

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ ВЛАДИМИРА ДАЛЯ»

Стахановский инженерно-педагогический институт (филиал)  
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения  
высшего образования «Луганский государственный университет имени  
Владимира Даля»

Кафедра социально-экономических и педагогических дисциплин

**КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ**

по дисциплине

**«СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ»**

для студентов направления подготовки

Профессиональное обучение (по отраслям),

профиль

«Профессиональная психология» в двух частях (часть 1)

Луганск 2023

*Рекомендовано к изданию Учебно-методическим советом*

*ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. Даля»  
(протокол № от . .2023 г.)*

Конспект лекций по дисциплине «Социальная психология» для студентов направления подготовки Профессиональное обучение (по отраслям), профиль «Профессиональная психология» в двух частях (часть 1)./ Сост.: Сергеев С.Н., Д.С. Чижевская. – Стаханов: ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В.Даля», 2023. – 82 с.

Конспект лекций содержит 9 тем лекций, описание которых сопровождается теоретическими сведениями. К каждой теме приведены контрольные вопросы для самопроверки, список рекомендованной литературы. Предназначен для студентов профиля: «Профессиональная психология»

Составители:

Сергеев С.Н.  
Чижевская Д.С.

Ответственный за выпуск:

доц. Карчевская Н.В.

Рецензент:

доц. Карчевский В.П.

© Сергеев С.Н., Чижевская Д.С. 2023  
© ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. Даля», 2023

## Содержание

|  |    |
|--|----|
| Тема 1. Введение в социальную психологию.....  | 4  |
| Тема 2. Методологические проблемы социально-психологического исследования                          | 14 |
| Тема 3. «Общественные и межличностные отношения. Место общения в системе отношений человека» ..... | 23 |
| Тема 4. «Общение как обмен информацией» .....  | 31 |
| Тема 5. «Общение как обмен информацией» .....  | 38 |
| Тема 6. «Общение как межличностное взаимодействие» .....   | 44 |
| Тема 7. «Общение как восприятие людьми друг друга» .....   | 52 |
| Тема 8. «Проблема группы в социальной психологии» .....  | 61 |
| Тема 9. Стихийные группы и массовые движения .....   | 69 |

## Тема 1. Введение в социальную психологию

### План

1. Место социальной психологии в системе научного знания
2. Общая характеристика методов социально-психологического исследования
3. Проблема личности в социальной психологии

#### 1. Место социальной психологии в системе научного знания

Большинство исследователей в области социальной психологии отмечают «специфическое место», которое занимает социальная психология в системе научного знания. Истоки социально-психологического знания находят в трудах античных философов, эти знания касались вопросов, связанных с положением человека в обществе, воздействием и управлением людьми и проч. Можно сказать, что уже в те времена прослеживалась обусловленность социально-психологического знания запросами общества. К настоящему времени данная обусловленность усилилась, и ученые констатируют, что потребности практики общественного развития диктуют необходимость исследования, особенно это касается пограничных проблем на стыке психологии и социологии.

Сегодня ученые констатируют пограничное положение социальной психологии между психологией и социологией. История становления этой дисциплины свидетельствует о ее вызревании в недрах одновременно и психологического, и социологического знания. При этом каждая из "родительских" дисциплин сегодня включает ее в себя в качестве составной части. Основной причиной такого включения Г. М. Андреева считает существование класса фактов общественной жизни, которые сами по себе могут быть исследованы лишь при помощи объединенных усилий двух наук: психологии и социологии. Например, проявления общественных отношений через деятельность людей, наделенных сознанием и волей; или в ситуациях совместной деятельности, когда возникают особые типы связей общения и взаимодействия.

Рассматривая вопрос о "границах" социальной психологии с "родительскими" дисциплинами, Г. М. Андреева выделяет несколько позиций.

1. Социальная психология есть часть социологии.
2. Социальная психология есть часть психологии.
3. Социальная психология – это наука "на стыке" психологии и социологии, причем сам "стык" понимается двояко:

а) социальная психология отторгает определенную часть психологии и определенную часть социологии;

б) она захватывает "ничью землю" – область, не принадлежащую ни к социологии, ни к психологии.

Указанные позиции, согласно классификации американских социальных психологов Дж. МакДэвида и Г. Харари, можно свести к двум подходам: инградисциплинарному и интердисциплинарному, т.е. место социальной психологии находится либо внутри одной из «родительских» дисциплин, либо на границах между ними

Относительно "границы" между социологией и социальной психологией стоит указать на общность интересов, во-первых, на уровне общей теории социологии, где исследуются проблемы соотношения общества и личности, общественного сознания и социальных институтов, власти и справедливости и т.п. Во-вторых, в области специальных социологических теорий, например, социология массовых коммуникаций, общественного мнения, социология личности. Таким образом, граница или наибольшее количество точек пересечения между социологией и социальной психологией проходит в сфере изучения больших социальных групп (рис. 1). Как отмечает Г. М. Андреева, именно в этой сфере особенно трудны разграничения и само понятие "границы" весьма условно.

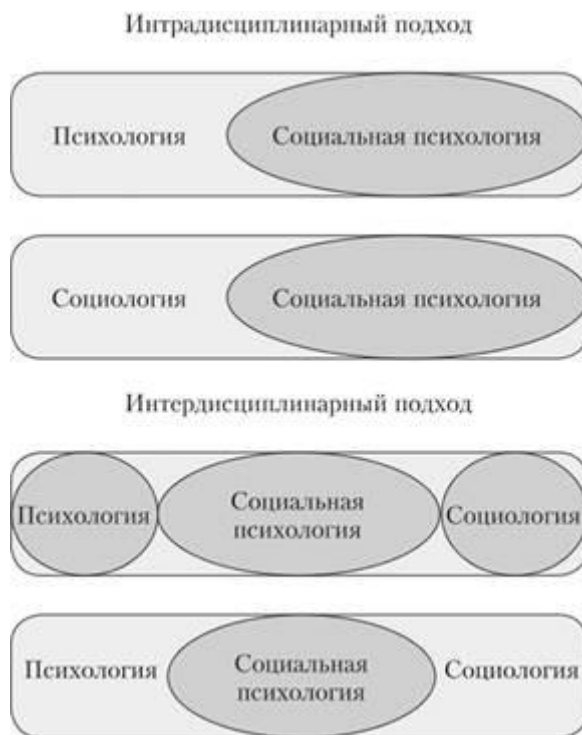


Рис. 1. Варианты определения границы социальной психологии с социологией и психологией

По мнению Д. Майерса, люди часто путают социальную психологию с социологией, так как обе науки имеют общие интересы в изучении поведения человека в группах. Отличие состоит в том, что социологи изучают группы (от малых до очень больших – обществ), а социальные психологи – индивидов (что думает человек о других, как они на него влияют, как он относится к ним)

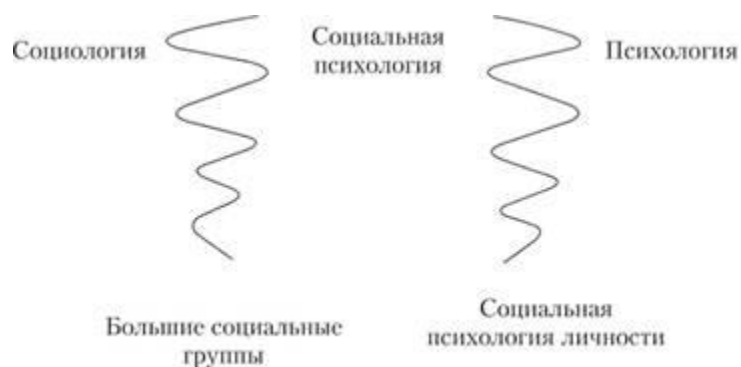


Рис. 2. Границы социальной психологии и смежных наук

## 2. Общая характеристика методов социально-психологического исследования.

Среди методов сбора информации нужно назвать: наблюдение, изучение документов (в частности, контент-анализ), разного рода опросы (анкеты, интервью, фокус-группа, социометрия), наконец, эксперимент (как лабораторный, так и естественный).

### 1. Наблюдение

Метод, которым регистрируется поведение. Для научного наблюдения характерно: наличие заранее поставленных цели и задачи, заранее определенной процедура, способа фиксации данных (дневник или схема), соблюдение валидности и надежности (поддерживается организацией наблюдения и схемой)

#### Виды наблюдения:

- *несистематическое и систематическое.* Несистематическое наблюдение проводится в ходе полевого исследования, здесь важны не фиксация причинных зависимостей и строгое описание явления, а создание некоторой обобщенной картины поведения индивида. Систематическое наблюдение проводится по определенному плану;

- *включенное и невключенное наблюдение.* Во включенном наблюдатель сам включен в процесс.

- *непосредственное и опосредованное.* При опосредованном используются средства (камера);

- *естественное (полевое) и лабораторное;*

- *открытое и скрытое (не знает, что за ним наблюдают);*

- *лонгитюдное периодическое и однократное*

#### Минусы:

- предвзятое отношение (может исказить некоторые черты или факты);

- одиночное проявление черты, а принимается как характерное (галла-эффект, или эффект ореола);

- противопоставление себе каких-либо черт;

- ошибки усреднения (неуверенность наблюдателя и выведение результатов как средние проявления);

- смешивание второстепенного с существенным.

## 2. Опрос

Позволяет получить информацию о сознании испытуемого, его целях, мотивах, установках, эмоциональных состояниях, но данные, полученные методом опроса не всегда соответствуют реальному поведению.

Существуют различные виды опроса:

- Устные – Интервью, которые могут быть формализованными (наличие стандартных формулировок вопросов и их последовательности, определенных заранее. При этом исследователь не имеет возможности их изменения) и неформализованными (гибкостью и варьированием в широких пределах. Интервьюер при этом руководствуется лишь общим планом опроса, формулируя вопросы в соответствии с конкретной ситуацией и ответами респондента).

Трудность проведения интервью связана с задачей поддержания в течение всего времени беседы необходимой глубины контакта с респондентом.

- Письменные - Анкетирование - они предназначены для самостоятельного заполнения испытуемым, без участия исследователя.

Среди наиболее существенных недостатков письменного опроса является низкий процент возврата анкет, отсутствие контроля за качеством заполнения анкет, использование только очень простых по структуре и по объему анкет.

- Фокус группы – один из видов опроса, который подразумевает целенаправленное обсуждение какой-либо темы определенной аудиторией.

- Социометрия – вид опроса, направленный на изучение структуры группы.

Основное преимущество анкетирования связывают с возможностью массового охвата большого количества респондентов и его профессиональной доступностью. Информация, получаемая в интервью, является более содержательной и глубокой в сравнении с анкетой. Однако недостатком является прежде всего трудно контролируемое влияние личности и профессионального уровня интервьюера на опрашиваемого, которое может приводить к искажению объективности и надежности информации.

## 3. Анализ продуктов деятельности

Способ получения информации в результате количественного и качественного анализа документальных источников (письма, автобиографии, средства СМИ, картин, литературных произведений и т.п.). Данный метод является разновидностью способов анализа продуктов человеческой деятельности. Документом называют любую информацию, фиксированную в печатном или рукописном тексте, на магнитных или фотоносителях (В. А, Ядов, 1995). Впервые в социальной психологии применен как основной метод исследования У. Томасом и Ф. Знанецким при изучении феномена социальной установки (Г. М. Андреева, 1972; В. А, Ядов, 1995). Документы различаются по способу фиксации информации (рукописные, печатные, кино-, фото-, видеодокументы), по целевому назначению (целевые, естественные), по степени персонификации (личные и безличные), в зависимости от статуса документа (официальные и неофициальные). Иногда их также делят по источнику информации на первичные (документы на базе непосредственной регистрации событий) и вторичные

документы. Предпочтение того или иного вида документа как носителя социально-психологической информации определяется исходя из цели исследования и места документов в общей программе исследования. Все методы анализа документов разделяются на традиционные (качественные) и формализованные (качественно-количественные). В основе любого метода лежат механизмы процесса понимания текста, т. е. интерпретации исследователем информации, содержащейся в документе.

Количественные методы анализа текстовых материалов получили широкое распространение в 30-40-х годах в связи с разработкой специальной процедуры, названной контент-анализом (дословно термин означает анализ содержания).

Контент-анализ - это способ перевода в количественные показатели текстовой информации с последующей статистической ее обработкой (А. Н. Алексеев, 1973; В. Е. Семенов, 1983; Н. Н. Богомолова, 1979, 1991). Полученные с помощью контент-анализа количественные характеристики текста дают возможность сделать выводы о качественном, в том числе латентном (не явном) содержании текста. В связи с этим метод контент-анализа нередко обозначается как качественно-количественный анализ документов. Его основные процедуры были разработаны Х. Лассуэллом, Б. Берельсоном, Ч. Стоуном, Ч. Осгудом и др. В отечественной психологии в 20 - 30-е годы выполнены исследования на основе аналогичных контент-анализу процедур (В. А. Кузмичев, Н. А. Рыбников, И. Н. Шпильрейн и др.).

*Основные единицы и процедуры контент-анализа.* Процедура контент-анализа предполагает несколько этапов: выделение единиц анализа (качественных и количественных), составление кодировочной инструкции, пилотажную кодировку текста, кодировку всего массива исследуемых текстов и расчет количественного соотношения единиц анализа в исследуемом тексте, а также интерпретацию полученных данных. Качественные (смысловые) единицы:

- категории -- наиболее общие, ключевые понятия, составляющие концептуальную схему исследования;
- подкатегории -- частные понятия, раскрывающие смысловое содержание категорий;
- индикаторы -- формы выражения смысловых единиц анализа на языке изучаемого текста.

Например, в качестве смысловых единиц анализа информации (текстов) о политической избирательной кампании (программы, призывы, публикации в прессе, листовки и т.п.) используют: события, субъекты событий (политические лидеры, партии, официальные лица, избиратели и т.п.), их отношение к событиям (за - против, выгодно - невыгодно, хорошо - плохо), интересы, позиции, программы, цели и способы их достижения, установки, ценностные ориентации, деловые и личные качества кандидатов и т.п. Основатель данного метода Г. Лассуэлл применял четырехмерную схему анализа текста газет: за себя (pro-x) -- против себя (contra-x), за противника (pro-y) -- против противника (contra-y).

К количественным единицам анализа относят:



- единицы контекста -- части текста (предложение, ответ на вопрос, абзац текста), в которых считаются частота и объем употребления категорий;

- единицы счета и объема -- пространственные, частотные, временные характеристики представленности в тексте смысловых единиц анализа.

Количественная обработка информации предполагает использование типичных способов статистического анализа данных: распределения и частоты встречаемости категорий анализа, коэффициентов корреляции и др. Разработаны специальные приемы количественной обработки данных контент-анализа. Наиболее известными являются коэффициенты «совместной встречаемости» категорий, «ассоциаций», «благоприятности оценки», «удельного веса» категории и др. Основная методическая сложность контент-анализа - нахождение в тексте соответствующих смысловых единиц анализа исследуемого явления, а также адекватное их описание. Разработаны процедуры для обоснования полноты выделяемых единиц анализа: метод «снежного кома», метод экспертов (судей), метод независимого критерия и др. (В. А. Ядов, 1995).

К.-а. применяется:

- при необходимости точности и объективности анализа документов;
- при наличии большого по объему несистематизированного материала;
- в случае, когда категории анализа текста встречаются с определенной частотой.

Контент-анализ может использоваться как самостоятельный метод, например, в исследовании социальных установок аудитории того или иного органа или субъекта коммуникации. Однако чаще и наиболее успешно он используется в сочетании с другими методами, например, наблюдение, опрос и др. Область применения к.-а. в социальной психологии: изучение социально-психологических особенностей коммуникаторов и реципиентов; исследование социально-психологических явлений, отраженных в содержании документа; изучение специфики средств коммуникаций, форм и приемов организации их содержания; исследование социально-психологических аспектов коммуникационного воздействия.

Специфика применения контент-анализа в каждом конкретном случае в значительной степени определяется исходной теоретической основой исследования. Ни один другой метод в социальной психологии не связан так непосредственно с целью и теоретической концепцией исследования, как контент-анализ. Это объясняется тем, что основные понятия исследования одновременно являются и категориями контент-анализа, с которыми соотносится изучаемое содержание текста. Главная задача контент-анализа не только выявить реальные факты, события, о которых идет речь в тексте, но и настроения, установки, чувства, и другие социально-психологические феномены. Техника контент-анализа используется также во вспомогательных целях как техника обработки данных в ряде личностных тестов (ТАТ, тесты мотивации достижения и др.), для обработки и уточнения данных полученных другими методами, например, опросными. Основным недостатком метода заключается в сложности и трудоемкости процедуры и техники, требующей высокой квалификации кодировщиков – аналитиков.

### 3. Эксперимент

4 особенности по Рубинштейну:

- в эксперименте исследователь сам вызывает изучаемое явление;
- экспериментатор может варьировать, изменять условия протекания и проявления изучаемого процесса;
- возможно попеременное исключение отдельных условий;
- эксперимент позволяет варьировать количественные соотношения условий, допускает математическую обработку данных.

В психологии существуют три типа метода эксперимента:

- естественный (полевой) эксперимент;
- моделирующий эксперимент;
- лабораторный эксперимент.

Естественный (полевой) эксперимент наиболее приближен к неэкспериментальным исследовательским методам. Условия, используемые при проведении естественного эксперимента, организует не экспериментатор, а сама жизнь (в высшем учебном заведении, например, они органично включены в учебно-воспитательный процесс). Экспериментатор в данном случае пользуется лишь сочетанием различных (контрастных, как правило) условий деятельности испытуемых и фиксирует при помощи неэкспериментальных или диагностических методик исследуемые психологические особенности испытуемых. Естественный (полевой) эксперимент часто используется при изучении свойств личности. Так, например, в одном исследовании направленности личности сравнивалось поведение подростков при подготовке материалов для альбома в подарок шефам (здесь актуализировались коллективистические устремления испытуемых) и при подготовке к тому, чтобы сфотографироваться для этого альбома (здесь актуализировались личные устремления). Сопоставление поведения испытуемых в этих естественных, но контрастных условиях давало интересный материал для последующего психологического анализа.

Достоинствами естественного (полевого) эксперимента являются:

- относительная замаскированность целей исследования;
- достаточно неформальная обстановка проведения исследования и т. п.

Эти достоинства являются следствием его органической включенности в условия жизни и деятельности испытуемых. К недостаткам этого метода относятся сложность подбора контрастных естественных условий и, в частности, все недостатки тех неэкспериментальных и диагностических методик, которые применяются в составе естественного эксперимента и служат для отбора экспериментальных данных.

Моделирующий эксперимент - эксперимент, при проведении которого испытуемый действует по инструкции экспериментатора и знает, что участвует в эксперименте в качестве испытуемого. Характерной особенностью эксперимента данного типа является то, что поведение испытуемых в экспериментальной ситуации моделирует (воспроизводит) на разных уровнях абстракции вполне типичные для жизненных ситуаций действия или деятельности: запоминание различных сведений, выбор или постановку целей, выполнение различных интеллектуальных и практических действий и т. д.

Моделирующий эксперимент позволяет решать самые разнообразные исследовательские задачи. При изучении эмоциональной сферы человека методом моделирующего эксперимента используют разнообразные специально создаваемые ситуации, которые: а) вызывают у испытуемых затруднения и соответствующие эмоциональные и аффективные переживания; б) вызывают конфликт между различными побуждениями и чувствами личности; в) обнаруживают характер эмоциональных отношений к истинным явлениям жизни, людям и т. п.; г) позволяют изучать процесс понимания мимического, пантомимического выражения эмоциональных переживаний и чувств. Моделирующий эксперимент применяется и при изучении мотивационно-потребностной сферы личности. Моделирование различных потребностных состояний в эксперименте впервые было предпринято в исследованиях немецкого психолога К. Левина и его учеников в 20-30-х годах прошлого столетия. В отечественной психологии моделирующий эксперимент часто использовался для изучения мотивации человека в исследованиях, выполненных под руководством Л.И. Божович.

Лабораторный эксперимент - особый тип экспериментального метода, предполагающий проведение исследований в психологической лаборатории, оснащенной специальными приборами и приспособлениями. Этот тип эксперимента, отличающийся также наибольшей искусственностью экспериментальных условий, применяется обычно при изучении элементарных психических функций (сенсорной и моторной реакций, реакции выбора, различий сенсорных порогов и т. п.) и гораздо реже - при изучении более сложных психических явлений (процессов мышления, речевых функций и т. п.).

Лабораторный эксперимент широко используется для психофизиологического изучения изменений различных вегетативных функций (дыхания, кровообращения, секретной деятельности, электронной сопротивляемости кожи, биотоков мышц и мозга). Типичным психическим свойством человека, изучаемым с помощью лабораторного эксперимента, является время реакции. При изучении времени реакции используется самая разнообразная аппаратура: секундомеры и хроноскопы, микрофоны, хронографы, звуковые генераторы, электрические лампы, отметчики, осциллографы и т. д.

5. Тесты. Тесты не являются специфическим социально-психологическим методом, они широко применяются в различных областях психологии. Когда говорят о применении тестов в социальной психологии, имеют в виду чаще всего личностные тесты, реже - групповые тесты. Но и эта разновидность тестов, как известно, применяется и в общепсихологических исследованиях личности, никакой особой специфики применения этого метода в социально-психологическом исследовании нет: все методологические нормативы применения тестов, принимаемые в общей психологии, являются справедливыми и здесь.

Как известно, тест - это особого рода испытание, в ходе которого испытуемый выполняет или специально разработанное задание, или отвечает на вопросы, отличающиеся от вопросов анкет или интервью. Вопросы в тестах носят косвенный характер. Смысл последующей обработки состоит в том, чтобы при помощи "ключа"

соотнести полученные ответы с определенными параметрами, например, характеристиками личности, если речь идет о личностных тестах. Большинство таких тестов разработано в патопсихологии, где их применение имеет смысл лишь в сочетании с методами клинического наблюдения. В определенных границах тесты дают важную информацию о характеристиках патологии личности. Обычно считают наибольшей слабостью личностных тестов то их качество, что они схватывают лишь какую-то одну сторону личности. Этот недостаток частично преодолевается в сложных тестах, например, тесте Кеттела или тесте ММРІ. Однако применение этих методов не в условиях патологии, а в условиях нормы (с чем и имеет дело социальная психология) требует многих методологических корректив.

Самый главный вопрос, который встает здесь, - это вопрос о том, насколько значимы для личности предлагаемые ей задания и вопросы; в социально-психологическом исследовании - насколько можно соотнести с тестовыми измерениями различных характеристик личности ее деятельность в группе и т.д. Наиболее распространенной ошибкой является иллюзия о том, что стоит провести массовое тестирование личностей в какой-то группе, как все проблемы этой группы и личностей, ее составляющих, станут ясными. В социальной психологии тесты могут применяться как подсобное средство исследования. Данные их обязательно должны сопоставляться с данными, полученными при помощи других методов. К тому же применение тестов носит локальный характер еще и потому, что они преимущественно касаются лишь одного раздела социальной психологии - проблемы личности.

### **3. Проблема личности в социальной психологии**

Специфика социально-психологической проблематики личности. Три главные составляющие в структуре проявлений личности. 1) индивид 2) персона 3) индивидуальность.

Особенности социально-психологического подхода к пониманию личности:

1) рассматривает личность одновременно с двух точек зрения: психологической и социальной;

2) объясняет механизмы социализации личности;

3) раскрывает социально-психологическую структуру личности;

4) позволяет диагностировать и влиять на социально-психологическую структуру личности.

- По Фрейдю человек (личность) и общество обречены на конфронтацию и враждебность, вследствие плохо управляемых влечений «Оно», которые идут в разрез с принципами морали общества.

- К. Юнг придерживался мнения, что решающую роль асоциальной жизни личности играет коллективное бессознательное, которое существует в мыслях каждого отдельного индивида и одинаково для всех, чем обусловлено объединение людей в народы, нации, человечество.

- По мнению А. Адлера, стремление к превосходству и связанное с ним развитие общества, происходит в результате чувства той или иной органической неполноценности, присущей каждому человеку, которая направляет помыслы и

действия людей на достижение цели. Агрессию Адлер рассматривал как средство для преодоления препятствий.

- Бихевиористский подход к пониманию личности. Бихевиористы низвели человека до уровня животного, из которого можно сделать все что угодно. Для объяснения поведения используются понятия стимула (S) и реакции (R), сознание и другие субъективные понятия отрицаются. В регуляции и управлении поведением лежат позитивные и негативные подкрепляющие стимулы.

- Гуманистический подход А. Маслоу смысл развития человека видит в актуализации его врожденной «основной природой», в которой изначально включены не только биологические, но социальные свойства и потребности, например, система ценностей личности. Все потребности личности были выстроены Маслоу в иерархическую структуру. Самоактуализация, по Маслоу, обеспечивается в основном внутренним ростом личности, а не обществом, социальные условия играют в этом процессе весьма ограниченную роль.

- Психология отношений А. Ф. Лазурского и В. Н. Мясищева. Лазурский разделял психику личности на эндопсихику (совокупность психических элементов и функций, «внутренний механизм человеческой личности») и экзопсихику, которая определяется отношением личности к внешним объектам, к среде. Фундаментом личности, являются отношения между личностью и окружающей средой и отношения между эндо– и экзопсихическими ее проявлениями. В.Н. Мясищев рассматривал человека как ансамбль общественных отношений;

- Теория установки Д. Н. Узнадзе основывается на том, что поведение субъекта вытекает из наличия у него потребностей и соответствующей ситуации, которые вызывают развитие у него установки особого состояния склонности, направленности, готовности к совершению определенных действий.

Индивид - это единичный представитель вида "homo sapiens" . Как индивиды люди отличаются друг от друга не только морфологическими особенностями (такими, как рост, телесная конституция и цвет глаз), но и психологическими свойствами (способностями, темпераментом, эмоциональностью).

Индивидуальность - это единство неповторимых личностных свойств конкретного человека. Это своеобразие его психофизиологической структуры (тип темперамента, физические и психические особенности, интеллект, мировоззрение, жизненный опыт).

Личность (от лат. persona – особа) – это человеческий индивид, являющийся субъектом сознательной деятельности, обладающий совокупностью социально значимых черт, свойств и качеств, которые он реализует в общественной жизни (человек с социально значимыми качествами)

Понятие социализации, ее сущность, содержание, стадии, институты, соотношение с понятием воспитание

### ***Контрольные вопросы***

1. Охарактеризуйте отрасль социальной психологии как смежную дисциплину психологических наук.
2. Какие методы исследования используются в социальной психологии?

3. Охарактеризуйте достоинства и недостатки метода наблюдения в социальной психологии.

4. Какие виды опроса вы знаете?

5. В чем заключается специфичность метода контент-анализа?

6. Опишите особенности социально-психологического подхода к изучению личности.

#### ***Список использованной литературы:***

1. Андреева, Г.М. Социальная психология: Учебник / Г.М. Андреева. - М.: Аспект-Пресс, 2016. - 363 с.

2. Ефимова, Н.С. Социальная психология: Учебное пособие / Н.С. Ефимова. - М.: Форум, 2017. - 496 с.

3. Кричевский, Р.Л. Социальная психология малой группы. / Р.Л. Кричевский, Е.М Дубовская. - М.: Аспект-Пресс, 2009. - 318 с.

4. Крысько, В.Г. Социальная психология: Учебник для бакалавров / В.Г. Крысько. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 553 с.

5. Майерс, Д. Социальная психология / Д. Майерс. - СПб.: Питер, 2016. - 800 с.

## **Тема 2. Методологические проблемы социально-психологического исследования**

### **План**

1. Этика социально-психологического исследования

2. Этические принципы психолога и кодекс поведения

3. Специфика проведения социально-психологического исследования с испытуемыми

#### **1. Этика социально-психологического исследования**

На протяжении всей истории психологии вопрос исследовательской этики был предметом особого внимания и жарких дискуссий.

Цель экспериментального исследования в психологии — обогащение наших знаний о психологических характеристиках человека. Для достижения этой цели психологи в своих экспериментах часто используют в качестве испытуемых людей и животных. Возможно, некоторые считают, что выявление валидных законов психологии требует иногда обмана испытуемого или причинения ему какого-то физического ущерба. Эта точка зрения основана на том принципе, что поиск истины должен продолжаться, несмотря ни на какие преграды. Вполне возможно, что конечные истины, выявляемые в психологических исследованиях, могут быть исключительно полезны человечеству. Но при этом психолог обязан также придерживаться этического кодекса, твердо гарантирующего психологическую и физическую безопасность испытуемых.

Многочисленные психологические эксперименты могут обогатить наше понимание психологических характеристик, надежно защищая при этом психологическое и физическое благополучие испытуемого. Экспериментатор должен всегда помнить об этических проблемах, которые могут возникать в ходе исследований, и, следуя

правилам, которые необходимо строго выполнять, принимать во внимание, как возможность нанесения вреда, так и потенциальный успех эксперимента.

Иногда экспериментаторы используют сомнительные средства. Для достижения своих результатов. Подобное насилие над испытуемыми людьми и подопытными животными вызывает большую тревогу среди психологов и представителей общественности.

Это беспокойство заставило Американскую психологическую ассоциацию (АПА) сформировать Комитет по научной и профессиональной этике. В результате многолетних трудов эта организация разработала ряд этических принципов.

## **2. Этические принципы психолога и кодекс поведения.**

### **o** Преамбула.

Деятельность психологов направлена на развитие надежного и валидного содержания научных знаний, основанных на результатах исследований. Психологи могут использовать эти знания при изучении поведения человека в самых разнообразных условиях. Основная задача психологов—расширять знания о поведении и, когда это целесообразно, применять их на практике с целью совершенствования как отдельного человека, так и общества. Психологи придают важнейшее значение свободе поиска и изложения взглядов в исследованиях, преподавательской деятельности и публикациях. Они также стремятся принести пользу людям, помогая им принимать основанные на информации суждения и решения в отношении человеческого поведения.

*Данная версия Этических принципов психолога и кодекса поведения (прежнее название — Этические стандарты психолога) была принята АПА в августе 1992 года. Пересмотренная версия отличается от Этических стандартов психолога, принятых в 1981 году, как в содержательном, так и в грамматическом отношении. Желающим подробнее ознакомиться с Этическими принципами психолога следует обращаться в Комиссию по этике при АПА (Office of Ethics, American Psychological Association, 750, First Street, NE, Washington, DC 20002). Этими пересмотренными Этическими принципами должны руководствоваться психологи, студенты, изучающие психологию, и другие лица, работающие в области психологии под руководством психолога. Им также должны следовать те, кто не является членом Ассоциации, но занимается психологическими исследованиями или практикой в этой области. Кодекс приведен здесь не целиком; его полный вариант, опубликованный в декабре 1992 г. в журнале «Американский психолог»\* (American Psychologist), можно получить в АПА.*

### Основные принципы

1) Компетентность. Психологи стремятся придерживаться в своей работе высоких стандартов компетентности. Они осознают границы своих практических возможностей и пределы своей эрудиции. Они используют только те приемы, в которых компетентны благодаря своему образованию, подготовке или опыту. Психологи выносят взвешенные суждения и принимают соответствующие меры для защиты благополучия тех, с кем они работают. Они владеют релевантной научной и профессиональной информацией,

относящейся к оказываемым ими услугам, и признают необходимость непрерывного образования.

2) Честность. Психологи соблюдают честность в науке, обучении и психологической практике. В этих видах деятельности психологов отличают порядочность, беспристрастность и уважение к людям. Забота о благополучии окружающих. Психологи способствуют благополучию тех, с кем они взаимодействуют в своей работе. В своей профессиональной деятельности психологи принимают во внимание благополучие и права пациентов или клиентов, студентов, подопечных, участников исследований и других заинтересованных лиц, а также благополучие подопытных животных.

3) Социальная ответственность. Психологи сознают свою профессиональную и научную ответственность перед обществом, в котором они работают и живут. Они применяют и обнародуют свои знания в области психологии, с тем чтобы способствовать благополучию людей. Предпринимая исследование, они добиваются повышения человеческого благоденствия и развития психологической науки. Психологи стараются не допускать злоупотреблений своей деятельностью.

#### Планирование исследования.

А. Психологи планируют исследования, проводят их и публикуют о них сообщения в соответствии с официальными стандартами научной компетенции и исследовательской этики.

В. Психологи планируют свои исследования таким образом, чтобы свести к минимуму возможность неправильного толкования результатов.

С. При планировании исследования психологи учитывают его этическую приемлемость в соответствии с Этическим кодексом. Если какой-либо этический вопрос является неясным, психологи добиваются его разрешения посредством консультаций с вышестоящими контролирующими органами, комитетами по защите и использованию животных, коллегами или с помощью других надлежащих действий.

Д. Психологи предпринимают целесообразные шаги по обеспечению надлежащей защиты прав и благополучия участников экспериментов, других лиц, затрагиваемых исследованием, а также подопытных животных.

#### Ответственность.

А. Психологи проводят исследования с должной компетентностью и вниманием к чувству собственного достоинства участников и их благополучию.

В. Психологи несут ответственность за этическое проведение исследований, осуществляемых ими или другими людьми под их надзором и контролем.

С. Исследователям и их помощникам разрешается выполнять только те задачи, для осуществления которых они соответствующим образом обучены и подготовлены.

Д. В процессе разработки и реализации исследовательских проектов психологи консультируются с лицами, владеющими знаниями о конкретных группах людей, которые являются объектом исследования или чьи интересы скорее всего будут затронуты.



□ Соответствие закону и юридическим нормам. Психологи планируют и проводят исследование таким образом, чтобы оно находилось в согласии с федеральными законами и законами, а также с профессиональными стандартами, регламентирующими проведение исследований, в особенности с теми стандартами, которые регламентируют исследования с участием людей и подопытных животных.

▫ Одобрение со стороны вышестоящих организаций. Перед тем как провести исследование, психологи получают соответствующее одобрение от вышестоящих институтов или организаций и предоставляют точную информацию о своих исследовательских планах. Психологи проводят исследование в согласии с утвержденным протоколом исследования.

▫ Исследовательская ответственность. Перед проведением исследований (исключая анонимные опросы, естественные наблюдения или аналогичные исследования) психологи получают согласие участников, которым ясно описывают характер исследования и ответственность каждой из сторон.

□ Согласие на участие в исследовании на основе полной информации.

А. Психологи используют язык, вполне понятный участникам исследования, при получении от последних необходимого согласия на основе полной информации (за исключением случаев, указанных в разделе «Необязательность получения согласия на основе полной информации » ). Это согласие соответствующим образом документируется.

В. Используя язык, вполне понятный участникам, психологи информируют их о характере исследования; они также сообщают участникам, что те вольны принять участие в исследовании, отказаться от участия или выйти из исследования в любой момент; они объясняют возможные последствия отказа или выхода из исследования; они информируют участников о значимых факторах, которые могут повлиять на готовность последних участвовать в эксперименте (таких, как различного рода опасности, дискомфорт, неблагоприятные воздействия или ограничения в отношении конфиденциальности, за исключением случаев, указанных в разделе «Необязательность получения согласия на основе полной информации » ); они также проясняют другие вопросы, интересующие будущих участников.

С. Проводя исследование с участием студентов или подчиненных, психологи предпринимают специальные меры безопасности по защите будущих участников от неблагоприятных последствий отказа от исследования или выхода из него.

Д. Когда участие в исследовании является обязательной частью учебного курса или связано с получением дополнительного зачета, будущему участнику дают возможность выбрать один из равноценных видов альтернативной деятельности.

Е. Если какие-то лица по закону неспособны дать согласие на основе полной информации, психологи все равно 1) дают необходимые объяснения, 2) получают согласие участника и 3) получают необходимое разрешение от лица, несущего ответственность за участника, если возможность такого согласия предусмотрена законом.

▫ Необязательность получения согласия на основе полной информации. Перед тем как определить, что планируемое исследование (например, исследование, включающее в себя только анонимные опросы, естественные наблюдения или определенные виды архивного поиска) не требует от его участников согласия на основе полной информации, психологи учитывают соответствующие нормативы и требования вышестоящих контролирующих органов, а также проводят необходимые консультации с коллегами.

▫ Согласие на основе полной информации при видео- или аудиозаписи исследования. Психологи получают от участников исследований согласие на основе полной информации перед применением видео- или аудиозаписи в какой бы то ни было форме. Исключение составляют простые естественные наблюдения в общественных местах, если не ожидается, что запись будет использована таким образом, который способен привести к идентификации человека или нанести ему ущерб.

#### Вознаграждения участникам исследования.

А. Предлагая в качестве вознаграждения за участие в исследовании оказание профессиональных услуг, психологи разъясняют как характер этих услуг, так и связанные с ними опасности, обязательства и ограничения.

В. Психологи не предлагают чрезмерных или неприемлемых денежных и иных вознаграждений, чтобы заручиться согласием людей на участие в исследовании, особенно в тех случаях, когда это может быть расценено как принуждение к участию.

#### Обман в исследовании.

А. Психологи проводят исследования, предполагающие обман, только в том случае, если они убеждены, что использование обманных приемов оправдано ожидаемой научной, образовательной или прикладной ценностью исследования и что невозможны столь же эффективные альтернативные процедуры, не использующие обман.

В. Психологи никогда не вводят участников исследования в заблуждение относительно значимых вопросов, способных повлиять на готовность последних участвовать в исследовании, таких, как физические опасности, дискомфорт или неприятный эмоциональный опыт.

С. Любой другой вид обмана, являющийся составной частью плана и проведения эксперимента, должен быть объяснен участникам на возможно более раннем этапе эксперимента, желательно по завершении их участия, но не позже окончания исследования. (См. также Стандарт 6.18. Предоставление участникам информации об исследовании.)

▫ Распространение и использование данных. Психологи информируют участников исследования о предполагаемом распространении или дальнейшем использовании исследовательских данных, позволяющих идентифицировать участника, и о возможности непредвиденного использования этих данных в будущем.

▫ Сведение к минимуму вмешательства. При проведении исследования психологи вмешиваются в личную жизнь участников или вступают в контакт с их окружением, служащим источником собираемых данных, только в такой степени, которая оправдана

соответствующим планом исследования и согласуется с ролью психологов как научных исследователей.

Предоставление участникам информации об исследовании.

А. Психологи предоставляют участникам исследования возможность незамедлительно получить надлежащую информацию о характере, результатах исследования и сделанных из него выводах, а также стараются устранить любые недоразумения, которые могут возникнуть у участников.

В. Если научные или человеческие ценности оправдывают задержку или не предоставление этой информации, психологи принимают надлежащие меры по уменьшению возможного ущерба.

▫ Выполнение обязательств. Психологи принимают надлежащие меры по выполнению всех обязательств, взятых ими на себя перед участниками исследования.

▫ Использование в исследовании животных и уход за ними.

А. Психологи, проводящие исследования с использованием животных, обращаются с ними гуманным образом.

В. Психологи приобретают животных, ухаживают за ними, используют и содержат их в соответствии с действующими законами и положениями государства, штата и местных органов власти, а также в соответствии с профессиональными стандартами.

С. Психологи, обученные исследовательским методам и имеющие опыт ухода за лабораторными животными, наблюдают за всеми процедурами, связанными с использованием животных, и несут ответственность за обеспечение надлежащего комфорта животных, их здоровье и гуманное обращение с ними.

Д. Психологи следят за тем, чтобы все лица, использующие животных под их наблюдением, получили необходимые инструкции относительно исследовательских методов, а также относительно ухода, содержания используемых видов животных и работы с ними в такой степени, которая соответствует выполняемой ими роли.

Е. Обязанности и действия лиц, помогающих в осуществлении исследовательского проекта, согласуются с компетенцией каждого из них.

Ф. Психологи предпринимают необходимые усилия с целью сведения к минимуму дискомфорта, инфицирования, заболеваемости и болезненных ощущений у подопытных животных.

Q. Процедуры, в ходе которых животные испытывают боль, стресс или недостаток чего-либо, используются только тогда, когда отсутствуют альтернативные процедуры и исследовательская цель оправдана ее предполагаемой научной, образовательной или прикладной ценностью. Н. Хирургические операции выполняются с использованием соответствующей анестезии; приемы по недопущению инфекции и уменьшению боли используются как во время операции, так и после нее. /. Если необходимо прервать жизнь животного, эта операция производится быстро, с приложением необходимых усилий по уменьшению боли и в соответствии с принятыми методиками.

Опубликование результатов.

А. Психологи не занимаются подтасовкой данных и не публикуют сфальсифицированные результаты исследований.

В. Если психологи обнаруживают серьезные ошибки в опубликованных ими данных, они предпринимают необходимые шаги по устранению подобных ошибок с помощью внесения поправок, уведомления о допущенных ошибках и опечатках или другими принятыми в печати средствами.

▫ Плагат. Психологи не выдают части или отдельные элементы чьих-то работ или данных за свои, даже если чужая работа или источник данных цитируются эпизодически.

□ Авторство публикаций.

А. Психологи несут ответственность и принимают на себя заслуги, в том числе авторские, только за те работы, которые они действительно выполнили или в которые внесли вклад.

В. Основное авторство и другие заслуги, связанные с публикациями, точно отражают относительный научный или профессиональный вклад каждого человека, независимо от его относительного статуса. Занимаемая должность, например декана факультета, не является основанием для авторских заслуг. Даже незначительный вклад в исследование или в подготовку публикации должен быть признан, например, указанием в сноске или во вступительной части.

С. Студент или аспирант обычно указывается в качестве основного автора любой написанной несколькими авторами статьи, которая опирается главным образом на его курсовую или дипломную работу или диссертацию.

□ Повторные публикации данных. Психологи не публикуют в качестве оригинальных данных ранее опубликованные сведения. Это не относится к повторной публикации данных, сопровождаемой необходимым комментарием.

П Распространение данных. После того как данные исследования опубликованы, психологи не утаивают сведений, на которых базируются их выводы, от других компетентных специалистов, стремящихся получить подтверждение высказанным утверждениям путем повторного анализа и намеревающихся использовать эти данные только для этой цели, при условии, что будет защищена конфиденциальность участников исследования и если юридические права, связанные с обладанием данными, не препятствуют их обнародованию.

□ Рецензирование. Психологи, рецензирующие материал, представленный для публикации, получения гранта или других исследовательских целей, соблюдают конфиденциальность такой информации и связанные с ней права собственности тех, кто ее предоставляет.

### **3. Специфика проведения социально-психологического исследования с испытуемыми**

Использование в психологическом эксперименте в качестве испытуемых людей представляет собой особую проблему. Психолог является одновременно и ученым, и членом общества. Иногда, стараясь во чтобы то ни стало установить научную истину, экспериментаторы настолько увлекаются своими изысканиями, что забывают о некоторых этических вопросах, касающихся участников исследования. Это серьезная

ошибка, и в итоге она приведет к печальным последствиям как для экспериментаторов, так и для психологического исследования в целом.

На заре психологических исследований немногочисленные этические правила ограничивались личным этическим кодексом исследователя и законами общества. Фактически некоторые исследования, проводившиеся в тот период, были бы недопустимы с точки зрения ныне действующих стандартов, и как следствие сегодня некоторые потенциальные испытуемые настороженно относятся к участию в психологических экспериментах. Однако некоторые исследователи утверждают, что стандарты, принятые за прошедшее время, слишком суровы и препятствуют сбору важной информации. По всей видимости, следует ожидать появления новых этических стандартов.

В данном разделе представлены принципы, регламентирующие исследования с участием людей. Мы также включили в него пример формы, подтверждающей согласие человека на участие в эксперименте, и описание одного конкретного исследования. Мы полагаем, что каждый пункт будет обсужден в учебной аудитории и студенты захотят описать известные им примеры исследований, проведенных как с соблюдением, так и без соблюдения каждого из принципов. Кроме того, если вы планируете проведение исследования с участием людей, вам следует внимательно прочитать полный вариант *Этических принципов психолога*.

Из Этических принципов проведения исследования с участием людей (Ethical Principals in the Conduct of Research with Human Participants, 1990. Washington, DC: American Psychological Association).

В. Планируя исследование, ученый несет ответственность за тщательную оценку его этической приемлемости. Учитывая возможность компромисса между научными и человеческими ценностями при соблюдении каждого принципа, исследователь одновременно берет на себя твердое обязательство советоваться по этическим вопросам и строго соблюдать меры предосторожности по защите прав участников исследования.

С. Этическим вопросом, которому исследователь уделяет первостепенное внимание, является определение того, будет ли участник планируемого исследования «подвергаться опасности» или «подвергаться минимальной опасности» в соответствии с принятыми стандартами.

Д. Исследователь несет постоянную ответственность за соблюдение этических норм в исследовании. Исследователь также отвечает за то, чтобы с участниками исследования этично обращались его коллеги, ассистенты; студенты и наемные работники, каждый из которых при этом принимает на себя аналогичные обязательства. Исключая исследование с минимальной опасностью, исследователь до начала эксперимента устанавливает с участниками исследования недвусмысленное и прямое соглашение, проясняющее обязательства и меру ответственности каждой из сторон. Исследователь берет на себя обязательство выполнять

все обещания и договоренности, включенные в это соглашение. Исследователь информирует участников обо всех аспектах исследования, которые могут повлиять на

их готовность участвовать в исследовании, и объясняет все иные аспекты исследования, в отношении которых у участников возникают вопросы. Неспособность полностью раскрыть содержание исследования до получения согласия на основе полной информации требует принятия дополнительных мер безопасности по защите благополучия и чувства собственного достоинства участников исследования. Исследования с участием детей или испытуемых с нарушениями, затрудняющими понимание ими происходящего и/или общение с ними, требуют соблюдения особых мер предосторожности.

Е. Методологические требования исследования могут сделать необходимым использование умолчания или обмана. Перед началом подобного эксперимента исследователь принимает на себя особые обязательства: 1) определить, оправдано ли применение таких методов предполагаемой научной, образовательной или прикладной ценностью исследования; 2) определить, имеются ли в наличии альтернативные процедуры, не требующие использования умолчания или обмана; 3) убедиться, что участникам даются необходимые объяснения, как только появляется такая возможность.

Ф. Исследователь уважает право каждого человека отказаться от участия в исследовании или выйти из исследования в любое время. Обязательство по защите этого права предполагает особенно внимательное осмысление и изучение вопроса, когда исследователь занимает властную должность или может оказать влияние на участника. Такие властные должности связаны с ситуациями (но не ограничиваются ими), когда участие в исследовании является составной частью рабочих обязанностей или когда участник является студентом, клиентом или работником, нанятым исследователем.

Г. Исследователь принимает меры по предохранению участника от какого бы то ни было физического и психического дискомфорта, ущерба и опасности, которые могут повлечь за собой исследовательские процедуры. Если опасность таких последствий существует, исследователь информирует участника об этом. Недопустимо использовать исследовательские процедуры, способные причинить участнику серьезный или долговременный ущерб, если только исключение этих процедур не нанесет участнику еще больший ущерб или если не предполагается, что исследование принесет значительную общественную пользу и от каждого участника при этом получено добровольное согласие на основе полной информации. Участник исследования должен быть информирован о порядке его обращения к исследователю в течение допустимого периода времени после появления стресса, вызванного участием в исследовании, угрозы получения ущерба или в случае возникновения родственных проблем.

Н. После того как данные собраны, исследователь предоставляет участнику информацию о характере исследования и старается устранить все возникающие недоразумения. Если научная или человеческая ценность исследования оправдывает задержку или сокрытие этой информации, исследователь принимает на себя особую обязанность следить за ходом исследования и удостовериться в том, что участнику не грозят никакие опасные последствия.

И. Когда исследовательские процедуры приводят к нежелательным последствиям для конкретного испытуемого, исследователь берет на себя обязанность выявить и

устранить или исправить эти последствия, в том числе те, которые носят долговременный характер.

Ж. Информация об участниках исследования, полученная во время его проведения, является конфиденциальной, если заранее не оговорены иные условия. Когда существует возможность, что к такой информации могут получить доступ другие лица, эта возможность вместе с планируемыми мерами по сохранению конфиденциальности доводится до сведения участника в качестве части процедуры получения согласия на основе полной информации.

***Контрольные вопросы:***

1. Каковы цели экспериментального исследования в социальной психологии?
2. Перечислите основные этические принципы, которыми должен руководствоваться психолог в профессиональной деятельности.
3. Опишите меру ответственности специалиста при проведении социально-психологического исследования.
4. Охарактеризуйте алгоритм планирования социально-психологического исследования.
5. Должны ли психологи предоставлять результаты исследования участникам? Может ли исследователь предоставлять некорректные результаты?

***Список использованной литературы:***

1. Андреева, Г.М. Социальная психология: Учебник / Г.М. Андреева. - М.: Аспект-Пресс, 2016. - 363 с.
2. Ефимова, Н.С. Социальная психология: Учебное пособие / Н.С. Ефимова. - М.: Форум, 2017. - 496 с.
3. Кричевский, Р.Л. Социальная психология малой группы. / Р.Л. Кричевский, Е.М. Дубовская. - М.: Аспект-Пресс, 2009. - 318 с.
4. Крысько, В.Г. Социальная психология: Учебник для бакалавров / В.Г. Крысько. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 553 с.
5. Майерс, Д. Социальная психология / Д. Майерс. - СПб.: Питер, 2016. - 800 с.

**Тема 3. «Общественные и межличностные отношения. Место общения в системе отношений человека»**

**План**

1. Определение общения и его виды.
2. Стороны общения.
3. Структура общения.
4. Виды и формы общения.

**1. Определение общения и его виды.**

Категория «общение» является одной из центральных в психологической науке наряду с категориями «мышление», «деятельность», «личность», «отношения».

**Общение** — сложный многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание другого человека.

В отечественной психологии признано единство общения и деятельности. Люди не просто общаются, но они всегда общаются «по поводу» некоторой деятельности.

Общение сопряжено с общественными отношениями. Выделяют следующие виды общения:

- межличностное, групповое и межгрупповое;
- доверительное и конфликтное;
- интимное и криминогенное;
- деловое и личное;
- прямое и опосредованное;
- терапевтическое и ненасильственное.

В общении выделяют *содержание*, определяемое передаваемой информацией, *цель*, ради которой происходит общение, и *средства*, с помощью которых передается информация.

Под общением понимают прежде всего общение с самим собой, так как от его развития, содержания и форм зависит и общение с другими людьми. Общение присуще всем людям независимо от специализации и профессии, но в нашем обществе оно еще недостаточно развито и, следовательно, недостаточно понимается и ценится.

Внутривидовое общение — решающее условие выживания любого вида, в том числе человека. Первейшей функцией общения считают регуляцию совместной деятельности, без которой люди не стали бы людьми несколько миллионов лет назад. Другой не менее грандиозной по значимости, считают функцию формирования сознания любого человека, к третьей относят самоопределение личности.

Процесс общения можно оценить с помощью двух критериев: эффективности общения, т.е. совпадения того, что один из партнеров хотел передать другому, с тем, что понял этот другой, и *степени удовлетворения потребности в выражении своих чувств*.

Мы понимаем под общением процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями в совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, восприятие и понимание другого человека, выработку единой стратегии взаимодействия.

## **2. Стороны общения.**

Исходя из определения, Г.М. Андреева выделяет три взаимосвязанных стороны общения:

- коммуникативную сторону общения - состоит в обмене информацией между людьми, передаче и приеме знаний, мнений, чувств;
- интерактивную сторону общения - заключается в организации взаимодействия между людьми, т. е. когда участники общения обмениваются не только знаниями, идеями, но и действиями. Например, нужно согласовать действия, распределить функции или повлиять на настроение, поведение, убеждения собеседника;
- перцептивную сторону общения - которая проявляется через восприятие, понимание и оценку людьми друг друга.





Рис.3. Стороны общения

Коммуникативная сторона общения (или коммуникация в узком смысле слова) состоит в обмене информацией между общающимися индивидами. Интерактивная сторона заключается в организации взаимодействия между общающимися индивидами (обмен действиями). Перцептивная сторона общения означает процесс восприятия и познания друг друга партнерами по общению и установления на этой основе взаимопонимания.

*Коммуникативная* сторона общения, или коммуникация в узком смысле слова, состоит в обмене информацией между общающимися индивидами.

*Интерактивная* сторона (интеракция) заключается в организации взаимодействия между общающимися индивидами, т.е. в обмене не только знаниями, но и действиями.

*Перцептивная* сторона (перцепция) общения означает процесс восприятия и познания друг друга партнерами по общению и установления на этой основе взаимопонимания.

В самом общем виде общение выступает как форма и способ существования социума. Социальный смысл общения — передача форм культуры и социального опыта. Специфика общения состоит в том, что в его процессе субъективный мир одного человека раскрывается для другого. В общении человек самоопределяется и самопредъявляется в многообразии своих индивидуальных психологических особенностей.

### 3. Структура общения.

Общение характеризуется: содержанием, функциями и средствами.

Специфика межличностной коммуникации раскрывается в ряде процессов и феноменов: психологической обратной связи, наличии коммуникативных барьеров, коммуникативном влиянии и существовании различных уровней передачи информации.

Целью информационного обмена в общении является выработка общего смысла и приход к согласию. Выделяют два типа коммуникативного воздействия: авторитарную и диалогическую коммуникацию. В случае авторитарного воздействия реализуется установка «сверху - вниз», в случае диалогического - установка на равноправие.

Распространение информации проходит через своеобразный фильтр доверия-недоверия. Подобный фильтр действует так, что истинная информация может оказаться непринятой, а ложная - принятой. Кроме того, существуют средства, способствующие принятию информации и ослабляющие действие фильтров. Совокупность этих средств называют фасцинацией. Примером фасцинации может быть музыкальное, пространственное или цветное сопровождение речи.

Феномен общения монолитен и все, что его определяет, существует в неразрывном единстве, однако исследователи пытаются все-таки вычленить отдельные составляющие

его элементы. Изучение процесса общения показало, насколько это сложное, многообразное явление. Так, например психологи выделяют познавательный, эмоциональный и поведенческий компоненты в структуре общения.

Б.Д. Парыгин выделяет 3 параметра общения: К

1) содержание и направленность: общение может быть идентифицирующим и обособляющим, содействующим и противодействующим;

2) форма: вербальное и невербальное общение, непосредственное, межличностное и опосредованное;

3) способы связи содержания и формы в процессе общения: подражание, заражение, убеждение.

Б.Ф.Ломов определяет структуру общения через функции: информационно-коммуникативная; регулятивно-коммуникативная, аффективно-коммуникативная. Там же.

По своему назначению общение многофункционально. Выделяют шесть функций общения:

1) прагматическая функция общения отражает его потребностно-мотивационные причины и реализуется при взаимодействии людей в процессе совместной деятельности. При этом само общение очень часто выступает самой важной потребностью;

2) функция формирования и развития отражает способность общения оказывать воздействие на партнеров, развивая и совершенствуя их во всех отношениях. Общаясь с другими людьми, человек усваивает общечеловеческий опыт, исторически сложившиеся социальные нормы, ценности, знания и способы деятельности, а также формируется как личность. В общем виде общение можно определить как универсальную реальность, в которой зарождаются, существуют и проявляются в течение всей жизни психические процессы, состояние и поведение человека;

3) функция подтверждения дает людям возможность познать, утвердить и подтвердить себя;

4) функция объединения-разъединения людей, с одной стороны, посредством установления между ними контактов способствует передаче друг другу необходимых сведений и настраивает их на реализацию общих целей, намерений, задач, соединяя их тем самым в единое целое, а с другой стороны, она может способствовать дифференциации и изоляции личностей в результате общения;

5) функция организации и поддержания межличностных отношений служит интересам налаживания и сохранения достаточно устойчивых и продуктивных связей, контактов и взаимоотношений людей в интересах их совместной деятельности;

6) внутриличностная функция общения реализуется в общении человека с самим собой (через внутреннюю или внешнюю речь, достроенную по типу диалога). Такое общение может рассматриваться как универсальная форма мышления человека.

Понятия структуры и функций общения самым непосредственным образом связаны с различными классификациями видов и типов общения.

#### **4. Виды и формы общения**

Общение чрезвычайно многогранно и классифицирует по самым разным основаниям: по характеру, по содержанию, целям, средствам, функциям, видам и формам, по месту, по времени, по сферам деятельности, по степени опосредованности, по направленности, по глубине проникновения, по типам субъектов, по профессиональным характеристикам и т.д. и т.п.

Так, *по характеру* общение разделяют на *продуктивное* (творческое)

*непродуктивное* (формальное),

**по целям** - на утилитарное и неутилитарное,

**по направленности** - на гуманистическое и манипулятивное,

**по формам проявления** - на непосредственное и опосредованное, формальное и неформальное,

**по степени искренности** - на открытое и закрытое, по сферам деятельности - деловое, семейное, спортивное.

Общаясь друг с другом, мы слушаем не только словесную информацию, но и смотрим в глаза друг друга, слышим тембр голоса, интонацию, видим мимику и жесты. При этом слова передают нам логическую информацию, а жесты, мимика, голос информацию дополняют.

Получая письменное сообщение, мы видим не только слова, но и конверт, марку, бумагу, расположение и выделения текста, шрифт. Все это создает впечатление от письма, либо усиливая словесное содержание, либо ослабляя его.

При характеристике психологических целей и свойств общения выделяют следующие виды общения.

**«Контакт масок».** В процессе общения нет стремления понять человека, не учитываются его индивидуальные особенности, поэтому данный вид общения принято называть формальным. В ходе общения используется стандартный набор масок, которые стали уже привычными (строгость, вежливость, безразличие и т. п.), а также соответствующий им набор выражений лица и жестов. В ходе беседы часто применяются «расхожие» фразы, позволяющие скрыть эмоции и отношение к собеседнику.

**Примитивное общение.** Данный вид общения характеризуется «нужностью», т. е. человек оценивает другого как нужный или ненужный (мешающий) объект. Если человек нужен, с ним активно вступают в контакт, мешает - «отталкивают» резкими репликами. После получения от партнера по общению желаемого теряют дальнейший интерес к нему и, более того, не скрывают этого.

**Формально-ролевое общение.** При таком общении вместо понимания личности собеседника обходятся знанием его социальной роли. В жизни каждый из нас играет множество ролей. Роль - это способ поведения, который задается обществом, поэтому продавцу, кассиру сберегательного банка не свойственно вести себя как военачальнику. Бывает, что в течение одного дня человеку приходится «играть» несколько ролей: компетентный специалист, коллега, руководитель, подчиненный, пассажир, любящая дочь, внучка, мать, жена и т. д.

**Деловое общение.** В этом виде общения учитываются особенности личности, возраст, настроения собеседника, но интересы дела являются более важными.

**Светское общение.** Общение беспредметное, люди говорят не то, что думают, а то, что положено говорить в подобных случаях. Вежливость, такт, одобрение, выражение симпатий - основа данного вида общения.

Специалисты выделяют следующие формы общения.

**Непосредственное общение** - исторически первая форма общения людей друг с другом. Оно осуществляется с помощью органов, данных человеку природой (голова, руки, голосовые связки и т. д.). На его основе в более поздние периоды развития цивилизации возникли различные виды опосредованного общения. Непосредственное общение является наиболее полноценным видом взаимодействия, потому что индивиды получают максимальную информацию.

**Опосредованное общение** - это взаимодействие при помощи дополнительных

специальных средств и орудий (палка, след на земле и т.п.), письменности, телевидения, радио, телефона и более современных средств для организации общения и обмена информацией.

**Прямое общение** - это естественный контакт «лицом к лицу», при котором информация передается лично одним собеседником другому по принципу: «ты - мне, я - тебе».

**Косвенное общение** предполагает участие в процессе общения «посредника», через которого передается информация.

Межличностное общение связано с непосредственными контактами людей в группах или парах, постоянных по составу участников. Оно подразумевает знание индивидуальных особенностей партнера и наличие совместного опыта деятельности, сопереживания и понимания.

К особому виду общения относится массовое общение, определяющее социальные коммуникативные процессы.

**Массовое общение** - это множество непосредственных контактов незнакомых людей, а также коммуникация, опосредованная различными видами средств массовой информации (телевидение, радио, журналы, газеты и т. д.). Массовое общение может быть прямым и опосредованным.

Прямое массовое общение происходит на различных митингах, во всех больших социальных группах: толпе, публике, аудитории. Опосредованное массовое общение чаще всего носит односторонний характер и связано с массовой культурой и средствами массовой коммуникации.

Выделяют также **межперсональное и ролевое общение**. В первом случае участниками общения являются конкретные личности, обладающие специфическими индивидуальными качествами, которые раскрываются по ходу общения и организации совместных действий. В случае ролевой коммуникации ее участники выступают как носители определенных ролей (покупатель--продавец, учитель--ученик, начальник--подчиненный). В ролевом общении человек лишается определенной спонтанности своего поведения, так как те или иные его шаги, действия диктуются исполняемой ролью. В процессе такого общения человек проявляет себя уже не как индивидуальность, а как некоторая социальная единица, выполняющая определенные функции.

Общение может быть **доверительным и конфликтным**. Первое отличается тем, что в его ходе передается особо значимая информация. Доверительность - существенный признак всех видов общения, без чего нельзя осуществлять переговоры, решать интимные вопросы. Конфликтное общение характеризуется взаимным противостоянием людей, выражениями неудовольствия и недоверия.

Общение может быть личным и деловым. Личное общение - это обмен неофициальной информацией, а деловое - процесс взаимодействия людей, выполняющих совместные обязанности или включенных в одну и ту же деятельность.

В соответствии с установившейся традицией, в отечественной социальной психологии выделяют три различных по своей ориентации типа межличностного общения: императив, манипуляцию и диалог.

Императивное общение - это авторитарная, директивная форма взаимодействия с партнером по общению с целью достижения контроля над его поведением, установками и мыслями, принуждения его к определенным действиям или решениям. Партнер по общению в этом случае выступает пассивной стороной. Конечная незаулалированная цель императивного общения - принуждение партнера. В качестве средств оказания

влияния используются приказы, предписания и требования. Выделяют следующие сферы деятельности, где достаточно эффективно используется императивное общение: отношения «начальник-подчиненный», воинские уставные отношения, работа в экстремальных условиях, в чрезвычайных обстоятельствах. Можно выделить и те межличностные отношения, где применение императива неуместно. Это интимно-личностные и супружеские отношения, детско-родительские контакты, а также вся система педагогических отношений.

Манипулятивное общение -- это форма межличностного взаимодействия, при которой влияние на партнера по общению с целью достижения своих намерений осуществляется скрытно. Вместе с тем манипуляция предполагает объективное восприятие партнера по общению, скрытым же выступает стремление добиться контроля над поведением и мыслями другого человека. При манипулятивном общении партнер воспринимается не как целостная уникальная личность, а как носитель определенных, «нужных» манипулятору свойств и качеств. Однако человек, выбравший в качестве основного именно этот тип общения с другими, в итоге часто сам становится жертвой собственных манипуляций. Самого себя он также начинает воспринимать фрагментарно, переходя на стереотипные формы поведения, руководствуется ложными мойвами и целями, теряя стержень собственной жизни.

Манипуляция используется непорядочными людьми в бизнесе и других деловых отношениях, а также в средствах массовой информации, когда реализуется концепция «черной» и «герой» пропаганды. При этом владение и использование средств манипулятивного воздействия на других людей в деловой сфере, как правило, заканчивается для человека переносом таких навыков и в остальные сферы взаимоотношений. Сильнее всего разрушаются от манипуляции отношения, построенные на принципах порядочности, любви, дружбы и взаимной привязанности.

Объединенные вместе на основе общих признаков, императивная и манипулятивная формы общения составляют различные виды монологического общения, поскольку человек, рассматривающий другого как объект своего воздействия, по сути ела общается сам с собой, не видя истинного собеседника, игнорируя его как личность. В свою очередь, диалогическое общение - это равноправное субъект-субъектное взаимодействие, имеющее целью взаимное познание, самопознание партнеров по общению. Оно позволяет достичь глубокого взаимопонимания, самораскрытия партнеров, создает условия для взаимного развития.

Остановимся кратко на следующих видах общения, представленные на рис. 4. В процессе общения обмен информацией между его участниками осуществляется как на вербальном, так и невербальном (неречевом) уровне.



#### Рис. 4 - Виды общения

Невербальное общение - это общение без помощи слов, которое часто возникает бессознательно. Оно может дополнять и усиливать словесное общение или ему противоречить, ослабляя его. Хотя невербальное общение и является часто бессознательным процессом, но для достижения нужного эффекта его можно контролировать.

Невербальное общение - наиболее древняя и базисная форма коммуникации. Наши предки общались между собой при помощи наклона тела, мимики, тембра и интонации голоса, частоты дыхания, взгляда. Мы и сейчас часто понимаем друг друга без слов.

**Вербальное (словесное)** общение возникло вместе с абстрактным (логическим) мышлением. В этом аспекте два этих вида мышления обладают фундаментальными различиями.

Эмоции и чувства мы легко передаем без слов. Без слов мы можем попросить исполнить несложные действия, например, позвать кого-нибудь. Передача же сложной информации, равно как и выполнение совместной непростой работы, требует общения при помощи слов. Словесное общение опирается на язык и грамматику и может заключаться как в устной, так и письменной речи. Эмоции и чувства мы легко передаем без слов, например, без слов мы можем попросить исполнить несложные действия, то есть позвать кого-нибудь. Передача же сложной информации, равно как и выполнение совместной непростой работы, требует общения при помощи слов.

**Невербальное общение** не так сильно структурировано, как вербальное. Не существуют общепринятые словари и правила компоновки (грамматика) жестов, мимики, интонации, при помощи которых мы в состоянии однозначно передать свои чувства. Невербальное общение, как правило, спонтанно и непреднамеренно. Его нам подарила природа как продукт многих тысячелетий естественного отбора. Поэтому невербальное общение очень емко и компактно. Овладевая языком невербального общения, мы приобретаем эффективный и экономичный язык, например, моргнув глазом, кивнув головой, помахав рукой, мы передаем свои чувства быстрее и лучше, чем сделали бы это при помощи слов.

Свои чувства и эмоции мы можем передавать без слов. Невербальный язык используется и при словесном общении, и с его помощью мы:

- подтверждаем, поясняем или опровергаем передаваемую словесным путем информацию;
- передаем информацию сознательно или бессознательно;
- выражаем свои эмоции и чувства;
- регулируем ход разговора;
- контролируем и воздействуем на других лиц;
- восполняем недостаток слов.

Разговаривая с партнером, мы видим его мимику, жесты, которые нам говорят, что действительно думает и чувствует наш собеседник. Невербальный язык помогает нам составлять более четкое и адекватное мнение о партнере: так, постукивание пальцами по рукоятке кресла свидетельствует о нервном напряжении, а сжатые в замок руки - о закрытости.

Таким образом, общение - это сложный процесс взаимодействия между людьми, заключающийся в обмене информацией, а также в восприятии и понимании партнерами друг друга.

**Контрольные вопросы:**

1. Какие виды общения вы знаете?
2. Дайте характеристику коммуникативной стороне общения. Приведите примеры.
3. Что означает термин «перцептивная сторона общения»? Приведите примеры.
4. В чем заключается интерактивная сторона общения?
5. Какие выделяют в психологии параметры общения?
6. По каким признакам классифицируют общение в психологии?
7. Какие виды общения по характеристике психологических целей вы знаете?

**Список использованной литературы:**

1. Андреева Г.М. Социальная психология / Г.М.Андреева. - М.: Аспект Пресс, 2007. - С.77.
2. Вердербер Р. Общение / Р.Вердербер, К.Вердербер. - СПб.: ОЛМА-ПРЕСС, 2005. - С.96-98.
3. Кузнецов И.Н. Риторика / И.Н.Кузнецов. - Минск: Амалфея, 2000. - С.178-179.
4. Лунева О. В. Общение // Знание. Понимание. Умение. - 2005. - № 4. - С.157-159
5. Морозов А. В. Деловая психология. Курс лекций. - СПб.: Издательство Союз, 2000. - С.155.

**Тема 4. «Общение как обмен информацией»**

**План**

1. Основные элементы коммуникации.
2. Вербальная коммуникация.
3. Коммуникативные барьеры.

**1. Основные элементы коммуникации**

«Коммуникация» соответствует латинскому слову «communicatio» - делаю общим, связываю, общаюсь. Под коммуникацией понимается связь, взаимодействие двух систем, в ходе которого от одной системы к другой передаются сигналы, несущие информацию.

Коммуникация присуща и техническим системам, и взаимодействию человека с машиной, и общению людей. При общении людей коммуникация получает новое качественное содержание. Специфика человеческой коммуникации заключается в том, что в условиях межличностного общения информация не только передается, но и формируется, уточняется, развивается. Основная цель информационного обмена в межличностном общении - выработка общего смысла, единой точки зрения и согласия по поводу различных ситуаций и проблем.

**Коммуникационный процесс** - это обмен информацией между отдельными людьми или группой лиц. Основная цель коммуникационного процесса - это обеспечение понимания посланного сообщения.

**Основными компонентами коммуникации являются:**

1. *Субъекты* коммуникационного процесса - отправитель и получатель сообщения (коммуникатор и реципиент).

2. *Предмет* коммуникации (какое-то явление, событие и т.п.) и отражающее его сообщение (статья, радиопередача, телевизионный сюжет и т.д.).

3. *Средства* коммуникации - код, используемый для передачи в знаковой форме (слова, картинки, ноты и т. д.).

4. *Каналы коммуникации* по которым передается сообщение от коммуникатора к реципиенту (письмо, телефон, радио, телеграф и т.д.), делятся на:

а) средства массовой коммуникации -- пресса, радио, телевидение, информационные и рекламные агентства и т.д.;

б) межличностную коммуникацию - непосредственный личностный обмен сообщениями между источником и получателем.

5. *Эффект коммуникации* - последствия коммуникации, выраженные в изменении внутреннего состояния субъектов коммуникационного процесса, в их взаимоотношениях или в их действиях.

В самом общем виде коммуникационный процесс можно описать следующим образом:

1. Отправитель (источник), цель которого заключается в том, чтобы оказать то или иное воздействие на получателя, передает определенное сообщение. В качестве отправителя могут выступать отдельные индивиды, группы людей, общественные институты (государственные учреждения, политические партии и т.п.).

Отправитель является инициатором коммуникативного процесса, который начинается только тогда, когда у отправителя возникает потребность в создании и передаче какого-либо сообщения.

2. Сообщение - это осмысленная и соответствующим образом закодированная информация. Информация может быть закодирована с помощью вербальных и невербальных знаков и символов, содержащих те или иные смыслы.

**Цели кодирования** - доведение замысла (идеи) отправителя до получателя; обеспечение такой интерпретации сообщения получателем, которая адекватна замыслу отправителя, т.е. получатель должен воспринять смысл сообщения именно таким, какой был вложен его отправителем. Кодирование во многом зависит от того, какой канал или средство передачи будет выбрано: устная речь, письменное обращение, знак, плакат и др.

3. Передача информации получателю - это физическое доведение информации до получателя, которую часто принимают за весь процесс коммуникации. Фактически это процесс организации доступности информации или информационного сообщения.

4. Получателю для понимания смысла передаваемого сообщения необходимо его декодировать (декодировать). Декодирование -- это обратный процесс перевода закодированного сообщения на язык, понятный получателю. Получателем может быть одно лицо, группа лиц, общество в целом или какая-нибудь его часть. Когда в роли получателя выступает более чем одно лицо, его (получателя) называют аудиторией коммуникации.



5. Коммуникация предполагает обратную связь, под которой понимают ответную реакцию получателя на сообщение отправителя. Обратная связь делает коммуникацию динамическим двусторонним процессом. Благодаря ей отправитель убеждается, что сообщение дошло до адресата и соответствующим образом проинтерпретировано.

Обратная связь бывает положительная и отрицательная. Положительная обратная связь информирует отправителя, что желаемый результат сообщения достигнут. Отрицательная обратная связь информирует отправителя, что желаемый результат сообщения достигнут не был. С точки зрения повышения эффективности коммуникации отрицательная обратная связь имеет большее практическое значение, чем положительная.

Понятие эффективной коммуникации с точки зрения отправителя предполагает получение информации получателем и ответную реакцию в соответствии с прогнозом отправителя.

Для повышения эффективности всей системы коммуникации необходимо уменьшить помехи, возникающие в процессе коммуникации, то есть учитывать индивидуально - личностные, социальные и культурные фильтры. Эти помехи могут быть изменены за счет дублирования сообщения, изменения самого сообщения в случае необходимости, уменьшения числа посредников в коммуникативном процессе.

Существует три основных типа результатов коммуникации:

- а) изменения в знаниях получателя;
- б) изменение установок получателя, то есть изменение относительно устойчивых представлений индивида;
- г) изменение поведения получателя обращения.

#### **Ключевые условия эффективной коммуникации:**

Цели коммуникации - отправитель должен четко знать, каких аудиторий он хочет достичь и отклик какого типа получить.

Подготовка обращения - необходимо учитывать предшествующий опыт и процедуру декодирования сообщений, которой придерживается целевая аудитория.

Планирование каналов - отправитель должен передавать свое обращение по каналам, которые эффективно доводят его до целевой аудитории.

Эффективность обращения - отправитель должен по сигналам обратной связи оценивать отклик целевой аудитории на передаваемые сообщения.

Целью любой коммуникации является влияние на позицию, мнение и действия коммуниканта (получатель информации) в том направлении, которое желает коммуникатор (отправитель).

Эффективная коммуникация характеризуется тем, что переданная информация должна быть воспринята в соответствии с ее первоначальным контекстом. При оценке эффективности коммуникативного воздействия необходимо фиксировать не только действия (например, привлечение клиентов благодаря рекламной кампании), но и выявлять все изменения в представлениях и мнениях, так как коммуникации в первую очередь непосредственно влияют на эти процессы.

## **2. Особенности вербальной коммуникации**

Вербальная коммуникация - это обмен сообщениями между людьми посредством речи.

Речь - это процесс использования языка в целях общения людей, это говорение.

Речь, произносимую вслух, называют внешней. Когда человек думает, он говорит про себя, выражая мысли словами и фразами в виде так называемой внутренней речи.

Язык - это совокупность звуковых, словарных и грамматических средств выражения мыслей. В разных языках эти средства имеют различное семантическое содержание, поэтому люди, говорящие на разных языках, могут не понимать друг друга.

**К основным функциям языка относятся:**

- а) *конструктивная* (формирование мыслей);
- б) *коммуникативная* (функция обмена информацией);
- в) *эмотивная* (выражение отношения говорящего к предмету речи и непосредственная эмоциональная реакция на ситуацию);
- г) *воздействие на адресата* (делового партнера).

Язык реализуется в речи и только через нее выполняет свое коммуникативное предназначение. Речь является главным инструментом человеческого общения.

Основная **форма** вербальной коммуникации - беседа, разговор.

Разговор подчиняется определенным правилам, имеет определенный порядок и структуру. Выделяют три типа разговора:

- 1) *формализованный*, где разговор следует строгой, заранее оговоренной регламентации, например, переговоры, совещания, конференции и т.д.;
- 2) *полуформализованный*, где отсутствует предварительно заданная регламентация, но некоторые каноны соблюдаются, например, светские беседы и т.д.;
- 3) *неформализованный*, где также существуют правила, которые регулируют не внешнюю, а сущностную сторону разговора. Они довольно гибкие, изменяемые в зависимости от ситуации, например, повседневные разговоры с близкими и т.д.

**Вне зависимости от типа все разговоры подчинены единой логике, выраженной в последовательности фаз: инициирование, сам разговор и его окончание.**

Необходимое условие успешной вербальной коммуникации - умение говорить.

Другим условием успешной вербальной коммуникации является умение слушать. Исследования показывают, что выслушать собеседника спокойно и направленно, вникнуть в сущность того, что говорится, могут не более 10 % людей.

Неумение слушать - основная причина неэффективного общения, которая часто приводит к проблемам. При кажущейся простоте (некоторые думают, что слушать - это просто помалкивать) слушание - сложный процесс, требующий психологических энергозатрат, определенных навыков и общей коммуникативной культуры.

В литературе выделяется два вида слушания - **нерефлексивное** и **рефлексивное**.

**Нерефлексивное слушание** - это умение внимательно молчать, не вмешиваясь в речь собеседника своими замечаниями. Слушание этого вида особенно полезно тогда, когда собеседник проявляет такие чувства, как гнев или горе, горит желанием высказать свою точку зрения, хочет обсудить наболевшие вопросы. Ответы при **нерефлексивном** слушании должны быть сведены к минимуму, типа «Да», «Ну-ну», «Продолжайте» и т. д.

**Рефлексивное слушание** представляет собой процесс расшифровки смысла сообщений. Выяснить реальное значение сообщений помогают рефлексивные ответы, такие как *выяснение, перефразирование, отражение чувств и резюмирование*.

При личных контактах, когда люди видят друг друга, коммуникация осуществляется и на вербальном и на невербальном уровнях.

Невербальная коммуникация - это обмен сообщениями посредством неречевых средств - мимики, жестов, через сенсорные и телесные контакты.

Исторический опыт человеческого общения говорит, что вербальная сторона коммуникации более молодая. Несловесное общение имеет более глубокие корни, уходящие в условия выживаемости и развития человека, как биологического вида.

Специалисты утверждают, что с помощью слов передается 7% информации о том, как человек относится к нам, его состоянии и настроении. Остальное сообщается с помощью тона голоса, интонации, мимики, жестов, позы. Иными словами, значимо, не что говорится, а как это делается.

Невербальная и вербальная коммуникации находятся в сложном взаимодействии. Функции, выполняемые невербальными сообщениями:

- дополнения вербальных сообщений;
- опровержения вербальных сообщений;
- замещения вербальных сообщений;
- регулирования разговора.

По своим коммуникативным возможностям вербальное общение гораздо богаче невербального, хотя и не в состоянии его заменить. В словах, в вербальной коммуникации мы ищем ту информацию, которую угадали по невербальным признакам.

Исследования показывают, что в действительности эффективность вербальной коммуникации у большинства людей составляет лишь 25%. Поэтому необходимо целенаправленно повышать ее эффективность. Существуют правила успешной вербальной коммуникации.

Немецкий филолог, исследователь Гисберт Бройнинг выделил **девять правил благоприятного проведения речевой коммуникации**.

1. Понимание высказывания связано с конструкцией предложения. Длинные предложения затрудняют понимание, так как сложны и грамматически не ясны. Для их понимания партнеру нужны большая сосредоточенность и внимание. Кроме того, они затрудняют понимание вопроса, смысл часто теряется в придаточных предложениях.

2. Короткие предложения (8-15 слов) состоят из законченных мыслей. Это точные и действенные высказывания. Короткие предложения всегда наглядны.

3. Голос является самым сильным инструментом убеждения. Выразительность голоса воспринимается не столько разумом, сколько чувством. Голос вызывает симпатию или антипатию. Монотонность речи часто является причиной неудачи в коммуникации.

4. Паузы прерывают поток речи, выполняя психологические функции: усиливают внимание, успокаивают, подчеркивают сказанное и помогают сделать передышку.

5. Качество и количество словаря усиливают влияние высказывания. Пассивный словарь (слова, которые может использовать память) состоит в зависимости от

образования из 3 000- 5 000 слов. Активный словарь (слова, которыми пользуются при спонтанной речи) состоит из 3 000- 12 000 слов.

6. Рекомендуются чаще использовать в речи глаголы, а не существительные. Глаголы придают высказыванию наглядность, существительные - большей частью, смысловое значение, которое часто бывает абстрактным. Обходитесь по возможности без прилагательных, они слишком личные.

7. В высказывании лучше использовать активную форму глагола, а не пассивную. Например: «Я пригласил его», а не «Он был мною приглашен». Пассив воздействует безлично, создает дистанцию между партнерами и несет эмоциональную нагрузку.

8. Дистанционно и безлично действуют формулировки «Согласно этому можно понять, что...», а также высказывания, содержащие большие числа. Сослагательное наклонение типа «Я бы сказал...», «Я бы полагал...», «Я должен...» - не выражает решительного поступка, а скорее создает дистанцию между собеседниками.

9. Серьезная проблема возникает тогда, когда партнер не до конца понимает или иначе истолковывает смысл слова или высказывания, который в них вкладывается. Значение сказанного слова партнер либо расширяет, либо сужает. Чем абстрактнее понятие, тем многозначнее можно его интерпретировать. Часто нужно уже в начале разговора разъяснить собеседнику, что Вы понимаете под тем или иным понятием.

### **3. Коммуникативные барьеры**

Специфику коммуникации характеризует наличие коммуникативных барьеров.

Коммуникативные барьеры - это психологические препятствия, возникающее на пути адекватной передачи информации между партнерами по общению.

В современной психологии выделяют коммуникативные барьеры трех типов:

#### **1. Барьеры понимания:**

- трудности фонематического характера;
- семантические барьеры;
- стилистические барьеры;
- логические барьеры.

#### **2. Барьеры, связанные с социально-культурными различиями:**

- социальными;
- политическими;
- религиозными;
- профессиональными.

#### **3. Барьеры, вызванные отношениями с людьми:**

- неприязнь к собеседнику;
- недоверие к нему.

Возникновение барьера понимания может быть вызвано рядом причин: фонематическим непониманием, семантическим, стилистическим, логическим барьерами.

Феномен фонематического непонимания проявляется в результате использования коммуникатором невыразительной быстрой речи, речи-скороговорки или с большим количеством звуков-паразитов.

**Семантические барьеры** понимания связаны с тем, что участники общения используют различные значения слов, например в фразе: «Убери свою ручку», значение слова «ручка» может пониматься как «рука человека» или как «авторучка»

**Стилистический барьер** обычно возникает при несоответствии стиля речи говорящего и ситуации общения или стиля речи и состояния того, кто в данный момент слушает.

Логический барьер понимания возникает, когда логика рассуждения говорящего либо слишком сложная для понимания слушающего, либо противоречит присущей ему манере доказательств, например, детская логика отличается от логики взрослого.

**Социокультурные барьеры** возникают между людьми разных социальных положений и культур. Их причиной являются социальные, политические, религиозные и др. различия между партнерами по общению.

**Социальные барьеры** возникают из принадлежности субъектов к разным слоям общества. Политическое непонимание лучше всего демонстрируют конфликты между представителями разных партий. Религиозные войны возникают в результате трудностей в общении людей, исповедующих разные религии.

Иногда препятствием становится профессиональная принадлежность партнера по общению, поскольку в каждой профессии есть свои области знаний и свой лексикон.

**Барьер отношения в общении** возникает, например, при неприязни, недоверии к собеседнику. Эти барьеры определяются проблемами психологического климата, системы ценностей, негативными установками друг против друга и предубеждениями.

Установлено, что барьер общения тем меньше, чем выше авторитетность говорящего в глазах слушающего.

**Контрольные вопросы:**

1. Перечислите основные элементы коммуникации и дайте им характеристику.
2. Назовите основные характеристики коммуникативной стороны общения и коммуникативные позиции субъектов общения.
3. Назовите два пути обмена информацией в процессе общения и дайте им характеристику.
4. Назовите различные типы коммуникативных барьеров и дайте им характеристику.

**Список использованной литературы:**

1. Крысько, В.Г. Социальная психология: Учебник для бакалавров / В.Г. Крысько. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 553 с.
2. Майерс, Д. Социальная психология / Д. Майерс. - СПб.: Питер, 2016. - 800 с.
3. Немов, Р.С. Социальная психология: Учебное пособие / Р.С. Немов. - СПб.: Питер, 2010. - 432 с.
4. Реан, А.А. Социальная педагогическая психология / А.А. Реан. - СПб.: Прайм-Еврознак, 2008. - 576 с.
5. Социальная психология: Учебник / Под ред. А.М. Столяренко. - М.: Юнити, 2014. - 511 с.

## Тема 5. «Общение как обмен информацией»

### План

1. Основные элементы коммуникации.
2. Вербальная коммуникация.
3. Коммуникативные барьеры

#### 1. Основные элементы коммуникации

«Коммуникация» соответствует латинскому слову «communicatio» - делаю общим, связываю, общаюсь. Под коммуникацией понимается связь, взаимодействие двух систем, в ходе которого от одной системы к другой передаются сигналы, несущие информацию.

Коммуникация присуща и техническим системам, и взаимодействию человека с машиной, и общению людей. При общении людей коммуникация получает новое качественное содержание. Специфика человеческой коммуникации заключается в том, что в условиях межличностного общения информация не только передается, но и формируется, уточняется, развивается. Основная цель информационного обмена в межличностном общении - выработка общего смысла, единой точки зрения и согласия по поводу различных ситуаций и проблем.

**Коммуникационный процесс** - это обмен информацией между отдельными людьми или группой лиц. Основная цель коммуникационного процесса - это обеспечение понимания посланного сообщения.

#### Основными компонентами коммуникации являются:

1. *Субъекты* коммуникационного процесса - отправитель и получатель сообщения (коммуникатор и реципиент).
2. *Предмет* коммуникации (какое-то явление, событие и т.п.) и отражающее его сообщение (статья, радиопередача, телевизионный сюжет и т.д.).
3. *Средства* коммуникации - код, используемый для передачи в знаковой форме (слова, картинки, ноты и т. д.).
4. *Каналы коммуникации* по которым передается сообщение от коммуникатора к реципиенту (письмо, телефон, радио, телеграф и т.д.), делятся на:
  - а) средства массовой коммуникации -- пресса, радио, телевидение, информационные и рекламные агентства и т.д.;
  - б) межличностную коммуникацию - непосредственный личностный обмен сообщениями между источником и получателем.
5. *Эффект коммуникации* - последствия коммуникации, выраженные в изменении внутреннего состояния субъектов коммуникационного процесса, в их взаимоотношениях или в их действиях.

В самом общем виде коммуникационный процесс можно описать следующим образом:

1. Отправитель (источник), цель которого заключается в том, чтобы оказать то или иное воздействие на получателя, передает определенное сообщение. В качестве

отправителя могут выступать отдельные индивиды, группы людей, общественные институты (государственные учреждения, политические партии и т.п.).

Отправитель является инициатором коммуникативного процесса, который начинается только тогда, когда у отправителя возникает потребность в создании и передаче какого-либо сообщения.

2. Сообщение - это осмысленная и соответствующим образом закодированная информация. Информация может быть закодирована с помощью вербальных и невербальных знаков и символов, содержащих те или иные смыслы.

**Цели кодирования** - доведение замысла (идеи) отправителя до получателя; обеспечение такой интерпретации сообщения получателем, которая адекватна замыслу отправителя, т.е. получатель должен воспринять смысл сообщения именно таким, какой был вложен его отправителем. Кодирование во многом зависит от того, какой канал или средство передачи будет выбрано: устная речь, письменное обращение, знак, плакат и др.

3. Передача информации получателю - это физическое доведение информации до получателя, которую часто принимают за весь процесс коммуникации. Фактически это процесс организации доступности информации или информационного сообщения.

4. Получателю для понимания смысла передаваемого сообщения необходимо его раскодировать (декодировать). Декодирование -- это обратный процесс перевода закодированного сообщения на язык, понятный получателю. Получателем может быть одно лицо, группа лиц, общество в целом или какая-нибудь его часть. Когда в роли получателя выступает более чем одно лицо, его (получателя) называют аудиторией коммуникации.

5. Коммуникация предполагает обратную связь, под которой понимают ответную реакцию получателя на сообщение отправителя. Обратная связь делает коммуникацию динамическим двусторонним процессом. Благодаря ей отправитель убеждается, что сообщение дошло до адресата и соответствующим образом проинтерпретировано.

Обратная связь бывает положительная и отрицательная. Положительная обратная связь информирует отправителя, что желаемый результат сообщения достигнут. Отрицательная обратная связь информирует отправителя, что желаемый результат сообщения достигнут не был. С точки зрения повышения эффективности коммуникации отрицательная обратная связь имеет большее практическое значение, чем положительная.

Понятие эффективной коммуникации с точки зрения отправителя предполагает получение информации получателем и ответную реакцию в соответствии с прогнозом отправителя.

Для повышения эффективности всей системы коммуникации необходимо уменьшить помехи, возникающие в процессе коммуникации, то есть учитывать индивидуально - личностные, социальные и культурные фильтры. Эти помехи могут быть изменены за счет дублирования сообщения, изменения самого сообщения в случае необходимости, уменьшения числа посредников в коммуникативном процессе.

Существует три основных типа результатов коммуникации:

- а) изменения в знаниях получателя;
- б) изменение установок получателя, то есть изменение относительно устойчивых представлений индивида;
- г) изменение поведения получателя обращения.

### **Ключевые условия эффективной коммуникации:**

Цели коммуникации - отправитель должен четко знать, каких аудиторий он хочет достичь и отклик какого типа получить.

Подготовка обращения - необходимо учитывать предшествующий опыт и процедуру декодирования сообщений, которой придерживается целевая аудитория.

Планирование каналов - отправитель должен передавать свое обращение по каналам, которые эффективно доводят его до целевой аудитории.

Эффективность обращения - отправитель должен по сигналам обратной связи оценивать отклик целевой аудитории на передаваемые сообщения.

Целью любой коммуникации является влияние на позицию, мнение и действия коммуниканта (получатель информации) в том направлении, которое желает коммуникатор (отправитель).

Эффективная коммуникация характеризуется тем, что переданная информация должна быть воспринята в соответствии с ее первоначальным контекстом. При оценке эффективности коммуникативного воздействия необходимо фиксировать не только действия (например, привлечение клиентов благодаря рекламной кампании), но и выявлять все изменения в представлениях и мнениях, так как коммуникации в первую очередь непосредственно влияют на эти процессы.

## **2. Особенности вербальной коммуникации**

Вербальная коммуникация - это обмен сообщениями между людьми посредством речи.

Речь - это процесс использования языка в целях общения людей, это говорение.

Речь, произносимую вслух, называют внешней. Когда человек думает, он говорит про себя, выражая мысли словами и фразами в виде так называемой внутренней речи.

Язык - это совокупность звуковых, словарных и грамматических средств выражения мыслей. В разных языках эти средства имеют различное семантическое содержание, поэтому люди, говорящие на разных языках, могут не понимать друг друга.

### **К основным функциям языка относятся:**

- а) *конструктивная* (формирование мыслей);
- б) *коммуникативная* (функция обмена информацией);
- в) *эмотивная* (выражение отношения говорящего к предмету речи и непосредственная эмоциональная реакция на ситуацию);
- г) *воздействие на адресата* (делового партнера).

Язык реализуется в речи и только через нее выполняет свое коммуникативное предназначение. Речь является главным инструментом человеческого общения.

Основная **форма** вербальной коммуникации - беседа, разговор.

Разговор подчиняется определенным правилам, имеет определенный порядок и структуру. Выделяют три типа разговора:



1) **формализованный**, где разговор следует строгой, заранее оговоренной регламентации, например, переговоры, совещания, конференции и т.д.;

2) **полуформализованный**, где отсутствует предварительно заданная регламентация, но некоторые каноны соблюдаются, например, светские беседы и т.д.;

3) **неформализованный**, где также существуют правила, которые регулируют не внешнюю, а сущностную сторону разговора. Они довольно гибкие, изменяемые в зависимости от ситуации, например, повседневные разговоры с близкими и т.д.

**Вне зависимости от типа все разговоры подчинены единой логике, выраженной в последовательности фаз: инициирование, сам разговор и его окончание.**

Необходимое условие успешной вербальной коммуникации - умение говорить.

Другим условием успешной вербальной коммуникации является умение слушать. Исследования показывают, что выслушать собеседника спокойно и направленно, вникнуть в сущность того, что говорится, могут не более 10 % людей.

Неумение слушать - основная причина неэффективного общения, которая часто приводит к проблемам. При кажущейся простоте (некоторые думают, что слушать - это просто помалкивать) слушание - сложный процесс, требующий психологических энергозатрат, определенных навыков и общей коммуникативной культуры.

В литературе выделяется два вида слушания - **нерефлексивное** и **рефлексивное**.

**Нерефлексивное слушание** - это умение внимательно молчать, не вмешиваясь в речь собеседника своими замечаниями. Слушание этого вида особенно полезно тогда, когда собеседник проявляет такие чувства, как гнев или горе, горит желанием высказать свою точку зрения, хочет обсудить наболевшие вопросы. Ответы при **нерефлексивном** слушании должны быть сведены к минимуму, типа «Да», «Ну-ну», «Продолжайте» и т. д.

**Рефлексивное слушание** представляет собой процесс расшифровки смысла сообщений. Выяснить реальное значение сообщений помогают рефлексивные ответы, такие как *выяснение, перефразирование, отражение чувств и резюмирование*.

При личных контактах, когда люди видят друг друга, коммуникация осуществляется и на вербальном и на невербальном уровнях.

Невербальная коммуникация - это обмен сообщениями посредством неречевых средств - мимики, жестов, через сенсорные и телесные контакты.

Исторический опыт человеческого общения говорит, что вербальная сторона коммуникации более молодая. Несловесное общение имеет более глубокие корни, уходящие в условия выживаемости и развития человека, как биологического вида.

Специалисты утверждают, что с помощью слов передается 7% информации о том, как человек относится к нам, его состоянии и настроении. Остальное сообщается с помощью тона голоса, интонации, мимики, жестов, позы. Иными словами, значимо, не что говорится, а как это делается.

Невербальная и вербальная коммуникации находятся в сложном взаимодействии. Функции, выполняемые невербальными сообщениями:

- дополнения вербальных сообщений;

- опровержения вербальных сообщений;
- замещения вербальных сообщений;
- регулирования разговора.

По своим коммуникативным возможностям вербальное общение гораздо богаче невербального, хотя и не в состоянии его заменить. В словах, в вербальной коммуникации мы ищем ту информацию, которую угадали по невербальным признакам.

Исследования показывают, что в действительности эффективность вербальной коммуникации у большинства людей составляет лишь 25%. Поэтому необходимо целенаправленно повышать ее эффективность. Существуют правила успешной вербальной коммуникации.

Немецкий филолог, исследователь Гисберт Бройнинг выделил **девять правил благоприятного проведения речевой коммуникации.**

1. Понимание высказывания связано с конструкцией предложения. Длинные предложения затрудняют понимание, так как сложны и грамматически не ясны. Для их понимания партнеру нужны большая сосредоточенность и внимание. Кроме того, они затрудняют понимание вопроса, смысл часто теряется в придаточных предложениях.

2. Короткие предложения (8-15 слов) состоят из законченных мыслей. Это точные и действенные высказывания. Короткие предложения всегда наглядны.

3. Голос является самым сильным инструментом убеждения. Выразительность голоса воспринимается не столько разумом, сколько чувством. Голос вызывает симпатию или антипатию. Монотонность речи часто является причиной неудачи в коммуникации.

4. Паузы прерывают поток речи, выполняя психологические функции: усиливают внимание, успокаивают, подчеркивают сказанное и помогают сделать передышку.

5. Качество и количество словаря усиливают влияние высказывания. Пассивный словарь (слова, которые может использовать память) состоит в зависимости от образования из 3 000- 5 000 слов. Активный словарь (слова, которыми пользуются при спонтанной речи) состоит из 3 000- 12 000 слов.

6. Рекомендуется чаще использовать в речи глаголы, а не существительные. Глаголы придают высказыванию наглядность, существительные - большей частью, смысловое значение, которое часто бывает абстрактным. Обходитесь по возможности без прилагательных, они слишком личные.

7. В высказывании лучше использовать активную форму глагола, а не пассивную. Например: «Я пригласил его», а не «Он был мною приглашен». Пассив воздействует безлично, создает дистанцию между партнерами и несет эмоциональную нагрузку.

8. Дистанционно и безлично действуют формулировки «Согласно этому можно понять, что...», а также высказывания, содержащие большие числа. Сослагательное наклонение типа «Я бы сказал...», «Я бы полагал...», «Я должен...» - не выражает решительного поступка, а скорее создает дистанцию между собеседниками.

9. Серьезная проблема возникает тогда, когда партнер не до конца понимает или иначе истолковывает смысл слова или высказывания, который в них вкладывается. Значение сказанного слова партнер либо расширяет, либо сужает. Чем абстрактнее

понятие, тем многозначнее можно его интерпретировать. Часто нужно уже в начале разговора разъяснить собеседнику, что Вы понимаете под тем или иным понятием.

### **3. Коммуникативные барьеры**

Специфику коммуникации характеризует наличие коммуникативных барьеров.

Коммуникативные барьеры - это психологические препятствия, возникающее на пути адекватной передачи информации между партнерами по общению.

В современной психологии выделяют коммуникативные барьеры трех типов:

#### **1. Барьеры понимания:**

- трудности фонематического характера;
- семантические барьеры;
- стилистические барьеры;
- логические барьеры.

#### **2. Барьеры, связанные с социально-культурными различиями:**

- социальными;
- политическими;
- религиозными;
- профессиональными.

#### **3. Барьеры, вызванные отношениями с людьми:**

- неприязнь к собеседнику;
- недоверие к нему.

Возникновение барьера понимания может быть вызвано рядом причин: фонематическим непониманием, семантическим, стилистическим, логическим барьерами.

Феномен фонематического непонимания проявляется в результате использования коммуникатором невыразительной быстрой речи, речи-скороговорки или с большим количеством звуков-паразитов.

*Семантические барьеры* понимания связаны с тем, что участники общения используют различные значения слов, например в фразе: «Убери свою ручку», значение слова «ручка» может пониматься как «рука человека» или как «авторучка»

*Стилистический барьер* обычно возникает при несоответствии стиля речи говорящего и ситуации общения или стиля речи и состояния того, кто в данный момент слушает.

Логический барьер понимания возникает, когда логика рассуждения говорящего либо слишком сложная для понимания слушающего, либо противоречит присущей ему манере доказательств, например, детская логика отличается от логики взрослого.

*Социокультурные барьеры* возникают между людьми разных социальных положений и культур. Их причиной являются социальные, политические, религиозные и др. различия между партнерами по общению.

*Социальные барьеры* возникают из принадлежности субъектов к разным слоям общества. Политическое непонимание лучше всего демонстрируют конфликты между представителями разных партий. Религиозные войны возникают в результате трудностей в общении людей, исповедующих разные религии.

Иногда препятствием становится профессиональная принадлежность партнера по общению, поскольку в каждой профессии есть свои области знаний и свой лексикон.

**Барьер отношения в общении** возникает, например, при неприязни, недоверии к собеседнику. Эти барьеры определяются проблемами психологического климата, системы ценностей, негативными установками друг против друга и предубеждениями.

Установлено, что барьер общения тем меньше, чем выше авторитетность говорящего в глазах слушающего.

**Контрольные вопросы:**

1. Перечислите основные элементы коммуникации и дайте им характеристику.
2. Назовите основные характеристики коммуникативной стороны общения и коммуникативные позиции субъектов общения.
3. Назовите два пути обмена информацией в процессе общения и дайте им характеристику.
4. Назовите различные типы коммуникативных барьеров и дайте им характеристику.

**Список использованной литературы:**

1. Андреева Г.М., Богомолова Н.Н., Петровская Л.А. «Зарубежная социальная психология XX столетия: Теоретические подходы: Учеб. пособие для вузов». - М.: Аспект Пресс, 2002.
2. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Психология человеческих взаимоотношений. Люди, которые играют в игры. Психология человеческой судьбы. - М.: Лист-Нью, 1997. - 336 с.
3. Шустов Д.И. Руководство по клиническому трансактному анализу. - М.: «Когито-Центр», 2009.-367с.

## **Тема 6. «Общение как межличностное взаимодействие»**

### **План**

1. Понятие интерактивного общения.
2. Теория интерперсонального поведения Шутца.
3. Мотивы социального взаимодействия.

#### **1. Понятие интерактивного общения.**

**Интерактивная сторона общения** — это условный термин, обозначающий характеристику тех компонентов общения, которые связаны со взаимодействием людей, с непосредственной организацией их совместной деятельности.

Исследование проблемы взаимодействия имеет в социальной психологии давнюю традицию. Понятие интеракции дало название целому направлению социальной психологии — интеракционизму.

Однако здесь оно обозначает не любое, а именно «социальное взаимодействие», т.е. взаимодействие людей в общении, группе, обществе. Отправным пунктом в интеракционистской ориентации является не отдельный индивид, как в других теоретических направлениях социальной психологии, а социальный процесс,

понимаемый как процесс взаимодействия индивидов в группе, обществе. Этот подход к понятию «интеракция» отличается от подходов в других теоретических схемах, в которых она, как правило, рассматривается в качестве внешнего условия, необходимого для анализа тех или иных специфических феноменов социальной психологии.

Так, например, в **когнитивистской ориентации** в теории сбалансированных и несбалансированных структур Ф. Хайдера и в теории коммуникативных актов Т. Ньюкома даются определенные модели взаимодействия. Но авторов этих моделей интересует не столько процесс взаимодействия как таковой, сколько формирование определенных когнитивных структур его участников.

Если обратиться к матрицам диадического взаимодействия Тибо и Келли в **необихевиористской ориентации**, то здесь взаимодействие рассматривается как процесс обмена позитивными исходами. Каждый человек стремится получить психологическую выгоду от взаимодействия — это главный постулат, но партнеры по общению имеют возможность влиять на выигрыш друг друга. Таким образом, интеракция выступает как условие, необходимое для анализа реакций участников взаимодействия на те или иные стимулы.

В рамках **психоаналитической ориентации** понятие взаимодействия является одним из основных в концепции транзактного анализа Э. Берна.

Позиции взаимодействия в общении представлены в транзактном анализе - направлении, разработанном в 50-е годы XX века американским психологом Эриком Берном и предполагающем управлять действиями участников взаимодействия через регулирование их позиций, а также учет характера ситуаций и стиля взаимодействия.

С точки зрения транзактного анализа каждый участник взаимодействия может занимать одну из трех позиций, которые условно обозначают как *Родитель*, *Взрослый*, *Ребенок*.

Эти позиции не связаны обязательно с соответствующей социальной ролью: это чисто психологическое описание определенной стратегии во взаимодействии.

В любой момент каждый человек может быть в состоянии либо Взрослого, либо Родителя, либо Ребенка, и в зависимости от этого состояния ведется разговор, определяются позиция и статус собеседника. Эти стороны личности обладают абсолютно разными предназначениями, характеристиками и ценностями.

**Позиция Родителя** может быть определена как позиция «Надо!», родитель все знает, все понимает, никогда не сомневается, со всех требует и за все отвечает, придерживается системы ценностей, передающихся из поколения в поколение, ориентирован на воспитание.

**Позиция Ребенка** может быть определена как позиция «Хочу!», ребенок эмоциональный, импульсивный, нелогичный, является источником интуиции, творчества, спонтанных побуждений и радости, ему свойствен детский эгоцентризм.

**Позиция Взрослого** может быть определена как объединение позиций «Хочу» и «Надо», взрослый реально анализирует и перерабатывает информацию, не поддается эмоциям, логически мыслит, эффективно взаимодействует с окружающим миром, является посредником между Родителем и Ребенком.

Взаимодействие эффективно тогда, когда транзакции совпадают, например, если партнер обращается к другому как Взрослый, и тот отвечает с такой же позиции. В случаях, если транзакции не совпадают, взаимодействие может нарушаться или может вообще прекратиться. В данном случае транзакции являются "пересекающимися".

## **2. Теория интерперсонального поведения Шутца.**

Взаимодействие может быть изучено и квалифицировано с точки зрения индивидуальных мотивов социального поведения, имеющих у его участников. В рамках неофрейдизма разработана типология межличностных потребностей В. Шутца. Усвоенный человеком в детстве способ удовлетворения социальных потребностей создает узор его отношений с другими людьми в течение всей жизни.

В отечественной литературе она получила название «трехмерной теории интерперсонального поведения».

Трехмерная теория интерперсонального поведения Шутца. Была опубликована в 1958 году. В основе этой теории был положен тезис Фрейда о том, что социальная жизнь взрослого человека фатальна и предопределена его детством. Теория Шутца представляет собой 4 постулата:

1. О 3-х межличностных потребностях. Каждый человек имеет 3 базовые межличностные потребности:

— Потребность включения. Потребность устанавливать и поддерживать приносящие удовлетворения отношения с другими людьми. Потребность быть включенным в группу.

— Потребность в контроле. Это потребность заботиться и контролировать окружающих, а также потребность получать заботу и быть контролируемым.

— Потребность в любви - стремление устанавливать близкие эмоциональные отношения.

Эти потребности по своим функциям похожи на биологические потребности. Как они будут удовлетворены, меняется отношение к окружающим. Если удовлетворение не оптимально, то последствия могут быть по степени тяжести разные (психические расстройства, суицид). Но у человека есть способность адаптироваться для удовлетворения этих потребностей. При этом адаптация происходит в раннем детстве, где человек вырабатывает модели адаптивного поведения.

2. Постулат относительной преемственности и непрерывности. Шутц рассматривает различные варианты поведения в каждой из сфер межличностных потребностей. Человек выстраивает свои отношения, опираясь на опыт, полученный в детстве, либо повторяет позицию поведения родителей.

**Потребность включения:** удовлетворение в родительской среде. Когда ребенок не включен в контакт с родителями - отрицательный полюс или включен в контакт с родителями – положительный полюс. Отрицательный полюс – у ребенка формируется тревоги, состояние дискомфортное. Чтобы снять напряжение человек вырабатывает варианты поведения не вполне адекватные.

а) недостаточно социальное поведение – интровертированного: не участия в группе. Причины такого поведения может ли человек быть достойным во внимании других и чтобы не столкнуться с этим, человек уходит от контакта.

б) Сверхсоциальное поведение – характеризуется постоянным поиском контактов, человек навязывает себя окружающим и постоянно требует внимания к себе. В основе сверхсоциального поведения лежит неуверенность человека, что с ним хотят общаться.

в) Оптимальный вариант поведения - социальное поведение. Человек с таким поведением чувствует себя комфортно и когда он включен в группу и когда находится в одиночестве. Он относится к себе как к человеку достойного внимания. Вхождение или не вхождение его в группу зависит от ситуации, а не от его интересности или неинтересности.

**Потребность в контроле.** Возможен вариант жесткого контроля за поведением ребенка (гиперопека). Противоположный полюс отсутствие заботы и контроля (гипоопека). Оптимальный вариант - золотая середина. И при гиперопеке и гипоопеке у ребенка формируется тревога и во взрослом состоянии могут быть выработаны такие модели поведения: - как отказывающее поведение: — отказ от ответственности — отказ от власти: не способность принимать решения, перекладывание ответственности и принятие решения на других. Если такой человек оказывается на руководящей должности у него попустительский стиль руководства. Вариант авторитарического поведения – стремление доминировать над окружающими, стремление принимать решение не только за себя, но и за других. Такой человек плохо чувствует себя в ситуации подчинения. Оптимальный вариант - демократическое поведение, человек чувствует себя комфортно в ситуации подчинения и доминирования. От уровня компетентности зависит подчинение, его самооценка не страдает.

**Потребность в любви.** Ребенок может находиться в состоянии эмоционального неприятия со стороны родителей – отрицательный полюс. Положительный полюс – проявление любви к ребенку. В ответ на отсутствие любви родителей во взрослом состоянии вырабатывается вариант не достаточного личностного поведения – отрицательный полюс. Человек избегает тесных эмоциональных контактов, постоянно сохраняет эмоциональную дистанцию, хотя контактов достаточно может быть.

Причина: тревога, которая касается вопроса: смогу ли я понравиться, если я людей подпущу ближе? Сверхличностное поведение – предполагает ситуацию, когда человек во всех отношениях хочет эмоциональной близости, хочет любви от всех, с кем общается, а если нет ее, то отношений дальнейших не существует.

Оптимальный вариант - личностное поведение, когда человек комфортно себя ощущает и в близких и в дистанционных отношениях, ему не требуется выражение любви, это чувство избирательно.

### 3. Постулат Шутца о совместимости межличностных отношений.

Совместимость, по мнению Шутца: «Два человека являются совместимыми в том случае, если они могут вместе работать в гармонии». В основе совместимости лежит соотнесение поведения человека и поведение, которое он желает от других людей в каждой из трех сфер межличностных потребностях.

### **Тип совместимости**

Совместимость, основанная на взаимном обмене. Суть: совместимость будет максимальной, если сумма выражаемого и желаемого поведения одного человека равна сумме того же самого у другого человека. И соответственно, если суммы различаются, то уровень совместимости становится низким. Это тип предполагает сходство людей.

Реципроктная совместимость: совместимыми будут такие люди, у которых выражение включения контроля и любви совпадают с желаниями другого человека. Этот тип предполагает дополнение друг друга.

4. Постулат о групповом развитии. Каждая группа в своем развитии проходит три этапа:

Этап включения: каждый потенциальный участник группы решает остаться ему в группе или нет.

Этап контроля: происходит распределение власти в группе, выделение лидера и круга его последователей.

Этап любви: в группе происходит эмоциональная интеграция, установление эмоциональных связей.

Шутц рассматривает распад группы в направлении обратном развитию. 1) потеря эмоциональных связей

2) распад структуры власти

3) покидание группы ее членов

В концепции Шутца большое значение придается внутренним потребностям. В чистом виде психоанализ не представлен в зарубежной социальной психологии, он во многом заимствован.

### **3. Мотивы социального взаимодействия.**

Мотивы могут быть также квалифицированы с точки зрения ориентации человека на собственные цели и цели партнера. В 1970-е гг. Ч. Маклинток и его сотрудники, основываясь на материалах экспериментальных исследований взаимодействия (преимущественно игровых, основанных на «Дилемме узника»), выявили шесть разновидностей социальных мотивов, побуждающих участников тем или иным образом строить свое поведение в экспериментах:

- максимизации общего выигрыша — кооперация;
- максимизации собственного выигрыша — индивидуализм;
- максимизации относительного выигрыша — соперничество;
- максимизации выигрыша другого — альтруизм;
- минимизации выигрыша другого — агрессия;
- минимизации различий в выигрыше — равенство;

В обыденной жизни человек также должен соотносить в процессе взаимодействия свои интересы и интересы других людей. В связи с этим исследователи Р. Блейк, Д. Моутон, К. Томас при анализе характера взаимодействия ориентируются на два этих показателя: «внимание человека к интересам других людей» и «внимание к своим собственным интересам».



По соотношению направленности на себя и направленности на партнера можно судить о развитии стратегии взаимодействия человека. Е. В. Андриенко отмечает, что в современной социальной психологии и психодиагностике данные стратегии связывают обычно с поведением человека в конфликтной ситуации.

Однако они могут быть рассмотрены и применительно к обычным социальным ситуациям в связи с особенностью критериев, положенных в основу их определения.

**Соперничество** заключается в стремлении человека добиться удовлетворения своих интересов в ущерб другому. Конкуренция и соревнование представляют собой виды соперничества. При такой стратегии взаимодействия в выигрыше остается только одна из сторон. Данная стратегия часто ведет к конфликту, поскольку соперничающие субъекты стремятся добиться своего любой ценой, настоятельно защищая свою точку зрения. Они не думают об интересах других людей и испытывают трудности в вопросах, которые касаются соглашения. Для того чтобы прийти к согласию, необходимо встать на позицию другого. Соперничающие субъекты заинтересованы в том, чтобы именно интересы их конкурентов не были удовлетворены. В такой ситуации возникает замкнутый круг. С одной стороны, невозможно решить проблему, не взаимодействуя с партнером. С другой — именно проигрыш конкурента является залогом успеха. Таким образом, при данной стратегии выиграть может только наиболее сильный соперник. Представитель другой стороны, соответственно, терпит поражение. Ориентация на данную стратегию наиболее уместна в спорте.

В большинстве социальных ситуаций взаимодействия используется **стратегия компромисса**, для которого характерно стремление субъектов взаимодействия идти на взаимные уступки и реализовывать свои интересы с учетом интересов противоположной стороны. Так как субъекты уступают друг другу, они не могут реализовать свои интересы полностью, поэтому компромисс предполагает выделение основных и второстепенных потребностей. Проблема решается с учетом интересов обеих сторон, в результате принесения в жертву второстепенных потребностей. Компромисс является широко распространенной стратегией взаимодействия, и у многих входит в привычку, ограничивая возможность поиска решений, максимально учитывающих интересы обеих сторон.

**Сотрудничество** — такая стратегия взаимодействия, которая позволяет партнерам прийти к альтернативе, полностью удовлетворяющей интересы обеих сторон. Эта стратегия — довольно редкая, ибо необходимо много условий для ее реализации: относительно благоприятная социальная ситуация; психологическая совместимость участников взаимодействия; их желание идти навстречу друг другу и т.д. По своей психологической сущности сотрудничество и компромисс похожи, поскольку обе стратегии связаны с соглашением, к которому приходят обе стороны, но сотрудничество предполагает еще готовность партнеров прикладывать усилия к исследованию альтернативных решений.

Стратегии соперничества, компромисса и сотрудничества относятся к активным стратегиям, свойственным инициативным и предприимчивым людям, уверенным в своих силах.

Индивиды с менее активной социальной позицией и сниженной самооценкой скорее всего выбирают стратегии **приспособления и избегания**.

**Приспособление** означает жертвование собственными интересами ради интересов другого человека.

Для избегания характерно как отсутствие стремления к удовлетворению интересов другого человека, так и отсутствие тенденции к достижению собственных целей.

Наиболее распространенным является дихотомическое деление всех возможных типов взаимодействия на два противоположных вида: **кооперацию и конкуренцию**.

Разные авторы обозначают эти два основных вида различными терминами. Кооперация и конкуренция также говорят о согласии и конфликте, приспособлении и оппозиции, ассоциации и диссоциации и т.д.

За всеми этими понятиями ясно виден принцип выделения различных видов взаимодействия.

В первом случае анализируются такие его проявления, которые соответствуют организации совместной деятельности, являются «**позитивными**» с этой точки зрения.

Во вторую группу попадают взаимодействия, так или иначе «**расшатывающие**» совместную деятельность, представляющие собой определенного рода препятствия для нее.

Г. М. Андреева подчеркивает, что, понимая общение как взаимодействие, надо иметь в виду ту сторону общения, «которая фиксирует не только обмен информацией, но и организацию совместных действий, позволяющих партнерам реализовать некоторую общую для них деятельность».

Совместная деятельность, как и любая форма кооперации, вызывается необходимостью достижения таких целей, которые недоступны отдельному человеку или доступны лишь частично. Наличие взаимодействий между людьми является основным отличительным признаком совместной деятельности по сравнению с индивидуальной. Однако отличаются они не только и даже не столько наличием или отсутствием взаимодействий между участниками деятельности, сколько характером включения взаимодействия в структуру самой деятельности.

На основе анализа целого ряда философских, социологических и психологических исследований, посвященных учению о кооперации, и результатов собственных эмпирических исследований различных групповых субъектов (от учебных групп до трудовых коллективов) А. В. Журавлёв описал специфику совместной деятельности. Основными признаками, описывающими специфику совместной деятельности, являются:

- наличие единой цели и общей мотивации;
- разделение деятельности на функционально связанные составляющие и распределение их между участниками;
- объединение индивидуальных деятельностей и согласованное их выполнение;
- наличие управления (включая самоуправление);
- единый общий конечный результат;

- наличие единого пространства и одновременность выполнения деятельности разными участниками.

Совместная трудовая деятельность как целостная система возникает, прежде всего, в результате установления социальных (трудовых, управленческих и др.) отношений между индивидами. В совместной деятельности эти отношения реализуются главным образом в процессах функционального распределения, объединения (совмещения), согласования и управления деятельностью индивидов. При этом сами эти процессы становятся в принципе возможными лишь благодаря взаимодействию участников деятельности. Для анализа качественной специфики совместной деятельности Журавлёв предлагает использовать понятие «предметно-направленное (или другое название — целевое) взаимодействие» между участниками деятельности.

Целевое взаимодействие как одно из реальных проявлений социальных отношений между участниками деятельности приводит к формированию некоторой их общности в виде трудового коллектива как субъекта совместной деятельности (или коллективного субъекта). Благодаря целевому взаимодействию коллективный субъект сохраняет свою целостность и поддерживает свою способность к совместной деятельности.

***Контрольные вопросы:***

1. Какие существуют роли социального взаимодействия с позиции транзактного анализа? Приведите примеры проявления в общении позиции Родителя, Взрослого и Ребенка.

2. В чем заключается теория интерперсонального поведения Шутца?

Охарактеризуйте основные межличностные потребности.

3. Какие мотивы социального взаимодействия вы знаете?

4. Приведите примеры, как проявляется стратегия соперничества в межличностном взаимодействии?

5. В чем заключается стратегия компромисса? Приведите пример.

6. Какие стратегии в общении применяют индивиды с менее активной социальной позицией?

***Список использованной литературы:***

1. Андреева, Г.М. Социальная психология: Учебник / Г.М. Андреева. - М.: Аспект-Пресс, 2016. - 363 с.

2. Ефимова, Н.С. Социальная психология: Учебное пособие / Н.С. Ефимова. - М.: Форум, 2017. - 496 с.

3. Кричевский, Р.Л. Социальная психология малой группы. / Р.Л. Кричевский, Е.М. Дубовская. - М.: Аспект-Пресс, 2009. - 318 с.

4. Крысько, В.Г. Социальная психология: Учебник для бакалавров / В.Г. Крысько. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 553 с.

5. Майерс, Д. Социальная психология / Д. Майерс. - СПб.: Питер, 2016. - 800 с.

## Тема 7. «Общение как восприятие людьми друг друга»

### План

1. Перцептивная сторона общения.
2. Восприятие и понимание: механизмы взаимопонимания в процессе общения.
3. Содержание и эффекты межличностного восприятия.
4. Межличностная аттракция.

#### 1. Перцептивная сторона общения.

Социальная перцепция является одной из центральных проблем межличностного общения. Восприятие человека человеком обозначают как "*социальная перцепция*". Термин **социальная перцепция** впервые был введен Дж. Брунером в 1947 г. в ходе разработки так называемого нового взгляда (New Look) на восприятие. По мере разработки данного направления в социальной психологии *социальной перцепцией* стали называть процесс восприятия так называемых социальных объектов, под которыми подразумевались другие люди, социальные группы, большие социальные общности. Именно в этом употреблении термин закрепился в социально-психологической литературе.

В отечественной науке первым начал разрабатывать эту проблему А. А. Бодалев. Им было положено начало большого круга исследований, кроме того, Бодалев создал научное направление, в рамках которого было накоплено большое количество эмпирических данных и закономерностей. Среди его работ стоит отметить: "Восприятие человека человеком" (1965), "Формирование первого впечатления" (1966), "О восприятии и понимании человеком самого себя" (1968), "Формирование понятия о человеке как о личности" (1970), "Личность и общение" (1979, 1983).

Согласно определению, сам термин **перцепция** обозначает *восприятие*. *Социальная перцепция* – восприятие социальных объектов в социальном контексте, т.е., прежде всего, восприятие людьми друг друга. Таким образом, пишет В. Н. Куницына и др., **социальная перцепция** – процесс, возникающий при межличностном взаимодействии на основе естественного общения и протекающий в форме восприятия и понимания одним человеком другого. Здесь важно подчеркнуть, что социальная перцепция – процесс с активной обратной связью, непременно включающий в себя понимание. Образ человека, формирующийся в процессе восприятия, несет информационную нагрузку и играет регулирующую роль в процессах взаимодействия, помогает выстраивать линию поведения по отношению к воспринимаемому человеку.

Итак, восприятие другого человека – это:

- 1) восприятие не только физических, но и поведенческих характеристик;
- 2) формирование представления о его намерениях, мыслях, способностях, эмоциях, установках;
- 3) создание представлений об отношениях, связывающих субъекта и объекта восприятия;
- 4) интерпретация на этой основе его поступков.

Перцептивные навыки проявляются в умениях определять контекст встречи; понимать настроение партнера по его вербальному и невербальному поведению; учитывать "психологические аффекты" восприятия при анализе коммуникативной ситуации.

Центральными проблемами в области социальной перцепции являются:

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

Если представить себе процессы социальной перцепции в полном объеме, то получается весьма сложная и разветвленная схема (рис. 5).

Схема включает в себя различные варианты не только объекта (O), но и субъекта (S) восприятия. Когда субъектом восприятия выступает индивид (И), он может воспринимать другого индивида, принадлежащего к "своей" группе; другого индивида, принадлежащего к "чужой" группе; свою собственную группу; "чужую" группу.

Сложнее обстоит дело, когда в качестве субъекта восприятия интерпретируется группа (Г). Здесь происходит восприятие группой своего собственного члена; восприятие группой представителя другой группы; восприятие группой самой себя; наконец, восприятие группой в целом другой группы.

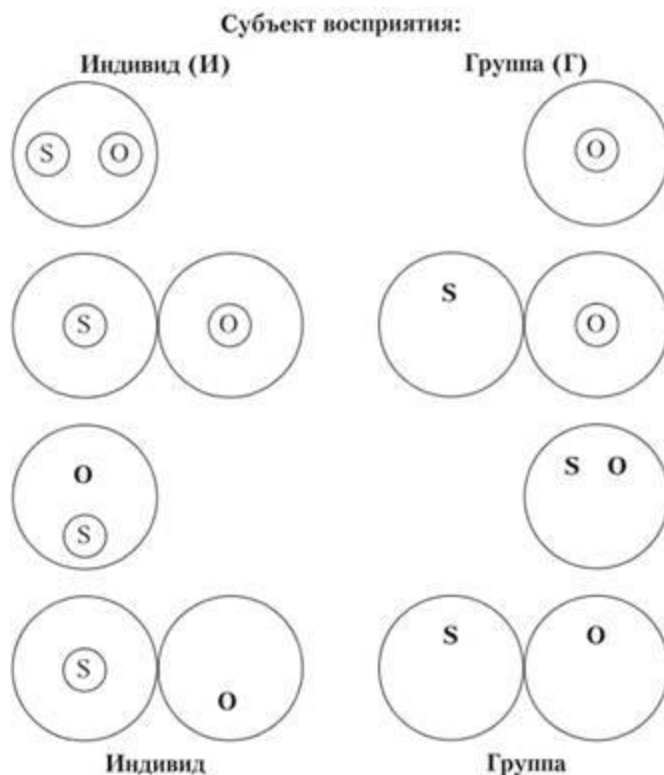


Рис. 5. Варианты социально-перцептивных процессов (Г. М. Андреева)

Стоит помнить, что в общение непосредственно включены процессы именно межличностного восприятия, поэтому в дальнейшем мы будем говорить лишь о первых двух позициях предложенной схемы: индивид (И) воспринимает другого индивида, принадлежащего к "своей" группе; индивид (И) воспринимает другого индивида, принадлежащего к "чужой" группе.

Другой подход к проблемам восприятия был использован в социально-психологических исследованиях по межличностной перцепции, связан со школой так называемой *транзактной психологии*. Здесь важна мысль о том, что активное участие субъекта восприятия в транзакции предполагает учет роли ожиданий, желаний, намерений, прошлого опыта субъекта как специфических детерминант перцептивной ситуации. Это особенно важно, когда познание другого человека рассматривается как основание не только для понимания партнера, но для установления с ним согласованных действий, особого рода отношений.

## **2. Восприятие и понимание: механизмы взаимопонимания в процессе общения.**

*Механизмы взаимопонимания в процессе общения.* Рациональное понимание – это прежде всего накопление, систематизация вербализованных знаний о других людях и оперирование ими с целью достичь максимального соответствия суждений, оценок, представлений о человеке его объективно существующим чертам, свойствам, мотивам. Главным моментом в процессе рационального понимания является конечная "расшифровка" мотивов, что позволяет оценивать конкретные поступки и прогнозировать поведение. Согласно С. Л. Рубинштейну, при общении мы как бы "читаем" другого человека, расшифровываем значение его внешних данных.

Возникающие при взаимопонимании впечатления играют важную регулятивную роль в процессе общения:

- 1) в процессе познания другого формируется и сам познающий индивид;
- 2) от меры точности "прочтения" другого человека зависит успех организации с ним согласованных действий.

Кроме того, цельность представления о другом человеке связана с уровнем собственного *самосознания*: богатство представлений о самом себе определяет и богатство представлений о другом человеке, и наоборот. У Г. Мида образ "генерализованного другого" характеризовал ситуацию непосредственного взаимодействия, здесь мы также находим идею формирования представления о партнере по общению.

Для конкретной ситуации общения подобные рассуждения применимы при условии, что этот "другой" дан не абстрактно, а в рамках достаточно широкой социальной деятельности. Индивид "соотносит" себя с другим, преломляя это соотношение в процессе разработки совместных решений.

Итак, в ходе познания другого человека одновременно осуществляется несколько процессов:

- 1) эмоциональная оценка этого другого;
- 2) попытка понять строй его поступков;

3) основанная на этом стратегия изменения его поведения;

4) построение стратегии своего собственного поведения.

Итак, согласно исследованиям, в процессы восприятия включены как минимум два человека, являющиеся активными субъектами. При построении стратегии взаимодействия каждому приходится принимать в расчет не только потребности, мотивы, установки другого, но и то, как этот другой понимает мои потребности, мотивы, установки. Таким образом, анализ осознания себя через другого включает две стороны: идентификацию и рефлексю.

**Идентификация** – буквально "уподобление" (в переводе с английского). Предположение о внутреннем состоянии партнера строится на основе попытки поставить себя на его место.

**Эмпатия** – стремление эмоционально откликнуться на проблемы другого человека. Ситуация другого человека не столько "понимается", сколько "прочувствуется". Установлена связь и различия между идентификацией и эмпатией (табл 1.).

Таблица 1

### Связь и различие между идентификацией и эмпатией

| Механизмы     | Общие черты  | Специфика   |
|---------------|--|---|
| Идентификация | Умение поставить себя на место другого, «принять в расчет» поведение другого | Субъект встает на позицию партнера и действует исходя из его интересов  |
| Эмпатия       |  | Отождествление не полностью; другой человек понимается и принимается, но поведение может быть предсказано по-своему |

Процесс понимания друг друга осложняется явлением рефлексии. Социально-психологическая рефлексия – осознание индивидом того, как он воспринимается партнером по общению. Это не просто знание или понимание другого, но знание того, как другой понимает меня, своеобразный удвоенный процесс зеркальных отражений друг друга, «глубокое, последовательное взаимоотражение, содержанием которого является воспроизведение внутреннего мира партнера по взаимодействию, причем в этом внутреннем мире в свою очередь отражается внутренний мир первого исследователя».

Еще одним механизмом межличностного восприятия является **каузальная атрибуция** – процесс приписывания другому человеку причин его поведения в том случае, когда информация об этих причинах отсутствует.

Потребность понять причины поведения партнера по взаимодействию возникает в связи с желанием интерпретировать его поступки. Интерпретация поведения другого человека может основываться на знании причин этого поведения, но в обыденной жизни

люди сплошь и рядом не знают действительных причин поведения другого человека или знают их недостаточно.

Тогда дефицит информации и приходится заменить *приписыванием*. Приписывание осуществляется либо на основе сходства поведения воспринимаемого лица с каким-то другим образцом, имевшимся в прошлом опыте субъекта восприятия, либо на основе анализа собственных мотивов, предполагаемых в аналогичной ситуации (в этом случае может действовать механизм идентификации). Но так или иначе возникает целая система способов приписывания (атрибуции).

Особая отрасль социальной психологии, получившая название каузальной атрибуции, анализирует именно эти процессы (Э. Джонс, К. Дэвис, Г. Келли, Д. Кенноуз, Р. Нисбет, Л. Стрикленд). Исследования каузальной атрибуции направлены на изучение попыток "рядового человека", "человека с улицы" понять причину и следствие тех событий, свидетелем или участником которых он является.

В процессе межличностного восприятия мера и степень приписывания зависит от двух показателей:

- 1) степени уникальности или типичности поступка
- 2) степени его социальной "желательности" или "нежелательности".

В первом случае имеется в виду тот факт, что типичное поведение есть поведение, предписанное ролевыми образцами, и потому оно легче поддается однозначной интерпретации.

Напротив, уникальное поведение допускает много различных интерпретаций и, следовательно, дает простор приписыванию его причин и характеристик. Во втором случае: под социально "желательным" понимается поведение, соответствующее социальным и культурным нормам и тем сравнительно легко и однозначно объясняемое.

При нарушении таких норм (социально "нежелательное" поведение) диапазон возможных объяснений расширяется. Этот вывод близок рассуждению С. Л. Рубинштейна о "свернутости" процесса познания другого человека в обычных условиях и его "развернутости" в случаях отклонения от принятых образцов.

Кроме того, характер атрибуций зависит от того, выступает ли субъект восприятия сам участником какого-либо события или его наблюдателем. В этих двух различных случаях избирается разный тип атрибуции. Г. Келли выделил три таких типа.

- 1. Личностная атрибуция, когда причина приписывается лично совершающему поступок.
- 2. Объектная атрибуция, когда причина приписывается тому объекту, на который направлено действие.
- 3. Обстоятельственная атрибуция, когда причина совершающегося приписывается обстоятельствам (рис. б).



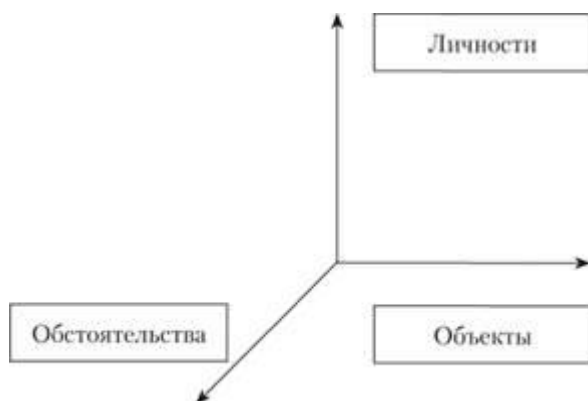


Рис. 6. Виды каузальной атрибуции (по Г. Келли)

В исследованиях был обнаружен феномен, названный фундаментальной ошибкой атрибуции, который заключается в переоценке личностных и недооценке обстоятельственных причин. Фундаментальные ошибки атрибуции проявляются в следующем:

- проблема "наблюдатель – участник". Фундаментальная ошибка больше присуща наблюдателю. Он чаще использует личностную атрибуцию, а участник – обстоятельственную;
- особенности приписывания причин при успехе и неудаче: участник "винит" в неудаче обстоятельства, а наблюдатель "винит" за неудачу прежде всего исполнителя. Для успеха – наоборот.

Особый интерес представляет и та часть теорий атрибуции, которая анализирует вопрос о приписывании ответственности за какие-либо события, что тоже имеет место при познании человека человеком. Также экспериментально установлено, что атрибутивные процессы составляют основное содержание межличностного восприятия.

### **3. Восприятие и понимание: механизмы взаимопонимания в процессе общения**

Содержание межличностного восприятия зависит от характеристик субъекта и объекта восприятия, так как взаимодействие имеет две стороны: оценивание друг друга и изменение каких-либо характеристик друг друга.

В первом случае говорят об исследовании роли характеристик воспринимающего (субъекта) в процессе межличностного взаимодействия. Данные исследования выявили, что одни люди склонны в большей мере фиксировать физические черты, другие пытаются более непосредственно воспринимать психологические характеристики окружающих (в большей мере включают механизм приписывания). Выявлена также зависимость приписываемых характеристик от предшествующей оценки объектов восприятия.

В других экспериментальных исследованиях в центре внимания стоят характеристики объекта восприятия. Понятно, что в силу своих психологических особенностей одни люди более открыты для восприятия другими людьми, другие – менее.

## Эффекты социального восприятия

| Эффект                       | Содержание  |
|------------------------------|---|
| Эффект установки             | Играет большую роль при формировании первого впечатления о незнакомом человеке  |
| Эффект ореола                | Информация, получаемая о человеке, накладывается на образ, который уже был создан заранее   |
| Эффект новизны и первичности | Последняя, наиболее новая информация оказывается наиболее значимой (для знакомого человека)   |
|                              | Информация, предъявленная ранее, получает приоритет восприятия незнакомом человеке)   |
| Эффект стереотипизации       | Следствия:<br>Упрощение процесса познания, заменяет образ другого человека "штампом", но необходимо;<br>Может произойти сдвиг в сторону эмоционального восприятия или неприятия. В этом случае стереотипизация приводит к возникновению предубеждений |

**Эффект первого впечатления** (установки) играет значительную роль при формировании первого впечатления о незнакомом человеке, что было выявлено в экспериментах А. А. Бодалева.

*Пример из практики*

Двум группам студентов была показана фотография одного и того же человека. По предварительному первой группе было сообщено, что человек на фотографии является закоренелым преступником, а второй группе, что он крупный ученый. После этого группы составляли словесный портрет сфотографированного человека. В первом случае были получены соответствующие характеристики: глубоко посаженные глаза свидетельствовали о затаенной злобе, выдающийся подбородок – о решимости "идти до конца" в преступлении и т.д. Соответственно во второй группе те же глубоко посаженные глаза говорили о глубине мысли, а выдающийся подбородок – о силе воли в преодолении трудностей на пути познания и т.д.

**Эффект ореола** заключается в формировании специфической установки на воспринимаемого через направленное приписывание ему определенных качеств: информация, получаемая о каком-то человеке, категоризируется определенным образом, накладывается на тот образ, который уже был создан заранее. Ранее сложившийся образ выполняет роль "ореола", мешающего видеть действительные черты и проявления объекта восприятия. Эффект ореола наиболее явно проявляется, когда воспринимающий имеет минимальную информацию об объекте восприятия.

**Эффект первичности и новизны** также касаются значимости определенного порядка предъявления информации о человеке для составления представления о нем:

ранее предъявленная информация рассматривается как "первичная", а поздно предъявленная как "новая". Эффект, получивший название "эффекта первичности" был зарегистрирован при восприятии незнакомого человека. Напротив, в ситуациях восприятия знакомого человека действует "эффект новизны", который заключается в том, что последняя, т.е. более новая, информация оказывается наиболее значимой.

**Стереотипизация** (в узком плане) также рассматривается как один из эффектов межличностного восприятия. Впервые термин социальный стереотип был введен У. Липпманом в 1922 г. Негативный оттенок термина, по Липпману, был связан с ложностью и неточностью представлений, которыми оперирует пропаганда. Стереотип – это некоторый устойчивый образ какого-либо явления или человека, которым пользуются как известным "сокращением" при взаимодействии с этим явлением. В основном стереотип возникает на основе достаточно ограниченного прошлого опыта в результате стремления строить выводы на базе ограниченной информации. Чаще всего стереотип возникает относительно групповой принадлежности человека, например принадлежности его к какой-то профессии или национальности.

Например: "все учительницы назидательны", "все бухгалтеры педанты", "англичане чопорны", "испанцы темпераментны", "русские открытые" и т.д. Здесь обнаруживается тенденция "извлекать смысл" из предшествующего опыта, строить заключения по сходству с этим предшествующим опытом, не смущаясь его ограниченностью.

В результате стереотипизации могут возникнуть два следствия:

1) упрощение процесса познания другого человека; в этом случае стереотип не обязательно несет на себе оценочную нагрузку: в восприятии другого человека не происходит "сдвига" в сторону его эмоционального принятия или непринятия; 2) возникает предубеждение, когда суждение строится на основе прошлого ограниченного опыта, а опыт этот был негативным, всякое новое восприятие представителя той же самой группы окрашивается неприязнью.

Стоит отметить, что в условиях реальной жизни особенно распространены этнические стереотипы, когда на основе ограниченной информации об отдельных представителях каких-либо этнических групп строятся предвзятые выводы относительно всей группы.

#### **4. Межличностная аттракция.**

Как отмечает Г. М. Андреева, чрезвычайно сложная природа процесса межличностной перцепции заставляет с особой тщательностью исследовать проблему точности восприятия человека человеком.

**Межличностная аттракция** – область исследований, связанных с выявлением эмоциональных отношений к воспринимаемому человеку. Известно, что люди не просто воспринимают друг друга, а формируют определенное отношение друг к другу. Исследователи отмечают, что аттракция (привлечение) – это и процесс формирования привлекательности какого-то человека для воспринимающего, и продукт этого процесса, т.е. некоторое качество отношения.

Главным образом исследователи связывают возникновение аттракции с ломкой определенных предубеждений. Можно сказать, что аттракция – есть возникновение положительного эмоционального отношения при восприятии другого человека.

Долгое время считалось, что сфера изучения таких феноменов, как симпатия, дружба, любовь (уровней аттракции), не может быть областью научного анализа, а только областью искусства, литературы и т.д. Однако на сегодняшний день в психологии представлены данные уровни аттракции.

Так, *симпатия* чаще всего рассматривается в социально-психологических исследованиях, это наименее продолжительное по времени положительное чувство, строится на основе эмоций, часто зависит от ситуации, настроения партнеров по общению.

Согласно определению М. Лргайла и М. Хендерсона, *дружба* – отношения на основе доверия к партнеру, характеризуются наличием определенных норм и правил: добровольно помогать, уважать личную жизнь друга, сохранять конфиденциальность, доверять друг другу, защищать интересы друга, не критиковать при посторонних.

Человек чувствует себя полностью счастливым, только когда он любит и ему отвечают взаимностью. *Любовь* – тесные, проверенные временем взаимоотношения, которые повышают жизнеспособность индивида.

В работах Кнэпп приводится перечень условий, способствующих возникновению любви: доступность, приязнь, сходство, взаимность, возраст любви, спонтанность, открытость, честность взаимодействия.

В настоящее время насчитывается большое количество экспериментальных работ и теоретических обобщений в области *аттракции*. Например, Гозман рассматривает аттракцию как особый вид социальной установки на другого человека, в которой преобладает эмоциональный компонент. Эмпирические исследования главным образом посвящены выяснению тех факторов, которые приводят к появлению положительных эмоциональных отношений между людьми.

Например, Р. Чалдини перечисляет следующие основные факторы, которые вызывают аттракцию:

- 1) физическая привлекательность;
- 2) сходство;
- 3) контакт и взаимодействие;
- 4) нам нравятся те, кому мы оказали услугу.

Однако к настоящему времени сформированные теоретические интерпретации не позволяют говорить о том, что уже создана удовлетворительная теория аттракции. В отечественной социальной психологии исследования аттракции также немногочисленны.

#### **Список использованной литературы:**

1. Андреева Г. М. Социальная психология.
2. Бодалев А. А. Восприятие и понимание человека человеком. М., 1982.
3. Гозман Л. Я. Психология эмоциональных отношений. М, 1987.

4. Келли Г. Процесс каузальной атрибуции // Современная зарубежная социальная психология: тесты. М., 1984.
5. Куницына В. Н., Казаринова Н. В., Погольша В. М. Межличностное общение.
6. Почебут Л. Г., Мейжис А. Л. Социальная психология.
7. Рубинштейн С. Л. Принципы и пути развития психологии. М., 1960. С. 180.
8. Чалдини Р. Психология влияния. СПб., 1999.

## **Тема 8. «Проблема группы в социальной психологии»**

### **План**

1. Общая характеристика проблемы.
2. Группа как субъект деятельности
3. Основные характеристики группы

#### **1. Общая характеристика проблемы.**

Проблема групп, в которые объединяются люди в процессе своей жизнедеятельности, - важнейший вопрос не только социальной психологии, но и социологии. Реальность общественных отношений всегда дана как реальность отношений между социальными группами, поэтому для социологического анализа крайне важным и принципиальным вопросом является вопрос о том, по какому критерию следует вычленять группы из того многообразия различного рода объединений, которые возникают в человеческом обществе. Сразу же следует оговориться, что в общественных науках в принципе может иметь место двойное употребление понятия "группа". С одной стороны, в практике, например, демографического анализа, в различных ветвях статистики имеются в виду *условные* группы: произвольные объединения (группировка) людей по какому-либо общему признаку, необходимому в данной системе анализа. Такое понимание широко представлено прежде всего в статистике, где часто необходимо выделить группу людей, имеющих какой-то определенный уровень образования, болеющих сердечно-сосудистыми заболеваниями, нуждающихся в жилье и т.д. Иногда в таком понимании термин "группа" употребляется и в психологии, когда, например, в результате тестовых испытаний "конструируется" группа людей, давших показатели в каких-то одних пределах, другая группа - с другими показателями и т.п.

С другой стороны, в целом цикле общественных наук под группой понимается реально существующее образование, в котором люди собраны вместе, объединены каким-то общим признаком, разновидностью совместной деятельности или помещены в какие-то идентичные условия, обстоятельства (также в реальном процессе их жизнедеятельности), определенным образом *осознают* свою принадлежность к этому образованию (хотя мера и степень осознания могут быть весьма различными).

Именно в рамках этого второго толкования имеет по преимуществу дело с группами социальная психология, и именно в этом плане ей необходимо четко обозначить отличие своего подхода от социологического. С точки зрения

*социологического* подхода самое главное - отыскать объективный критерий различения групп, хотя в принципе и таких критериев может быть много. Критерий различения групп можно видеть и в религиозных, и в этнических, и в политических различиях и т.д. Для каждой системы социологического знания важно принять какой-то критерий в качестве основного. Марксистская социологическая наука, в отличие от других систем обществоведения, рассматривает в качестве такого критерия определенное место, которое занимает группа в системе данных общественных отношений. С точки зрения этого объективного критерия социология и анализирует каждую социальную группу, ее соотношение с обществом, с личностями, в нее входящими.

Для социально-психологического подхода характерен другой угол зрения. Выполняя различные социальные функции, человек является членом многочисленных социальных групп, он формируется как бы в "пересечении" этих групп, является точкой, в которой пересекаются различные групповые влияния. Это имеет для личности два важных следствия: с одной стороны, определяет объективное место личности в системе социальной деятельности, с другой стороны, сказывается на формировании сознания личности. Личность оказывается включенной в систему взглядов, представлений, норм, ценностей многочисленных групп. Поэтому крайне значимо определить, какова будет та "равнодействующая" этих групповых влияний, которая и определит содержание сознания личности. Но, чтобы ответить на этот вопрос, необходимо установить, что же значит для человека группа в психологическом плане, какие ее характеристики значимы для личности, входящей в нее. Именно здесь-то социальная психология и сталкивается с необходимостью соотнесения социологического подхода, с которым она не может не считаться, и психологического подхода, который тоже имеет свою традицию рассмотрения групп.

Если для первого, как мы видели, характерен прежде всего поиск объективных критериев для различения реальных социальных групп, то для второго характерно в большей мере рассмотрение лишь самого факта наличия некоторого множества лиц, в условиях которого протекает деятельность личности. Это множество лиц, «окружающих» человека или даже взаимодействующих с ним в какой-то конкретной ситуации, тоже, конечно, может быть интерпретировано как группа», но фокус интереса в данном случае - не содержательная деятельность данной группы, а, скорее, форма действий индивида в условиях присутствия других людей или даже взаимодействия с ними.

**2. Группа как субъект деятельности.** Все сказанное позволяет сделать вывод о том, что для социальной психологии недостаточна простая констатация множества людей или даже наличия внутри него каких-то отношений. Стоит задача объединить социологический и (будем называть его так) «общепсихологический» подход к группе. Если признать, что социальная психология прежде всего исследует закономерности поведения и деятельности людей, обусловленные фактом их включения в реальные социальные группы, то надо признать и то, что фокус анализа – именно содержательная характеристика таких групп, выявление специфики воздействия на личность конкретной социальной группы, а не просто анализ "механизма" такого воздействия. Такая

постановка вопроса свойственна отечественной социальной психологии, и она логична с точки зрения общих методологических принципов теории деятельности. Значимость группы для личности прежде всего в том, что группа – это определенная *система деятельности*, заданная ее местом в системе общественного разделения труда. Группа сама выступает *субъектом* определенного вида деятельности и через нее включена во всю систему общественных отношений.

Для того чтобы обеспечить такого рода анализ, социальной психологии необходимо опереться на результаты социологического анализа групп, т.е. обратиться к тем реальным социальным группам, которые выделены по социологическим критериям в каждом данном типе общества, а потом уже *на этой основе* осуществить описание психологических характеристик каждой группы, их значимости для каждого отдельного члена группы. Важной составной частью такого анализа является, конечно, и механизм образования этих психологических характеристик группы.

Если поставить вопрос с точки зрения предложенной интерпретации группы как субъекта социальной деятельности, то, очевидно, можно попытаться выделить некоторые черты, свойственные ей именно как субъекту деятельности. Общность содержания деятельности группы порождает и общность психологических характеристик группы, будем ли мы называть их "групповое сознание" или каким-либо иным термином. К психологическим характеристикам группы должны быть отнесены такие групповые образования, как групповые интересы, групповые потребности, групповые нормы, групповые ценности, групповое мнение, групповые цели. И хотя современный уровень развития социальной психологии не располагает ни традицией, ни необходимым методическим оснащением для анализа всех этих образований, крайне важно поставить вопрос о "законности" такого анализа, ибо именно по этим характеристикам каждая группа в психологическом плане отличается от другой. Для индивида, входящего в группу, осознание принадлежности к ней осуществляется прежде всего через принятие этих характеристик, т.е. через осознание факта некоторой *психической общности* с другими членами данной социальной группы, что и позволяет ему идентифицироваться с группой. Можно сказать, что "граница" группы воспринимается как граница этой психической общности.

В социально-психологической литературе встречается различное употребление понятия «общность». Нас интересует та интерпретация, которая предложена Б.Ф. Поршневым (Поршнев, 1966). Анализируя развитие групп и их роль в истории человеческого общества, Б.Ф. Поршнев пришел к выводу, что главной, чисто психологической характеристикой группы является наличие так называемого "мы-чувства". Это означает, что универсальным принципом психического оформления общности является различение для индивидов, входящих в группу, некоторого образования "мы", в отличие от другого образования – "они". "Мы-чувство" выражает потребность отдифференцировать одну общность от другой и является своеобразным индикатором осознания принадлежности личности к некоторой группе, т.е. социальной идентичности. Определенная констатация принадлежности личности к группе представляет для социальной психологии значительный интерес, позволяя рассмотреть

психологическую общность как своеобразный психологический "срез" реальной социальной группы. Специфика социально-психологического анализа группы именно здесь и проявляется: рассматриваются выделенные средствами социологии реальные социальные группы, но в них, далее, определяются те их черты, которые в совокупности делают группу психологической общностью; т.е. позволяют каждому ее члену идентифицировать себя с группой.

### **3. Основные характеристики группы**

Все сказанное заставляет с особой четкостью сформулировать методологические соображения относительно нового подхода к исследованию группы. Задача заключается в том, чтобы исследованные в общем виде закономерности человеческого общения и взаимодействия теперь более конкретно рассмотреть в тех реальных общественных ячейках, где они и проявляются. Но, для того, чтобы выполнить эту задачу, кроме принятых определенных методологических принципов, надо еще и задать концептуальный аппарат, в рамках которого может быть исследована группа в социальной психологии, описаны ее основные характеристики. Эта понятийная схема необходима для того, чтобы можно было сравнивать группу между собой, чтобы экспериментальные исследования давали сопоставимые результаты.

К элементарным параметрам группы относятся: *композиция группы* (или ее состав), *структура группы*, *групповые процессы*, *групповые нормы и ценности*, *система санкций*. Каждый из этих параметров может приобретать совершенно различное значение в зависимости от типа изучаемой группы. Так, например, состав группы может быть описан по совершенно различным показателям, в зависимости от того, значимы ли в каждом конкретном случае, например, возрастные, профессиональные или социальные характеристики членов группы. Не может быть дан единый рецепт описания состава группы в связи с многообразием реальных групп; в каждом конкретном случае начинать надо с того, *какая* реальная группа выбирается в качестве объекта исследования: школьный класс, спортивная команда или производственная бригада. Иными словами, мы сразу задаем некоторый набор параметров для характеристики состава группы в зависимости от типа деятельности, с которым данная группа связана.

То же можно сказать и относительно структуры группы. Существует несколько достаточно формальных признаков структуры группы: структура коммуникаций, структура предпочтений, структура "власти" и т.д. Однако, если последовательно рассматривать группу как субъект деятельности, то и к ее структуре нужно подойти соответственно. По-видимому, в данном случае самое главное - это анализ структуры групповой деятельности, что включает в себя анализ функций каждого члена группы в этой совместной деятельности. С другой стороны, весьма значимой характеристикой является эмоциональная структура группы, структура межличностных отношений, а также связь ее с функциональной структурой групповой деятельности. В социальной психологии соотношение этих двух структур часто рассматривается как соотношение "неформальных" и "формальных" отношений.

Сам перечень *групповых процессов* тоже не является чисто технической задачей: он зависит как от характера группы, так и от угла зрения, принятого исследователем. Если



следовать принятому методологическому принципу, то к групповым процессам прежде всего следует отнести такие процессы, которые организуют деятельность группы.

Другая сторона вопроса, связанная с характеристикой групповых процессов, - это рассмотрение их в контексте *развития* группы. Целостное представление о развитии группы и о характеристике групповых процессов с этой точки зрения разработано именно в отечественной социальной психологии. Естественно, что развитие групповых процессов допускает и более дробный анализ, когда отдельно исследуется развитие групповых норм, ценностей, системы межличностных отношений и т.д.

Таким образом, композиция (состав), структура группы и динамика групповой жизни (групповые процессы) - обязательные параметры описания группы в социальной психологии.

Другая часть понятийной схемы, которой пользуются социальные психологи в исследованиях групп, касается положения индивида в группе в качестве ее члена. Первым из понятий, употребляемых здесь, является понятие "*статус*" или "*позиция*", обозначающее место индивида в системе групповой жизни. Термины "статус" и "позиция" часто употребляются в данном случае как синонимы, хотя у ряда авторов понятие "позиция" имеет несколько иное значение (Божович, 1967). Самое широкое применение понятие "статус" находит при описании структуры межличностных отношений, для чего более всего приспособлена определенная методика измерения статуса, а именно социометрическая методика. Но получаемое таким образом обозначение статуса индивида в группе никак нельзя считать удовлетворительным.

Во-первых, потому, что место индивида в группе не определяется только его социометрическим статусом; важно не только то, насколько индивид как член группы пользуется привязанностью других членов группы, но и то, как он воспринимается в структуре деятельностных отношений группы. На этот вопрос невозможно ответить, пользуясь социометрической методикой. Во-вторых, статус всегда есть некоторое единство объективно присущих индивиду характеристик, определяющих его место в группе, а также его субъективного восприятия другими членами группы. В социометрической методике есть попытка учесть два компонента статуса (коммуникативный и гностический), но при этом имеются в виду два компонента эмоциональных отношений (тех, которые индивид испытывает к другим членам группы, и тех, которые к нему испытывают другие). Речь же идет о соотношении объективных и субъективных характеристик статуса. В-третьих, при характеристике статуса индивида в группе необходим учет отношений более широкой социальной системы, в которую данная группа входит, - "статус" самой группы. Это обстоятельство небезразлично для конкретного положения члена группы. Этот третий признак статуса также никаким образом не учитывается при определении статуса социометрической методикой. Вопрос о разработке адекватного методического приема для определения статуса индивида в группе может быть решен только при одновременной теоретической разработке этого понятия.

Другая характеристика индивида в группе - это "*роль*". Обычно роль определяют как динамический аспект статуса. Но это распространенное определение не раскрывает

еще действительного содержания понятия. По-видимому целесообразно характеризовать динамический аспект статуса через перечень тех реальных функций, которые заданы личности группой, содержанием групповой деятельности. Если взять такую группу, как семья, то на ее примере можно показать взаимоотношение между статусом, или позицией, и ролью. В семье различные статусные характеристики существуют для каждого из ее членов: есть позиция (статус) матери, отца, старшей дочери, младшего сына и т.д. Если теперь описать набор функций, которые "предписаны" группой для каждой позиции, то получим характеристику роли матери, отца, старшей дочери, младшего сына и т.д. Нельзя представлять роль как что-то неизменное: динамизм ее в том, что при сохранении статуса набор функций, ему соответствующих, может сильно варьировать в различных однотипных группах, а главное, в ходе развития как самой группы, так и более широкой социальной структуры, в которую она включена. Пример с семьей ярко иллюстрирует эту закономерность: изменение роли супругов в ходе исторического развития семьи - актуальная тема современных социально-психологических исследований.

Важным компонентом характеристики положения индивида в группе является *система групповых ожиданий*. Этот специальный социально-психологический термин обозначает тот простой факт, что всякий член группы не просто выполняет в ней свои функции, но и обязательно воспринимается, оценивается другими. В частности, это относится к тому, что от каждой позиции, а также от каждой роли ожидается выполнение некоторых функций, и не только простой перечень их, но и качество выполнения этих функций. Группа через систему этих ожидаемых образцов поведения, соответствующих каждой роли, определенным образом контролирует деятельность своих членов. В ряде случаев может возникать рассогласование между ожиданиями, которые имеет группа относительно какого-либо ее члена, и его реальным поведением, реальным способом выполнения им своей роли. Для того, чтобы эта система ожиданий была как-то определена, в группе существуют еще два чрезвычайно важных образования: *групповые нормы* и *групповые санкции*.

Все групповые нормы являются социальными нормами, т.е. представляют собой "установления, модели, эталоны должного с точки зрения общества в целом и социальных групп и их членов поведения".

В более узком смысле групповые нормы - это определенные правила, которые выработаны группой, приняты ею и которым должно подчиняться поведение ее членов, чтобы их совместная деятельность была возможна. Нормы выполняют, таким образом, регулятивную функцию по отношению к этой деятельности. Нормы группы связаны с ценностями, так как любые правила могут быть сформулированы только на основании принятия или отвержения каких-то специально значимых явлений (Обозов, 1979. С. 156). Ценности каждой группы складываются на основании выработки определенного отношения к социальным явлениям, продиктованного местом данной группы в системе общественных отношений, ее опытом в организации определенной деятельности.

Важная проблема - это *мера* принятия норм каждым членом группы: как осуществляется принятие индивидом групповых норм, насколько каждый из них

"отступает" от соблюдения этих норм и т.д., как соотносятся социальные и "личностные" нормы. Одна из функций социальных (и в том числе групповых) норм состоит именно в том, что при их посредстве требования общества "адресуются и предъявляются человеку как личности и члену той или иной группы, общности, общества". При этом необходим анализ *санкций* - механизмов, посредством которых группа "возвращает" своего члена на путь соблюдения норм. Санкции могут быть двух типов: поощрительные и запретительные, позитивные и негативные. Система санкций предназначена не для того, чтобы компенсировать несоблюдение норм, но для того, чтобы *обеспечить* соблюдение норм. Исследование санкций может иметь смысл лишь при условии конкретного анализа конкретных групп, так как содержание санкций должно быть соотнесено с содержанием норм, а это нельзя сделать в отрыве от анализа конкретных свойств группы.

Таким образом, рассмотренный набор понятий, при помощи которых может осуществляться социально-психологическое описание группы, есть лишь определенная концептуальная сетка, наполнить содержанием которую еще предстоит.

Такая сетка полезна и нужна, но проблема заключается в том, чтобы четко понять ее функции, не сводить к простой констатации, своеобразной "подгонке" под эту сетку реальные процессы, протекающие в реальных группах. Для того, чтобы сделать следующий шаг по пути анализа, необходимо теперь дать классификацию групп, которые являются предметом рассмотрения в рамках социальной психологии.

*Классификация групп.* Социальная психология предпринимала многократные попытки построить классификацию групп. Американский исследователь Юбенк вычленил семь различных принципов, на основании которых строились такие классификации. Эти принципы были самыми разнообразными: уровень культурного развития, тип структуры, задачи и функции, преобладающий тип контактов в группе и др. К этому часто добавлялись и такие основания, как время существования группы, принципы ее формирования, принципы доступности членства в ней и многие другие. Однако, общая черта всех предложенных классификаций - *формы* жизнедеятельности группы. Если же принять принцип рассмотрения реальных социальных групп в качестве субъектов социальной деятельности, то здесь требуется, очевидно, и иной принцип классификации групп. Основанием такой классификации должна служить социологическая классификация групп соответственно их месту в системе общественных отношений. Но прежде чем дать такую классификацию, надо привести в систему те употребления понятия группы, о которых речь шла выше.

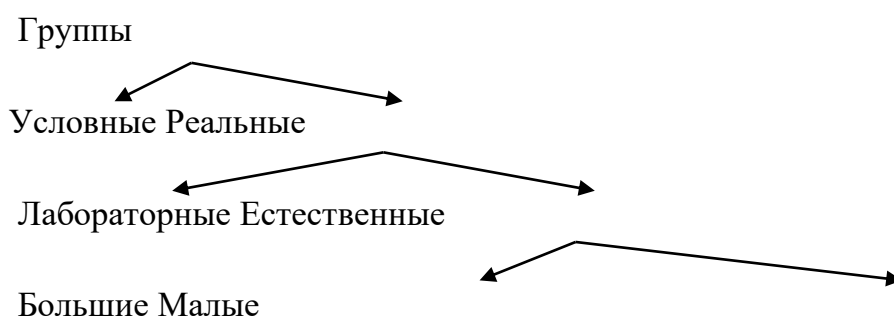




Рис. 7. Классификация групп, изучаемых в социальной психологии

Прежде всего для социальной психологии значимо разделение групп на условные и реальные. Она сосредоточивает свое исследование на реальных группах. Но среди этих реальных существуют и такие, которые преимущественно фигурируют в общепсихологических исследованиях, - реальные *лабораторные* группы.

В отличие от них существуют реальные *естественные* группы. Социально-психологический анализ возможен относительно и той, и другой разновидности реальных групп, однако наибольшее значение имеют реальные естественные группы, выделенные в социологическом анализе. В свою очередь эти естественные группы подразделяются на так называемые "большие" и "малые" группы. Малые группы - обжитое поле социальной психологии. Что же касается больших групп, то вопрос об их исследовании значительно сложнее и требует особого рассмотрения. Сейчас важно подчеркнуть, что эти большие группы также представлены в социальной психологии неравноценно: одни из них имеют солидную традицию исследования (это по преимуществу большие, неорганизованные, стихийно возникшие группы, сам термин "группа" по отношению к которым весьма условен), другие же, подобно классам, нациям, значительно слабее представлены в социальной психологии в качестве объекта исследования. Весь смысл предшествующих рассуждений о предмете социальной психологии требует включения и этих групп в сферу анализа. Точно так же малые группы могут быть подразделены на две разновидности: становящиеся группы, уже заданные внешними социальными требованиями, но еще не сплоченные совместной деятельностью в полном смысле этого слова, и группы более высокого уровня развития, уже сложившиеся. (Группы первой разновидности, за неимением более удачного термина, можно обозначить как "становящиеся"). Эта классификация может быть наглядно представлена в следующей схеме. Всё, начиная с рубрики "реальные естественные группы", является объектом исследования социальной психологии. Всё дальнейшее изложение социальной психологии групп будет проводиться по данной схеме. Проанализированные выше общие закономерности общения и взаимодействия людей будут теперь рассмотрены в контексте тех реальных групп, где эти закономерности приобретают своё особое содержание.

**Контрольные вопросы:**

1. В чем заключается проблема исследования и классификации групп в социальной психологии?
2. Какие параметры характеристики группы вы знаете?
3. Какие статусы групповых отношений вы знаете? Приведите примеры.
4. Что такое санкции в группе?

**Список использованной литературы:**

1. Андреева, Г.М. Социальная психология: Учебник / Г.М. Андреева. - М.:

Аспект-Пресс, 2016. - 363 с.

2. Крысько, В.Г. Социальная психология: Учебник для бакалавров / В.Г. Крысько. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 553 с.

3. Столяренко, Л.Д. Социальная психология: Краткий курс лекций / Л.Д. Столяренко, В.Е. Столяренко. - М.: Юрайт, 2012. - 219 с.

4. Чалдини, Р. Социальная психология / Р. Чалдини. - СПб.: Питер, 2016. - 848 с.

## **Тема 9. Стихийные группы и массовые движения**

### **План**

1. Общая характеристика и типы стихийных групп.
2. Особенности поведения людей в стихийных группах.
3. Исследования толпы Г.Лебона, С.Сигеле, П.Сорокина.
4. Вклад в разработку толпы С.Моковичи.
5. Феноменология толпы в исследованиях Л.Г.Почебут.

### **1. Общая характеристика и типы стихийных групп**

При общей классификации больших социальных групп уже говорилось о том, что существует особая разновидность, которую в строгом смысле слова нельзя назвать "групповой". Это кратковременные объединения большого числа лиц, часто с весьма различными интересами, но, тем не менее собравшихся вместе по какому-либо определенному поводу и демонстрирующих какие-то совместные действия. Членами такого временного объединения являются представители разных больших организованных групп: классов, наций, профессий, возрастов и т.д. Такая "группа" может быть в определенной степени кем-то организована, но чаще возникает стихийно, не обязательно четко осознает свои цели, но тем не менее может быть весьма активной. Такое образование никак нельзя считать "субъектом совместной деятельности", но и недооценивать его значение также нельзя. В современных обществах от действий таких групп часто зависят принимаемые политические и социальные решения. Среди стихийных групп в социально-психологической литературе чаще всего выделяют толпу, массу, публику. Как отмечалось выше, история социальной психологии в определенной степени "начиналась" именно с анализа таких групп (Лебон, Тард и др.).

В социальной психологии XX в. психологические характеристики таких групп описываются как формы *коллективного поведения*. Учитывая, что термин "коллектив" в русском языке имеет весьма специфическое значение, целесообразнее определять названный тип поведения как *массовое поведение*, тем более что стихийные группы действительно выступают субъектом массового поведения.

Прежде чем перейти к характеристике различных типов стихийных групп, необходимо сказать об одном важном факторе их формирования. Таким фактором является *общественное мнение*. Во всяком обществе идеи, убеждения, социальные представления различных больших организованных групп существуют не изолированно

друг от друга, а образуют своеобразный сплав, что можно определить как массовое сознание общества. Выразителем этого массового сознания и является общественное мнение. Оно возникает по поводу отдельных событий, явлений общественной жизни, достаточно мобильно, может быстро изменить оценки этих явлений под воздействием новых, часто кратковременных обстоятельств. Исследование общественного мнения - важный ключ к пониманию состояния общества. К сожалению, в социальной психологии исследования эти весьма ограничены, чаще проблема изучается в социологии. Вместе с тем для социально-психологического анализа стихийных групп изучение общественного мнения, предшествующего формированию таких групп, весьма важно: динамичность общественного мнения, включенность в него эмоциональных оценок действительности, непосредственная форма его выражения могут послужить в определенный момент стимулом для создания стихийной группы и ее массовых действий.

Это можно проследить более конкретно на примере формирования различных типов стихийных групп.

*Толпа* образуется на улице по поводу самых различных событий: дорожно-транспортного происшествия, поимки правонарушителя, недовольства действиями представителя власти или просто проходящего человека. Длительность ее существования определяется значимостью инцидента: толпа зевак может разойтись, как только элемент зрелищности ликвидирован. В другом случае, особенно, когда это связано с выражением недовольства каким-либо социальным явлением (не привезли продукты в магазин, отказались принимать или выдают, деньги в сберкассе) толпа может вес более и более возбуждаться, и переходить к действиям, например, к движению в сторону какого-либо учреждения. Ее эмоциональный накал может при этом возрастать, порождая агрессивное поведение участников. В толпе могут возникать элементы организации, если находится человек, который сумеет ее возглавить. Но если даже такие элементы возникли, они очень нестабильны: толпа легко может и смести возникшую организованность. Стихия остается основным фоном поведения толпы, приводя часто к его агрессивным формам.

*Масса* обычно описывается как более стабильное образование с довольно нечеткими границами. Масса может выступать не обязательно как сиюминутное образование, подобно толпе: она может оказаться в значительно большей степени организованной, когда определенные слои населения достаточно сознательно собираются ради какой-либо акции: манифестации, демонстрации, митинги. В этом случае более высока роль организаторов: они обычно выдвигаются не непосредственно в момент начала действий, а известны заранее как лидеры тех организованных групп, представители которых приняли участие в данном массовом действии. В действиях массы поэтому более четки и продуманы как конечные цели, так и тактика поведения. Вместе с тем, как и толпа, масса достаточно разнородна, в ней тоже могут сосуществовать, так и сталкиваться различные интересы, поэтому ее существование может быть неустойчивым.

*Публика* представляет собой еще одну форму стихийной группы, хотя элемент

"стихийности" здесь слабее выражен, чем, например, в толпе. Публика - это тоже кратковременное собрание людей для совместного времяпрепровождения в связи с каким-то зрелищем - на трибуне стадиона, в большом зрительном зале, на площади перед динамиком при прослушивании важного сообщения, в более замкнутых помещениях, например, в лекционных залах, публику часто именуют аудиторией. Публика всегда собирается ради общей и определенной цели, поэтому она более "управляема, в частности, в большей степени соблюдает нормы, принятые в избранном типе организации зрелищ. Но и публика остается массовым собранием людей, и в ней действуют законы массы. Достаточно и здесь какого-либо инцидента, чтобы публика стала неуправляемой. Известны драматические случаи, к которым приводят неумные страсти болельщиков футбола на стадионах и т.п.

*Заражение.* Заражение с давних пор исследовалось как особый способ воздействия, определенным образом интегрирующий большие массы людей, особенно в связи с возникновением таких явлений, как религиозные экстазы, массовые психозы и т.д. Феномен заражения был известен, по-видимому, на самых ранних этапах человеческой истории и имел многообразные проявления: массовые вспышки различных душевных состояний, возникающих во время ритуальных танцев, спортивного азарта, ситуации паники и пр. В самом общем виде заражение можно определить как *бессознательную невольную подверженность индивида определенным психическим состояниям*. Она проявляется не через более или менее осознанное принятие какой-то информации или образцов поведения, а через передачу определенного эмоционального состояния, или, по выражению Б.Д. Парыгина, "психического настроя". Поскольку это эмоциональное состояние возникает в массе людей, действует механизм многократного взаимного усиления эмоциональных воздействий общающихся людей. Индивид здесь не испытывает организованного преднамеренного давления, но просто бессознательно усваивает образцы чьего-то поведения, лишь подчиняясь ему. Многие исследователи констатируют наличие особой реакции заражения, возникающей особенно в больших открытых аудиториях, когда эмоциональное состояние усиливается путем многократного "отражения" по моделям обычной цепной реакции. Эффект имеет место прежде всего в неорганизованной общности, чаще всего в толпе, которая выступает своеобразным "ускорителем", который "разгоняет" определенное эмоциональное состояние.

Особой ситуацией, где усиливается воздействие через заражение, является ситуация *паники*. Паника возникает в массе людей как определенное эмоциональное состояние, являющееся следствием либо дефицита информации о какой-либо пугающей или непонятной новости, либо избытка этой информации. Сам термин происходит от имени греческого бога Пана, покровителя пастухов, пастбищ и стад, вызывавшего своим гневом безумие стада, бросавшегося в огонь или пропасть по незначительной причине. Непосредственным поводом к панике является появление какого-то известия, способного вызвать своеобразный шок. В дальнейшем паника наращивает силу, когда включается в действие рассмотренный механизм взаимного многократного отражения. Заражение, возникающее при панике, нельзя недооценивать, в том числе и в

современных обществах. Широко известен пример возникновения массовой паники в США 30 октября 1938 г. после передачи, организованной радиоккомпанией Эн-би-си по книге Г. Уэллса "Война миров". Массы радиослушателей самых различных возрастных и образовательных слоев (по официальным данным, около 1 200 000 человек) пережили состояние, близкое к массовому психозу, поверив во вторжение марсиан на Землю. Хотя многие из них точно знали, что по радио передается инсценировка литературного произведения (трижды это объяснялось диктором), приблизительно 400 тыс. человек "лично" засвидетельствовали "появление марсиан". Это явление было специально проанализировано американскими психологами.

*Внушение.* Внушение представляет особый вид воздействия, а именно целенаправленное, неаргументированное воздействие одного человека на другого или на группу. При внушении осуществляется процесс передачи информации, основанной на ее некритическом восприятии. Часто всю информацию, передаваемую от человека к человеку, классифицируют именно с точки зрения меры активности позиции коммуникатора, различая в ней *сообщение*, *убеждение* и *внушение*. Именно эта третья форма информации связана с некритическим восприятием. Предполагается, что человек, принимающий информацию, в случае внушения не способен на ее критическую оценку. Естественно, что в различных ситуациях и для различных групп людей мера не аргументированности, допускающая некритическое принятие информации, становится весьма различной.

Явление внушения исследуется и психологии очень давно, правда, в большей степени оно изучено в связи с медицинской практикой или с некоторыми конкретными формами обучения. На социально-психологическом уровне внушение, "суггестия", как социально-психологическое явление обладает глубокой спецификой, поэтому правомерно говорить об особом явлении "социальной суггестии". В остальном в социально-психологическом исследовании сохраняется терминология, используемая в других разделах психологической науки, изучающей это явление: человек, осуществляющий внушение, называется *суггестор*; человек, которому внушают, т.е. выступающий объектом внушения, называется *суггеренд*. Явление сопротивления внушающему воздействию называется *контрсуггестией*. В отечественной литературе впервые вопрос о значении социальной суггестии был поставлен в работе В.М. Бехтерева "Внушение и его роль в общественной жизни".

При анализе внушения как специфического средства воздействия встает, естественно, вопрос о соотношении внушения и заражения. В литературе нет однозначного ответа на этот вопрос. Для одних авторов внушение являлось одним из видов заражения наряду с подражанием, другие подчеркивают отличия внушения от заражения, которые сводятся к следующему:

1) при заражении осуществляется сопереживание большой массой людей общего психического состояния, внушение же не предлагает такого "равенства" при сопереживании идентичных эмоций: суггестор здесь не подвержен тому же самому состоянию, что и суггеренд. Процесс внушения имеет одностороннюю направленность - это не спонтанная тонизация состояния группы, а персонифицированное, активное



воздействие одного человека на другого или на группу;

2) внушение, как правило, носит вербальный характер, тогда как при заражении кроме речевого воздействия используются и иные средства (восклицания, ритмы и пр.). С другой стороны, внушение отличается от убеждения. Еще В.М. Бехтерев показал, что внушение непосредственно вызывает определенное психическое состояние, не нуждаясь в доказательствах и логике. Убеждение, напротив, построено на том, чтобы с помощью логического обоснования добиться согласия от человека, принимающего информацию. При внушении же достигается не *согласие*, а просто *принятие* информации, основанное на *готовом выводе*, в то время как в случае убеждения вывод должен быть сделан принимающим информацию самостоятельно. Поэтому убеждение представляет собой преимущественно интеллектуальное, а внушение - преимущественно эмоционально-волевое воздействие.

Именно поэтому при изучении внушения установлены некоторые закономерности относительно того, в каких ситуациях и при каких обстоятельствах эффект внушения повышается. Так, если говорить не о медицинской практике, а о случаях социальной суггестии, то доказана зависимость эффекта внушения от возраста: в целом дети более поддаются внушению, чем взрослые. Точно так же и большей мере внушаемыми оказываются люди утомленные, ослабленные физически, чем обладающие хорошим самочувствием. Но самое главное то, что при внушении действуют специфические социально-психологические факторы. Так, например, в многочисленных экспериментальных исследованиях выявлено, что решающим условием эффективности внушения является авторитет суггестора, создающий особый, дополнительный фактор воздействия - доверие к источнику информации. Этот "эффект доверия" проявляется как по отношению к личности суггестора, так и по отношению к той социальной группе, которую данная личность представляет. Авторитетность суггестора и в том, и в другом случаях выполняет функцию так называемой "косвенной аргументации", своего рода компенсатора отсутствия прямой аргументации, что является специфической чертой внушения.

*Подражание.* Подражание также относится к механизмам, способам воздействия людей друг на друга, в том числе в условиях массового поведения, хотя его роль в группах, особенно в специальных видах деятельности, также достаточно велика. Подражание имеет ряд общих черт с уже рассмотренными явлениями заражения и внушения, однако его специфика состоит в том, что здесь осуществляется не простое принятие внешних черт поведения другого человека или массовых психических состояний, но *воспроизведение* индивидом черт и образцов демонстрируемого поведения. В истории социальной психологии подражанию уделено большое место. Как уже отмечалось, разработка идей о роли подражания в обществе характерна для концепции Г. Тарда, которому принадлежит так называемая "теория подражания". В основных чертах эта теория сводится к следующему: фундаментальным принципом развития и существования общества служит подражание. Именно в результате подражания возникают групповые нормы и ценности. Подражание выступает как частный случай более общего "мирового закона повторения". Если в животном мире этот закон

реализуется через наследственность, то в человеческом обществе - через подражание. Оно выступает источником прогресса: периодически в обществе совершаются изобретения, которым подражают массы. Эти открытия и изобретения входят впоследствии в структуру общества и вновь осваиваются путем подражания. Оно произвольно, и может быть рассмотрено как "род гипнотизма", когда осуществляется "воспроизведение одного мозгового клише чувствительной пластинкой другого мозга".

## **2. Особенности поведения людей в стихийных группах**

Мы уже рассмотрели типологию социальных групп, в которой выделяют организованные и стихийные.

В данном случае более подробно охарактеризуем именно *большие стихийные группы*. К ним относят **толпу, массу, публику, а также аудиторию**. Это кратковременные объединения большого числа людей, часто с весьма различными интересами, но, тем не менее, собравшихся вместе по какому-либо определенному поводу и демонстрирующих какие-то совместные действия.

Стихийные группы могут быть более или менее организованы кем-то, но чаще они возникают все-таки стихийно.

Психология толпы представляет отдельный интерес для исследователей. В толпе кардинально меняется психика человека, протекание психических процессов приобретает особую специфику. Основными регуляторами поведения становятся инстинкты. Когнитивные процессы, связанные с познанием и категоризацией окружающего мира, значительно ослабевают. Взаимодействие между людьми становится односторонним, правила и нормы утрачивают свою регулирующую функцию. Человек на некоторое время утрачивает свою культуру.

Американские ученые экспериментальным путем открыли ряд массовых социально-психологических эффектов:

- Эффект невмешивающегося свидетеля показывает, что при отсутствии большого количества людей уменьшает вероятность помощи потерпевшему, способствует ослаблению ответственности за вмешательство в ситуацию.

- Эффект социальной уступчивости проявляется в массовом поведении как нежелание отстаивать резидуальные правила, т. е. официально не согласованные (бессознательно установленные) нормы, регулирующие повседневную деятельность человека.

- Эффект притягательной силы большой группы людей показывает, что величина группы влияет на желание человека присоединиться к ней.

## **3. Исследования толпы Г.Лебона, С.Сигеле, П.Сорокина**

Исследования толпы начались еще в XIX веке. Французский социолог Г.Лебон, автор книги «Психология масс и народов», характеризуя поведение человека в толпе, объяснял его психологическими факторами утрата разумного, рационального основания своих поступков;

- 1) склонность толпы к мгновенному действию.

Г.Лебон открыл коллективное бессознательное – *«душу» толпы*. Он утверждал, что сознательная личность при определенном состоянии толпы исчезает, мысли и

чувства людей принимают одно и то же направление.

В теории Лебона особое значение отводится инстинктам. У человека утрачивается воля, ее место занимают инстинкты. А тот, кто сохраняет волю и понимает ее инстинкты, становится ее вождем.

Итальянский юрист С.Сигеле занимался изучением феномена «преступной толпы». Результаты своего труда он изложил в одноименной книге, вышедшей в 1892 году. Сигеле считал важным определить меру ответственности человека за преступление, которое он совершил, являясь участником толпы.

Сигеле делит людей на 4 типа в зависимости от ориентации на «добро» и «зло» и от степени их активности или пассивности: 1) добрые и активные; 2) злые и активные; 3) добрые и пассивные; 4) злые и пассивные.

Толпу, по мнению С.Сигеле, составляют, в основном, люди злые и активные, что и приводит к преступлениям.

Также он выделял механизмы, приводящие толпу к преступлению :

- преобладание в толпе негативных чувств;
- как следствие первого, агрессивное поведение;
- большая численность людей.

Как полагал С.Сигеле, существует 5 причин совершения преступлений толпой

- 1) податливость членов толпы внушению;
- 2) влияние численности, в результате чего увеличивается интенсивность негативных эмоций и анонимность преступления;
- 3) нравственное опьянение, утрата воли;
- 4) пробуждение инстинкта убийства;
- 5) особый состав толпы (люди в состоянии алкогольного опьянения; психически больные; авантюристы, бандиты, разбойники, которые являются инициаторами возникновения резни, драки).

В толпе люди испытывают резкое, многократное возбуждение, что проявляется в снижении самоконтроля. Одновременно на человека действует множество стимулов, но он не может их дифференцировать, поскольку снижается точность и четкость их воспроизведения.

Еще одни французские исследователи О.Кабанес и Л.Наас выделяли понятие «революционного невроза». Они считали, что в период революций в обществе наблюдается «победоносное пробуждение первобытных, чисто животных инстинктов. Толпы людей оказываются во власти стихийных, не подлежащих никакому умственному контролю порывов и побуждений».

Сорокин П.А. обнаружил следующие особенности поведения людей в революционный период:

- 1) вседозволенность поведения;
- 2) резко возросшая социальная активность;
- 3) безвозмездная взаимопомощь друг другу;
- 4) энтузиазм толпы, создание кратких и емких лозунгов;
- 5) отсутствие подчинения в армии, на производстве;

- б) неуравновешенность эмоциональных состояний, проявление ненависти;
- 7) возникновение паники;
- 8) беспорядок во всех сферах общественной жизни.

#### **4. Исследования толпы С. Московичи**

С. Московичи в своей книге «Век толп» (1981) рассматривает толпу как вид человеческой общности, которая стремится к низшему уровню психологии ее членов.

Под влиянием внушения человеку в толпе свойственно:

- 1) уход от логического мышления;
- 2) раскол рационального и иррационального в человеке, утрата связи с реальностью, веры в себя;
- 3) растворившись в толпе люди утрачивают свои личные интересы, критичность и способность принимать правильное решение (становятся внушаемыми, верят тому, что им говорят, понимают язык, минующий разум, обращенный к чувствам);
- 4) легко подчинятся приказам вождя;
- 5) толпы низвергают основы демократии, утверждают власть толп.

Московичи полагал, что толпа имеет естественную природу: «как только люди собираются вместе, они становятся толпой». Основные его идеи сводятся к следующему:

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

2. Психология индивида и психология толпы не подобны друг другу. Мышление индивида – критическое логическое, использующее идеи-понятия и абстракции. Мышление толпы (точнее человека в толпе – автоматическое, где господствуют стереотипные ассоциации, клише, конкретные образы. Существуют два и только два типа мышления, первый нацелен на идею- понятие, второй на идею-образ. Первый действует по законам разума и доказательства, второй взывает к памяти и внушению. Первый присущ индивиду, второй – массе».

3. Толпы консервативны, несмотря на их революционный образ действий. Они всегда кончают восстановлением того, что они низвергали, т.к. для них прошлое гораздо более значимо, чем настоящее.

4. Толпы нуждаются в поддержке вождя. Он убеждает их не с помощью рассудка, не добивается подчинения силой. Он пленяет их, как гипнотезер, своим авторитетом. Вождь должен обладать тремя качествами. Первое – быть человеком веры до крайностей, до коварства, упорно верить в идею. Второе – преобладание смелости над интеллектом. Третье – объединение этих двух качеств (твердой убежденности и упрямой отваги) создает его авторитет, его «харизму». Вождь должен уметь обольщать толпу, т.е. переносить ее из разумного мира в мир иллюзорный, где могущество идей и слов пробуждает воспоминания и сильные чувства. В чем состоит причина могущества вождя? Толпа подчиняется превозносимому ею индивиду и высказываемым идеям. Причина могущества с одной стороны, личная, с другой – коллективная (Московичи, 1998).

5. Значимость иррациональных элементов психики. Пропаганда, воздействие

на толпу должны иметь иррациональную основу, использовать язык аллегорий, энергичный и образный, с простыми и повелительными формулами. Толпе необходимы лозунги, сведенные к формуле. Они захватывают воображение; часто и долго повторяемые, они воздействуют на глубинные пласты психики, автоматические запускают поведение человека.

6. Способ управлять толпой – это внушение. Поэтому политика, целью которой является управление массами (партией, классом, нацией), должна опираться на какую-то высшую идею (революции, родины), внедряемую в сознание каждого человека посредством внушения.

Итак, основная заслуга С.Московичи состоит в том, что он сформулировал новый закон: все, что является коллективным, бессознательно; все, что бессознательно, является коллективным. Он отмечает, что первая часть этого постулата принадлежит Г.Лебону, вторая часть – З.Фрейду. Итак, Московичи открыл закон социальный психологии. Толпа, являясь коллективной формой поведения, пробуждает в человеке бессознательное. Прорыв бессознательного в сознание побуждает человека к коллективным формам поведения.

### **5. Феноменология психологии толпы в исследованиях Л.Г.Почебут**

Почебут Л.Г. описывает характерны черты толпы:

Во-первых, толпа представляет собой *скопление большого количества людей* на ограниченной площади. Скопление людей имеет границы, которые можно рассмотреть с двух позиций. Первая — степень открытости либо закрытости в зависимости от доступности входа и выхода из толпы. Степень закрытости определяется актуальностью проблемы для собравшихся; легкостью и скоростью распространения информации; интенсивностью и характером распространения слухов в толпе. Вторая — четкость или аморфность границ толпы, которая зависит от степени плотности толпы, связанной с концентрацией внимания толпы к тем вопросам, по поводу которых она возникла; рельефа местности.

Во-вторых, толпа отличается особой формой. Как показывают наблюдения, кинокадры и фотоснимки, все толпы имеют тенденцию приобретать кольцеобразную форму. В толпе наблюдается движение людей от периферии к центру и от центра к периферий. Наиболее активные люди тяготеют к центру толпы, более пассивные стремятся к периферии.

В-третьих, скопление людей кажется однородным, хаотичным, не имеющим четкой структуры. Однако в исследованиях замечено наличие в толпе групп, объединенных личными и условными связями. Группы имеют тенденцию распадаться, могут возникнуть антагонистические группы, что является существенной предпосылкой перехода толпы в состояние агрессивности. Это наиболее опасное состояние толпы, являющееся причиной беспорядков. Наши наблюдения показывают, что в толпе имеет место элементарная ролевая дифференциация.

Люди в толпе могут играть следующие роли:

- 1) зачинщики или организаторы толпы;
- 2) агрессоры — наиболее активно и агрессивно действующие члены толпы;

- 3) последователи — люди, подражающие агрессорам;
- 4) любопытные, попавшие в толпу в силу своей ориентировочной реакции;
- 5) обыватели — люди, попавшие в толпу случайно. Как правило, агрессоры являются индукторами заражения настроениями, внушения идей, подражания действиям.

В-четвертых, при большом скоплении люди испытывают потребность в вожде. В отсутствие вождя толпа более склонна к панике, агрессии, чем к героизму. Для того чтобы быть вождем толпы, необходимо иметь не интеллект, а высокую чувствительность, позволяющую мгновенно ощущать настроения толпы. В толпе наиболее ярко проявляется феномен диспозиционной атрибуции. Толпа приписывает своему вождю такие качества, как выдающийся ум, знание цели, предвидение последствий. Поэтому вождь толпы должен очень внимательно следить за сохранением своего имиджа.

В-пятых, особое значение имеют плотность и размеры толпы. Плотность толпы определяется числом людей, скопившихся на определенной площади. Х. Джекобе, проанализировав с помощью аэрофотографий различные скопления людей, пришел к выводу, что при наиболее высокой плотности толпы на одного человека приходится четыре квадратных фута (Jacobs, 1967).

В-шестых, анонимность людей в толпе является одним из тех факторов, которые придают людям силу и чувство безответственности, безнаказанности. Снятие запретов, как внутренних, так и внешних, на дозволенность любого поведения позволяет «человеку толпы» дать полный выход своим эмоциям.

В-седьмых, только в толпе возникает такое явление, как деиндивидуализация. Это утрата самосознания и боязни оценки. Она возникает в ситуациях, которые обеспечивают человеку анонимность, не концентрируют внимание на поведении отдельного индивида. Результатом деиндивидуализации являются действия, варьирующиеся от легкого нарушения запретов до импульсивного самовыражения и даже до разрушительных социальных актов (групповой вандализм, уличные беспорядки, линчевание).

Д. Майерс (1997) называет три условия, при которых возникает деиндивидуализация:

- большая группа (толпа),
- темнота и
- обеспечение физической анонимности индивида.

Особым феноменом толпы являются слухи. Циркулируя в толпе, они воздействуют на эмоциональное состояние людей, возбуждают либо успокаивают эмоции. Слухи не предназначены для долговременных раздумий, рассуждений. Они необходимы для краткосрочного всплеска эмоций. К. Г. Юнг (1991) считал, что слух — это проявление коллективного бессознательного. Г. Олпорт и Л. Постмэн сформулировали закономерность, согласно которой интенсивность слухов (вероятность возникновения, скорость и размах распространения, влияние на поведение толпы) является функцией, производной от степени заинтересованности людей в предмете слуха и уровня

неопределенности имеющейся информации по интересующему людей вопросу. В процессе передачи слухи упрощаются, становятся короче, конкретнее, эмоциональнее, утрачивают точность (Allport, Postman, 1947).

Другим особым феноменом толпы является паника. Ее можно определить как состояние ужаса, сопровождающееся резким ослаблением волевого самоконтроля. Поведение становится антиволевым: эволюционно примитивные потребности, связанные с физическим самосохранением, подавляют потребности, связанные с личностной самооценкой (Назаретян, 2001).

Предпосылки возникновения паники могут быть,

1. физиологическими (усталость, голод, бессонница, депрессия, стресс);
2. психологическими (удивление, неуверенность, страх, чувства изоляции и бессилия);
3. социально-психологическими (отсутствие групповой солидарности, целостности, единства группы, утрата доверия к руководству, дефицит информации, панические слухи).

Паническое поведение отличается от нормального практически полного отсутствия когнитивных элементов психики. В паническом состоянии, возникающем в толпе, этапы конкретных действий чередуются с этапами всплеска эмоций. Л.Г.Погебут описала этапы паники:

1. Внезапный шокирующий стимул - например, взрыв, огонь, выстрел.
2. Этап действий - прерывание ранее совершаемых действий (на миг все застыли).
3. Этап эмоций - потрясение, замешательство, крик, плач.
4. Этап действий - лихорадочный, бессистемный поиск выхода из ситуации, основанный на прошлом опыте (например, все бегут к двери).
5. Этап эмоций - усиление чувства страха из-за невозможности найти выход из ситуации, взаимное заражение страхом друг друга.
6. Этап действий - индивидуальные действия каждого по спасению. Императив поведения: «Спасайся, кто может». Усиление эгоистического поведения - когда сильные давят слабых.
7. Этап эмоций - возникновение состояния обреченности из-за невозможности индивидуального спасения.
8. Этап действий - появление лидера и организация группового спасения.
9. Этап эмоций - появление надежды на спасение.
10. Этап действий - организованный групповой выход из стрессовой ситуации.
11. Этап эмоций - последствия панического состояния проявляются, как правило, вначале в виде тревоги, возбудимости, готовности к агрессии, затем наступает усталость, оцепенение.

Психологическими факторами, препятствующими возникновению паники, являются степень доверия людей друг к другу, способность к сотрудничеству, быстрая и организованная выработка решения по спасению (Глейтман, Фридлунд, Райсберг, 2001). Важно также присутствие в толпе лиц, способных командовать и управлять большой

массой людей.

Итак, можно сделать следующие выводы:

- Основными феноменами толпы являются: скопление большого количества людей на ограниченной площади; особая кольцеобразная форма толпы; отсутствие четкой социально-психологической структуры в толпе; потребность толпы в вожде; анонимность людей, дающая чувства безответственности и силы; деиндивидуализация как утрата самосознания и боязни оценки; слухи, воздействующие на эмоциональное состояние людей; паника, как состояние, ослабляющее волевой самоконтроль.

- Толпа - это кратковременная социальная группа. Она либо быстро расходуется, выплеснув свои эмоции, либо структурируется, строится в колонны и таким образом перестает быть толпой.

Толпа - это «подкультурный» феномен, связанный с проявлением естественной природы человека. Пребывание в толпе может явиться одной из предпосылок утраты человеком самых разнообразных культурных форм поведения. Большинство людей в толпе подчиняются власти инстинктов, которые на время становятся ведущими регуляторами поведения.

Нахождение в толпе многократно усиливает процесс социальной фасилитации, что приводит к доминантным реакциям упрощенного, инстинктивного типа. Слишком сильная доминантная реакция и подверженность инстинктам не проходят бесследно для психики современного человека. Происходят серьезные изменения в эмоциональной, коммуникативной и когнитивной сферах. Процесс взаимного эмоционального заражения приводит к интенсификации эмоций. В результате из-за перегрузки нервной системы страдают коммуникативная и когнитивная сферы.

В коммуникативной сфере практически полностью прекращается обмен вербальной информацией между людьми, их движения и жесты становятся однотипными и примитивными. В когнитивной сфере различительные критерии идентификации предметов утрачиваются, выпадают из сферы деятельности сознания. Познание окружающего мира строится только на основе идентификации признаков по сходству.

В толпе, находящейся в возбужденном состоянии, человек испытывает серьезные изменения в протекании психических процессов. По данным Л.Г.Почебут, в возбужденной толпе меняется когнитивный стиль, человек становится более полезависимым, значимо снижается уровень субъективного контроля у экстерналов, растет склонность к риску.

***Контрольные вопросы:***

1. Охарактеризуйте понятие стихийной группы в социальной психологии.
2. Какие типы стихийных групп вы знаете?
3. Опишите особенности поведения людей в разных стихийных группах.
4. Охарактеризуйте механизм заражения как способ воздействия на массы.
5. Что означает термин «суггестор»? Как проявляется феномен социальной суггестии?
6. Какие особенности поведения людей в больших стихийных группах вы знаете?



7. В чем проявляется эффект социальной уступчивости? Приведите примеры.
8. Опишите особенности поведения толпы в теории С. Сингле.
9. Охарактеризуйте исследование толпы С. Московичи. Какие особенности поведения в толпе выделял учёный?
10. Какие роли в больших группах принимает личность в теории Л.Г. Почебут?
11. Какие существуют предпосылки к возникновению паники?

***Список использованной литературы:***

1. Лебон Г. Психология масс и народов. М., 1983.
2. Майер Д. Социальная психология. СПб, 2000.
3. Московичи С. Век толп. М., 1981.
4. Почебут Л.Г. Психология общности. СПб, 2000.

Учебное издание

**КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ**  
по дисциплине  
**«СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ»**

для студентов направления подготовки  
Профессиональное обучение (по отраслям),  
профиль  
«Профессиональная психология» в двух частях (часть 1)

С о с т а в и т е л и:

Сергей Николаевич Сергеев  
Дарья Сергеевна Чижевская

Печатается в авторской редакции.  
Компьютерная верстка и оригинал-макет автора.

Подписано в печать \_\_\_\_\_  
Формат 60x84<sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Бумага типограф. Гарнитура Times  
Печать офсетная. Усл. печ. л. \_\_\_\_\_. Уч.-изд. л. \_\_\_\_\_  
Тираж 100 экз. Изд. № \_\_\_\_\_. Заказ № \_\_\_\_\_. Цена договорная.

Издательство Луганского государственного  
университета имени Владимира Даля

*Свидетельство о государственной регистрации издательства  
МИ-СРГ ИД 000003 от 20 ноября 2015г.*

**Адрес издательства:** 91034, г. Луганск, кв. Молодежный, 20а  
**Телефон:** 8 (0642) 41-34-12, **факс:** 8 (0642) 41-31-60  
**E-mail:** izdat.lguv.dal@gmail.com      **http:** //izdat.dahluniver.ru/



