и А. Р. Лурии.

В разное время на кафедре работали В. С. Агеев, Ю. А. Алешина, Е. П. Алещенко, А. А. Вильданова, Л. Б. Ворсина, К. Е. Данилин, Л. А. Дергачева, М. В. Кроз, А. У. Хараш.

Основные направления исследований:

- методология и история социальной психологии (Г. М. Андреева, Н. Н. Богомолова, Л. А. Петровская);

Петровская Лариса Андреевна (1937–2006) – известный специалист в области общения, групповых процессов развития, тренинга, коммуникативной компетентности. Известная работа – «Компетентность в общении» (1989).

- социальное познание, экологическая психология (Г. М. Андреева),
- общение, психологическая коррекция (Л. А. Петровская);
- массовая коммуникация (Н. Н. Богомолова);
- малые группы, конфликт, массовое сознание (А. И. Донцов);

Донцов Александр Иванович (род. 1949) – известный московский психолог. В 1989–2006 годах – заведующий кафедрой социальной психологии; в 2000–2006 годах – декан факультета психологии МГУ. Важнейшие работы: «Проблемы групповой сплоченности», «Психологическое единство коллектива», «Межличностное восприятие в группе», «Концепция социальных представлений в современной французской психологии» (совм. с Т. П. Емельяновой).

- малые группы (А. И. Донцов, Р. Л. Кричевский, Е. М. Дубовская);

Кричевский Роберт Львович (1936-2005) – известный московский психолог. В 1989–2006 годах – заведующий кафедрой социальной психологии; в 2000–Сфера интересов: динамика группового поведения, психология лидерства, руководства и менеджмента. Автор книги (совместно с Дубовской Екатериной Михайловной) «Психология малой группы» (1991).

- управление, кадровый менеджмент (Т. Ю. Базаров);

Базаров Тахир Юсупович (род. 1955) – известный московский психолог, в сфере интересов которого – психология управления и бизнеса.

- политическая психология (Л. Я. Гозман);
- совместная деятельность, социальная психология детства (Е. М. Дубовская);
- коммуникативная компетентность, консультирование организаций (Ю. М. Жуков);
- мотивация совместной деятельности (И. Г. Кокурина);
- профессиональное общение и психология права (О. В. Соловьева);
- этнопсихология, межгрупповые отношения (Т. Г. Стефаненко);

Стефаненко Татьяна Гавриловна (род. 1949) – известный московский психолог (МГУ). Сфера интересов – этнопсихология (этническая идентичность и социализация, межкультурное взаимодействие, тренинг этнической толерантности).

- качественные методы в маркетинге, рекламе и средствах массовой информации (О. Т. Мельникова);
- психология организаций (С. А. Липатов);
- социализация, социальные установки, ценностно-нормативная регуляция социального поведения (О. А. Тихомандрицкая);
- личностная и групповая идентичность (Е. П. Белинская);

Белинская Елена Павловна (род. 1960) – известный московский психолог (МГУ). Сфера интересов – проблемы социализации, Я-концепции, идентичности личности. Автор (вместе с Ольгой Алексеевной Тихомандрицкой) книги «Социальная психология личности» (2001).

- фокус-группы (Т. В. Фоломеева);
- психология рекламы, потребительское поведение (Ю. Э. Ширков);
- принятие групповых решений (И. Б. Бовина).

Институт психологии РАН (ИП РАН)

Институт психологии был основан в декабре 1971 года членом-корреспондентом АН СССР, профессором Б. Ф. Ломовым (1927–1989), который и стал его первым директором. Вторым директором ИП РАН был Андрей Владимирович Брушлинский (1933–2002), а с 2002 по 2017 год им был Журавлев Анатолий Лактионович, руководитель сектора социальной психологии.

Исследования в Институте психологии РАН развиваются в рамках научной школы, которую называют «ленинградско-московской», поскольку она базируется на идеях Б. Г. Ананьева, В. М. Бехтерева, В. Н. Мясищева и С. Л. Рубинштейна. Ключевым понятием данной школы является «отношение».

Шорохова Екатерина Васильевна (1922–2002), внесшая большой вклад в разработку проблем общественно-исторической детерминации психики, стала основателем и первым руководителем социально-психологической лаборатории в Институте психологии РАН. Затем, с 1987 года, руководителем лаборатории социальной психологии становится ее ученик Журавлев Анатолий Лактионович.

В Институте психологии развивалось несколько направлений исследований:

- удовлетворенность жизнью и качество жизни, включая качество трудовой жизни (субъективное экономическое благополучие) (Г. М. Головина, В. Б. Рябов, Т. Н. Савченко, В. А. Хащенко и Н. Н. Хащенко);
- изучение трудовой деятельности, в частности совместной деятельности (А. Л. Журавлев и др.);
- экономическая психология и психология предпринимательства (А. Л. Журавлев, А. Н. Позняков, А. Н. Лебедев);

Журавлев Анатолий Лактионович (род. 1948) – специалист в области социальной, организационной и экономической психологии; с 1987 года возглавлял лабораторию социальной психологии ИП РАН; директор Института психологии РАН (с 2002 по 2017 год). Изучал проблемы руководства коллективом и проблемы совместной деятельности. Важнейшие работы: «Психология управленческого взаимодействия» (2004); «Психология совместной деятельности» (2005).

- этнопсихологические исследования (Г. У. Кцоева, 1985; Л. И. Науменко, 1992; П. Н. Шихирев, 1993; В. П. Левкович, Андрушак, 1995; Е. Н. Резников, 1999; Ключникова, 2001);

Шихирев Петр Николаевич (1936–2004) – крупный отечественный психолог; известен своими работами в области истории социальной психологии. Руководитель этнопсихологических исследований в ИП РАН. Автор книг «Современная социальная психология в США» (1979), «Современная социальная психология в Западной Европе» (1985), «Современная социальная психология» (2009).

- проблема доверия (А. Б. Купрейченко);
- политическая психология (С. К. Рощин);
- изучение социальных представлений личности и группы о различных общественных явлениях (К. А. Абульханова, М. И. Воловикова, Т. П. Емельянова, А. Б. Купрейченко, В. А. Хашченко);
- российский менталитет (К. А. Абульханова, В. А. Кольцова);
- историческая психология (В. А. Кольцова).

Ярославская психологическая школа

Ярославская психологическая школа имеет богатые традиции, поскольку еще в Ярославском Демидовском юридическом лицее высших наук, основанном в 1803 году, преподавал выдающийся педагог и психолог Константин Дмитриевич Ушинский (1824–1870). Толчком для развития психологии (в том числе и социальной) стало открытие в 1947 году отделения логики и психологии Ярославского государственного педагогического института им. К. Д. Ушинского. В 1970 году появляется факультет психологии, третий после московского и ленинградского, первым деканом факультета являлся доктор психологических наук, профессор В. В. Новиков.

Новиков Виктор Васильевич (1935–2014) – известный российский психолог. Ученик и последователь В. С. Соколова, О. В. Зотовой, К. К. Платонова, Е. В. Шороховой. Организатор Ярославской психологической школы. Сфера интересов: психология личности и малых групп; поведение и культура людей в различных странах мира; экономическая психология.

Ярославские психологи работают в сотрудничестве с другими школами. Ежегодно осенью проводится Международный симпозиум «Проблемы социальной психологии XXI столетия». Социально-психологической проблематике уделяется значительное место в трудах таких психологов, как:

- В. В. Новиков (проблема малых групп; прикладные исследования в области экономической психологии; найма, расстановки и оценки персонала);
- В. В. Козлов (кризисные состояния личности, проблемы малых и больших групп);
- А. В. Карпов (наряду с методологическими вопросами занимается проблемами принятия решения и психологии менеджмента);
- Н. В. Ключева (социально-психологические условия эффективности образования взрослых; разработка программ тренингов для управленческих работников);
- М. М. Кашапов (разработка концепции педагогического мышления, а также современных образовательных технологий, основанных на тренингах);
- Л. Ю. Субботина (проблемы личности и общения, психологии профессионального обучения, психологии управления).

Курская научная школа Уманского – Чернышева

Курская научная школа Уманского – Чернышева, организованная на базе Курского государственного педагогического университета, Курского медицинского университета и других образовательных учреждений, признана в обществе психологов России. У истоков создания кафедры психологии и курской психологической школы стояли профессора Ш. А. Френкель (ученик С. Л. Рубинштейна), Л. И. Уманский (ученик Б. М. Теплова) и А. С. Чернышев (ученик Л. И. Уманского).

Чернышев Алексей Сергеевич (1936–2020) известный отечественный социальный психолог, руководитель курской школы социальной психологии.

Основная проблема исследований курской школы – организация учебных групп и коллективов. Курская школа получила известность благодаря параметрической концепции коллектива Л. И. Уманского и разработке экспериментальных аппаратных методик моделирования социально-психологических явлений под руководством А. С. Чернышева.

Ростовская психологическая школа

Ростовская психологическая школа, созданная на базе факультета психологии Ростовского государственного университета и других учебных заведений, развивает ряд научных направлений, связанных с социальной психологией, это:

- культурно-историческая метапсихология, историческая психология России, изучение письменной ментальности (В. А. Шкуратов);
- социально-психологические исследования экспрессии (В. А. Лабунская);
- психология доверительного поведения человека (Т. П. Скрипкина);
- психология агрессивного поведения личности (О. Ю. Михайлова);
- психология совместной мыслительной деятельности (А. К. Белоусова);
- профессиональное становление личности (профессор Е. И. Рогов).

Самарская психологическая школа

Самарская психологическая школа активно развивается с конца 1980-х годов на базе факультета психологии Самарского государственного педагогического университета (СГПУ), психологического факультета Самарского государственного университета (СГУ) и других образовательных учреждений.

Кафедрой социальной психологии СГПУ руководит Г. В. Акопов, известный своими работами в области социальной психологии образования и проблем сознания и менталистики.

На психологическом факультете СГУ ведутся работы по нескольким направлениям социальной психологии:

- психология независимости;
- психология управления и организационного развития;
- психологические аспекты разрешения межэтнических конфликтов.

Таким образом, в последние годы российская психология активно включается в изучение социально-психологических феноменов. Появляются монографии по важнейшим проблемам социальной психологии (проблема образа жизни и ментальности россиян; социальное восприятие, социальное представление и социальная память; проблема справедливости; проблема доверия; проблема ответственности; проблема экономической, гендерной, политической и этнической социализации; проблема идентичности; проблема изучения и изменения установок и отношения людей к важнейшим аспектам общественной жизни и пр.).

Исследования в области этнической психологии

Исследования по этнической психологии в России стали активно проводиться с 80-х годов XX века, что во многом связано с наличием «горячих точек» на Кавказе. Эмпирические исследования по различным аспектам этнической психологии проводятся не только в Институте психологии РАН (где они были начаты под руководством П. Н. Шихирева), но и в Институте этнологии и антропологии РАН (Н. М. Лебедева, 1993, 1995, 1998; Л. М. Дробижева, 1996; Г. У. Солдатова (Кцоева), 1998), в МГУ (Т. Г. Стефаненко, Е. И. Шлягина, С. Н. Ениколопов, 1993; Т. Г. Стефаненко, 1986, 1999) и Российской академии государственных служащих (А. А. Кокорев, 1992; И. В. Фетисов, 1995; М. М. Набиев, 1995).

Были выполнены интересные исследования Н. М. Лебедевой «Новая русская диаспора» (1995), Г. У. Солдатовой (Кцоевой) «Психология межэтнической напряженности» (1998), «Социальная и культурная дистанция» (под редакцией Л. М. Дробижевой, 1998) и проведена Первая этнопсихологическая конференция с секцией этнической психологии при Российском психологическом обществе в октябре 1997 года.

В Институте молодежи вышла из печати «Этнопсихология» в двух частях (В. Г. Крысько, А. А. Деркач, Э. А. Саракуев, 1992). В ней даются краткие характеристики народов России, ближнего и дальнего зарубежья. Описание психологического облика зарубежных этносов содержится в книгах В. А. Сухарева и М. В. Сухарева (1997), а также С. Д. Льюиса (1999).

Позитивным явлением в этнической психологии является публикация авторских методик по различным аспектам этнопсихологических явлений (Т. Г. Стефаненко, Е. И. Шлягина, С. Н. Еникополов, 1993; В. П. Левкович, 1992; В. В. Кочетков, 1998; Г. У. Солдатова, 1998).

Исследования в области политической психологии

В качестве первых публикаций в области политической психологии можно назвать работы Станислава Кузьмича Рощина.

Рощин Станислав Кузьмич (1929-1998) – известный московский психолог, сотрудник Института психологии РАН. Сфера интересов: политическая социализация и психология пропаганды. Автор книг «Западная психология как инструмент идеологии и политики» (1980) и «Психология и журналистика» (1990).

В 1996 году психолог Леонид Яковлевич Гозман вместе с московским социологом Еленой Борисовной Шестопап издают книгу «Политическая психология». В дальнейшем Е. Б. Шестопап пишет целую серию книг (в том числе учебник) по политической психологии.

В 1996 году появляется учебное пособие для социологов, психологов и политологов «Социально-политическая психология» Германа Германовича Дилигенского. В 2001 году политолог и психолог Дмитрий Вадимович Ольшанский издает обобщающий труд «Основы политической психологии» и работу «Психология масс».

Еще ранее, в 1989 году, Александр Иванович Юрьев создает кафедру политической психологии Санкт-Петербургского университета, и начинаются активные исследования (в том числе прикладные) в области политической, а затем и экономической психологии. В 1990-е годы А. И. Юрьев изучает общественно-политические движения и партии в Ленинграде (1991), результатом чего явилась книга «Введение в политическую психологию» (1992) и другие работы. Кафедра подготовила целую когорту политических психологов. На кафедре работает известный политический психолог Александр Григорьевич Конфисахор – один из ведущих специалистов в области подготовки, организации и проведения избирательных кампаний, издавший книгу «Психология власти» (2004).

Исследования в области экономической психологии

Во второй половине 1990-х годов активно развивается экономическая психология. Целью исследований, проведенных в Институте психологии РАН под руководством А. Л. Журавлева и В. П. Познякова, было изучение психологических отношений российских предпринимателей в сфере деловой активности (представления и оценки субъектами экономической деятельности различных явлений: мотивов, целей, ценностей в сфере экономической деятельности, уровня притязаний и оценка собственных возможностей в достижении успеха, отношении к риску, конкуренции и неудачам в предпринимательской деятельности). Объектом эмпирических исследований были российские предприниматели сферы малого и среднего бизнеса, представители различных регионов России и разных сфер предпринимательства. Основным методом исследования стало стандартизированное

интервью. Позднее к этим исследованиям подключаются А. Н. Лебедев, изучавший психологию рекламы и потребительского поведения, и А. Б. Купрейченко с разработками проблемы доверия.

С другой стороны, сотрудник факультета психологии СПбГУ О. С. Дейнека параллельно с московскими авторами изучает вопросы предпринимательства в переходный период и выпускает монографию «Экономическая психология: социально-политические проблемы» (1999). Проблемы экономической психологии активно изучаются на кафедре политической психологии СПбГУ.

Исследования в области социальной педагогической психологии

Социальная педагогическая психология – та отрасль, в которой отечественная психология имеет явный приоритет. Это связано с глубокой проработанностью проблемы обучения и воспитания в рамках культурно-исторической психологии Л. С. Выготского и А. Р. Лурии, деятельностного подхода А. Н. Леонтьева, работ П. Я. Гальперина, А. В. Запорожца, Л. И. Божович, А. В. Петровского, М. И. Лисиной и многих других.

Социальная педагогическая психология затрагивает проблемы воспитания в коллективе, формирования важных социально-психологических качеств (ответственности, ассертивности и пр.), развития коммуникативной и социальной компетентности, лидерских качеств.

Темы социальной педагогической психологии развивали не только представители ведущих психологических школ, относящихся к Московскому государственному университету, Санкт-Петербургскому государственному университету, Ярославской, Ростовской, Курской и Самарской психологических школ, но и психологи, работающие в других городах и учебных заведениях России и ближнего зарубежья. Так, Я. Л. Коломинский, совместно с петербургским исследователем А. А. Реаном в 1999 году издали книгу «Социальная педагогическая психология», непосредственно отражающую проблематику данного направления.

Коломинский Яков Львович (1934–2019) – известный социальный психолог Белоруссии. Автор книг «Психология общения» (1974), «Познай самого себя» (1981) и др.

Реан Артур Александрович (род. 1957) – ведущий специалист-практик в области подростковой психологии и проблем образования.

Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена является центром разработок в области социальной педагогической психологии. В качестве наиболее известных представителей данного направления исследований РГПУ можно назвать В. Н. Панферова, Л. И. Регуш, И. А. Баеву.

Панферов Владимир Николаевич (род. 1939) известен исследованиями в области социальной перцепции (совместно с А. А. Бодалевым), психологии общения и отношений. Он разработал методики изучения групповой оценки личности, изучения социальной перцепции. Работа «Социально-психологический климат коллектива и личность» написана совместно с В.В.Бойко и А.Г.Ковалевым в 1983 г.

Следует отметить, что российские психологи непосредственно участвуют в процессе обучения и воспитания, разрабатывая их методики, приемы и техники, например активные методы обучения.

Вопросы для самопроверки

1. Какие основные направления исследований социального познания можно выделить в социальной психологии?
2. Что изучают теории атрибуции? Назовите основные эксперименты. Постарайтесь придумать собственные примеры, отражающие теорию атрибуции Г. Келли. (Пример: если Мэри и многие другие критикуют Стива (консенсус) и если Мэри не критикует никого другого (высокий уровень различия), мы делаем вывод о том, что имеет место какая-то внешняя причина (т. е. Стив действительно заслуживает критики). Если только Мэри критикует Стива (низкий уровень консенсуса) и если она критикует также и многих других (низкий уровень различия), мы прибегаем к внутренней атрибуции (причина заключается в самой Мэри.)
3. Какие модели в психологии массовых процессов вы знаете? В чем их значение?
4. Назовите основные этапы развития отечественной социальной психологии. С какими событиями и исследованиями они связаны?
5. Какие направления исследований можно выделить в отечественной социальной психологии?

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. *Абульханова-Славская, К. А.* Социальное мышление личности: проблемы и стратегии исследования / К. А. Абульханова-Славская // Психологический журнал. – 1994. – № 4. – С. 39–55.
2. *Агеев, В. С.* Межгрупповое взаимодействие: социально-психологические проблемы / В. С. Агеев. – Москва : Изд-во Моск. ун-та, 1990.
3. *Алексеев, А. А.* Психогеометрия для менеджеров / А. А. Алексеев, Л. А. Громова. – Ленинград : Знание, 1991.
4. *Андреева, Г. М.* К истории становления социальной психологии в России / Г. М. Андреева // Вестник Моск. ун-та. – 1997. – № 4. – С. 6–17.
5. *Андреева, Г. М.* Психология социального познания / Г. М. Андреева. – Москва : Аспект Пресс, 1997.
6. *Андреева, Г. М.* Социальная психология / Г. М. Андреева. – Москва : Изд-во Моск. ун-та, 1988.
7. *Андреева, Г. М.* Зарубежная социальная психология XX столетия: Теоретические подходы : учебное пособие для вузов / Г. М. Андреева, Н. Н. Богомолова, Л. А. Петровская. – Москва : Аспект Пресс, 2001.
8. *Бандура, А.* Теория социального научения / А. Бандура. – Санкт-Петербург : Евразия, 2000.
9. *Белинская, Е. П.* Социальная психология личности / Е. П. Белинская, О. А. Тихомандрицкая. – Москва : Аспект Пресс, 2001.
10. *Бернс, Р.* Развитие Я-концепции и воспитание / Р. Бернс. – Москва : Прогресс, 1986.
11. *Битянова, М. Р.* Социальная психология / М. Р. Битянова. – Москва : Международная пед. академия, 1994.
12. *Богомолова, Н. Н.* Контент-анализ : спецпрактикум по социальной психологии / Н. Н. Богомолова, Т. Г. Стефаненко. – Москва : МГУ, 1992.
13. *Бодалев, А. А.* Восприятие и понимание человека человеком / А. А. Бодалев. – Москва : Изд-во Моск. ун-та, 1982.
14. Большой психологический словарь / Сост. и общ. ред. Б. Г. Мещеряков, В. П. Зинченко. – 4-е изд., расш. – Москва : АСТ : АСТ-Москва : Прайм-Еврознак, 2008.
15. *Бэрон, Р.* Социальная психология: ключевые идеи / Р. Бэрон, Д. Бирн, Б. Джонсон. – 4-е изд. – Санкт-Петербург : Питер, 2003.
16. *Бэрон, Р.* Социальная психология группы: процессы, решения, действия / Р. Бэрон, Н. Керр, Н. Миллер. – Санкт-Петербург : Питер, 2003. – 272 с.
17. Введение в практическую социальную психологию / Под ред. Ю. М. Жукова, Л. А. Петровской, О. В. Соловьевой. – Москва : Смысл, 1996.
18. *Гришина, Н. В.* Психология конфликта / Н. В. Гришина. – 2-е изд. – Санкт-Петербург : Питер, 2008.
19. *Гришина, Н. В.* Ситуационный подход: исследовательские задачи и практические возможности / Н. В. Гришина // Вестник СПбГУ. Серия 16. – Вып. 1. – 2016. – С. 58–68.
20. *Гулевич, О. А.* Аттитюды и их взаимосвязь с поведением / О. А. Гулевич, И. К. Безменова. – Москва : РПО, 1999.
21. *Гулевич, О. А.* Социальная психология : учебник и практикум [Электронный ресурс] / О. А. Гулевич, И. Р. Сариева. – Москва : Юрайт, 2015. – URL: biblio-online.ru.

22. Диагностируя диктаторов. Интервью К. Г. Юнга американскому журналисту Х. Никербокеру в 1938 году // Психологическая газета. Мы и мир. – 1998. – № 15/16, август.
23. *Добрович, А. Б.* Воспитателю о психологии и психогигиене общения / А. Б. Добрович. – Москва : Просвещение, 1987.
24. *Занковский, А. Н.* Организационная психология : учебное пособие для вузов по специальности «Организационная психология» / А. Н. Занковский. – 2-е изд. – Москва : Флинта : МПСИ, 2002.
25. *Инглхарт, Р.* Модернизация, культурные изменения и демократия: Последовательность человеческого развития / Р. Инглхарт, К. Вельцель. – Москва : Новое издательство, 2011. – 464 с.
26. *Карандашев, В. Н.* Концепция ценностей культуры Ш. Шварца / В. Н. Карандашев // Вопросы психологии. – 2009. – № 1. – С. 81–96.
27. *Ковалев, А. Г.* Коллектив и социально-психологические проблемы руководства / А. Г. Ковалев. – Москва : Политиздат, 1975.
28. *Кон, И. С.* Открытие «Я» / И. С. Кон. – Москва : Политиздат, 1978.
29. *Кон, И. С.* Ребенок и общество : учебное пособие для студентов высших учебных заведений / И. С. Кон. – Москва : Академия, 2003.
30. *Кондаков, М. М.* Психология : иллюстрированный словарь / И. М. Кондаков. – 2-е изд., перераб. и доп. – Санкт-Петербург : Прайм-Еврознак, 2007.
31. *Крайг, Г.* Психология развития / Г. Крайг. – Санкт-Петербург : Питер, 2000.
32. *Кричевский, Р. Л.* Психология малой группы / Р. Л. Кричевский, Е. М. Дубровская. – Москва : Изд-во Моск. ун-та, 1991.
33. *Крысько, В. Г.* Социальная психология в схемах и комментариях / В. Г. Крысько. – Москва : Питер, 2003.
34. *Крысько, В. Г.* Социальная психология : учебник для студентов высших учебных заведений / В. Г. Крысько. – Москва : ВЛАДОС-ПРЕСС, 2009.
35. *Леонтьев, Д. А.* Ценностные представления в индивидуальном и групповом сознании: виды, детерминанты и изменения во времени / Д. А. Леонтьев // Психологическое обозрение. – 1998. – № 1. – С. 17–25.
36. Личностный потенциал: структура и диагностика / Под ред. Д. А. Леонтьева. – Москва : Смысл, 2011.
37. *Ломов, Б. Ф.* Методологические и теоретические проблемы психологии / Б. Ф. Ломов. – Москва : Наука, 1984.
38. *Майерс, Д.* Социальная психология / Д. Майерс. – Санкт-Петербург : Питер, 1997.
39. *Марарица, Л. В.* Когнитивные эффекты принятия решений в группе : дисс. ... канд. психол. наук / Лариса Валерьевна Марарица. – Санкт-Петербург : СПбГУ, 2007.
40. *Мацумото, Д.* Психология и культура / Д. Мацумото. – Санкт-Петербург : Прайм-Еврознак, 2002.
41. Межличностное восприятие в группе / Под ред. Г. М. Андреевой, А. И. Донцова. – Москва : Изд-во Моск. ун-та, 1981.
42. Методы социальной психологии / Под ред. Е. С. Кузьмина, В. Е. Семенова. – Ленинград : Изд-во Ленинград. ун-та, 1977.
43. *Московичи, С.* Век толп. Исторический трактат по психологии масс / С. Московичи. – Москва : Центр психологии и психотерапии, 1998.
44. *Мудрик, А. В.* Социализация человека / А. В. Мудрик. – Москва : Академия, 2004. – 304 с.

45. *Муздыбаев, К.* Психология ответственности / К. Муздыбаев. – Ленинград : Наука, 1983.
46. *Нуркова, В. В.* Психология : учебник / В. В. Нуркова, Н. Б. Березанская. – Москва : Высшее образование, 2005.
47. *Оконешникова, О. В.* Власть и коммуникация в современной семье в контексте социализации детей и подростков / О. В. Оконешникова // Социально-психологические проблемы современной семьи : материалы V научно-практической конференции, Мурманск, 18–19 февраля 2010 года ; Под науч. ред. Е. М. Зубрицкой. – Мурманск : НОУ МГИ, 2010. – С. 47–55.
48. *Оконешникова, О. В.* Политическая психология : учебное пособие / О. В. Оконешникова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Мурманск : МГГУ, 2014.
49. *Оконешникова, О. В.* Методологические основы психологии : учебно-методическое пособие / О. В. Оконешникова. – Мурманск : НОУ «Мурманский гуманитарный институт», 2010.
50. *Оконешникова, О. В.* Психология личности : учебно-методический комплекс. Конспект лекций. Ч. 2 / О. В. Оконешникова. – Мурманск : НОУ МГИ, 2010.
51. *Ольшанский, Д. В.* Психология масс / Д. В. Ольшанский. – Санкт-Петербург : Питер, 2001.
52. *Ольшанский, Д. В.* Основы политической психологии / Д. В. Ольшанский. – Екатеринбург : Деловая книга, 2001.
53. *Пайнс, Э.* Практикум по социальной психологии / Э. Пайнс, К. Маслач. – 4-е междунар. изд. – Санкт-Петербург : Питер, 2000.
54. *Парыгин, Б. Д.* Основы социально-психологической теории / Б. Д. Парыгин. – Москва : Мысль, 1971.
55. Перспективы социальной психологии / Ред.-сост. Майкл Хьюстон, Вольфганг Штребе, Джеффри М. Стефенсон. – Москва : ЭКСМО-Пресс, 2001.
56. *Питерс, Т.* В поисках эффективного управления / Т. Питерс, Р. Уотермен. – Москва : Прогресс, 1986.
57. *Пиз, А.* Язык телодвижений / А. Пиз. – Пермь : Ай Кью, 1992.
58. *Платонов, Ю. П.* Этническая социальная психология / Ю. П. Платонов, Л. Г. Почебут. – Санкт-Петербург : Изд-во С.-Петербур. ун-та, 1993.
59. *Поршнев, Ф. Ф.* Социальная психология и история / Ф. Ф. Поршнев. – Москва : Наука, 1979.
60. *Почебут, Л. Г.* Психология социальных общностей (толпа, социум, этнос) / Л. Г. Почебут. – Санкт-Петербург : С.-Петербур. гос. ун-т, 2002.
61. *Почебут, Л. Г.* Социальная психология / Л. Г. Почебут, И. А. Мейжис. – Санкт-Петербург : Питер, 2010.
62. *Почебут, Л. Г.* Организационная социальная психология / Л. Г. Почебут, В. А. Чикер. – Санкт-Петербург : Речь, 2009.
63. Процессы идентификации российских граждан в социальном пространстве «своих» и «несвоих» групп и сообществ (1999–2002 гг.): Мастер-класс профессора В. А. Ядова. – Москва : Аспект Пресс, 2004.
64. Психология : биографический библиографический словарь / Под ред. Ноэль Шихи, Энтони Дж. Чепмана, Уэнди А. Конроя. – Санкт-Петербург : Евразия, 1999.
65. Психология : словарь / Под общ. ред. А. В. Петровского. – Москва : Политиздат, 1990.
66. Психология самосознания / Ред. – сост. Д. Я. Райгородский. – Самара : БАХРАХ-М, 2000.

67. Реан, А. А. Проблемы и перспективы развития концепции локуса контроля личности / А. А. Реан // Психологический журнал. – 1998. – № 4. – С. 3–12.
68. Росс, Л. Человек и ситуация: Перспективы социальной психологии / Л. Росс, Р. Нисбетт. – Москва : Аспект Пресс, 1999.
69. Российский менталитет: вопросы психологической теории и практики / Под ред. К. А. Абульхановой, А. В. Брушлинского, М. И. Воловиковой. – Москва : ИП РАН, 1997.
70. Роцин, С. К. Психологические проблемы политического развития личности / С. К. Роцин // Психологический журнал. – 1984. – № 2. – С. 48–53 ; № 3. – С. 80–95.
71. Рудестам, К. Групповая психотерапия / К. Рудестам. – Санкт-Петербург : Питер, 1999.
72. Свенцицкий, А. Л. Социально-психологические проблемы управления / А. Л. Свенцицкий. – Ленинград : ЛГУ, 1975.
73. Свенцицкий, А. Л. Социальная психология / А. Л. Свенцицкий. – Москва : Проспект, 2005. – Текст непосредственный.
74. Семенов, В. Е. Духовно-психологические особенности российской полиментальности / В. Е. Семенов // Экспериментально-прикладные исследования. Вып. 1. – 2001. – С. 34–36.
75. Советский энциклопедический словарь / Главный ред. А. М. Прохоров. – Москва : Советская энциклопедия, 1988.
76. Современная западная социология : словарь. – Москва : Политиздат, 1990.
77. Современная психология : справочное руководство / Отв. ред. В. Н. Дружинин. – Москва : ИНФРА-М, 1999.
78. Социальная психология в трудах отечественных психологов : хрестоматия / Сост. А. Л. Свенцицкий. – Санкт-Петербург : Питер, 2000.
79. Социальная психология классов / Г. Г. Дилигенский, В. И. Борисюк, И. М. Бунин. – Москва : Мысль, 1985.
80. Социальная психология / Под ред. А. Л. Журавлева. – Москва : Per Se, 2002.
81. Социальная психология : учебное пособие для студентов педагогических институтов / А. В. Петровский, В. В. Абраменкова, М. Е. Зеленова [и др.] ; Под ред. А. В. Петровского. – Москва : Просвещение, 1987.
82. Социальная психология / Под ред. Е. С. Кузьмина, В. Е. Семенова. – Ленинград : Изд-во Ленинград. ун-та, 1979.
83. Социальная психология / Под ред. С. Московичи. – 7-е изд. – Санкт-Петербург : Питер, 2007.
84. Социальная психология в современном мире : учебное пособие для вузов / Т. Л. Алавидзе, Г. М. Андреева, Е. В. Антонюк [и др.] ; Под ред. Г. М. Андреевой и А. И. Донцова. – Москва : Аспект Пресс, 2002.
85. Социальная психология: Хрестоматия : учебное пособие для студентов вузов / Сост. Е. П. Белинская, О. А. Тихомандрицкая. – Москва : Аспект Пресс, 2000.
86. Трусов, В. П. Социально-психологические исследования когнитивных процессов / В. П. Трусов. – Ленинград : Изд-во Ленинград. ун-та, 1980.
87. Фетискин, Н. П. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп / Н. П. Фетискин, В. В. Козлов, Г. М. Мануйлов. – Москва : Психотерапия, 2009.
88. Чернова, Г. Р. Социальная психология / Г. Р. Чернова. – Санкт-Петербург : ЛГУ им. А. С. Пушкина, 2010.
89. Чикер, В. А. Методология и методы социально-психологических исследований : учебное пособие / В. А. Чикер. – Санкт-Петербург : С.-Петербург. ун-та, 2010.

90. *Шибутани, Т.* Социальная психология / Т. Шибутани. – Москва : Прогресс, 1969.
91. *Шихирев, П. Н.* Современная социальная психология / П. Н. Шихирев. – Москва : ИП РАН : КСП+ : Академический проект, 1999.
92. *Шнейдер, Л. Б.* Семейная психология : учебное пособие для вузов / Л. Б. Шнейдер. – 2-е изд. – Москва : Академический проект ; Екатеринбург : Деловая книга, 2006.
93. *Эйдемиллер, Э. Г.* Психология и психотерапия семьи / Э. Г. Эйдемиллер, В. Юстицкис. – Санкт-Петербург : Питер, 1999.
94. *Ядов, В. А.* О диспозиционной регуляции социального поведения личности / В. А. Ядов // Методологические проблемы социальной психологии. – Москва : Наука, 1975. – С. 89–105.
95. *Ядов, В. А.* Социологическое исследование: Методология, программа, методы / В. А. Ядов. – Москва, 1972. – (2-е изд. – 1987).
96. *Яценко, Е. Ф.* Ценностно-смысловая концепция самоактуализации : автореф. дисс. ... д-ра психол. наук / Елена Федоровна Яценко. – Ярославль, 2006. – 50 с.

Методика социометрии

Метод социометрии предполагает выявление структуры социально-психологических связей группы путем моделирования ситуации, значимой для участников групповой деятельности. Каждому участнику группы предлагается сделать выбор из участников группы в ситуациях двух типов: ситуации делового взаимодействия и межличностных отношений. Социометрия позволяет изучить социометрический статус членов группы, определить структуру группы (распределение ролей, лидерство), контакты между членами группы и ее сплоченность.

В работе В. А. Чикер «Методология и методы социально-психологических исследований» описана процедура социометрии, которая проводится в три этапа:

- анкетирование каждого члена группы (выбор);
- составление социоматрицы;
- оформление социограммы.

Анкетирование – первый этап социометрии.

Это важно: в исследовании должно участвовать не менее 90 % членов группы, иначе результаты будут недостоверны.

Ситуация выбора задается предложением ответить, либо осуществить действие (например, подарить подарок). От того, насколько точно предлагаемые вопросы или ситуации отражают значимую деятельность, зависит точность отражения структуры группы. Поэтому можно получить весьма поверхностный срез структуры, если вопросы никак не затрагивают интересов членов группы, или получить глубинную структуру связей, если удалось найти интимно-личностные критерии, действительно важные для каждого из членов группы. Поэтому социометрия – это, прежде всего, искусство находить значимые критерии.

Под критерием понимается деятельность, значимая для жизни всех участников группы. Критерий формулируется в виде вопроса или задания действовать каждому члену группы для осуществления выбора на роль, должность, место, приглашение (роли и т. д.) и т. д. Как правило, предлагается сделать не более трех выборов. Впрочем, в соответствии с целями исследования, выбор может быть как ограниченным, так и неограниченным. Последний вариант часто провоцирует ответы вроде «выбираю всех», которые не дают возможности различать действительно находящихся со всеми в хороших отношениях и тех, кто защищается подобным образом, находясь в безразличных отношениях с группой.

Фиксированное число выборов создает удобство обработки результатов, однако может исказить ситуацию, поскольку один испытуемый легко осуществляет три выбора, другой легко осуществляет только один выбор, а

два других выбора буквально «вытаскивает» из себя, подчиняясь требованию инструкции. Часто предлагают выбрать не менее одного человека, но не более трех людей. Кроме того, предлагается ранжировать выборы, т. е. на первом месте будет самый значимый выбор, на втором – менее и т. д.

По содержанию критерии могут быть направлены на выявление деловых и эмоциональных отношений, отражать формальную структуру группы и ее неформальную структуру.

Критерии могут быть положительными и отрицательными.

Примеры вопросов:

Под началом какого бригадира Вы бы работали с удовольствием?

Под чьим руководством Вы бы никогда не хотели работать?

Если бы Вас назначили бригадиром, кого бы вы взяли в свою бригаду?

Если бы Вас назначили бригадиром, кого бы вы ни за что не взяли в свою бригаду?

Это важно: использование отрицательных критериев может привести к отказу испытуемого участвовать в опросе, поскольку человек не уверен в том, как его оценивает группа. Чаще всего это бывает с новичками группы. Иногда приходится пожертвовать полнотой процедуры для того, чтобы не потерять испытуемых.

Критерии могут быть прямыми и обратными. Прямой критерий предполагает осуществление выбора участником. Обратный критерий предполагает, что испытуемый должен угадать, кто выберет этого участника. – *Как Вы считаете, кто выберет Вас бригадиром?* Таким образом, можно определить не только реальную структуру группы, но и мысленную, предполагаемую. Соответствие этих двух структур особенно важно для длительной работы группы или работы в экстремальных условиях.

Корректность процедуры определяется соответствием выбранных критериев особенностям деятельности и составу группы.

Необходимые требования к процедуре:

- согласие на проведение исследования со стороны членов группы (согласие получают либо до исследования, либо в самом его начале);
- информирование о целях исследования: открытое или завуалированное;
- инструктирование: сообщение вопросов (устно или в виде карточек) и определение процедуры выбора (параметрическая – с ограничением числа выборов, непараметрическая – без ограничения);
- предоставление информации в виде пронумерованного списка группы.

Существуют две формы социометрической процедуры: параметрическая и непараметрическая.

Непараметрическая процедура не предполагает ограничения числа выборов участников группы. Количество возможных выборов для каждого

участника группы N – 1, т. е. можно выбирать всех, кроме себя. К достоинствам данной процедуры относится возможность оценить эмоциональную экспансивность группы.

Параметрическая процедура предполагает ограничение числа выборов. Достоинство – более надежный способ измерения отношений.

Социоматрица – второй этап социометрии.

По итогам социометрического анкетирования строится социоматрица, т. е. таблица полученных данных.

Это важно: социоматрица и социограмма должны строиться отдельно по деловым и эмоциональным выборам.

Пример социоматрицы

| Кто выбирает | | Кого выбирают | | | | | Выборы | | Всего |
|-------------------|---|---------------|---|---|---|---|--------|---|-------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | + | – | |
| 1. Иванов | | * | + | + | – | – | 2 | 2 | 4 |
| 2. Петров | | + | * | + | – | – | 2 | 2 | 4 |
| 3. Сидоров | | + | + | * | | | 2 | 0 | 2 |
| 4. Волков | | + | | | * | – | 1 | 1 | 2 |
| 5. Зайцев | | + | – | – | + | * | 2 | 2 | 4 |
| Полученные выборы | + | 4 | 2 | 2 | 1 | 0 | 9 | | 9 |
| | – | 0 | 1 | 1 | 2 | 3 | | 7 | 7 |
| Всего | | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 9 | 7 | 16 |

Результаты показывают людей с высоким и низким социометрическим статусом. В данной матрице высокий статус у Иванова (4 выбора), низкий у Зайцева (ни одного выбора).

Построение социограммы (графа, фиксирующего связи между членами группы) – третий этап социометрии.

Для получения более наглядной информации строится социограмма (в виде системы графов, т. е. элементов и связей между ними). Она позволяет зафиксировать силу связей между подгруппами и отдельными членами, а также представляет наличие изолированных и изгоев. Анализ социограммы начинается с отыскания центральных, наиболее влиятельных, членов, затем взаимных пар и группировок. Группировки состояются из взаимосвязанных лиц, стремящихся выбирать друг друга. По каждому критерию (деловому и эмоциональному) строится своя социограмма.

Социометрические индексы.

Для анализа структуры группы и статуса ее членов рассчитываются социометрические индексы (СИ): персональные и групповые.

Персональные СИ – характеристики индивидуальных социально-психологических свойств личности в роли членов группы. Основные персональные индексы – индекс социометрического статуса и индекс эмоциональной экспансивности.

Индекс социометрического статуса i -члена группы:

$$C_i = \frac{\sum_{i=1}^N (R_i^+ + R_i^-)}{N-1} = \frac{\text{"+"выборы} + \text{"-"выборы}}{N-1},$$

где N – число членов группы.

В малой группе можно считать отдельно число положительных выборов и число отрицательных.

Индекс эмоциональной экспансивности j -члена подсчитывается как «сделанные им выборы», деленное на $(N - 1)$. Данный индекс характеризует потребности личности в общении.

Групповые СИ:

- индекс эмоциональной экспансивности группы: сумму всех выборов в группе необходимо поделить на число членов группы;
- индекс психологической взаимности (сплоченности группы): сумму всех взаимных связей необходимо разделить на половину от N ($N - 1$).

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|--|-----------|
| ПРЕДИСЛОВИЕ | 3 |
| 1. ПРЕДМЕТ, МЕТОДЫ, ЗАДАЧИ, ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ | 4 |
| 1.1. Основные проблемы, объект и предмет социальной психологии..... | 4 |
| 1.2. История развития социальной психологии..... | 6 |
| Три этапа развития социальной психологии..... | 6 |
| Краткая характеристика первого этапа..... | 8 |
| Психология масс и толпы..... | 8 |
| Психология инстинктов социального поведения..... | 9 |
| Краткая характеристика второго этапа..... | 9 |
| Бихевиористская ориентация в социальной психологии..... | 10 |
| Необихевиоризм..... | 11 |
| Гипотеза фрустрации – агрессии (Н. Миллер, Дж. Доллард)..... | 12 |
| Теория социального научения (А. Бандура)..... | 12 |
| Социометрия и психодрама..... | 13 |
| Когнитивистская ориентация..... | 14 |
| Психоаналитическая ориентация..... | 15 |
| Интеракционистская ориентация..... | 16 |
| Краткая характеристика третьего этапа..... | 18 |
| Экзистенциально-гуманистическое направление..... | 18 |
| Основные теоретические направления в социальной психологии..... | 19 |
| Кризис социальной психологии..... | 19 |
| Попытки создания единой теории (Р. Харре)..... | 20 |
| 1.3. Методы социальной психологии..... | 21 |
| Общее понятие о методе..... | 21 |
| Программа социально-психологического исследования..... | 21 |
| Две парадигмы в психологии..... | 24 |
| Эксперимент..... | 25 |
| Хоторнский эксперимент (Э. Мэйо)..... | 26 |
| Метод наблюдения..... | 29 |
| Метод анализа документов..... | 29 |
| Метод опроса..... | 30 |
| Шкалы аттитюдов..... | 30 |
| Семантические методы..... | 30 |
| Метод социометрии..... | 32 |
| Экспертные оценки..... | 32 |
| Оценочная биполяризация Ф. Фидлера..... | 33 |
| Тесты..... | 33 |
| Аппаратурный метод..... | 33 |
| Методы практической психологии..... | 34 |
| Вопросы для самопроверки..... | 34 |
| 2. ПСИХОЛОГИЯ ОБЩЕНИЯ | 35 |
| 2.1. Общение: определение, функции, виды..... | 35 |
| 2.2. Общение как обмен информацией..... | 36 |
| Понятие коммуникации..... | 36 |
| Модель коммуникативного процесса (Г. Лассуэлл)..... | 36 |
| Средства коммуникации..... | 37 |

| | |
|---|----|
| Авторитарная и диалогическая коммуникация..... | 38 |
| Коммуникативное влияние | 38 |
| Коммуникативный барьер..... | 39 |
| Массовая коммуникация | 39 |
| 2.3. Интерактивная сторона общения | 40 |
| Структура взаимодействия (Т. Парсонс)..... | 40 |
| Стратегии взаимодействия (К. Томас)..... | 41 |
| Конфликт: социально-психологический анализ | 42 |
| Теории взаимодействия..... | 45 |
| Теория элементарного социального поведения Дж. Хоманса | 45 |
| Теория структурного баланса Ф. Хайдера..... | 46 |
| Теория коммуникативных актов Т. Ньюкома..... | 47 |
| Теория диадического взаимодействия (Дж.Тибо и Г. Келли)..... | 48 |
| Схемы анализа взаимодействия; схема Р. Бейлза..... | 49 |
| Транзактный анализ Эрика Берна | 50 |
| Межличностные транзакции и уровни общения..... | 52 |
| Сотрудничество (совместная деятельность) | 52 |
| 2.4. Социальная перцепция (общение как познание и понимание людьми друг друга) | 53 |
| Определение социальной перцепции, механизмы и процессы познания..... | 53 |
| Эффекты восприятия | 54 |
| Эффект первичности: эксперимент А. Лачинса | 57 |
| Эффект ореола (Р. Нисбетт и П. Уилсон; А. А. Бодалев) | 58 |
| Эффект первого впечатления: эксперимент Н. Андерсона | 59 |
| Эксперименты С. Аша: межличностное восприятие..... | 60 |
| Эффект новизны: эксперименты Н. Миллера и Д. Кэмпбелла | 60 |
| Классификация социальных стереотипов..... | 61 |
| Вопросы для самопроверки..... | 62 |

3. ПСИХОЛОГИЯ ГРУППЫ63

| | |
|---|----|
| 3.1. Определение группы, классификации групп | 63 |
| 3.2. Малые социальные группы | 64 |
| Определение малой группы и ее основные параметры..... | 64 |
| Основные теории малой группы..... | 65 |
| Трехмерная теория интерперсонального поведения У. Шутца | 65 |
| Нормы группы | 66 |
| Понятие и функции социальных норм | 66 |
| Эксперимент М. Шерифа: формирование групповых норм..... | 67 |
| Роли и ролевая структура группы | 67 |
| Определение роли, классификации ролей | 67 |
| Ролевые теории | 68 |
| Теории референтной группы | 69 |
| Ролевая структура малой группы..... | 70 |
| Восприятие роли и выполнение роли..... | 72 |
| Стэнфордский тюремный эксперимент Ф. Зимбардо..... | 73 |
| Давление группы: эксперименты С. Аша..... | 75 |
| Влияние меньшинства на большинство (С. Московичи)..... | 78 |
| Подчинение: эксперименты С. Милграма | 82 |
| Коммуникативная структура группы..... | 86 |
| Социометрическая структура группы..... | 87 |
| Структура социальной власти в малой группе..... | 88 |
| Определение, виды руководства и лидерства | 88 |

| | |
|---|-----|
| Стили лидерства (К. Левин)..... | 89 |
| Теории лидерства..... | 90 |
| Сплочение группы: сплоченность, совместимость, сработанность..... | 91 |
| Развитие группы. Модели группового развития..... | 91 |
| Школа групповой динамики (К. Левин)..... | 91 |
| Теория развития группы В. Бенниса и Г. Шепарда..... | 92 |
| Модель развития группы Б. Такмена..... | 92 |
| Модель развития группы Р. Веллинза, В. Бихама, Дж. Вильсона..... | 93 |
| Одномерные подходы к анализу развития группы..... | 93 |
| Модель развития группы В. Сатир..... | 93 |
| Модель развития группы М. Пека..... | 94 |
| Команда и уровни ее развития..... | 94 |
| Примитивные группы..... | 96 |
| Учение о коллективе..... | 97 |
| Понятие коллектива в отечественной психологии..... | 97 |
| Параметрическая теория коллектива (Л. И. Уманский)..... | 97 |
| Теория деятельностного опосредствования межличностных отношений в группе (А. В. Петровский)..... | 99 |
| Групповые феномены..... | 102 |
| Фасилитация и ингибция: эксперименты Р. Зайонца..... | 106 |
| Эффекты индивидуальной и групповой деятельности..... | 106 |
| Принятие решения в группе..... | 108 |
| «Замораживающий эффект»: эксперимент К. Левина..... | 108 |
| Группомыслие: исследование И. Джаниса..... | 110 |
| Изучение феноменов поляризации, фасилитации и ингибции..... | 112 |
| Социально-психологический климат..... | 114 |
| Семья как малая группа..... | 114 |
| 3.3. Организации (средние социальные группы)..... | 116 |
| Организация как предмет изучения в психологии..... | 116 |
| Теории X, Y и Z..... | 117 |
| Направления исследования организации..... | 118 |
| 3.4. Большие социальные группы..... | 121 |
| Общая характеристика больших социальных групп..... | 121 |
| Классы как большие социальные группы..... | 123 |
| Социально-исторические типы людей..... | 124 |
| Этнические группы..... | 125 |
| Общая характеристика этнических групп..... | 125 |
| Исследования этнических групп..... | 127 |
| Демографические группы..... | 128 |
| 3.5. Массовые психические явления..... | 129 |
| Масса как стихийная социальная группа..... | 129 |
| Толпа и паника..... | 132 |
| Слухи как массовое социально-психологическое явление..... | 134 |
| 3.6. Межгрупповые отношения: внутригрупповой фаворитизм и межгрупповая агрессия..... | 135 |
| Основные понятия и направления исследований..... | 135 |
| Межгрупповые отношения: эксперименты М. Шерифа..... | 137 |
| Теория идентичности (Г. Тэджфел), эксперименты..... | 138 |
| Межгрупповые отношения: эксперименты В. С. Агеева..... | 139 |
| Вопросы для самопроверки..... | 143 |

| | |
|---|------------|
| 4. СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ ЛИЧНОСТИ..... | 145 |
| 4.1. Основные проблемы социальной психологии личности..... | 145 |
| 4.2. Социальная установка и поведение человека..... | 145 |
| Определение аттитюда..... | 145 |
| Проблема действенности аттитюда. Эксперимент Р. Лапьера..... | 147 |
| Диспозициональная модель регуляции социального поведения (В. А. Ядов)..... | 148 |
| Теория когнитивного диссонанса и эксперименты Л. Фестингера..... | 150 |
| Теория самовосприятия и эксперименты Д. Бема..... | 153 |
| Изменение установок..... | 156 |
| 4.3. Социализация личности..... | 156 |
| Определение социализации и направления исследований..... | 156 |
| Социологические теории социализации..... | 157 |
| Концепции социального научения..... | 158 |
| Концепция социализации Э. Эриксона..... | 159 |
| Интеракционистские концепции социализации..... | 160 |
| Концепции Дж. Мида и Ч. Кули..... | 160 |
| Эксперименты С. Миямото и С. Дорнбуша..... | 161 |
| Проблема социализации в работах Ж. Пиаже..... | 162 |
| Нравственные дилеммы, уровни и стадии развития морального сознания (Л. Кольберг)..... | 162 |
| Социально-экологическая теория социализации У. Бронфенбреннера..... | 164 |
| Кросс-культурные исследования социализации..... | 165 |
| Факторы (агенты и институты социализации)..... | 165 |
| Основные механизмы социализации..... | 165 |
| 4.4. Самовосприятие и Я-концепция личности..... | 166 |
| Определение Я-концепции..... | 166 |
| Взаимозависимая и взаимонезависимая Я-концепция..... | 168 |
| Самовосприятие..... | 168 |
| Модели формирования самооценки..... | 169 |
| Социальное сравнение как источник Я-концепции..... | 169 |
| Теория социального сравнения Л. Фестингера..... | 170 |
| Теория самоэффективности А. Бандуры..... | 170 |
| Изучение ответственности (Дж. Роттер)..... | 171 |
| Самопрезентация..... | 171 |
| 4.5. Ситуационный подход..... | 171 |
| 4.6. Социальная идентичность..... | 173 |
| Определение социальной идентичности..... | 173 |
| Формирование идентичности (Э. Эриксон, Дж. Марсиа)..... | 174 |
| Теория самокатегоризации Дж. Тернера..... | 177 |
| 4.7. Ценности личности..... | 177 |
| Ценности и ценностные ориентации..... | 177 |
| Ценности культуры Ш. Шварца..... | 179 |
| Исследование базовых ценностей (Р. Инглхарт)..... | 180 |
| 4.8. Социально-психологические качества и потенциалы личности..... | 181 |
| 4.9. Социально-психологические типологии личности..... | 186 |
| 4.10. Исследования менталитета..... | 189 |
| Определение, типы, структурные составляющие..... | 189 |
| Концепция полиментальности россиян (В. Е. Семенов)..... | 191 |
| Вопросы для самопроверки..... | 192 |

| | |
|---|------------|
| 5. СОВРЕМЕННАЯ ПСИХОЛОГИЯ В РАБОТАХ ЗАРУБЕЖНЫХ И ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ..... | 193 |
| 5.1. Основные направления исследований | 193 |
| 5.2. Психология социального познания | 194 |
| Теории субъективной интерпретации поведения | 194 |
| Теория атрибуции Г. Келли..... | 195 |
| Эксперимент Л. Мак-Артур | 197 |
| Типологические и процессуальные модели каузальной атрибуции | 198 |
| Ошибки атрибуции | 198 |
| Процессы атрибуции и стадии социального познания..... | 200 |
| Социальные представления..... | 202 |
| Эмоции, социальное познание и социальное поведение..... | 204 |
| 5.3. Психология массовых процессов | 207 |
| Теория сегрегации, или модель Шеллинга..... | 207 |
| Теория шести рукопожатий | 208 |
| Концепция силы слабых связей..... | 209 |
| Модель массовых беспорядков Грановеттера..... | 211 |
| 5.4. История отечественной социальной психологии | 213 |
| Периоды развития отечественной психологии | 213 |
| Основные центры социальной психологии в России | 220 |
| Ленинградский государственный университет им. А. А. Жданова (СПбГУ)..... | 220 |
| НИИ комплексных социальных исследований..... | 222 |
| Ленинградская школа: исследования Б. Д. Парыгина..... | 225 |
| Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова | 228 |
| Институт психологии РАН (ИП РАН) | 230 |
| Ярославская психологическая школа..... | 231 |
| Курская научная школа Уманского – Чернышева | 232 |
| Ростовская психологическая школа | 232 |
| Самарская психологическая школа | 232 |
| Исследования в области этнической психологии | 233 |
| Исследования в области политической психологии..... | 234 |
| Исследования в области экономической психологии | 234 |
| Исследования в области социальной педагогической психологии..... | 235 |
| Вопросы для самопроверки..... | 236 |
| БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК | 237 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ..... | 242 |
| Методика социометрии | 242 |

Учебное издание

Яценко Елена Федоровна
Оконешникова Ольга Викторовна

Социальная психология

Учебное пособие

Редактор и корректор *И. А. Шабранская*

Компьютерная верстка *М. С. Савастеевой*

План 2020 г., № 110

Подписано в печать с оригинал-макета 19.03.21
Формат 60×84^{1/16}. Бумага для множ. апп. Печать ризография.
Усл. печ. л. 15,75. Тираж 150 экз.

Заказ 145.

ФГБОУ ВО ПГУПС. 190031, СПб., Московский пр., 9.
Типография ФГБОУ ВО ПГУПС. 190031, СПб., Московский пр., 9.