

Міжнародний гуманітарний університет

**Єрмакова С.С,
Меленчук Н.І.**

СОЦІАЛЬНА ПСИХОЛОГІЯ

для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
галузі знань 05 Соціальні та поведінкові науки
за спеціальністю 053 Психологія.

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

Одеса - 2024

Єрмакова С.С, Меленчук Н.І. Конспект лекцій з дисципліни «Соціальна психологія» (Галузь знань – 05; Соціальні та поведінкові науки; Спеціальність – 053 Психологія; Освітній ступінь – Бакалавр) /С.С. Єрмакова, Н.І. Меленчук; Міжнародний гуманітарний університет – О.: МГУ, 2024. – 127 с.

Рецензенти:

Жигалкіна Н.В. – кандидат психологічних наук, доцент кафедри педагогіки та психології Міжнародного гуманітарного університету.

Криворучко В.О. – кандидат юридичних наук, доцент кафедри філософії, політології, психології та права Одеської державної академії будівництва та архітектури.

Конспект лекцій з дисципліни «Соціальна психологія» затверджений на засіданні кафедри педагогіки та психології
(№ 1 від 29 серпня 2024 року)

Видання спрямоване закріпити та поглибити теоретичний навчальний матеріал з дисципліни «Соціальна психологія»; містять методичні вказівки до структури курсу, перелік питань до заліку; список рекомендованих джерел та додатки в якому подані критерії оцінювання за дисципліною. Також важливим результатом методичного видання є систематизація теоретичного навчального матеріалу з метою підвищення рівня засвоєння навчального матеріалу.

Зміст

Вступ	4
Програма навчальної дисципліни	4
Структура навчальної дисципліни.....	6
Зміст лекцій з дисципліни «Соціальна психологія»	6
<i>Лекція 1.</i> Місце і значення соціальної психології в системі наукового знання. Методологічні засади і методи соціальної психології.. ..	7
<i>Лекція 2.</i> Соціальна психологія спілкування.....	19
<i>Лекція 3.</i> Міжособистісна взаємодія у соціальній групі	27
<i>Лекція 4.</i> Соціальна психологія конфлікту. Конфлікт як соціально психологічний феномен. Соціально-психологічні засади поведінки психолога в конфліктних ситуаціях	46
<i>Лекція 5.</i> . Соціальна психологія груп. Психологія малих соціальних груп.	75
<i>Лекція 6.</i> Соціальна психологія сім'ї.....	90
<i>Лекція 7.</i> Лідерство і керівництво в малих соціальних групах.....	98
<i>Лекція 8.</i> Соціальна психологія особистості. Особистість в групі.....	103
<i>Лекція 9.</i> Особливості прикладної соціальної психології.	110
Питання до іспиту з дисципліни «Соціальна психологія»	123
Рекомендована література	125
Додатки	127
..	
Додаток А. Види та методи контролю	127.
Додаток Б. Оцінювання здобувачів вищої та фахової передвищої освіти за навчальну дисципліну у Міжнародному гуманітарному університеті.	128
Додаток В. Критерії загальних результатів оцінювання знань здобувачів	133

ВСТУП

Соціальна психологія досліджує особливості взаємозв'язків людини з різноманітними суб'єктами соціального середовища, допомагає їй глибше пізнати себе, своє соціальне оточення, ефективно взаємодіяти з ним. Дисципліна забезпечує розуміння особливостей взаємозв'язку особистості і суспільства, соціально-психологічних проблем соціалізації особистості дозволяє ефективно здійснювати практичну діяльність. Навчальна дисципліна «Соціальна психологія» має важливе значення для фахової підготовки психолога, так як спрямована на визначення соціальних основ психічного відображення, що дозволяє професійно дослідити причинно наслідкові зв'язки багатьох соціальних явищ.

Метою вивчення навчальної дисципліни «Соціальна психологія» є підготовка фахівців спеціальності 053 «Психологія» за освітнім ступенем бакалавра відповідно до державних стандартів, встановлених освітньо-професійною програмою «Психологія»; сформувати у студентів теоретичні знання, що стосуються особливостей вияву соціально-психологічних феноменів, сприяти осмисленню ними визначених проблем соціальної психології з розкриттям різних поглядів учених на їх витоки та шляхи розв'язання. Отримання знань з теоретичних та практичних проблем спілкування, вивчення його видів, функцій, структури тощо.

Основними **задачами** дисципліни є: засвоєння предмету, об'єкту дисципліни, методологічних підходів до вивчення соціальної психології; отримання теоретичних та практичних знань щодо соціальної психології.

Передумови для вивчення дисципліни. Вивчається після засвоєння дисциплін: «Історія України і української культури», «Філософія», «Загальна психологія», «Історія психології», «Психологія особистості» та «Теоретичні основи психологічної реабілітації».

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1. Місце і значення соціальної психології в системі наукового знання. Методологічні засади і методи соціальної психології.

Соціальна психологія як наука про взаємозв'язок соціального і психічного, їх взаємодію, взаємозалежність, взаємовпливи на рівні окремої людини, спільності; про соціально-психологічні явища, які виникають у процесі соціальної взаємодії і характеризують індивіда і групу. Структура соціальної психології: науково-методологічний розділ; соціально-психологічні проблеми особистості; соціально-психологічна характеристика спілкування; соціальна психологія груп і міжгрупової взаємодії; прикладна соціальна психологія. Функції соціальної психології: теоретико-пізнавальна; комунікативна; гуманістична; прогностична; прикладна. Базові категорії соціальної психології: особистість, соціальна група, взаємодія, спілкування, соціально-психологічна реальність, соціально-психологічні явища, соціально-психологічний тип, соціальні відносини, групові процеси, масова свідомість. Предмет соціальної психології: вивчення закономірностей і механізмів виникнення, функціонування і вияву реальності, яка формується у процесі суб'єктивного відображення людиною об'єктивних соціальних взаємин і соціальних спільностей.

Рівні методології: загальна методологія; часткова спеціальна методологія; сукупність конкретних методів, методик і процедур. Методи збору інформації і методи її обробки у соціальній психології. Метод спостереження, його завдання, предмет, об'єкт та спосіб. Включене, відкрите, приховане, лабораторне спостереження. Експеримент як організована дослідником взаємодія між піддослідним або групою піддослідних і експериментальною ситуацією з метою встановлення закономірностей цієї взаємодії та змінних, від яких вона залежить. Етапи спостереження: теоретичний етап дослідження; методичний етап

дослідження; експериментальний етап; аналітичний етап. Природний та лабораторний експеримент. Метод вивчення документів. Метод «контент-аналізу». Метод опитування, як надзвичайно поширений прийом соціально-психологічного дослідження. Групове, очне та усне опитування. Тест як система завдань, що пропонується піддослідному і визначається як стандартне вимірювання.

Тема 2. Соціальна психологія спілкування.

Поняття про спілкування як діяльність людини, що вказує на зв'язок і взаємодію у процесі матеріального та духовного виробництва, спосіб реалізації суспільних взаємин, який здійснюється через безпосередні чи опосередковані контакти, в які особистості та групи вступають у процесі їхньої соціальної життєдіяльності. Потреба у спілкуванні і потреба в усамітненні. Спілкування як сприймання і розуміння один одного. Функції спілкування: комунікативно-інформаційна, комунікативно-регулятивна, комунікативно-афективна. вербальні та невербальні засоби спілкування. спілкування як міжособистісна і групова взаємодія, основу якої становить пізнання одне одного і обмін певними результатами психічної діяльності – інформацією, думками, оцінками. Основні підходи до вивчення природи спілкування: монособ'єктивний: полііндивідуальний; інтеріндивідуальний та діалогічний. складові спілкування: зміст; мета; засоби; функції; види; форми; типи та структура. Спілкування і взаємовплив. Спілкування і діяльність. Спілкування і обмін інформацією. Спілкування і сприймання людьми один одного. Спілкування і міжособистісні взаємини. Міжособистісне спілкування як процес інформаційної і предметної взаємодії між людьми, в якому формуються і реалізуються їхні міжособистісні стосунки. Матеріальне, духовне та масове спілкування. Структура спілкування. Функції, стилі і види спілкування. Вербальні засоби спілкування. Розмовна мова, літературна мова, письмова та усна мова. Невербальне спілкування як вид спілкування, для якого характерне використання невербальної поведінки і невербальних комунікацій як головного засобу передавання інформації, організації взаємодії, формування образу, здійснення впливу на іншу людину. Невербальні комунікації та невербальна поведінка. Форми спілкування: ділова бесіда, розмова по телефону, переговори. Культура спілкування як сукупність знань і вмінь, способів і навичок комунікативної взаємодії, а також пов'язаних з нею загальних для конкретного суспільства і конкретних ситуацій етикопсихологічних принципів і норм.

Індивідуальна бесіда та колективне обговорення як форми спілкування між людьми. Види бесід: глибинно-особистісні; ритуальні; ділові. Функції бесід і колективного обговорення: обмін інформацією; формування перспективних заходів і процесів; контроль і координація уже розпочатих дій; взаємне спілкування; підтримання ділових контактів; пошук, висунення, розробка виробничих ідей; стимулювання думки співрозмовника; розв'язання етичних проблем. Поняття про індивідуальну бесіду як діалог двох співрозмовників що значущі один для одного і прагнуть до досягнення певної бесіди, передача інформації, аргументування, спростування доказів співбесідника, прийняття рішення – їх характеристика. Форми колективного обговорення: наради, збори, мітинги, переговори, дискусії, різні форми активного навчання ("мозковий штурм", ділові та рольові ігри) тощо. Форми колективного обговорення глибинно-особистісної і ділової сфери взаємовідносин. Характеристика індивідуальної бесіди та колективного обговорення. Підготовка до індивідуальної бесіди та колективного обговорення як умова їх результативності. Особливості встановлення психологічного контакту. Рівні встановлення контактів у державній установі: а) установа – відвідувач; б) установа – установа; в) керівник – підлеглі. Орієнтація у ситуації і людях. Основні абстрактні типи співрозмовників.

Тема 3. Міжособистісна взаємодія у соціальній психології

Взаємодія як взаємозалежний обмін діями, організація людьми взаємних дій, спрямованих на реалізацію спільної діяльності. Види взаємодії: співробітництво; суперництво. Основні наукові погляди на взаємодію та її структуру. Форми поведінки

особистості у міжособистісній взаємодії: деструктивні форми; агресія; упередження; обман; егоїзм; конфліктна взаємодія. Міжособистісні взаємини як випадкові або заплановані, короткочасні або тривалі, вербальні або невербальні контакти з людьми, що викликають певні зміни в їх поведінці і діяльності. Поняття про соціальні, психологічні та міжособистісні взаємини. Соціальні (суспільні) відносини – політичні, економічні, виробничі, ідеологічні відносини. Відносини між різними соціальними групами. Емоційні взаємини як головний компонент міжособистісних взаємин. Атракція як процес формування привабливості та її результат. Механізми міжособистісних взаємин: симпатіяантипатія; взаємовплив; співпереживання; взаєморозуміння.

Тема 4. Соціальна психологія конфлікту. Конфлікт як соціально-психологічний феномен. Соціально-психологічні засади поведінки психолога в конфліктних ситуаціях.

Конфлікт як зіткнення інтересів, думок, оцінок, емоцій або дій людини, що вступили у взаємодію. Типи конфліктогенів. Аналіз схеми розвитку конфлікту. Конфліктні ситуації, їх види (об'єктивно-цілеспрямовані, об'єктивно-нецілеспрямовані, суб'єктивно-цілеспрямовані, суб'єктивно-нецілеспрямовані). Класифікація конфліктів (за характером виявлення, по цільовій спрямованості, в залежності від кількості людей, які вступають у конфлікт). Аналіз 9 схеми розвитку конфлікту. Правила попередження конфліктів. Конструктивні та деструктивні конфлікти. Поняття про конфліктоген як причину конфлікту. Типи конфліктогенів. Внутрішньоособистісний конфлікт як розв'язання проблемних питань особистості. Теорії виникнення та способи вирішення внутрішньоособистісних конфліктів. Міжособистісні конфлікти як найпоширеніший тип конфлікту. Причини виникнення міжособистісних конфліктів. Причини конструктивних конфліктів в організації: незадоволеність оплатою; несприятливі умови праці; недоліки в організації праці; невідповідність прав і обов'язків; незручний графік роботи; прогалини в технології; низький рівень дисципліни. Причини деструктивних конфліктів: неправильні дії керівника; неправильні дії підлеглих; неправильні дії керівника і підлеглих.

Конфлікт як соціально-психологічний феномен. Правила попередження конфліктів. Конструктивні та деструктивні конфлікти. Міжособистісні стилі розв'язання конфліктів: конкуренція, співробітництво, ухилення, пристосування, компроміс. Структурні методи розв'язання конфліктів: своєчасне роз'яснення вимог щодо результатів та дії людини або колективу; застосування координативного механізму; загальноорганізаційні комплексні цілі; система винагород. Специфіка самостійного розв'язання конфліктів. Методи розв'язання конфліктів за допомогою посередника: метод “виходу емоцій”, метод “емоційного компенсування”, метод “авторитетного третього”, метод “відкритої агресії”, метод “обміну позиції”, метод “примусового слухання”, метод “розширення духовного горизонту”. Картографія конфлікту. Процес управління конфліктами як цілеспрямоване регулювання соціальних взаємин у відповідності з об'єктивними законами. Конфлікти на підприємстві як конфлікти, що виникають у системі соціальної взаємодії об'єктів та суб'єктів управління. Міжособистісні стилі розв'язання конфліктів: конкуренція, співробітництво, ухилення, пристосування, компроміс.

Конфлікт як соціально-психологічна основа діяльності психолога. Конфлікт як зіткнення інтересів, думок, оцінок, емоцій або дій людини, що вступили у взаємодію. Конфліктні ситуації, їх види (об'єктивно-цілеспрямовані, об'єктивно-нецілеспрямовані, суб'єктивно-цілеспрямовані, суб'єктивно-нецілеспрямовані). Класифікація конфліктів (за характером виявлення, по цільовій спрямованості, в залежності від кількості людей, які вступають у конфлікт). Аналіз схеми розвитку конфлікту. Правила попередження конфліктів. Конструктивні та деструктивні конфлікти. Поняття конфлікту, конфліктної ситуації. Типи конфліктів. Психологічні причини зародження конфліктів і можливості керівника щодо їх передбачення і нейтралізації. Структура конфлікту. Форми поведінки психолога в ситуаціях конфлікту. Стратегії поведінки психолога в службових конфліктах. Провокування конфліктів, схильність до конфліктів. Конструктивні конфлікти та їх використання в

соціальній діяльності. Активна підготовка психолога до конфліктного спілкування. Методи управління конфліктною ситуацією: структурні і міжособові. Структурні методи розв'язання конфлікту: роз'яснення вимог до роботи (координаційні і інтеграційні механізми); встановлення загальноорганізаційної мети; використання системи винагород..

Тема 5. Соціальна психологія груп. Психологія малих соціальних груп.

Представники соціальної психології (Г.Лебон, В.Бехтерев, С.Московічі) про психологію груп. Натовп як тимчасове неорганізоване об'єднання людей, що безпосередньо контактують між собою на ситуативно-об'єктивній основі. Різновиди натовпу: випадковий (пов'язаний з 10 інтересом до якоїсь події); діючий (може бути агресивним, панічним, корисливим); конвенційний (базується на реальних чи уявних правилах та нормах); експресивний (в якому виражені спільні почуття (радості, протесту, горя)). Г.Лебон, Г.Тард, М.К.Михайловський, З.Фрейд про натовп. Особливості натовпу. Психологічні особливості етнічних груп. Етнічна група як тип великої соціальної групи, що формується і розвивається природно-історичним шляхом. Поняття "психологічного складу нації". Аспекти психології етнічних спільностей: психологічний склад як найбільш стійке утворення (національний або етнічний характер, традиції, звичаї); емоційна сфера (національні або етнічні почуття, потреби, інтереси). Поняття "національний характер". Сфери виявлення національного характеру. Психологічні особливості українського національного характеру: інтровертованість, індивідуалізм, здатність до саморегуляції, емоційність, амбіційність, недостатня розвиненість соціальної ролі, упертість. Характерні ознаки масових спільностей: аморфність утворення та існування; випадковість входження індивідів, невизначеність кількісного та якісного складу учасників, їхня різноманітність; невизначеність становища, нездатність існувати як структурне об'єднання у складі інших соціальних спільностей; ситуативність виникнення (утворюються в результаті випадкової діяльності і існують тільки в її межах).

Психологія малих соціальних груп Класифікація малих соціальних груп: лабораторні-природні (натуральні) – ті, що спеціально створюються для виконання експериментальних завдань у лабораторних умовах, та групи, що існують у реальних життєвих ситуаціях, мають певну історію, сформовану структуру, рівень розвитку; формальні-неформальні або організовані та спонтанні в залежності від способу утворення. Формальні (організовані) їхнє виникнення зумовлене суспільною потребою досягнення конкретних соціальних цілей, неформальні виникають самочинно, без санкцій суспільства як усередині формальних груп, так і поза ними; первинні-вторинні групи, первинні (кола найближчого оточення – сім'я, студентська група), вторинні (кола дальшого і ширшого оточення; закриті-відкриті групи, класифікаційною засадою яких є міра відкритості, доступності до ширшого соціального середовища; групи членства референтні, тобто наскільки група є значущою для особи в орієнтації на певні цінності, норми і впливає на поведінку людини. Характеристики групи. Кількісний розмір групи. Частина психологів нижчу межу малої групи визначає у дві особи (діада), інші стверджують, що вона має включати не менше трьох осіб (тріада), оскільки за умов конфлікту група з двох осіб легко може розпастися. мають місце розходження і щодо верхньої межі малої групи: починаючи від 7-10 до 45 і більше осіб. Головні підходи до вивчення малих соціальних груп: соціометричний напрямок, групова динаміка, психоаналітичний напрямок, інтеракціоністський напрямок. Структура взаємовідносин у малій соціальній групі. формальна та неформальна структури груп. М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі про причини вступу людей до неформальних груп: потреба в допомозі, потреба у захисті, потреба в інформації, потреба у спілкуванні та симпатії. поняття про лідерство і керівництво як персоніфіковані форми соціального контролю та інтеграції всіх механізмів і способів соціально-психологічного впливу з метою досягнення максимального ефекту в груповій діяльності та спілкуванні.

Тема 6. Соціальна психологія сім'ї.

Сім'я як особливого роду соціальна група, що призначена для оптимального задоволення потреб у самозбереженні і самоствердженні. Етапи розвитку сім'ї: ріст, становлення, розквіт, Характеристика типів сімейних взаємин: диктат, опіка, невтручання, співробітництво. Рівні подружніх взаємин: функціонально-рольові (статусні); емоційно-оціночні; особистісно-смыслові. 11 Етико-психологічні моделі сім'ї: 1) подружжя добре підготовлене в етичному плані, з рівним статусом; 2) подружжя виділяється високою культурою спілкування (але статус не є рівним); 3) подружжя не підготовлене в плані етики спілкування, але з однаковим статусом; 4) подружжя не володіє етичною культурою і психологічна позиція одного з них сильніша. мистецтво кохання. любов і кохання. Сімейні конфлікти. Мистецтво любити і бути щасливим в сім'ї.

Тема 7. Лідерство і керівництво в малих соціальних групах.

Керівництво і лідерство як персоніфіковані форми соціального контролю та інтеграції всіх механізмів і способів соціально-психологічного впливу з метою досягнення максимального ефекту в груповій діяльності та спілкуванні. Професіоналізм особистості лідера і керівника, як характеристика суб'єкта праці, що відображає високий рівень професійно важливих та індивідуально-ділових якостей, адекватний рівень прагнень, мотиваційну сферу та ціннісні настанови, спрямовані на прогресивний розвиток фахівця. Керівництво як процес правового впливу, який керівник здійснює на основі влади, делегованої йому державою або колективом. Керівник як суб'єкт управління. Особливості керівництва. Психологічні типи керівників. Характеристика чинників, що діють на людину при формуванні її як керівника певного типу. Труднощі, вимоги та обмеження в роботі керівників. Психологічні якості особистості керівника. Лідерство як процес психологічного впливу однієї людини на інших у процесі їх спільної життєдіяльності, що пов'язано із сприйняттям, наслідуванням, розумінням один одного. Відмінності між лідерством і керівництвом. Теорії лідерства. Модель типології лідерства (за Л.І.Уманським). Психологія індивідуального стилю управління. Стиль керівництва як система принципів, норм і методів впливу на підлеглих з метою ефективного виконання управлінської діяльності та досягнення визначеної мети.

Тема 8. Соціальна психологія особистості. Особистість у групі.

Поняття "особистість". Особистість як соціальна якість. Динамічні якості особистості (цілі, інтереси, установки, цінності). Особистість як системна, соціальна якість, що набувається в предметній діяльності і спілкуванні. Індивід як окремий представник людського суспільства. Головна характеристика властивостей індивіда – залежить від спадковості. Індивідуальність як неповторне поєднання психологічних особливостей людини, що складають її своєрідність, відмінність від інших людей. Особистість як людина, що живе і діє в певних суспільно-історичних умовах, посідає певне місце в суспільстві і характеризується свідомістю. Індивідуально-типологічні якості особистості що розглядає загальна психологія. Структура особистості: біологічне (вроджене) та соціальне (визначає ставлення особистості до зовнішнього середовища). Проблема особистості в соціальній психології. Особистість як стійка система соціальнозначущих рис людини, зумовлених її включенням до системи суспільних відносин і сформованих у процесі спільної діяльності і спілкування з іншими людьми. Проблема соціалізації індивіда (філогенез та онтогенез соціалізації). Три головні етапи соціалізації індивіда від дитини до зрілої особистості (за Н.В.Андрєєнковою): первинна, або соціалізація дитини; маргинальна (проміжна, або псевдостійка), соціалізація підлітка; стійка, що означає перехід від юності до зрілості, тобто від 17-18 до 23-25 років. Складові соціалізації як єдиного процесу (за Є.В.Соколовим): гуманізація; соціальна адаптація; інтеграція особистості. Соціалізація як процес входження індивіда до різних спільностей, колективів і груп людей на підставі засвоєння норм, ідеалів, цінностей шляхом виховання і навічання. Соціальна діяльність (праця, спілкування, пізнання, гра, навчання) як головний

чинник соціалізації. Стадії первинної та вторинної соціалізації. Соціально-психологічна структура особистості, як проміжна між соціальною і психологічною, що дає можливість

Самосвідомість особистості як здатність людини безпосередньо відтворювати себе, рефлексувати з приводу своїх можливостей. Самопізнання як процес пізнання себе, своєї діяльності, внутрішнього психічного змісту. Розвиток особистості як процес формування особистості як соціальної якості індивіда, результат її соціалізації і виховання. Соціалізація як процес і результат засвоєння та активного відтворення індивідом соціального досвіду, що відбувається в спільній діяльності і спілкуванні. Соціальні норми як еталон, мірило, зразок з яким особистість співвідносить свої вчинки, на основі яких обґрунтовує свої дії, оцінює поведінку інших. Фази процесу входження індивіда у відносно стабільне соціальне середовище: фаза адаптації; фаза індивідуалізації; фаза інтеграції. Статус як місце індивіда в системі міжособистісних відносин в групі, суспільстві, його права, обов'язки, привілеї. Статус як свідчення значущості особистості групою чи суспільством, в якому реалізуються групові норми і цінності. Авторитет, престиж, позиція і роль як поведінкові характеристики особистості в групі. Статус-рольові параметри особистості. Статус-роль як роль, зумовлена належністю людини до певної статті. Гендерні ролі як сукупність очікуваних взірців поведінки для чоловіків і жінок. Поведінка особистості і соціальна напруженість. Депресія, стрес, екстремальна ситуація.

Тема 9. Особливості прикладної соціальної психології.

Прикладна соціальна психологія в сфері економіки і виробництва. Взаємодія макроекономіки і прикладної соціальної психології. Особливості діяльності соціальної психології на мезоекономічному рівні. Типи відносин у дослідженні соціальнопсихологічного клімату в колективах: відносини між членами групи (організації) по вертикалі; відносини між членами групи (організації) по горизонталі; ставлення до праці. Прикладна соціальна психологія в сфері політики у психології політичного лідерства, у психології політичних конфліктів і деформацій, у психології підготовки і прийняття політичних рішень, у соціально-політичних способах політичного впливу, у вивченні комплексних соціально-психологічних проблем організації, у соціально-психологічному консультуванні політичних діячів. Проблема управління в соціальній психології. Прикладна соціальна психологія і охорона здоров'я, найважливішим полем в якій соціально-психологічні особливості лікувального процесу та організації охорони здоров'я. Прикладна соціальна психологія і сім'я. Прикладна соціальна психологія в правовій сфері.

СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин							
	денна форма				Заочна форма			
	усього	у тому числі			усього	у тому числі		
		лекц.	прак	сам. роб.		лекц.	прак	сам. роб.
Тема 1. Місце і значення соціальної психології в системі наукового знання. Методологічні засади і методи соціальної психології.	18	2	6	10	12	2		10
Тема 2. Соціальна психологія спілкування.	22	4	6	12	22		2	20
Тема 3. Міжособистісна взаємодія у соціальній психології	24	4	8	12	22		2	20

Тема 4. Соціальна психологія конфлікту. Конфлікт як соціально-психологічний феномен. Соціально-психологічні засади поведінки психолога в конфліктних ситуаціях.	22	4	6	12	22		2	20
Тема 5. Соціальна психологія груп. Психологія малих соціальних груп.	20	4	6	10	22		2	20
Тема 6. Соціальна психологія сім'ї.	18	2	6	10	22		2	20
Тема 7. Лідерство і керівництво в малих соціальних групах.	18	2	6	10	22		2	20
Тема 8. Соціальна психологія особистості. Особистість у групі.	20	4	6	10	22	2		20
Тема 9. Особливості прикладної соціальної психології.	18	2	6	10	14	2		12
Усього годин	180	28	56	96	180	6	12	162
ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ - ЕКЗАМЕН								

ЗМІСТ ЛЕКЦІЙ З ДИСЦИПЛІНИ «СОЦІАЛЬНА ПСИХОЛОГІЯ»

Лекція 1. Місце і значення соціальної психології в системі наукового знання. Методологічні засади і методи соціальної психології

Питання про місце соціальної психології в системі наукового знання до теперішнього часу не знайшло остаточного рішення в спеціальній літературі. Воно пов'язане з проблемою «меж» соціальної психології як науки.

Виділяються три позиції, що стосуються «меж» соціальної психології:

- соціальна психологія є частиною соціології; соціальна психологія є частиною психології;
- соціальна психологія є наука, що знаходиться «на стику» соціології і психології.

Ця остання точка зору об'єднує найбільше число дослідників проблематики соціальної психології.

У даний час більш менш загальна точка зору на походження соціальної психології зводиться до того, що історично соціальна психологія виникла на стику двох наук соціології і психології, що неминуче відображається на її своєрідному статусі.

Своєрідність полягає в тому, що обидві «батьківські» дисципліни як би продовжують претендувати на нову дисципліну і включають це як складову частину, мимовільно розмиваючи наочний зміст власне соціальної психології.

Те, що вивчає соціальна психологія, вивчають і інші науки, наприклад, соціологія або психологія особи, проте роблять вони це по-різному. Соціологи

розглядають соціальні групи (від малих до найбільших) в діяльності і операціонально-статистичному аспектах. Соціальних психологів цікавить поведінковий аспект взаємодії індивідів і членів різних груп. Соціологи абстрагуються від вивчення всіляких психічних процесів, що відбуваються в індивідах і в групах. Треба відмітити, що і соціологія, і соціальна психологія нерідко використовують схожі методи дослідження.

Багато загального в предметах вивчення соціальної психології і психології особи. При цьому соціальна психологія зосереджена більше на загальному між індивідами, а психологія особи як на загальному між індивідами, так і на відмінностях між ними.

Якщо говорити про «межі» між соціологією і соціальною психологією, то вважається, що по предмету вивчення відмінності між ними часто встановити неможливо. Йдеться швидше про виділення специфічних аспектів дослідження, специфічної точки зору на одну і ту ж проблему. Хоча, звичайно, є очевидні соціально-психологічні підходи, наприклад, в соціології особи, в соціології масових комунікацій і ін.

Питання про «межі» між загальною психологією і соціальною психологією виявляється ще складнішим. Тут має значення той же специфічний соціально-психологічний підхід, який не реалізується можливостями загальної психології. Це торкається таких проблем, як динаміка міжособових відносин в групах, форми спілкування і взаємодії осіб в групах і ряду інших. Але не дивлячись на свій характер, на власну наочну специфіку, соціальна психологія все ж таки частина психології.

Найістотнішою межею соціально-психологічного знання є його включеність (в більшій мірі, ніж інших областей психології) в соціальну і політичну проблематику суспільства.

Теоретичні і емпіричні джерела соціальної психології.

Існують різні погляди на історію розвитку соціальної психології. Вважається, що першими історичними формами соціально-психологічного знання стали: теорія психології народів (Німеччина), теорія психології мас (Італія, Франція), теорії соціальних інстинктів (Англія, США).

У теорії психології народів (Ф. Гегель, М. Лазарус, Р. Штейнталь) нація (народ) розглядається як «надіндивідуальна цілісність», особа наділяється «надіндивідуальною душею», і друга знаходиться в підлеглому відношенні до першої. Інакше кажучи, теорія психології народів виходила з того, що головна сила історії - це народ, «дух цілого», який виражає себе в релігії, мові, міфах, звичаях, мистецтві і т.п., а індивідуальна свідомість є його продукт. Задача соціальної психології полягає в тому, щоб психологічно пізнати єство духу народу, відкрити закони духовної діяльності народу.

Пізніше (в роботах В. Вундта) концепція психології народів з відмовою від не цілком певного поняття «дух цілого» придбала більш реалістичний вигляд, але так чи інакше основна думка в цій теорії зводилася до того, що, окрім індивідуальної свідомості, існує щось, що характеризує психологію групи і індивідуальну свідомість, і кінець кінцем це зумовлюється психологією групи.

У теорії психології мас (роботи Р. Тарда, З. Сигеле, Р. Лебона) основоположними були ідеї про активну роль ірраціональних моментів в соціальній поведінці і про активну роль наслідування. Ірраціоналізм в соціальній поведінці простежувався на прикладі афектної поведінки кримінальних злочинців, а пізніше (переважно в роботах Р. Лебона) - в поведінці великих скупчень людей, «людських мас». Головна відмінність психології мас в тому, що людина «натовпу», людина «маси» втрачає свою індивідуальність, підкоряється імпульсам, примітивним інстинктам і легко піддається різним ірраціональним діям.

У рамках концепції психології мас формально признавався деякий примат індивіда над суспільством, проте саме суспільство доволіно зводилося до натовпу і описувалося також вельми односторонньо, головним чином в стані паніки.

Теорія соціальних інстинктів (В. Макдугалл, Е. Рос, Д. Болдуін) виходить з того, що соціальна поведінка визначається природженими інстинктами, прагненням до мети, що властиве як людині, так і тварині. Це прагнення, бажання, порив виступає в психіці людини як рушійна сила характеру, що формує соціальну поведінку. Автори теорії вважають, що все те, що відбувається, в області свідомості знаходиться в прямій залежності від несвідомого початку. Внутрішнім виразом інстинктів є головним чином емоції. Зв'язок між інстинктами і емоціями носить систематичний і визначений характер. Сформульовано декілька пар зв'язаних між собою інстинктів і емоцій. Серед них інстинкт боротьби і відповідні йому гнів і страх, інстинкт самозбереження і відповідне йому відчуття втечі, інстинкт будівництва і відчуття творення, стадний інстинкт і відчуття приналежності, інстинкт відтворення роду і ревності, інстинкт придбання і відчуття власності. Кінець кінцем, концепція теорії інстинктів пояснює соціальну поведінку з погляду якогось спонтанного прагнення до мети і затверджує значення ірраціональних і несвідомих ваблень як рушійна сила не тільки індивіда, але і людства.

До філософських витоків і передумов розвитку соціальної психології відносять:

- ідеї Платона про ірраціональність поведінки мас, властивої демократії (ці ідеї лягли в основу теорії масових соціальних рухів);
- ідеї Арістотеля про суспільні інстинкти, об'єднуючих людей;
- ідеї Гельвеція про соціальну детерміацію ;
- ідеї Фейєрбаха про роль і єство соціально-психологічного спілкування людей як єдиного способу прояву людського єства;
- ідеї російських революційних демократів і філософів про соціальні настрої, про громадську думку, про вдачі, про ичаї і т.п.

Американський соціальний психолог С. Сэржент вважає, що соціальна психологія бере свій початок від ідей і теорій шкіл:

- соціальної філософії (Платон, Монтеск'є, Т. Гоббс, Дж. Локк, Ж.-Ж. Руссо і ін.);
- соціальної антропології (М. Лазарус, В. Вундт, Ф. Тейлор і ін.); - англійського еволюціонізму (Ч. Дарвін, Г.Спенсер і ін.).

До емпіричних передумов виникнення і розвитку соціальної психології відносять:

- ораторське мистецтво Стародавньої Греції, що розвинуло прийоми управління увагою і емоційно-психологічним поляганням великих і малих людських груп;
- дії жерців, шаманів, знахарів, що розвинули прийоми дії сугестії на аудиторію;
- взаємодії різних релігійних конфесій з своєю паствою, що розвинули прийоми формування установок;
- культурно-психологічні традиції чень-буддизму, що розвинули прийоми психотренінгу і психорегуляції.

Концептуальні основи соціальної психології.

Соціальну психологію, як і будь-яку іншу науку, можна розглянути з трьох сторін: методологічної; феноменологічної; праксиологічної.

Методологія соціальної психології — це сукупність прийомів дослідження, засобів, необхідних для пізнання соціально-психологічних явищ.

Феноменологія соціальної психології - це соціально психологічні явища, тобто психічні полягання і поведінка індивіда в групі.

Праксиологія соціальної психології — ця конкретна індивідуальна і групова поведінка людей. Це прикладна соціальна психологія.

Методологію соціопсихології складає концептуальний апарат, змістовну базу якого формують основні положення історичного матеріалізму, зокрема, ті з них, які досліджують місце і роль психічного чинника в соціальному житті.

Узагальнюючи сказане, відзначимо, що соціальна психологія виступає як міждисциплінарна наукова теорія, що вивчає соціальну психіку як динамічну систему, у тому числі явища і закони, а також психологічні механізми соціальної регуляції.

Характеристика поняття «методологія» в соціальній психології.

У перекладі з грецького термін «методологія» означає «шлях пізнання».

Методологія — це система принципів, способів організації і побудови теоретичної і практичної діяльності, а також вчення про цю систему. Методологія визначає способи досягнення і побудови якого-небудь певного знання.

У сучасних роботах методологія соціальної психології розглядається як трирівнева система.

Перший рівень — загальна методологія, якийсь загальний філософський підхід, спосіб пізнання явищ об'єктивного світу. Методологія цього рівня формулює загальні принципи, які усвідомлено й неусвідомлено застосовуються в соціопсихологічних дослідженнях. Це антропоцентристський підхід. Він означає, що для соціальної психології принципово важливе питання про співвідношення суспільства і особи.

Для розуміння загальної методології відзначимо, що філософські принципи звичайно не застосовуються в дослідженнях кожної науки (у тому числі, природно, і соціальної психології) безпосередньо. Вони заломлюються в ній через принципи спеціальної методології.

Другий рівень — приватна, або спеціальна, методологія. Вона є сукупністю методологічних принципів, які використовуються вже в конкретній області знання, стосовно специфічного об'єкту дослідження, більш вузької сфери знання.

У соціальній психології спеціальна методологія формується за умови адаптації методологічних принципів психології і соціології. Специфічні принципи, властиві обома дисциплінам, як би трансформуються в своєрідний норматив соціальнопсихологічного дослідження, визначають дослідницьку стратегію. В своїй роботі «Соціальна психологія» Г.М. Андреева розкриває співвідношення загальної і приватної (спеціальної) методології на прикладі принципу діяльності — одного з основоположних принципів соціальної психології в марксистській інтерпретації.

Нарешті, **третій рівень** — методологія як сукупність конкретних прийомів. Звичайно це називають терміном «методика». Важлива особливість таких прийомів полягає в тому, що вони можуть бути (і звичайно є) відносно не залежними від загальнометодологічних принципів і застосовуються, як правило, в одній і тій же формі в рамках різних методологічних переваг.

У соціальній психології, як і в будь-якій іншій науці, наукове дослідження є спеціальною процедурою або набором процедур, які мають (або повинні мати, щоб претендувати на статус наукового дослідження) наступні сутнісні риси:

- дослідження має справу з конкретними об'єктами, певною кількістю емпіричних даних, які можна зібрати за допомогою цілком конкретних методик, техніки, прийомів;

- у дослідженні самостійно розв'язуються емпіричні, логічні і теоретичні задачі;

- для дослідження характерне більш менш чітке розмежування між встановленими фактами і гіпотетичними припущеннями і відпрацьовані процедури перевірки гіпотез; - мета дослідження полягає в поясненні фактів і явищ і в прогнозуванні їх.

Таким чином, будь-яке наукове дослідження — це пошук, ретельний відбір емпіричних даних конкретних фактів, висновки за допомогою цих фактів, певних принципів, перевірка їх і використання в прогнозуванні.

Важливо уточнити, що ж є фактом, емпіричними даними в соціальній психології. В чому специфіка цієї науки? Даними в соціальній психології є: дані про поведінку індивідів в групах; дані, що розкривають деякі характеристики свідомості цих індивідів; психологічні характеристики самої групи.

Джерело будь-яких даних в соціальній психології - сама людина.

Інший погляд на емпіричні дані в рамках наукового соціально-психологічного дослідження торкається їх об'єму. Він буває різним. Якщо це великий масив даних, що об'єктивно дозволяє встановити певні зв'язки між їх різними групами, то такий об'єм даних називають кореляційним. Якщо даних не дуже багато, і дослідник сам (суб'єктивно) встановлює якісь зв'язки і відносини в цих даних, то такий об'єм називається експериментальним.

Істотним в рамках соціально-психологічного дослідження виступає і питання про формулювання принципів на основі зібраних даних. Специфіка

соціальної психології, як і психології взагалі, полягає в тому, що тут відсутня так звана наукова строгість, властива точним природним наукам (фізиці, математиці і ін.), де одні положення теорії строго послідовно (дедуктивним або іншим методом) виводяться з інших положень.

У соціально-психологічному дослідженні важливе місце займає гіпотеза. Саме вона є в такого роду дослідженні теоретичною формою знання. Тут особливо складне питання про перевірку гіпотез і побудову більш менш обґрунтованих прогнозів. Існує специфіка верифіцируемості природно-наукового (точного) і гуманітарного знання цієї області далеко не завжди стикаються між собою. До оцінки вимоги верифіцируемості соціально-психологічного знання все ще підходять з погляду вимог природнонаукового знання, де проголошується жорсткий принцип зіставлення даних науки з даними безпосереднього плотського досвіду.

Сьогодні вже очевидно, що такий підхід не може задовольняти дослідників, що працюють в соціальній психології, з тієї простої причини, що існує ряд її областей, в яких взагалі неможливе дослідження експериментальними методами і, отже, неможлива верифікація гіпотез, яка прийнята в рамках природно-наукових технологій.

Методи соціально-психологічного дослідження.

Традиційно в дослідницьких методах соціальної психології виділяються збір психологічної інформації і її обробка. До методів збору психологічної інформації відносяться наступні.

Спостереження активно використовується, коли необхідно одержати дані про поведінку і дії об'єкту. Сама по собі процедура достатньо проста. Головна проблема - фіксація якихось певних рис поведінки, що відповідають прийнятому в даному дослідженні класу характеристик, і розшифровка їх в контексті, зрозумілому для прочитання фахівцю, що не брав участі в нагляді. Отже, при організації соціально-психологічного нагляду необхідно наперед визначитися в тому, що спостерігатиметься, які моделі поведінки фіксуватимуться, які міркування будуть взяті до уваги при розшифровці протоколу наглядів.

Самостійно значущими моментами дослідження тут є:

- так звані одиниці нагляду, які строго диференційовані для кожного окремого випадку залежно від предмету дослідження;
- часовий інтервал, який вважатиметься достатнім для фіксації прийнятих, згаданих в програмі дослідження одиниць нагляду.

Вивчення документів. Існують два основні типи документів, що представляють інтерес для соціально-психологічного дослідження, офіційні (звіти, публікації, характеристики і т.п.) і суто особисті (свідчення, листи, сповіді і ін.). В рамках досліджень масових комунікацій широко використовується контент-аналіз документів. Цей формалізований метод аналізу документів заснований на виділенні спеціальних «одиниць дослідження» (наприклад, слів, прийнятих як ключові) і підрахунку частоти їх вживання.

Опитування найпоширеніший метод соціально-психологічних досліджень. Опитування проводяться у вигляді анкетування (самозаповнення), формалізованого або вільного інтерв'ю (співбесіда). В рамках проведення

опитувань частіше за все використовується науково-теоретичний, методологічний і методичний арсенал, накопичений в соціології при складанні опитувальників, вибірки об'єктів анкетування або інтерв'ювання, технології опитування і т.п.

Тестування широко поширений в психології прийом дослідження. Це процедура отримання емпіричних даних від об'єктів дослідження за допомогою спеціально підібраних опитувальників або завдань (тести), орієнтованих на вивчення здібностей до відчуття, сприйняття, обробки і віддзеркалювання інформації (тести «інтелекту») або на виявлення особливостей особистісної сфери об'єкту дослідження (характерологічних рис або властивостей особи).

Соціально-психологічний експеримент. Як і в загальній психології, в соціальній психології експеримент проводиться в двох видах: як природний і як лабораторний. В рамках експерименту обов'язково виділяються контрольна і експериментальна групи, щоб мати нагоду порівнювати результати досліджень з певним еталоном.

Існують специфічні проблеми лабораторного соціально-психологічного експерименту, які певним чином впливають і на інтерпретацію (пояснення) одержуваних результатів, і на ефективність їх використання.

Перша з цих істотних проблем – проблема розповсюдження (проекції) результатів, одержаних - в ході експерименту, на реальне життя, Це питання про соціальну обґрунтованість лабораторного експерименту.

Друга проблема – рівень похибок експерименту, обумовлених спеціальним підбором випробовуваних.

Третя проблема – ступінь втрати в лабораторному експерименті реальної картини суспільних відносин: того самого «соціального», що і є предметом дослідження. Ця проблема обумовлена самим фактом витягання з реального життя членів групи, учасників експерименту, на час його проведення.

Четверта проблема – так званий Розенталь-ефект, коли результат виникає внаслідок присутності в групі самого експериментатора. Це означає, що в рамках соціально-психологічного експерименту нікуди не подітися від взаємодії дослідника з випробовуваними і неможливо повністю виключити його вплив на хід і результати експерименту.

Одна з найважливіших проблем соціально-психологічного дослідження якість соціопсихологічної інформації. Вона залежить від двох чинників:

- від якості використаних в соціально-психологічному дослідженні інструментів;
- від компетентності дослідника в процесі інтерпретації даних.

Зрозуміло, що всі вказані і деякі інші проблеми повинні бути ретельно враховані при організації лабораторного соціопсихологічного експерименту.

Що стосується соціально-психологічного інструментарію, можна вважати, що існує ряд вимог, що пред'являються до нього, виконання яких дозволяє оцінити якість соціопсихологічної інформації. До них відносяться наступні.

Репрезентативність (показність) — це можливість розповсюдження результатів, одержаних при дослідженні вибіркової сукупності об'єктів, на всю сукупність цих об'єктів. Обґрунтовування вибіркової сукупності важливий етап

дослідження, і відповідні процедури визначення вибірки розглядаються в методах соціології.

Обґрунтованість (валідність) — це можливість вимірювання саме тих характеристик об'єкту, які вимагається вимірювати. Існує безліч способів перевірки інструменту на валідність. Вони розглядаються в курсі психологічної діагностики.

Стійкість — однозначність інформації при отриманні її в різних ситуаціях. Звичайно ця якість перевіряється повторними вимірюваннями.

Точність — це чутливість інструменту, ступінь наближення результату вимірювання до істинного значення вимірюваної величини. Краще всього зрозуміти цей критерій дозволяє аналіз можливостей проєктивного і вербального тестів. Проєктивний тест дає досліднику інформацію про наявність тієї або іншої властивості, наприклад, характерологічного. Скажімо, по малюнку, виконаному людиною під час тестування, дослідник може судити про наявність в характері випробовуваної такої властивості, як агресивність. Проте, в якому ступені ця властивість властива тестованому, з якою силою воно відрекомендовано в його характері, підкаже тільки вербальний тест, який дозволяє цей ступінь бачити принаймні в трьох діапазонах низька, середня або висока.

Надійність — властивість інструменту, яка в різних спеціальних літературних джерелах описується через критерій або репрезентативності, або стійкості.

Поняття, структура і функції соціальної психології.

Як відомо, в понятті, у визначенні тієї або іншої науки розкривається її об'єкт і предмет. Термін «соціальна психологія» визначається таким чином: «Соціальна психологія галузь психології, що вивчає закономірності поведінки і діяльності людей, обумовлені чинником їх включення в соціальні групи, а також психологічні характеристики цих груп».

Д. Майєрс дає таке визначення соціальній психології: «Соціальна психологія — це наука, яка вивчає, що люди думають один про один, як вони впливають один на одного і як вони відносяться один до одного».

На думку ряду авторів, чіткості у формулюванні поняття соціальної психології до сих пір немає. Вважається, що існує три підходи до соціальної психології.

У рамках першого підходу відображається соціологічний погляд на розуміння соціальної психології, і її розглядають як науку про «масовидні явища психіки», З погляду соціологів, предмет соціальної психології - суспільна психологія, що вивчає психологію класів і інших великих соціальних груп і спільнот, зокрема, досліджувані традиції, звичаї. З другого боку, сферою уваги суспільної психології є закономірності формування громадської думки, а також психологія колективів.

У другому підході відображаються погляди тих психологів, які вважають предметом соціальної психології особу. При цьому підході акцент робиться на характерологічні риси або властивості особи, на психологічну типологію. Крім того, предметом соціальної психології в рамках особового підходу виступають

міжособові відносини, поведінка особи в групі, система спілкування між індивідами в цілому.

Третій підхід розглядає соціальну психологію як науку, яка вивчає і масовидні процеси психіки, і психіку особи в групі. Зрозуміло, що з погляду цього синтезованого підходу соціальна психологія є наукою, що досліджує широке коло проблем, зокрема, такі як соціальна психологія особи соціальна психологія спільнот, соціальна психологія спілкування, соціальні відносини та ін.

Існують й інші підходи до визначення предмету соціальної психології, які так чи інакше містять згадані вже ідеї. Детально вони розкриті в роботах радянських соціальних психологів Б.Д. Паригіна, В.Н.Мясищева, А.К. Уледова і ін.

Болгарський учений В. Вичев вважає, що соціальна психологія вивчає соціальну психіку. Під цим терміном розуміють функціональну динамічну систему суспільства, яка формується при комунікації людей, в їх спільнотах — від малих до великих, від соціальних організацій до неформальних об'єднань.

Соціальна психіка складне, динамічне і суперечливе духовне утворення. Вона функціонує як єдність: масових, групових, міжгрупових, міжособових і особових настроїв; масових, групових і індивідуальних емоцій; стереотипів і установок.

Підсистемами соціальної психіки можна вважати: суспільний настрій; громадська думка; соціальну волю.

На думку В. Вічева, соціальна психіка реалізує ряд важливих функцій в суспільстві.

1. Інтеграція і трансляція соціального досвіду. На цій основі формується єдиний напрям думок, волі і відчуттів в даній соціальній групі.
2. Соціальна адаптація. Індивідуальна свідомість приводиться у відповідність з принципами і нормами, пануючими в даній соціальній групі.
3. Соціальна кореляція. Поведінка особи приводиться у відповідність з нормами, прийнятими в даному соціумі.
4. Соціальний контроль. Поведінка особи регулюється системою неформальних санкцій суспільства.
5. Психологічне розвантаження. Люди звільняються від соціально-психологічної напруги, не порушуючи загальноприйнятих норм.
6. Соціальна активація. Людська діяльність посилюється завдяки активізації масових емоцій.

Структура соціальної психології може бути представлена по-різному.

Радянський соціальний психолог А.Г. Ковальов пропонує таку систему: група психічних властивостей, які представляють мотиви масової поведінки: соціальні потреби, інтереси, установки, переконання, ідеали; група психічних явищ процесів: соціальне сприйняття, пам'ять, мислення, емоції, воля; група соціальних полягань, що відображають відносно стійку активність соціально-психологічних явищ позитивних і негативних; група соціальних традицій, вмінь, звичаїв, знань і навичок, які обумовлюють певну діяльність.

Точка зору іншого вітчизняного психолога В.В. Єрмоліна на структуру соціальної психології: група соціально-психологічних властивостей, які мобілізують людей: потреби, інтереси, цілі, воля; група соціально-психологічних полягань, що виявляються в емоційних відносинах: відчуття, емоції, пристрасті, настрої, думки, забобони, ілюзії; група стійких соціально-психологічних форм і продуктів людської діяльності, закріплених в людській поведінці; група соціально-психологічних процесів, що відбуваються в безпосередньому спілкуванні людей: навіювання, переконання, наслідування.

Дещо відрізняється погляд Г.И. Батуриної на структуру соціальної психіки: психічні установки соціальних груп: соціальний характер, звички, традиції, забобони; емоційне віддзеркалення умов життя даної спільності людей: відчуття, настрої, інтереси, потреби, ідеали; соціально-психологічні явища, що виникають в групах при безпосередній взаємодії людей; пізнавальні і комунікативні особливості: сприйняття, розуміння людьми один одного.

Лекція 2. Соціальна психологія спілкування

Соціальна психологія досліджує закономірності людської поведінки і діяльності, обумовлені фактом включення людей в реальні соціальні групи. І перший емпіричний факт, з яким має справу соціальна психологія, це факт спілкування і взаємодії людей.

Зміст поняття «спілкування» розкривається в двох взаємозв'язаних аспектах, це як дві сторони однієї медалі: як процес, не спрямований на зміну психологічного стану партнера; як процес, спрямований на зміну психологічного полягання партнера.

У першому випадку спілкування – це складний багатоплановий процес встановлення і розвитку контактів між людьми, який породжується потребами в спільній діяльності. Він включає обмін інформацією, вироблення єдиної стратегії взаємодії, сприйняття і розуміння партнера.

У другому випадку спілкування – це здійснювана знаковими засобами взаємодія суб'єктів, викликана потребами словесної діяльності і направлена на значущу зміну в поляганні, поведінці і особистісно-змістовних утвореннях партнера.

У найзагальнішому вигляді спілкування виступає як форма і спосіб існування соціуму. Соціальне значення спілкування передача форм культури і соціального досвіду.

Специфіка спілкування полягає в тому, що в його процесі суб'єктивний світ однієї людини розкривається для іншого. В спілкуванні людина самовизначається в різноманітні своїх індивідуальних психологічних особливостей.

Спілкування розглядається як форма діяльності, яка здійснюється між людьми і що приводить або не приводить до виникнення психічного контакту. Психічний контакт забезпечує в спілкуванні взаємний обмін емоціями і характеризує спілкування як двосторонню діяльність, взаємний зв'язок людей.

Спілкування складний і багатогранний процес, виступаючий як:

- взаємодія людей;
- вид самостійної людської діяльності;
- атрибут інших видів людської діяльності;
- інформаційний процес;
- відношення людей один до одного;
- інформаційний процес;
- відношення людей один до одного;
- взаємовплив людей;
- взаємне переживання; - взаємне розуміння.

Спілкування виступає як соціальний і особистісно-орієнтований процес, в якому реалізуються не тільки особові відносини, але і установки на соціальні норми. Разом з тим спілкування це і соціальний процес, через який суспільство впливає на індивіда.

Справедливо розглядати спілкування і як умову будь-якої діяльності людини.

Виступаючи найважливішою соціальною потребою, без реалізації якої сповільнюється, а іноді і припиняється формування особи, спілкування як діалектичний процес є єдністю двох протилежних тенденцій: до кооперації, співпраці й інтеграції; до конкуренції, боротьби і диференціації.

Існує дещо інше трактування поняття «спілкування», яке представляється «формою діяльності, яка здійснюється між людьми як рівними партнерами і що приводить до виникнення психічного контакту», «взаємодією рівноправних суб'єктів» Тут можна говорити про деяке звуження розуміння спілкування.

По-перше, партнери по спілкуванню можуть бути рівними і нерівними, вільними по відношенню один до одного і залежними один від одного. Спілкуються один з одним начальник і підлеглий, друзі, товариші і приятелі, недоброзичливці і вороги, абсолютно незнайомі між собою попутники в суспільному транспорті і т.д.

По-друге, спілкування може приводити до виникнення психічного контакту, а може і не приводити до такого.

По-третє, спілкування — не просто форма діяльності, але і сама по собі діяльність.

Основні характеристики спілкування.

Спілкування характеризується перш за все змістом, який може бути різним: передача інформації або обмін нею; сприйняття один одного; взаємооцінка партнерів.

Спілкування процес поліфункціональний. Існують різні підходи до виділення його функцій. Представляється, що інтегрувати їх виявляється можливим, якщо виходити з критерію цілепокладання. У такому разі можна виділити наступні функції спілкування.

Контактна функція – встановлення контакту як стан готовності до прийому і передачі повідомлення і до підтримки взаємозв'язку у вигляді постійної взаємної орієнтованості.

Інформаційна функція – обмін повідомленнями, прийом і передача відомостей у відповідь на запит, обмін думками, задумами, рішеннями.

Спонукальна функція – стимуляція активності партнера для виконання певних дій.

Координаційна функція – взаємне орієнтування і узгодження дій при організації спільної діяльності.

Функція розуміння – адекватне взаємне сприйняття і розуміння значення повідомлень, а також намірів, установок, переживань, психічних станів та ін.

Емоційна функція – збудження в партнері необхідних емоційних переживань, а також зміна з його допомогою своїх переживань.

Функція встановлення відносин – усвідомлення і фіксація свого місця в системі ролевих, статусних, ділових та інших зв'язків соціуму, в якому діє індивід.

Функція управління – зміна моделей поведінки партнера, у тому числі його намірів, установок, думок, рішень, уявлень, потреб, дій та ін.

Близька до приведеної вище класифікація виділяє деякі інші функції.

Інструментальна функція спілкування як соціальний механізм передачі інформації і управління певними діями у зв'язку з інформацією.

Синдикативна функція – засіб об'єднання людей.

Функція самовираження – засіб розкриття свого психологічного змісту.

Функція трансляції – передача конкретних вчинків діяльності, оцінок і т.п.

Експресивна функція – взаєморозуміння переживань і емоційних полягань.

Функція соціального контролю – регламентація поведінки і діяльності.

Функція соціалізації – формування навиків взаємодії в суспільстві відповідно до прийнятих норм і правил.

Спілкування характеризується також своїми зовнішній і внутрішній сторонами, стилем і засобами взаємодії.

Зовнішня сторона спілкування виражається: комунікативною активністю; інтенсивністю дій; ініціативністю; майстерністю та ін.

Внутрішня сторона спілкування відображає: суб'єктивне сприйняття взаємодії; реакції на реальний або очікуваний контакт, мотиви і цілі, з якими суб'єкт вступає в спілкування, і т.п.

Стиль і манери спілкування відображають індивідуально-типологічні особливості взаємодії людей. Стилі можна охарактеризувати як: творчо-продуктивний; дружній; пригнічуючий; дистанційний: інтимний, особистий, соціальний, публічний; популістський; заграючий; вимогливий; діловий; позиційний; спокійний; владний; вкрадливий; схвильований; стриманий; неспокійний; невпевнений; скутий та ін.

Стиль і манери спілкування безпосередньо впливають на емоційну атмосферу взаємодії і вибір його засобів. Засоби спілкування діляться на п'ять основних груп: лінгвістичні: мовні; візуально-кінестетичні: погляд, жести, міміка, пантоміміка; паралінгвістичні: якісні характеристики голосу, інтонації і

т.п.; експрес-лінгвістичні: паузи, сміх, плач, темп мови; просторово-часові: дистанція, час, місце, ситуація і т.п.

Структура взаємодії в спілкуванні.

Взаємодія в спілкуванні є систематичним стійким виконанням дій, які спрямовані на те, щоб викликати у відповідь реакцію партнера, причому викликана реакція, у свою чергу, породжує реакцію впливаючого.

Взаємодія це процес, який складається з: фізичного контакту; переміщення в просторі; сумісної групової або масової дії; духовного вербального контакту; невербального інформаційного контакту.

Взаємодії бувають: внутрішньо особові; між особові; особово-групові; особовомасові; між групові; масово-групові.

У структуру взаємодії входять: суб'єкти взаємодії; взаємний зв'язок суб'єктів спілкування; взаємна дія суб'єктів; взаємні зміни суб'єктів спілкування.

Соціально-психологічна спільність як результат спілкування.

У спілкуванні і через спілкування формується соціально-психологічна спільність МІ, яка відкриває соціальний простір для впливу на відчуття і дії людей.

У соціально-психологічному плані поняттям «спільність» характеризують сукупність людей, здібних до спілкування один з одним і мають потребу в сумісних діях.

Поняття «спільність» багатозначне: соціальна група, що має загальний предмет уваги і переживання; об'єднання людей на основі збігу культурних інтересів; об'єднання людей, що мають стійкі соціальні ознаки.

Спільність може виконувати наступні функції: закріплювати групові особливості; відособляти одну групу від іншої; виражати і затверджувати специфічні групові інтереси і ціннісні орієнтації.

Спільність служить засобом внутрішньогрупової солідарності, спаяності і взаєморозуміння, направленою проти відцентрових тенденцій, що ведуть до руйнування спільності.

Умовою консолідації спільності є збіг групових інтересів, цілей, цінностей, а також визнання факту належності до даної групи, відчуття своєї особистої причетності до діяльності групи. Ефект спільності залежить від того, якою мірою її інтереси співзвучні інтересам людей, що входять в цю спільність.

Спільність звичайно виявляється в: ідентифікації людей один з одним або з кимнебудь; узгодженості дій, думок, відчуттів людей, що входять в дану спільність; взаєморозумінні; симпатії та емпатії; кооперації діяльності.

Отже, спільність — це характеристика полягання соціальної групи як сукупного суб'єкта спілкування.

Соціально-психологічні механізми спілкування.

Спілкування породжує ряд унікальних соціально-психологічних механізмів, за допомогою яких формується соціальна психіка.

Зараження - це особливий спосіб дії, певним чином об'єднуючий великі групи людей. Феномен зараження має багатоманітні прояви, наприклад, масові спалахи різних душевних полягань, що виникають під час ритуальних танців, спортивного азарту, ситуацій паніки, релігійного екстазу та ін.

Зараження - це несвідома, спонтанна форма включення особи в певний психічний стан, а також співпереживання загального психічного стану великою групою людей одночасне.

Зараження здійснюється передачею психічного настрою, що володіє сильним емоційним зарядом, напруженням відчуттів і пристрастей. Основа виникнення зараження емоційна дія в умовах безпосереднього контакту.

Джерелом зараження є носій емоційного заряду індуктор. Він передає цей заряд, який потім багато разів посилюється в каналах взаємодії. Виникає психічний фон зараження. Він знаходиться в прямій залежності від чисельності аудиторії і ступеня настановного напруження індуктора. Оскільки це емоційний стан виникає в масі, діє механізм багатократного взаємного посилення емоційних дій людей, що спілкуються. Індивід тут не випробовує організованого навмисного тиску, але просто несвідомо засвоює зразки чужої поведінки, лише підкоряючись йому.

Ефект має місце перш за все в неорганізованій спільності, частіше всього в натовпі, який сама по собі виступає своєрідним прискорювачем.

Функції зараження: посилення групової згуртованості, якщо така згуртованість вже є, і компенсація недостатньої згуртованості. Навіювання - ця цілеспрямована, неаргументована дія однієї людини на іншого або на групу.

При навіюванні інформація сприймається некритично. Передбачається, що людина, що приймає інформацію через механізм навіювання, не здатна на її критичну оцінку.

Навіювання - це соціально-психологічний механізм спілкування, орієнтований на формування загального психічного стану спонукає до індивідуальних або масових дій. Навіювання здійснюється в основному вербальними діями. Воно адресовано не логічному мисленню, а емоційній готовності людини одержати установку до дії. Найбільш ефективно навіювання діє на людей, для яких характерно домінування ситуативного психічного настрою, а також стану невпевненості в собі.

До основних умов ефективності навіювання відносять: авторитетність джерела інформації; довіра до нього; відсутність опору до вселяючої дії.

Помічено, що легше за все піддаються навіюванню діти, а також мабуть стомлені, ослаблені фізично люди. Особливо велике значення має «ефект довіри» до джерела інформації. Авторитет вселяючого виконує функцію так званого непрямого аргументування, свого роду компенсатор відсутньої прямої аргументації, що і є специфічною межею навіювання.

Соціальні психологи прагнуть встановити відмінність між навіюванням і зараженням, виходячи з таких міркувань:

- при зараженні здійснюється співпереживання великою масою людей загального психічного стану. Навіювання ж не припускає і не пропонує такої рівності в співпереживанні ідентичних емоцій: вселяючий (суггестор) не схильний тут до того ж стану що і що суггерент);

- процес навіювання має односторонню спрямованість: це не спонтанна тонізація полягання групи, а персоніфікована, активна дія однієї людини на іншого або на групу;

- навіювання, як правило, носить вербальний характер, тоді як при зараженні, окрім мовної дії, використовуються і інші засоби - виголошення, ритми та ін.

Переконання - це соціально-психологічний механізм спілкування, процес і результат програмно-цільової дії. При переконанні деяка інформація перетворюється на систему установок і принципів особи. Переконання досягається соціальнопсихологічною дією людини.

Переконання - це також і система логічних доказів, орієнтованих на критично набудовану особу. Умовою переконливої дії є зацікавленість людини, якій адресована дія. Зацікавленість - це прагнення одержати певну інформацію і потребу осмислити що-небудь.

Переконання як процес припускає дію і на раціональну, і на емоційну сфери особи. Це активна взаємодія, що переростає в дискусію. Умови ефективності переконливої дії: зміст і форма переконання відповідають рівню вікового розвитку особи; переконання будується з урахуванням індивідуальних особливостей адресата; переконання є послідовним і доказовим; переконання містить як узагальнюючі положення (принципи і правила), так і конкретні факти або приклади; переконання спирається на розум, його досвід і знання; переконливий сам глибоко вірить в те, в що переконує.

Процес переконання - це психотехнічна система міркувань і доказів, а також емоційних засобів, діючих заразливо на того, що переконується. Переконання орієнтовано на формування свідомої діяльності переконуємого.

Відмінність між переконанням і навіюванням полягає в тому, що навіювання не потребує доказу і логіки. Переконання розраховано на те, що людина, що приймає інформацію, згодиться з нею. При цьому приймаючий інформацію висновок робить самостійно.

При навіюванні досягається не згода, а просте ухвалення інформації, засноване на готовому висновку. Переконання є переважно інтелектуальним, а навіювання - переважно емоційно-вольова дія.

Наслідування - це соціально-психологічний механізм спілкування, що забезпечує відтворювання однією людиною певних зразків поведінки (манер, дій, вчинків), які мають якесь емоційне забарвлення.

Теоретичну концепцію механізму наслідування розробив Г.Тард. У загальних рисах вона зводиться до наступного.

Наслідування - це фундаментальний принцип розвитку і існування суспільства, саме в результаті наслідування виникають групові норми і цінності. Наслідування виступає як окремий випадок більш загального «світового закону повторення». В тваринному світі цей закон реалізується через спадковість, в людському суспільстві - через наслідування. Воно виступає джерелом прогресу: періодично в суспільстві відбуваються події, яким наслідують маси.

Розрізняють декілька видів наслідування:

- логічне і позалогічне;
- внутрішнє і зовнішнє;
- наслідування-мода і наслідування-звичай.

Сформульовані деякі закони наслідування. Зокрема: наслідування йде від внутрішнього до зовнішнього, тобто внутрішні зразки викликають наслідування раніше, ніж зовнішні; низькі за соціальним станом наслідують вищим.

Встановлено три способи наслідування:

- коли за допомогою нагляду моделі виникають нові реакції;
- коли нагляд за нагородженням або покаранням моделі посилює або послаблює стримувану поведінку;
- коли нагляд моделі сприяє актуалізації зразків поведінки, раніше відомих спостерігачеві.

Окремим випадком наслідування виступає мода. Мода — це специфічна і вельми динамічна форма стандартизованої масової поведінки, що виникає частіше за все стихійно під впливом домінуючих в суспільстві настроїв і швидко змінних захоплень.

Мода - це і соціальна санкція поведінки, смаків і системи ціннісних орієнтації, це і засіб соціально-психологічної компенсації незадоволеності.

Мода виконує наступні функції: інтерактивну (узгодження, взаємодії); компенсаторну (психологічного захисту індивіда).

Співвідношення спілкування, діяльності і поведінки.

Проблему співвідношення спілкування, діяльності і поведінки розглядають з різних точок зору багато соціальних психологів.

У одній з концепцій (Е.Дюркгейм) представлена тенденція співвідношення спілкування і діяльності. В ній опір робився на те, що суспільство достатньо жорстко розглядалося як сукупність форм спілкування, і сам суспільний процес зводився лише до процесу духовного мовного спілкування.

Інша концепція, повна протилежність першій, затверджує ідею єдності спілкування і діяльності. Ця точка зору спирається на розуміння того факту, що спілкування є реальністю людських відносин, що будь-які форми спілкування буквально вплетені в специфічні форми спільної діяльності. Люди спілкуються не просто в процесі деякої діяльності, а як би в ній самій і з приводу неї. Причому спілкується завжди людина, що перебуває в сумісній з іншими людьми діяльності, і таким чином формується спільність індивідів, що виконують спільну роботу.

Характер єдності спілкування і діяльності теж розуміється по-різному:

- яка паралель існуючих взаємозв'язаних процесів;
- як дві сторони соціального буття людини, його способу життя
- як певна сторона діяльності, як її елемент, а сама діяльність розглядається як умова спілкування;
- як особливий вид діяльності в двох її різновидах:
- як комунікативна діяльність, або діяльність спілкування, яка виступає самотійно;
- як мовна діяльність.

Мабуть, перелік уявлень про єдність спілкування і діяльності можна б було продовжити.

Зараз поширено уявлення про те, що за допомогою спілкування діяльність організовується і збагачується. Побудова плану спільної діяльності вимагає від кожної людини оптимального розуміння цілей, задач, з'ясування специфіки об'єкту і можливостей учасників. Включення спілкування в цей процес дозволяє узгодити або роз'єднати діяльність індивідуальних учасників дією, в якій і виявляється зворотний вплив спілкування на діяльність.

Віддаючи належне розглянутим точкам зору на співвідношення діяльності і спілкування, не можна не бачити обмеженості цих уявлень (або єдність спілкування і діяльності, або їх протилежність). Залишається остерогонь той очевидний факт, що спілкування відбувається не тільки з приводу якої-небудь спільної діяльності, але ще і в певній, цілком конкретній формі.

Будь-яка діяльність - це і зміст (що саме робиться), і форма (як саме це робиться), тому правильніше, з погляду відповідності реаліям буття, говорити про органічно-цілісну, нерозривну єдність діяльності, поведінки і спілкування. Спілкування саме по собі неминуче характеризується формою, тобто своєю поведінковою стороною. Контакт партнерів по спілкуванню, те, як відбувається цей контакт, це питання поведінки в рамках даного спілкування. Така авторська точка зору на питання про співвідношення спілкування, діяльності і поведінки, і можна припустити, що поле ефективності цієї точки зору достатньо широке.

Перцептивна сторона спілкування.

Розглядаючи процеси пізнання людиною людини у спілкуванні, один з основних у радянській психології, С. Л. Рубінштейн, писав: „У повсякденному житті, спілкуючись з людьми, ми орієнтуємось в їх поведінці, оскільки ми як би „читаємо” його, тобто, розшифровуємо значення його зовнішніх даних і розкриває зміст отриманого таким чином тексту у контексті, маючи свій внутрішній план. Це „читання” протікає бігло, оскільки у процесі спілкування з оточуючими у нас виробляється певний, більш менш автоматично функціонуючого підтексту до їх поведінки”.

Запитання про те, як саме проходить це „бігле читання” іншої людини, що дозволяє нам зрозуміти його поведінку, постають и перед дослідниками спілкування, і перед кожним з нас. Дуже часто важливо не тільки саме по собі розуміння тієї або іншої поведінки, але і його основ, витоків, діючих сил, механізмів. Тому є сенс, перед тим як знайомитись з результатами наукових досліджень, посвячених цим проблемам, спробувати чітко сформулювати свої питання, відповіді на які необхідно нам знайти. Для цього необхідно описати в загальних рисах те, що стоїть для нас за словами „сприйняття і розуміння іншого у спілкуванні”.

Типові схеми формування першого враження. Одним із важливих результатів психологічного дослідження формування першого враження було виявлення деяких типових схем, за якими будується образ іншого і які в той чи іншій мірі використовуються усіма людьми. Побудова образу партнера по цим схемам іноді призводить до так званих ефектів першого враження або систематичним помилкам соціального сприймання. Знання цих схем дуже багато може дати для розуміння того, як формується перше враження про людину.

Найбільш часто використовується схема сприймання, яка запускається у випадку нерівності партнерів в тій чи іншій сфері соціальній (різні соціальні статуси), інтелектуальній, нерівність позицій у групі (груповий статус) і т. і. Помилки нерівності проявляються у тому, що люди схильні систематично переоцінювати різні психологічні якості тих людей, які перевершують їх по якомусь параметру, суттєвому для них. Ця схема починає працювати не прибудь-жій, а тільки при суттєво важливій, значущій для нас нерівності. Якщо я, хворобливий і слабкий, хочу бути здоровим і сильним і зустрічаю здорову і сильну людину, то я її переоцінюю по своїм параметрам він в моїх очах буде одночасно і красивий, і розумний, і добрий. Якщо ж для мене головне ерудиція, освіченість, то при зустрічі з сильною людиною нічого не відбудеться, проте при зустрічі з інтелектуально перевищуючого помилка буде мати місце.

При зустрічі з людиною, як перевершує нас по якомусь важливому для нас параметру, ми оцінюємо його більш позитивно, чим було би, якщо би він був нам рівний. Якщо ми маємо справу з людиною, яку ми у чомусь перевершуємо, то ми недооцінюємо його. Дуже важливо, що перевершеність фіксується по якомусь одному параметру, а переоцінка (чи недооцінка) відбувається по декільком параметрам. Домовимося у подальшому називати такого плану помилки у спілкуванні дією фактора „перевершеності”.

Фактор „перевершеності”. Для того щоб подіав фактор перевершеності, і ми застосовуємо існуючу схему сприймання переоцінили якісь характеристики людини, перевершую чого нас, наприклад, по соціальному статусу, нам потрібно спочатку цю перевершеність оцінити. Як саме людина це робить? По яким признакам ми можемо судити про перевершеність людини у соціальному положенні або, наприклад, в інтелектуальній сфері?

Вивчення показують, що для виявлення даного параметра у нашому розпорядженні два основних джерела інформації: 1) одяг людини, все зовнішнє оформлення, включаючи такі атрибути, як знаки відмінності, окуляри, оформлення волосся, нагороди, дорожочінності; в певних випадках розглядається навіть такий „одяг”, як машина, крісло, оформлення кабінету і т. і.; 2) манера поведінки людини (як сидить, ходить, розмовляє, куди дивиться и т. і.).

Зрозуміло, що, крім цих двох ознак, у нас нічого нема (якщо, звісно, не розглядати випадок, коли нам передчасно достовірно відомо про перевершеність). Дійсно, навряд чи можливо судити про перевершеність по кольору очей, наприклад, або по довжині носа (хоча такий признак, як колір шкіри, іноді дає такі основи). Разом з тим відмінні джерела інформації були би реально значимі, якщо б через них у відповідності з історично стереотипами що склалися осознано чи неосознано не передавалася б інформація про перевершеність.

На самому ділі, інформація про первершеність завжди, так або інакше „закладається” в одяг і манеру поведінки, в них завжди є елементи, які є свідками про приналежність людини до тієї чи іншої соціальної групи чи про його орієнтації на якусь групу.

Ці елементи слугують знаками групової приналежності і для самого „носія” одягу і „автору” поведінки, і для оточуючих його людей. Розуміння свого місця у тій чи іншій ієрархії, групі, у всій системі суспільних відносин, а також положення інших людей в більшій мірі визначається у спілкуванні і взаємодії. Тому виділяють перевершеність якимись зовнішніми, видимими засобами завжди суттєва. У попередні часи це було настільки, важливо, що певний одяг не тільки мала носитися людьми певного статусу чи суспільного положення, але і повинна носитися ними. Існували певні не лише не писані норми, а і майже писані норми, що і кому можна або не можна одягати. Наприклад, у середні віки церква диктувала у одязі практично все, до деталей ширину і довжину сукні, довжину носка взуття, кількість і характер прикрас для кожного прошарку. Це все закріплювалося спеціальними едиктами, які висікалися на камені, встановленого посеред міста. Зрозуміло, що любий мешканець Європи середніх віків, тільки поглянув на людину, одразу розумів, хто (в соціальному плані) перед ним. Існували періоди, в яких система умов була розроблена до останніх дрібниць, усі деталі мали майже певне значення. У Китаї, наприклад, майже до ХХ в., найбільш поширеним одягом був халат, причому чоловічі та жіночі халати відрізнялися лише деталями. Соціальне положення володаря халату кодувалося фасоном (усього два фасону) і кольором. Так, халат жовтого кольору міг носити тільки імператор, коричневого та білого кольору престарілі сановники, червоного та синього герої. Студенти носили халати блакитного кольору, селяни білого, бідняки чорного. Навіть застібка говорила про соціальне положення: чим вона вища, тим складніше тим складніше поділялися петлі. Таким чином, задача розпізнання статусу в той час була досить простою. Проте не тільки одяг, плаття регламентувалися. Умови торкалися усього карет, кількості коней в упряжі, навіть кількості вікон у домі, які можуть виходити на вулицю.

Разом з демократизацією суспільства офіційно роль одягу змінюється. Зараз, наприклад, тут нема заборонності і правил, кожен може одягти все, що забажає. Все ж таки, зв'язок одягу з тим чи іншим видом перевершеності залишається досить сильним. Вивчення показують, що майже всі дорослі можуть по одягу визначити соціальний статус людини, приблизно вказати род заняття. Навіть діти успішно використовують цей признак. В одному з вивчень досліджуваним десятирічним дівчатам демонструвалися фотокартки наборів жіночого одягу. Результати дослідження продемонстрували більшу згідність оцінок досліджуваних не тільки по питанням соціального слою, до якого може належати дівчина, яка носить „такий” одяг, але і в оцінках її особистих характеристик.

Можна стверджувати достатньо певно, що і в наш час, коли нема жорстких умов і обмежень, роль одягу в кодуванні перевершеності залишається суттєвою. Можна, напевно, говорити про наявність неофіційної знакової системи одягу і зовнішніх атрибутів людини, елементи або з'єднання елементів які є тими зачіпками, які направляють формування першого враження по схемі перевершаності. Повне описання цієї схеми дуже складна задача. Не

претендуючи на повноту, спробуємо роздивитися тільки деякі, найбільш помітні елементи.

Що ж в одязі є ознакою перевершеності? В першу чергу ціна, чим вона вища, тим вищий статус. Ціну ми „вираховуємо”, дивлячись на якість одягу, яка прямим чином пов’язана з ціною. Знаючи про частоту розповсюдження цієї моделі (дефіцитності) і його взаємодія з модою (модність), ми також можемо судити про його ціну одягу.

З соціальним статусом, крім ціни, тісно пов’язаний вибір силуету одягу. Більшість людей називають одяг людей високого соціального положення „строгою”, „офіційною” і т.п. Причому частіше всього ці слова відносяться до силуету. Наші вивчення, поведінки, проведені на різній вибірці досліджуваних, показують, що „високо статусним” вважається силует, приближений к витягнутому прямокутнику з підкресленими кутами, а „низько статусний” приближений до шару. Дійсно, з високим статусом звично непов’язаний, наприклад, піджак типу реглан, светр (особливо пухнастий), м’які брюки або джинси (нема стрілок) і т.п. І всі ці особливості неосознано фіксуються нами і впливають на оцінку статусу.

Третім фактором в одязі, яка завжди відмічається як признак статусу, є її колір. У різних країнах конкретні кольори можуть мати різне значення. У нашій країні як признак високого статусу відмічається одяг ахроматична, чорно – білої гами, а чим яскравіше, насичи ніша і чистіший колір одягу (не чорний і білий), тим нижчий статус.

Тепер звернемося до манери поведінки як признаку перевешеності. У манері поведінки, як і одязі, завжди існують елементи, дозволяючи судити про статус людини. „Що личить Юпітеру, то не личить бику”, голосить древня приказка. І ми усі по манері поведінки можемо визначити нашу рівність чи нерівність з іншою людиною.

У чому проявляється „перевершеність” у манері поведінки? Скоріше всього, це можна визначити як незалежність в різних обставинах і ситуаціях. Сюди відноситься, передусім, незалежність від партнера: людина показує, що йому нецікавий той, с ким він спілкується, його реакція, настрої, стан або те, про що говорить. Така незалежність „зовні” може виглядати як високомірність, наглисть, впевненість у собі і т.п. Незалежність від ситуації спілкування виникає у наступному: людина як би „не помічає” деяких її аспектів наявності свідків, невдало обраного моменту, різних перешкод і т.п. Така поведінка може сприйматися по різному, але майже завжди є показником певної перевершеності. Про це також свідчить незалежність в різних дрібних, не писаних норм спілкування. Надто розслаблена поза (наприклад, розвалившись у кріслі) при важливій розмові може пояснювати перевершеність в ситуації, владу. Або: людина дивиться у сторону, у вікно, оглядає свої нігті - це явна демонстрація перевершеності, влади (до речі, люди залежні звично уважно дивляться на співрозмовника, „заглядають в очі”). Якщо людина говорить незрозуміло для співрозмовника, використовуючи багато спеціальних термінів, іноземних слів, тобто не намагається до того, щоб його зрозуміли, то така

поведінка фіксується інколи, як інтелектуальна перевершеність, хоча, в сутності, це те саме порушення норм спілкування говорити доступно.

Таким чином, можна заключити, що сприймання перевершеності по манері поведінки залежить від оцінки незалежності у поведінці і від нашої готовності признати цю незалежність обумовленою, тобто від нашої особистої позиції в цей момент, яка приділяється значимістю для нас ситуації.

Прекрасним прикладом є ситуація, описана М. В. Гоголем в „Ревізорі”. Пам’ятаєте, як трапилася, що Хлестаков був прийнятий за ревізора? Молодий чоловік, „одягнений по моді”, той хто сам боїться чиновників і від цього розв’язний, сприймається ними як поважна фігура (високий статус): „Є сказали ми с Петром Івановичем”. І все, не відповідаючи на самому ділі цьому висновку, тільки підтверджують його в їх очах: „Він! І грошей не платить і не їде. Кому ж би бути, як не йому? І подорожня прописана в Саратов. З якої статі сидіти йому тут, коли шлях йому лежить в Саратовську губернію? Так – с. А ось він – то і є цей чиновник”. Що привело їх до такої явної, здавалося б помилки? Значима ситуація, введена Гоголем, звучить так: „Я запросив вас, господа, з тим, щоб повідомити вам приємне повідомлення: До нас їде ревізор”.

З цього, дія факторів перевершеності починається тоді, коли людина фіксує перевершеність іншого над собою по знакам в одязі і манері поведінки. Слідуючи з цього ця людина, з одного боку, будує свою поведінку в даний момент, з іншого при оцінці особистості партнера може допускати помилки, описані раніше: перебільшення (чи применшення) ті чи інші якості людини.

Не менш важливими і впізнаними є помилки, пов’язані з „загальною естетичною виразністю людини”, тобто з тим, чи подобається нам зовнішні наш партнер по спілкуванню або ні. Помилки заключаються у тому, що якщо людина нам подобається (зовнішні), то одночасно ми схильні вважати його більш хорошим, розумним, цікавим і т. і., тобто знову таки переоцінюємо більшість його психологічних характеристик.

Наприклад, в одному з експериментів вчителям були запропоновані для оцінки „особові справи” учнів. Перед ними ставилася задача виявити рівень інтелекту школяра, відношення його батьків до школи, його плани на подальше навчання і відношення до однолітків. Секрет експерименту був у тому, що усім давалося одна і та сама особова справа, але до нього прикладалися різні фотокартки одна за відомо приваблива, а інша не приваблива. Виявилось, що „привабливим” дітям, при різних умовах, вчителі приписують більш високий інтелект, наміри вступу до коледжу, кращий статус у групі однолітків, батьків, які більше займаються їх вихованням.

„Дивне діло, яка повна буває ілюзія того, що краса є добро. Гарна жінка говорить дурниці, ти слухаєш і не чуєш дурниці, а чуєш розумне. Вона говорить, робить пакості, а ти бачиш щось миле. Коли ж вона говорить ні дурниці, ні пакості, а гарна, то зараз впевнився, що вона чудо як розумна і моральна” (Л. М. Толстой. „Крейцерова соната”).

Другий приклад. Американський психолог А Міллер, примінив метод експертних оцінок, відібравши фотокартки людей гарних, „звичайних” і негарних. Потім він показував ці фотокартки чоловікам і жінкам у віці від 18 до

24 років і просив їх висловитися про внутрішній світ із тих, хто був зображений на фотокартках. Досліджуванні оцінили і чоловіків і жінок, яких експерти віднесли к найбільш гарним, як більш впевнених у собі, щасливих і щирих, урівноважених, енергійних, люб'язних, витончених і більш багатих духовно, чим тих, хто був оцінений експертами як негарні, і навіть чим ті, хто потрапив у категорію „звичних”. Крім цього, досліджувані чоловіки оцінили красивих жінок як більш турботливих, і уважних.

„Краса робить бездоганні дива. Всі душевні недоліки в красивих замість того, щоб призвести відразу, стає якимось незвично гарним” (М. В. Гоголь. „Невський проспект”).

Таким чином, отримуємо, що тип помилки дуже нагадує попередній: тут також під дією одного фактора переоцінюються чи недооцінюються якості людини. Тільки тут ми маємо справу с дією фактора „привабливості” — чим більше зовнішнє приваблива для нас людина, тим краще він у всіх відношеннях; якщо ж він не привабливий, то і останні його якості недооцінюються.

Фактор привабливості. Якщо з визначенням знаків перевершеності особливих труднощів не виникає, то відносно знаків привабливості цього не скажеш. Тут як раз виникає великі складності. Спитайте себе або своїх друзів, які зовнішні ознаки, які дозволяють вважати одну людину привабливим, а іншого ні? Скоріше всього, задовільної відповіді ви не отримаєте. Хоча практичне виявлення привабливості, як правило, проблем не викликає.

Складність цього питання викликана тим, що усі звикли вважати привабливість тільки індивідуальним враженням, і ми внутрішнє опираємося всяким спробам її якимось об'єднати. Між усім мало для кого буде відкриттям той факт, що в різні часи вважалося привабливим, що у різних народів є свої, відмінні від інших канони краси. Із цього майже незбіжний такий конструктивний висновок: сприймання привабливості - це процес тієї же природи, що і сприйняття перевершеності, тобто соціальної природи, а звідси, і механізми їх повинні бути схожими. Звідси знаки привабливості потрібно шукати не у томи чи іншому розрізі очей або кольорі волосся, а у соціальному значенні того чи іншого признаку, який служить знаком привабливості. Існують узгодженні та не узгодженні суспільством чи конкретною соціальною групою типи зовнішності. І привабливість не що інше, як ступінь наближеності до того типу зовнішності, який максимально узгоджений той групою або групами, до якої ми належимо.

В якості знаків привабливості можуть розглядатися ті зусилля, які були затрачені людиною для відповідності соціально узгодженого типу зовнішності. Такі знаки фіксуються і запускають схему людина відноситься або до привабливих, і тоді переоцінюється усі невидимі якості, або непривабливою, і тоді виникає недооцінка всього останнього.

Дуже добре це видно на прикладі такого компоненту зовнішності, як будова тіла. Прийнято виділяти три основних типа будови тіла: ендоморфне (пікнічне) схильні до повноти люди, мезоморфні (атлетичні) стрункі, сильні, мускулісті та екторморфні (астенічні) високі, худі, тендітні. Досить давно численними дослідженнями було показано, що тип будови тіла пов'язаний з

деякими психологічними рисами. Так, пікніки звично більш товариські, схильні до комфорту, змінні у настрої. Атлети характеризуються високим життєвим тонусом, любов'ю до пригод, а астеніки звично більш стримані, мовчазні, спокійні. У нашій повсякденній свідомості ці зв'язки зафіксовані досить міцно.

В іншому дослідженні Лоусон пропонував тим, що навчаються у четвертому і шостому класі вибрати підходящі характеристики для трьох зображень однолітків одного і того самого полу і віку худого, повного і нормального будови тіла. Включені в список 56 прикметників давали можливість обирати характеристики позитивні чи негативні. На основі цього ж списку дітей просили оцінити їх однолітків у класі. Як і в інших дослідженнях, товстий на фото не користувалися популярністю, а перевага, яка надавалася нормальній будові тіла, з віком росла. Однак, що для нас дуже важливо, стереотипні оцінки людських фігур ніяк не пов'язувались з оцінками реальних однолітків. З іншого боку, достовірно зареєстрований факт меншої привабливості дітей екоморфного (астенічної) будови тіла їх рідше обирають в якості товариша, частіше оминають, причому помічено, що з віком ця тенденція посилюється, що і зрозуміло, так як саме з віком людина починає краще орієнтуватися у тому, що одобрюється групою, а що ні.

Таким чином, привабливий той тип будови тіла, який соціально вдобрений. Але ще більш привабливі зусилля, затрачені на його отримання. Цей висновок може здатися просто не вірним, так як тип будови тіла заданий і не зміниться. Проте якщо згадати, що ми по різному оцінюємо, наприклад, товстого, який цього не приховує, і товстого, який жадає бути підтягнутим, то можливо ви погодитесь з тим, що знаком привабливості є зусилля, затрачені на це приближення до ідеалу.

Слідуючи схема, яку ми роздивимось, без сумніву добре відома. Напевно, всі погодяться, що ці люди, які нас кохають (добре до відносяться), здаються нам значно кращими за тих, хто нас ненавидить (погано до нас відносяться). Це прояв дії фактора „відношення до нас”, який призводить до зміни оцінки якості людей в залежності від знаку цього відношення.

Показний в цьому плані результат дослідження Р. Ніс бета і Т. Вільсона. Студенти півгодини спілкувались з новим викладачем, який з одним досліджуваним вів себе доброзичливо, з іншими відокремлено, підкреслюючи соціальну дистанцію. Після цього студентів просили оцінити ряд характеристик викладача. Результати виявились достатньо однозначним. Оцінки викладача доброзичливого виявились значно вищими, ніж оцінки „холодного”.

Звідси ми можемо зробити висновок, що позитивні відносини до нас дійсно породжують сильну тенденцію до приписання позитивних властивостей і відкиданню (або неуваги) негативних, і, навпаки, явно негативні відношення викликає стійку тенденцію не звертання уваги на позитивні сторони партнера і висувати негативні. Така дія фактора „відношення до нас”.

Фактор відношення до нас. Знаком відношення до нас, запускаючи відповідну схему формування враження, є усе, що є свідомством про погодження чи не погодження партнера з ними.

Психологи Каррі і Кені, виявили думку досліджуваних по ряду запитань, знайомили їх з думками по тим же самим питанням, які належать іншим людям, і просили оцінити цих людей. Продемонстровані думки варіювалися від повного збігу до досконалого не збігання з позицією досліджуваних. Виявилось, що чим ближча чужа думка до власної, тим вища оцінка говорячого цю думку. Це правило мало і обернену силу: чим вище оцінюється дехто, тим більше схожість його поглядів з власними від нього очікується. Впевненість у тому передбаченому „спорідненості душ” настільки велика, що розбіжностей привабливого обличчя досліджуваного просто не схильні помічати.

У наведеному експерименті згода задавалася в пряму. Однак існує велика кількість показників згоди. Це і певна поведінка - кивки, підбадьорення, посмішка у потрібному місті, інші проявлення, відповідної вашої позиції, слова і навіть сама манера тримання. Важливо, щоб у всьому відчувалася згода і включається схема сприймання по фактору відношення до нас. По суті, це також стереотип особливого роду. Тут також уява не о реальних соціальних групах, а про суб'єктивні групи, якщо можна так сказати. Мова йде о тих групах, які не „існують у природі”, тобто не задані суспільними відносинами, а існують у нашій свідомості. Тобто, людина вважає себе розумною, знаючим інженером, добре розбираючись у політиці і футболі, щасливим у сімейному житті і т.п. Це те саме, що відносити себе до групи розумних людей, знаючих інженерів, знавців політики, футболу і т.п. А значить, мати суб'єктивні уявлення (стереотипи) про те, що таке розумна людина, знавець футболу і т.п. І звісно, що знаком належності до цих груп буде згода з ним, а далі виробляється відповідний стереотип, тобто схема відношення до нас як би доповнюють перші дві. Якщо „скласти” їх разом, то вийде, що всі вони дають можливість першому враженні визначити групову приналежність людини, ступінь його зацікавленості у ній і приналежності до тих груп, які важливі для нас суб'єктивно, наприклад, розумних, товстих, знавців поезії і т.п. Все це здійснюється за рахунок одного механізму - стереотипізації.

Стеріотипізація як механізм сприймання. Соціальні стереотипи представляються нам основою формування першого враження, а соціальна стеріотипізація — головним механізмом цього процесу. Під соціальними стереотипами звично розуміється стійке уявлення про якісь явища або людей, притаманна представникам той чи іншій соціальній групі.

Дуже суттєво для правильного розуміння ролі стереотипу у соціальній перцепції та обставина, що любий соціальний стереотип - це породження і приналежність певної групи людей, і окремі люди використовують його лише у тому випадку, якщо вони відносять себе до цієї групи. В цьому пункті заключна загальна загадка соціальних стереотипів, яка дуже часто заважає правильному розумінню їх виникнення і функціонуванню.

Тяжкість складається в тому, що явним „носієм” того чи іншого стереотипу завжди є конкретна людина. І тому при поясненні виникнення функції стереотипу часто намагаються рухатися від вивчення особистого опиту людини, його знання про предмет стереотипу, тобто від його індивідуальних особливостей. Це призводить до звершення невірних висновків про те, начебто

соціальні стереотипи виникають, як правило, на основі обмеженого минулого опиту, виникає від „незнання” і що їх основний смисл для людини - „скорочення” процесу пізнання за рахунок скороспілих узагальнень. Однак такі пояснення приходять в протиріччя не тільки з даними дослідженнями, але і просто з тими фактами, які відомі більшості людей. Наприклад, якщо існують стереотип „всі робітники торгівлі грабують”, то, скільки б не збагачувався особистий опит спілкування частими робітниками торгівлі, стереотип від того мало зміниться. Мало того, людина може бути одруженою на безумовно чесному працівнику торгівлі і все одно вважати працівників торгівлі схильні до крадіжки (за виключенням своєї Машеньки). Все діло як раз в цьому і складається, що наперекір прямому баченню соціальний стереотип не має ніякого відношення до конкретної людини і, з до його опиту і знанням.

Реальним носієм стереотипів є група, і тому саме в опиті групі слід шукати корні стереотипу. Різні соціальні групи, реальні або уявні, взаємодіють між собою, виробляються певні соціальні стереотипи. Найбільш відомі етнічні або національні стереотипи уявлення про членів одних національних груп с точки зору інших. Наприклад, стереотипні уявлення ввічливості і худобі англійців, про ексцентричності італійців, легковажності французів або „загадковій слов'янській душі”. Стереотипні уявлення використовуються і при взаємодії набагато менш значимих і виділених груп кожен може згадати такі стереотипи: хлопці із сусіднього „ворожого” двору були інші, ніж „свої”, проживаючи „за рікою” інші, ніж „на нашому березі”. Ось приклад „територіального стереотипу”.

Якщо в ситуації спілкування діє хоча б із розгляне них факторів перевершенності, привабливості або відношення до нас, то людина, скоріше всього, примінить одну із схем сприймання і, можливо, помилиться в оцінці партнера. Дуже важливо відмітити, що ці три фактора охоплюють практично всі можливі ситуації спілкування, у всякому випадку дуже важко уявити собі таку ситуацію, в якій не діяв би хоча б один з цих, в значних випадках вони діють одночасно.

Комунікативна сторона спілкування.

Аналізуючи «склад» свого спілкування, важко пройти повз такий очевидний факт, що спілкування – це комунікація, тобто обмін думками, переживаннями, міркуваннями, настроями, бажаннями й т.д. і т.п. І в задушевних бесідах із друзями, і в напружених переговорах з опонентами, у виступі на зборах і в поясненні із самим собою, у лайці із сусідами й у визнанні в любові - у будь-якій конкретній ситуації спілкування ми завжди щось повідомляємо партнерові й щось довідаємося від нього, щось чуємо, а щось говоримо самі (уголос або без слів).

Зміст конкретної комунікації може бути дуже різним: обговорення свіжих новин або старих, як мир, проблем, повідомлення про погоду або суперечка про політику, оповідання про «їхні вдачі», або заклик мити руки перед їжею, захват із приводу нашумілої виставки або здивування після недавніх висловлювань дружини й багато про що інше, усього не перелічиш. Що б це не було - це завжди комунікація, і уявити собі спілкування без неї неможливо.

Істотно й те, що саме з комунікативною стороною спілкування ми часто зв'язуємо уявлення про ефективність спілкування. Саме тут найчастіше видно удачі й невдачі. Якщо ми не змогли пояснити те, що хотіли, то навряд чи ми одержимо задоволення, а, зрозумівши, нарешті, що хотів сказати партнер - зрадіємо. Зіштовхуючись із неефективним спілкуванням, ми найчастіше підозрюємо комунікацію: мої помилки пов'язані з тим, що я не з того почав, не про те говорив і т.д. І тому в кожного є маса питань: як говорити, із чого починати, як зробити, щоб тебе зрозуміли, тобто як зробити ефективної комунікацію.

У соціальній психології здійснена велика кількість досліджень присвячених процесу комунікації в спілкуванні і його закономірностям. Наявні результати багато чого пояснюють, як і при яких умовах, комунікація буде ефективною. Вони можуть бути корисні й нам, тому що допомагають усвідомити те коло проблем, що виникає при аналізі спілкування.

Якби ми знали, у чому складається суть всіх можливих бар'єрів на шляху комунікацій, то в нас з'явилося б тоді подання про те, що можна почати, щоб на них не натрапити. Скажімо, в одному випадку варто говорити зрозумілою мовою, а в іншому - взагалі не говорити «про це». Іншими словами, знаючи природу бар'єрів, можна було б усвідомити необхідні й достатні умови їхнього подолання в спілкуванні, і тоді ми б мали «ключі» до будь-якого багажу. Таким чином, перед нами постають наступні питання:

1. Що перешкоджає ефективній комунікації?
2. Яке походження бар'єрів?
3. Яких умов треба дотримуватись, щоб перебороти бар'єри?

Бар'єри нерозуміння.

У багатьох ситуаціях спілкування людина зіштовхується з тим, що її слова, її бажання й спонукання якимось неправильно сприймаються співрозмовниками, «не доходять» до нього. Іноді навіть складається враження, що співрозмовник захищається від нас, наших слів і переживань, що він зводить якісь перешкоди, захисні спорудження, забори й тини на шляху спілкування. Проходячи через накопичення цих бар'єрів, наші слова частково застряють у них, частково змінюються до невпізнанності, частково западають у якісь завулки, так що знайти їх потім неможливо. Тим часом бувають (правда, значно рідше) і такі ситуації, коли те, що ми говоримо, не натрапляє на перешкоди, коли шлях для того, що передається, відкритий і досягається повне взаєморозуміння. Від чого ж залежить поява бар'єрів, чому вони виникають, від чого захищають і чи є які-небудь загальні правила оборони, будівництва й експлуатації цих «фортифікаційних споруджень»?

По суті, кожній людині є що захищати від впливу. Комунікація цей вплив, отже, у випадку успіху комунікації повинна відбутися якась зміна в поданнях про світ того, кому вона адресована. Тим часом не всякий, кому адресована комунікація, хоче якихнебудь змін, адже вони можуть порушити його подання про себе й світ, його напрям думок, його відносини з іншими людьми. Зміни, викликані комунікацією, можуть зажадати рішучої перебудови всього внутрішнього миру людини, підірвати віру в себе, змусити до невласливим йому

діям. Природно, що кожний буде захищатися від такої інформації й робити він це буде твердо й рішуче.

Зрозуміло, не всяка інформація, не всякий вплив у спілкуванні чимсь загрожує. Навпаки, є велика кількість таких ситуацій, коли ті зміни, яких вимагає отримана інформація, добродійні, тоді вони допомагають людині, зміцнюють її життєві позиції, доповнюють (не вносячи протиріч) її картину миру й дають повне емоційне задоволення. Від комунікації, що несе такий, у всіх відношеннях позитивний і приємний зміст, людина не буде захищатися, а стане активно освоювати її, буде бажати шукати відповідні ситуації.

Виходить, що, з одного боку, людина природно повинна захищатися від будьякої загрозової неприємними наслідками або підозрілої інформації, але, з іншого боку, повинна не пропустити та шукати «гарну» інформацію. І, отже, вона повинна уміти якимось чином відрізнити «гарну» інформацію від «поганої», «пропускати» першу й «зупиняти» другу. Яким чином це відбувається?

Цікаве й оригінальне розуміння тих соціально-психологічних механізмів, які створюють бар'єри на шляху комунікативного впливу, запропонував видатний радянський учений, історик і психолог Б.Ф.Поршнєв. Вивчаючи джерела людського спілкування й взаємодії, субстратом яких є мовлення, Б.Ф.Поршнєв дійшов висновку, що у своїй вихідній істоті мовлення було способом вселяння, або сугестії, самим потужним і могутнім із засобів впливу, наявних в арсеналі людини. Про це він писав так: «Всякого мовця вселяє». Механізм такого вселяння полягає в наступному: «... якщо в наявності повна й беззастережна довіра... то людські слова в слухача викликають із повною необхідністю ті самі подання, образи й відчуття, які має на увазі мовець, а повна ясність і беззастережність цих подань із тією ж необхідністю вимагає дій, начебто ці подання були отримані прямим спостереженням або пізнанням, а не за допомогою іншої особи... Пряме вселяння небезпечне - воно може привести людину до невласливих, далеких їй думок і вчинків, зробити знаряддя того, хто володіє цією зброєю. Захищаючись, людина «відпускає» іншим довіру дуже обережно. Тому хоча всякий мовець вселяє, однак далеко не всяке словесне вселяння є прийнятним, тому що в переважній більшості випадків у наявності й зустрічній психологічній активності», називана контрсугестією, «противовселянням», що містить у собі способи захисту від неблаганної дії мовлення. Саме контрсугестія і є головною причиною виникнення тих бар'єрів, які вибудовуються на шляху комунікації.

Б.Ф.Поршнєв, розглядаючи механізм контрсугестії, виділив такі її види, як «запобігання», «нерозуміння» і «авторитет». Як ми побачимо, запобігання й авторитет це захист від «джерела» комунікації, а нерозуміння від самого повідомлення.

Оскільки контрсугестія це захист від вселяння, а вселяння можливо тільки при наявності довіри до того, хто вселяє, то, по суті справи, вся контрсугестія це захист від довіри (або довірливості). Якщо я відмовлю в довірі людині або її інформації, я тим самим захищуся від її впливу. Тому основне питання, на яке

повинен відповісти кожен у ході будь-якого спілкування, це питання про довіру до співрозмовника й до того, що він говорить.

Уникнення.

Перший і найбільш кардинальний спосіб контрсугестії, який виділив Б.Ф. Поршнєв, це запобігання джерел впливу, відхилення від контакту з партнером, при якому взагалі ніяке спілкування стає неможливим. Визначивши партнера як небезпечного в якомусь відношенні «чужого», «ворога», «недоброзичливця» людина просто уникає спілкування з ним або, якщо зовсім ухилитися неможливо, додає всі зусилля, щоб не сприйняти його повідомлення. З боку цей «захист» дуже добре видно – людина неуважна, не слухає, «пропускає мимо вух», не дивиться на співрозмовника, постійно знаходить привід відволіктися, використовує будь-який привід для припинення розмови.

Запобігання як вид захисту від впливу проявляється не тільки в уникненні людей, але й у відхиленні від певних ситуацій, таких, у яких може виникнути небезпека «шкідливого» впливу. Коли хтось у кіно закриває очі «на страшних місцях» це спроба уникнути емоційно важкої інформації. Коли хтось, не бажаючи, щоб на його рішення або думку впливали, просто не приходить на призначену зустріч або засідання це теж уникнення. Багато з людей, що пережили блокаду Ленінграда, намагаються навіть не згадувати про неї, їх важко, наприклад, умовити піти в кіно на фільм «про блокаду». Або ще встановлений факт: дослідження показують, що, наприклад, статті про те, що паління викликає рак, постійно читають 60% людей, що не палять, і всього близько 30% тих, хто палить. Інші 10% просто ухиляються від можливості одержання таких «шкідливих» для них знань. Таким чином, найпростіший спосіб захисту від впливу уникнути зіткнення із джерелом цього впливу.

Авторитет.

Дія авторитету як виду контрсугестії в тім, що, розділивши всіх людей на авторитетних і неавторитетних, людина довіряє тільки першим і відмовляє в цьому другим. Авторитетним людям виявляється повна довіра й стосовно їхнього мовлення контрсугестія «не працює». Проте всім іншим, кому в авторитетності відмовлено, довіри немає ніякого й, отже, те, що вони говорять, не має ніякого значення. Таким чином, довіра й недовіра як би персоніфікуються, вони «залежать» не від особливостей переданої інформації, а від того, хто говорить. Сила, що вселяє мовлення, сугестія, як би каналізується, вганяє у тверді рамки, а все, що випадає із цих рамок, автоматично піддається дії контрсугестії й не сприймається.

Дія цього виду контрсугестії добре відображено, наприклад, у прислів'ї «яйця курку не вчать» - однозначно сказано, що якщо хтось ставиться до партнера як «яйце до курки» (за віком, досвідом й т.п.), то його можна не слухати - він «не авторитет».

У зв'язку з такою дією авторитету дуже важливо знати, звідки він береться, від чого залежить присвоєння конкретній людині авторитету. Очевидно, тут можна знайти багато різних «підстав». Це може бути й соціальний стан (статус) партнера, його перевага по важливому в цей момент параметру, приналежність даного партнера до реальної «авторитетної» соціальної групи, або його

привабливість у певних ситуаціях, добре відношення до адресата впливу, приналежність до тих уявлених, але важливих для нього групам, яким він, безумовно, довіряє. У загальному й цілому всі ті схеми, які «запускають» механізм соціальної стереотипізації описані в главі «Перше знайомство», можуть сприяти авторитетності людини. Як ми вже говорили, саме й призначені для визначення «гарних і важливих» людей від «поганих і неважливих». Але підстави для цього в кожного свої, а визначаються вони власним положенням у системі суспільних відносин, власною історією й основними цінностями.

Наприклад, одна справа, коли поради по вихованню дітей дає проста жінка без фахової освіти, але мати-героїня, і зовсім інше, коли ті ж поради дає психологпрофесіонал, але не має ні дітей, ні сім'ї. Чиї поради будуть мати більшу ефективність? Це залежить від того, що для нас важливіше - особистий досвід або теоретичні знання. Якщо важливіше досвід, то ми уважно вислухаємо матір-героїню і, ймовірно, взагалі не звернемо уваги на слова психолога. Якщо ж для нас дуже істотна наукова база виховань, то ми, швидше за все, вислухаємо психолога, і не будемо серйозно ставитися до слів матері-героїні - «це її приватний досвід, чому я повинен на нього спиратися, якщо він не має ніякого наукового обґрунтування?». Може бути, що найважливіше для нас у пораднику - це не знання й досвід, точніше, не перевага по знанням і досвіду, а його приналежність до поважної або неповажної соціальної групи. Скажімо, ми не довіряємо молодим - у них вічно якісь новомодні штучки. Тоді той, хто старше в цій ситуації, той і авторитет. Або найважливіше - ступінь консервативності порад, а по суті справи, згода з нами, оскільки ми вкрай консервативні. Тоді авторитетом буде той, хто, на нашу думку, може бути більше старомодним, швидше за все, це багатодітна мати. Можна ще міркувати нескінченно, але головне, що ті соціально-перцептивні навички, які є в кожного, цілком дозволяють наділити або не наділити джерело інформації авторитетом і, отже, довірою й зумовити таким способом ступінь ефективності його впливу.

Крім зазначених соціально-перцептивних підстав авторитету, можуть бути й просто «соціальні» авторитети, тобто такі, які зрозумілі до всякої взаємодії, коли визнається, наприклад, тільки авторитет бога або монарха. У цьому випадку обмеження сугестії виступає у своєму граничному випадку, коли контрсугестія поширюється на мовлення всіх людей, крім одного (а якщо цей один – бог, то на всіх людей). Тоді виявляється, що людина закрита практично для всіх впливів. «Коли якийнебудь старійшина роду, вождь плем'я, глава держави або керівник церкви одержував авторитет, таким чином, люди могли відмовити в необмеженій довірі безлічі інших».

Зрозуміло, що, тільки з огляду на характер формування уявлень про авторитет у співрозмовника, можна сподіватися на реальну ефективність спілкування.

Нерозуміння.

Далеко не завжди є можливість визначити джерело інформації як небезпечне, чуже або неавторитетне і в такий спосіб захиститися від небажаного впливу. Досить часто якась потенційно-небезпечна для людини інформація може виходити й від людей, яким ми, у загальному й цілому, довіряємо («своїх» або

авторитетних). У такому випадку захистом буде «нерозуміння» самого повідомлення. Будь-яке повідомлення можна не зрозуміти - по результаті це те саме, що не чути й не бачити, тільки вплив пробуксовує тепер в іншому місці.

Б. Ф. Поршнєв виділяє чотири рівні нерозуміння: фонетичний, семантичний, стилістичний і логічний. Як ми побачимо надалі, всі вони пов'язані з визначенням деяких властивостей переданого повідомлення, які дозволяють вважати це повідомлення «чужим» і тому небезпечним. Дуже спрощуючи, можна сказати, що в основі всіх цих способів визначення загрозової інформації лежить наступне, цілком зрозуміле подання: «чужі говорять не так, як ми», або «чужі говорять чужою мовою». Визначивши ознаки «чужого» у повідомленні, людина захищається - спрацьовує контрсуггестія, вона не розуміє.

Фонетичний рівень нерозуміння.

Перший рівень нерозуміння - фонетичний. Дійсно, якщо з нами говорять незрозумілою мовою, на іноземному, ми можемо бути спокійні - вселяння нам не загрожує. Ми нічого не розуміємо, тому що слухаючий у такому випадку володіє не тим набором фонем, чим мовець, і вимовне зливається для нього у важко помітний або зовсім нерозрізнений потік. Фонетичне нерозуміння має діапазон від незначного (наприклад, у проголошенні деяких слів) до повного й може мати різні джерела. Неповне розуміння буде не тільки тоді, коли говорять незрозуміло, але й тоді, коли говорять швидко, невиразно, з акцентом, коли використовуються незнайомі або невідповідні контексту жести або жестикуляція занадто активна й швидка.

Коли лікарі не хочуть, щоб хворий зрозумів їх, то він, звичайно, нічого не розуміє - спрацьовує фонетичний бар'єр, що лікарі використовують свідомо. Той же самий фонетичний бар'єр, звичайно, і не підозрюючи про його існування, але, уже розуміючи його дію, використовують маленькі діти, коли винаходять свої таємні мови, у яких, наприклад, у словах перед кожним складом ставиться інший склад - перешкода, що затрудняє розуміння мовлення. Наприклад, якщо одне малю говорить іншому: «Кимикиша, кипойкидём килокивить киракиков ки на киречкику», то навіть пильні батьки можуть відразу й не спохватитися, оскільки незрозуміле мовлення блокує розуміння.

Фонетичний бар'єр, як і всі інші, працює автоматично. Однак не можна уявити собі справу таким чином, що спочатку визначається мова повідомлення як чужа, потім повідомлення кваліфікується як небезпечне і як наслідок цього виникає нерозуміння. Так можна пояснити походження цього бар'єра, але не його дію, що значно простіша: ми не розуміємо фонетично не звичне мовлення. Тим часом це саме захист, тому що її можна «забрати» - якщо нам дуже важливо одержати повідомлення, то ми розуміємо будь-яку, навіть зовсім незрозумілу мову. Але у звичайних умовах бар'єр на місці, і тому контрсуггестія, захист від впливу, включається автоматично - ми не розуміємо.

Семантичний рівень нерозуміння.

Точно так само автоматично спрацьовує захист від впливу й у тому випадку, якщо комунікація відбувається, здавалося б, на нашій мові, у всякому разі, фонетично вона «наша», але по переданому змісту «чужа». У такому випадку фіксується не чужа фонетика, а чужа семантика, і можна говорити про

семантичне нерозуміння. Існування цього бар'єра на шляху розуміння визначається самим фактом багатозначності слів будь-якої мови. Будь-яке слово, та й будь-яка дія, має звичайно не одне значення й залежно від контексту вживання містить у собі ще багато змістів. «Смислові поля» слів у різних людей різні, і, отже, ті самі (на перший погляд) слова й дії можуть по різних причинах мати різний сенс для різних людей.

Особливо добре це видно на прикладі використання жаргонів або таємних мов. У таких мовах відомі всім звичайні слова «наділяються» зовсім новими значеннями, завдяки чому непосвячена людина не в змозі що-небудь зрозуміти. Наприклад, у так званому блатному жаргоні «капуста», «хвіст», «перо» не мають нічого загального з тим значенням, що вони мають у повсякденній мові. Слід уточнити, що далеко не завжди при використанні жаргону або подібної до нього мови спеціально переслідується мета «бути незрозумілим». Існує науковий жаргон, професійний, студентський. Так, далеко не всі батьки знають, що їхні діти можуть називати рідний будинок «стійлом», а гуртожиток «резиденцією». І якщо їхній син повідомляє, що «у нашого ректора, напевно, дах поїхав - він вирішив, що треба стояти буквою зю не місяць, а два», то сумнівно, що вони зрозуміють, про що йде мова. Мало того, вони можуть вирішити, що це їх не стосується. Тим часом мова йде про те, що син повинен поїхати на картоплю на цілих два місяці й він із цього приводу висловлює свою думку про начальство. Крім того, можливий «жаргон» усередині якихось компаній, зобов'язаний своїм виникненням звичайно загальним для всіх спогадом, подією. Але яке б не було походження «незрозумілого» мови, його користувачі завжди утворюють якусь групу «знаючих мову».

Часто саме семантичний рівень нерозуміння виникає в спілкуванні дітей і дорослих, хоча вони говорять на одній мові, але в дітей спостерігаються урізані семантичні поля слів, і тому немає повного взаєморозуміння.

Дія семантичного рівня нерозуміння приводить до дуже різкого зниження ефективності спілкування. Це зв'язано не тільки з тим, що якісь наші переживання й слова «не дійдуть» до партнера, семантичний бар'єр може не просто затримати незрозуміле, але й перешикувати його - «святе місце порожнє не буває» - на місце одного змісту слова, незрозумілого через семантичні розходження, підставляється інший зміст, замість однієї емоції бачиться інша, у результаті виникає не просто відмова, а інше нерозуміння, причому часто несподіване. Інакше кажучи, ефект спілкування є, а ефективність низька.

Дуже часто семантичний рівень нерозуміння проявляється в тих випадках, коли в людини немає тих же асоціацій, знань, того культурного контексту, що дозволяє адекватно сприйняти пряме значення слів і висловлювань.

Але навіть у тих випадках, коли люди володіють загальним культурним контекстом своєї епохи, неузгодженість їхніх тезаурусів однаково може мати місце. Вона буде визначатися тоді іншими причинами: рівнем освіти, професією, індивідуальними особливостями. Нерозуміння дуже яскраво проявляється в сприйнятті термінів, іноземних слів. Звичайно зміст цих слів легко розуміється з контексту, і тому людині важко усвідомити, що слова ці йому не зрозумілі, що

йому не відомо їхнє значення. Однак у прямому експерименті реальна ситуація з розумінням значення й змісту цих слів прояснюється.

Стилістичний рівень нерозуміння.

Наступним рівнем нерозуміння, що може бути причиною ускладнень у спілкуванні та його низькій ефективності, є рівень стилістичний або синтаксичний.

Людина зобов'язана зрозуміти й відобразити в якійсь відповіді або дії тільки те словесне звертання, що підпорядковане встановленій граматичній структурі. У випадку глибокого порушення граматики вона вправі не знаходити змісту в словах і ігнорувати їх.

Не тільки явне порушення граматики викликає реакцію нерозуміння, але і явне порушення стилю, деякого співвідношення між формою й змістом повідомлення. Це може привести до нерозуміння й стильового переускладнення, коли рідна мова сприймається майже як іноземна. Приклад такої ситуації досить часто зустрічається в дійсності, і в гумористичній формі він виглядає так: «Доповідь скінчилась, а головуючий професор Дробиш запропонував задавати питання. Першим піднявся П'ятаков: - Скажіть, будь ласка, ваш молоток не дуже сильно трясє?

Доповідач, почувши питання, оторопіло захопив очима. Його шлях у науку проліг через середню з уклоном і вищу школи. З живим виробничником він зустрівся вперше. Настала пауза. На допомогу молодому колезі прийшов великодосвідчений професор Дробиш:

- Товариш має на увазі, - пояснив він, - в якій мірі одна з найважливіших характеристик установки - вібраційна константа - відповідає умовам застосування, що виключає негативний вплив віброфактора на виконавця.

- Питання зрозуміло, полегшено кивнув головою кандидат. Пояснюю. У результаті проведених експериментів вдалося з'ясувати, що частотна амплітуда середньоквадратичної погрішності відхилення робочої поверхні від мнимої геометричної осі збігається з математичним очікуванням результату, тому є всі підстави припускати, що дана відповідність дійсно має місце.

Тепер захопив очима П'ятаков. На допомогу поспішив професор:

- Доповідач вважає, що працювати молотком можна. У вас ще є питання?».

По суті справи, стиль повідомлення, стиль комунікації також «наводить» на визначення групової приналежності його «хазяїна», як фонетика й семантика. Якщо стиль комунікації визначається як «чужий», а тим більше «ворожий», то розуміння чекати не доводиться. Істотно, що розходження «свого» і чужого» залежить не від «об'єктивних» характеристик стилю, а від суб'єктивних подань слухаючого.

Важливо відзначити, що стиль це не тільки спосіб словесних повідомлень, але й спосіб досягнення відповідності форми й змісту в комунікації. У главі «Старі знайомі» говорилося про те, що розуміння іншого вкрай ускладнено в тих випадках, коли в його поведінці не відповідають один одному, не стикуються вербальні й невербальні елементи. Це теж прояв невідповідності форми (невербальне, експресивне поведіння) і змісту (інформації в словах). Можливо також невідповідність вибраної словесної форми тому емоційному змісту, що

передається. У будь-якому випадку можна говорити про «неправильний» стиль комунікації, що і приводить до труднощів у розумінні.

Логічний рівень нерозуміння.

Ще однією причиною неефективності спілкування може бути логічний рівень нерозуміння, що викликається неприйняттям одним з учасників спілкування логіки й аргументів іншого. Якщо людина, на наш погляд, говорить або робить щось у суперечності із правилами логіки, то ми його не тільки відмовляємося розуміти, але й емоційно сприймаємо його негативно. При цьому неявно припускаємо, що логіка є тільки одна правильна, тобто наша. Однак ні для кого не секрет, що є й «жіноча», і «дитяча» логіка. І кожна людина живе й думає по своїй логіці, але от у спілкуванні, якщо ці логіки не співвідносяться або якщо в людини немає ясного подання про логіку партнера, про її відмінності від власної, тоді й «спрацьовує» бар'єр логічного рівня нерозуміння.

Прикладів розбіжності логічних правил, використовуваних різними людьми, досить багато. Коли дитина говорить, що сонце живе, тому що воно «рухається», він мислить по своїй, що підкоряється досить строгим законам, логіці. І хоча дорослу людину не переконає аргумент дитини, і вона може навіть посміятися над нею, проте, для дітей це цілком достатній аргумент, і вони одне одного відмінно розуміють.

У дослідженнях радянських психологів, що проводилися в 20-х роках у Туркменії, випробуванням пропонувалося два види силогізмів. В одному випадку силогізми будувалися з посилок, у яких випробувані мали власний практичний досвід, тільки досвід цей переносився в нові умови. Наприклад: «Там, де пекуче й сухо, добре росте бавовна; в Англії холодно й сиро; росте там бавовна чи ні?».

В іншому випадку силогізми оперували матеріалом, у якому випробувані не мали особистого досвіду, і операції висновку із силогізму повинні були носити чисто теоретичний характер. Наприклад: «На далекій півночі, де сніг, всі ведмеді білі; Нова Земля знаходиться на далекій півночі. Якого кольору там ведмеді?».

Очевидно, що якщо комунікація, адресована таким людям, буде побудована винятково за правилами формальної логіки, то вона навряд чи буде ефективною.

По суті справи, логіка теж буває «наша», «своя» і «чужа». Чужа логіка неправильна й до неї ми можемо ставитися недовірливо або зневажливо. Якщо ми відмовляємо логіці повідомлення в правильності, то на нас не здійснять ніякого враження різноманітні «отже», «виходячи з ...ми можемо зробити висновок», «тому що» і т.п., тому що ми розцінюємо це тільки як «підробку» під логіку, і їй не віримо. У такому випадку можна сказати, що вплив «натикається» на логічний бар'єр нерозуміння

Інтерактивна сторона спілкування.

Аналіз інтерактивної сторони спілкування представляє значні складнощі. Взагалі розділення трьох сторін спілкування перцептивної, комунікативної і інтерактивної можливо тільки як прийом аналізу, не можна, як не намагайся, виділити "чисту" комунікацію, без сприйняття і взаємодії, або "чисте" сприйняття. Як пізнання іншого в спілкуванні, так і дія завжди дія, причому одне

без іншою не може існувати. Але якщо сприйняття і комунікація в спілкуванні все-таки в якійсь мірі, з великими обмовками, але піддаються відділенню від "цілою", то той, що вичлення "окремої" взаємодії практично неможливий. Дія - головний зміст спілкування. Описуючи його, ми найчастіше використовуємо терміни дій. Наприклад: "він на мене тиснув, але я не піддався"; "він підстроївся під мене"; "боротьба між нами привела до поразки такогого"; "він завдав мені удару"; "ми топтали на одному місці" і т.д. Тим часом йдеться про спілкування, а не про що-небудь інше; і те, що воно передається такими фразами, звичне не прикрашання, а головне значення, яке побачили партнери в спілкуванні.

Якщо пригадати або уявити собі яку-небудь реальну розмову, суперечку, бесіду, то їх завжди можна побачити як моментальний знімок, що зафіксував головний напрям зусиль партнерів. Іноді здається, що відбувається боротьба - напрями протилежні, кожен хоче перемогти і йде наполеглива сутичка. Бувають випадки різнонаправленості, але це не боротьба, а "розтягування" в процесі спілкування кожен тягне в свою сторону. Наголошуються ситуації, коли дії партнерів нерівні по силі або направлені на зміну порядку супідрядності один "тисне" зверху, інший - "знизу" і т.п. Можливі також ситуації, коли партнери один одним управляють - смикають за невидимі ниточки і викликають бажані реакції. Можна уявити собі і дії партнерів "заразом" і ще безліч найрізноманітніших варіантів.

У своєму власному спілкуванні ми також постійно реагуємо на дії партнера. У одному випадку нам здається, що партнер нас кривдить і ми відстоюємо себе, в іншому, що він нам лестить, в третьому, що він нас кудись штовхає. Очевидно, що таке сприйняття поведінки партнера не можна вивести ні з якихось його зовнішніх ознак, ні з його слів. За одними і тими ж словами можуть стояти різні дії. Тим часом, спілкуючись, ми постійно відповідаємо для себе на питання, "що він робить?", і наша поведінка будується виходячи з одержаної відповіді. Що дозволяємо нам зрозуміти значення дій партнера?

Позиція в спілкуванні.

Одним з можливих способів розуміння ситуації спілкування, яке дає можливість побачити значення і зміст дій в спілкуванні як своїх, так і партнера, є сприйняття пониження партнерів, а також їх позицій щодо один одного. Дійсно, кожен помічав, що в будь-якій розмові, бесіді, публічному спілкуванні величезне значення має те, який відносний статус у партнерів (не постійний соціальний статус, а статус "тут і зараз" в спілкуванні). Дуже важливо, хто в даний момент "вгорі", а хто "внизу", хто веде в даному спілкуванні, а хто відомий, і т.п.

Підхід до аналізу ситуації спілкування від позиції, займаних партнерами, розвивається в руслі транзактного аналізу напряму, який в останні десятиліття завоював величезну популярність у всьому світі. Достатньо сказати, що книги Е. Берна "Гри, в які грають люди", Т. Харріса "Я О'кей Ти О'кей" і М. Джеймс і Д. Джонджевал "Народитися, щоб перемогти", присвячені теорії і практиці транзактного аналізу, розходилися мільйонними тиражами. Мабуть, основою такої величезної популярності цього напряму в соціальній психології спілкування послужила його зрозумілість, уявна очевидність і відвертість для

неспеціалістів, не говорю вже про те, що навчання спілкуванню із застосуванням транзактного аналізу дійсно покращує уміння і успішність людей у взаємодії.

Можна сказати, що головним припущенням транзактного аналізу, не завжди явно вираженим, служить пропозиція про те, що основними діями в спілкуванні є дії, усвідомлено або неусвідомлено направлені на зміну або регулювання своєї або чужої позиції в спілкуванні, якогось міжособового, внутріобщественського статусу.

Широко відома і одержала найбільше застосування схема, розроблена Е. Берном. У його теорії транзактного аналізу основними поняттями є стани його і транзакції. Під станами його Берн розуміє відносно незалежні і відособлені у внутрішньому світі людини сукупності емоцій, установок і схем поведінки, які як би дискретні і можуть виявлятися в поведінці окремо. Таких відособлених комплексів установок і способів поведінки Е. Берн виділяє три: Батько, Дорослий і Дитина. Батько цей такий стан його, відчуття, установки і звична поведінка якого відноситься до ролі Батька. Стан Дорослого звернений до реальної дійсності, стан Дитини актуалізація комплексу установок і поведінки, виробленої в дитинстві. Передбачається, що у будь-який момент кожна людина може бувальщина або Дорослим, або Батьком, або Дитиною, а конкретний стан його, від якого ведеться розмова, визначає позицію і статус людини в спілкуванні.

Важливо, що згідно теорії транзактного аналізу Батько, Дорослого і Дитина це не абстрактні конгломерати стилів поведінки і реагування, вони засновані на цілком конкретних і значущих спогадах, що є у кожної людини, які далеко не завжди можна довільно пригадати, але які все-таки є і роблять відчутний вплив на поведінку людини. Тому мій Батько - це не тільки узагальнена позиція, але і конкретні особисті спогади про те, як реагували моя мати або мій батько на подібну ситуацію - я як би перейняв їх стиль поведінки. Моя Дитина - це не взагалі Дитина, а я сам в дитинстві в такій ситуації.

Проте в позиціях Батька, Дорослого і Дитини є загальне спрямованість поведінки, яку добре видно у всьому: у інтонаціях, лексиці, характерних позах і т.д. Другим найважливішим поняттям є транзакція, т. е. взаємодія в спілкуванні, яке розуміється як взаємодія певних позицій.

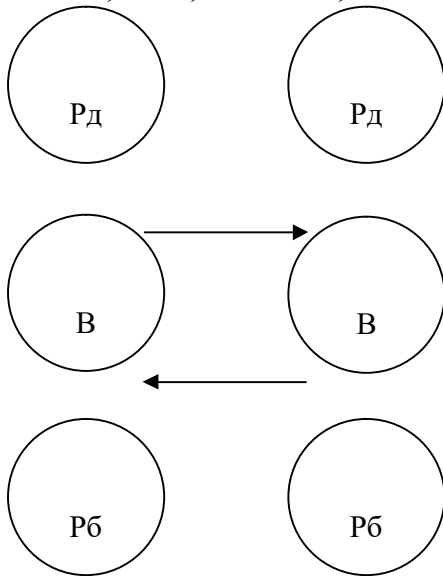
Уявимо собі таку кухонну подію: нарізуючи хліб, дружина порізала собі палець "Ой, я порізалася", - вигукує вона, - їй чоловік на це вимовляє: "І нічого дивовижного, адже ти абсолютно не навчана. Невже не можна бути акуратнішою?" У чому суть такої взаємодії? Згідно транзактному аналізу його можна проаналізувати таким чином. Позначивши позиції як Рд, В, Рб, можна накреслити наступну схему (стрілками будуть позначені окремі транзакції (дії)). В даному випадку вони співпадають з окремими репліками, але це не обов'язково, декілька дій може складати одну дію, і навпаки. Дружина, сказавши "Ой, я порізалася", зверталася до чоловіка з позиції Дорослого на позицію Дорослого. Її чоловік, навпаки, звернувся до неї з позиції Батька на позицію Дитини він явно більш стурбований проблемами перевиховання дружини, ніж самим порізом і необхідністю надати перші допомоги. В даному прикладі

можлива і інша реакція, з позиції Дорослого, яка дійсно виглядає абсолютно відособленою і незалежною від першої.

Якщо з позиції Батька в даному прикладі основна інтенція, намір чоловіка впливати на характер дружини, то з позиції Дорослого основна задача відреагувати на реальні обставини, в даному випадку допомогти, зупинити кровотечу. Таким чином, видно, що під транзакцією маються на увазі не слова, не реакції, а в першу чергу наміри до дії, або дії, які, звичайно, відображають розуміння людиною ситуації спілкування.

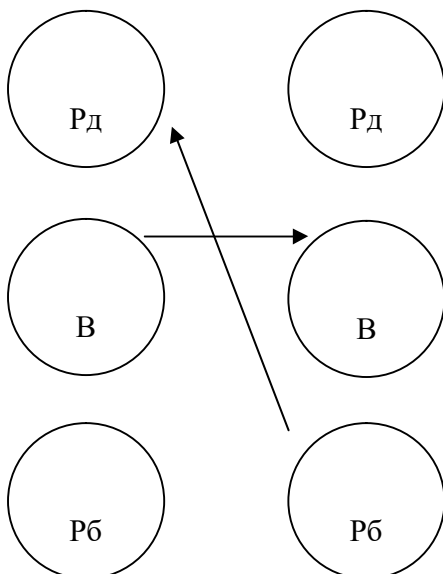
Наприклад

1. Ой, я порізалася!
2. О, тобі, напевно, боляче. Зараз я тебе перев'яжу.



У даній ситуації можлива і відповідь з позиції Дитини, якщо, наприклад, основний намір чоловіка - захиститися від неприємної ситуації.

1. Ай, я порізалася!
2. Ну чому все завжди так не вчасно. Ми тепер спізнаємося в кіно.



Традиційно в транзактному аналізі виділяється три типи транзакцій: додаткові, пересічні і приховані. Насправді може існувати велика кількість їх різних комбінацій. Оскільки будь-який з партнерів може бути в даний момент або Батьком, або Дорослим, або Дитиною, його слова і дії можуть виходити з будь-якої з цих трьох позицій. І вони можуть бути направлені до будь-якого з трьох можливих станів партнера. І тут виникають будь-які комбінації. Проте названі вище додаткові, пересічні і приховані транзакції розглядаються як типові по відношенню до безлічі можливих варіантів.

Додатковою називається така взаємодія, при якому партнери адекватно сприймають позиції один одного, розуміють ситуацію однаково і направляють свої дії саме в тому напрямі, який очікується і приймається партнером і якого він також дотримується.

Отже, позиція, займана в спілкуванні і задаюча певний напрям діям, з одного боку, визначається розумінням ситуації, а з другого боку, формує ситуацію. Важливо, що усвідомлення своєї позиції в спілкуванні і позиції іншого дає принципову можливість змінити ситуацію, що складається, через зміну своєї позиції. Метод психотерапії, що ґрунтується на транзактному аналізі, якраз і полягає в тому, щоб навчити людей легко розбиратися в позиціях, краще розуміти значення і напрям дій партнерів, але, крім того, уміти змінювати свою позицію і тим самим активно формувати подальший розвиток ситуації. Але оскільки і "первинні" позиції слідство відношення до ситуації, то, ймовірно, важливо з'ясувати, як ситуація визнається, розуміється, визначається.

Стилі спілкування.

Ритуальне спілкування. Будь-яка людина в різні моменти життя спілкується абсолютно по-різному. Проте в спілкуванні практично кожної людини можна виділити деяку загальну складову його стиль спілкування, способи, яким віддається перевагу над ними, розуміння інших людей, комунікації і дії в спілкуванні. Індивідуальний стиль спілкування як би витягується з певного роду ситуацій, де необхідне саме таке спілкування, і розповсюджується як основний.

Вибір того або іншого основного стилю спілкування визначається дуже різними і складними причинами досвідом його спілкування, його уявленням про людей і про життя взагалі, його особовими особливостями. Але найістотніше, що сам цей вибір формує потім і досвід людини, і його відношення до людей, і його очікування в різних життєвих колізіях, стає становлячий його особі.

Першим ми розглянемо ритуальне спілкування - індивідуальний стиль спілкування, властивий дуже багатьом людям.

Цей стиль веде своє походження від соціальних, міжгрупових ситуацій спілкування, де головною задачею партнерів, є підтримка зв'язку з соціумом, підкріплення уявлення про себе як про члена суспільства. При цьому важливо, що партнер в такому спілкуванні є як би необхідним атрибутом виконання ритуалу. У реальному житті існує величезна кількість ритуалів, часом дуже різних, ситуацій, в яких кожен бере участь тільки як деяка маска з наперед заданими властивостями і які вимагають від учасників тільки одного - знання правил гри.

У подібному стилі здійснюються багато контактів, розмови, які із сторони, так іноді і зсередини, здаються безглуздими, беззмістовними, оскільки вони на перший погляд абсолютно неінформативні, нецеленаправлені, не мають і не можуть ніякого результату. Ну, дійсно, яке, здавалося б, значення в спілкуванні, припустимо, на якомусь дні народження. Всі присутні знають один одного років 20, збираються разом рази 3 - 4 в рік, сидять по декілька годинника і говорять все про одне і те ж. І мало того, що теми розмов по суті не міняються, так, окрім цього, кожен напевно може передбачити точку зору будь-якою з будь-якого питання. Здавалося б, абсолютно безглузда витрата часу, яка повинна викликати тільки роздратування. Це іноді і трапляється, але рідкісне - набагато частіше ми одержуємо від такого роду засідань задоволення. Мало того, ніж більше "обтяжливих" обставин - чим більше стаж знайомства, ніж менше нових людей (адже цікаво, що в таких компаніях насилу приживаються навіть власні діти), ніж менше несподіваних точок зору - тим більше задоволення. Навіщо ж це нам потрібно?

Описане спілкування типовий випадок ритуального спілкування, де головною справою є підкріплення свого зв'язку з своєю групою, підкріплення своїх установок, цінностей, думок і т. д., підвищення самооцінки і самоповага. Відмічені риси цього спілкування - не спрямованість, не інформативність, беззмістовність, не залучена або мала залучена партнерів в спілкування багато в чому характерні ознаки ритуального спілкування.

Як сприймається партнер в ритуальному спілкуванні? Так, загалом, ніяк. Оскільки партнер - всього лише необхідний атрибут, у принципі не єдиний і легко замінимий, то його конкретні індивідуальні особливості неістотні. Це вірно і тоді, коли ми знаємо людину "як облупленого" і коли ми його вперше бачимо. Важливе тільки одне - його компетентність щодо конкретного ритуалу. Доти поки людина знаходиться в рамках ритуалу, його сприйміть і розуміння як би не потрібні. Пригадаємо широко відоме визначення зануди - "це людина, яка на питання "Як живеш" починає детально розказувати, як він живе". Іншими словами, ми розуміємо або сприймаємо людину як зануду (тобто приписуємо йому властивість "занудність") тільки тоді, коли він виходить за рамки ритуалу. Якщо ж він не виходить за них (наприклад, на це питання говорить "нормально"), то ми про нього нічого конкретного сказати не можемо та нам це і не потрібно.

У ритуальному спілкуванні для нас істотне проходження ролі соціальною, професійною або міжособовою. Скажімо, на питання "Як живеш?" треба відповідати щось подібне до "Нормально", "Чудово", "Відмінно" і т. д., а ось відповідь "Огідно", припускаючи надалі питання "А що так?" і подальшу бесіду на цю тему, це вже вихід з ритуалу вітання і перехід до іншого спілкування. Людина, що відповідає "Огідно" в даному випадку виходить з рамки своєї ритуальної ролі. Міжособові ролі теж істотні в ритуальному спілкуванні. Скажімо, хтось завжди в компанії виконує роль "Весіннього". Якщо в такій компанії в ритуальній розмові про спорт або про політику він раптом почне виказувати які-небудь скептичні думки, це порушить ритуал і викличе здивування.

Коли будь-яка ситуація спілкування сприймається або перетворюється людиною в ритуал, можна говорити про ритуальний стиль спілкування. Цей стиль добре впізнаний - він завжди припускає велику, навіть перебільшену увагу до форми спілкування, до дотримання правил і, загалом, зневажа зміст. Ймовірно, у багатьох випадках можна говорити, що складай в копів ритуального стилю лежать в незадоволеності людини своїм положенням серед людей, в реальній невключеності в значущі людські відносини, тобто ритуальний стиль майже завжди свідомство психологічного неблагополуччя.

Маніпулятивне спілкування. Розглядаючи маніпулятивне спілкування, необхідно мати на увазі, що практично всі його характеристики і складові прямо залежать або виходять з основного визначення маніпулятивне спілкування це таке спілкування, при якому до партнера відносяться як до засобу досягнення зовнішніх по відношенню до нього цілей.

Важливо виділити спосіб сприйняття партнера при маніпулятивному спілкуванні. Оскільки інший тільки засіб досягнення якоїсь мети, то його розглядають, швидше, як сукупність функціональних якостей, які можуть стати в нагоді досягши цієї мети, ніж як цілісної людини.

У маніпулятивному спілкуванні найточніше і добре сприймаються деякі властивості і якості людини, які можуть бути представлені як матеріал для досягнення мети, то все інше, ймовірно, повинне якимось добудовуватися. Таке добудовування дійсно відбувається і може мати, як вже наголошувалося, в своїй підставі або соціальні стереотипи, або імпліцитні теорії особи - індивідуальні стереотипи.

Якщо в якійсь ситуації для людини найбільш важлива групова приналежність партнера (професійна, етнічна, вікова і т. д.) і пов'язані з нею функції (наприклад, професійні), то вступає в дію механізм соціальної стереотипизації. Цікаво, що саме у сфері маніпулятивного спілкування робиться більшість помилок переваги, привабливості, відношення. Маючи в своєму розпорядженні одну характеристику партнера, людина в маніпулятивному спілкуванні крім потрібних йому властивостей, добудовує інші по стереотипу (зразку) і, далі, спілкується з цим втіленим стереотипом.

Проте може бути ситуація, коли "включається" індивідуальна стереотипизація і, знаючи або припускаючи одну з якостей партнера (наприклад, доброту), людина добудовує все його решта якостей відповідно до своєї імпліцитної теорії особи, тобто з своїми уявленнями про те, які якості з якими повинні поєднуватися. Якщо ж людина добра, то він, швидше за все, одночасно і згідливий, і терплячий.

На основі такого роду розуміння іншого і відбувається спілкування. Цей тип соціального сприйняття, як вже наголошувалося, має і свої достоїнства, і свої недоліки. З одного боку, він дуже "економічний", оскільки дозволяє мати справу тільки з "потрібними" якостями, а саме це і є "ідеал" маніпулятивного спілкування. З другого боку, таке сприйняття чревате помилками, які і знаходять себе тут і там в процесі маніпулятивного спілкування.

Істотною особливістю інтерактивної сторони в маніпулятивному спілкуванні є точний вибір позиції в спілкуванні. Оскільки головне - мета, а інша

людина засіб її досягнення, необхідно знайти до нього підхід. Тому з однією людиною розмова буде з позиції Батька, з іншим з позиції Дитини, оскільки слід вибрати саме ту позицію, яка зручна, вигідна в даній ситуації. Мабуть, саме в маніпулятивному спілкуванні інтерактивна сторона найбільш різноманітна і складна.

В ув'язненні необхідно ще раз сказати, що маніпулятивне спілкування - надзвичайно поширений вид спілкування, він в основному зустрічається там, де є спільна діяльність людей. Саме тому його не можна не враховувати, і успіх спільної діяльності, де б вона ні відбувалася, багато в чому залежить від умілості людини в маніпулярному спілкуванні. Тому усвідомлення його законів, бажання обов'язково управляти собою в спілкуванні важливо для кожного.

Гуманістичне спілкування. Гуманістичне спілкування, про яке належить розмова, по багатьох характеристиках відмінне від інших стилів. Це найбільшою мірою особове спілкування, що дозволяє задовольнити таку людську потребу, як потреба в розумінні, співчутті, співпереживанні. Ні ритуальне, ні маніпулятивне спілкування не дозволяють цілком задовольнити цю життєво важливу потребу. Цілі гуманістичного спілкування пов'язані з партнером, визначаються їм, яснішають в ході спілкування, вони не закріплені, не заплановані спочатку. Причому можуть гнучко мінятися. Важливою особливістю гуманістичного спілкування є те, що очікуваним результатом спілкування є не підтримка соціальних зв'язків, як в ритуальному, не зміна партнера, як в маніпулятивному, а сумісна зміна представлень обох партнерів, визначуване завглибшки спілкування.

Ситуації гуманістичного спілкування всім відомі - це інтимне, сповідувальне, психотерапевтичне спілкування, а іноді просто розмова в купе потягу дальнього проходження. Звичайно, гуманістичне спілкування не визначається тільки ситуацією - воно пов'язане з настроєністю і цілями партнерів, проте зрозуміло, що певні ситуації його припускають, і заміна гуманістичного спілкування в цих ситуаціях на інші види сприймається негативно. В той же час можна вказати ситуації, коли гуманістичне спілкування і навіть його окремі елементи недоречні. Наприклад, телефоністи довідкових служб гарячаться на тих клієнтів, які замість того щоб поставити швидко своє питання, намагаються спочатку вступити в довірче спілкування: представитися, познайомитися, розповісти про свої проблеми, причини обігу в довідкову службу і т.д.

Найістотнішою межею гуманістичного спілкування, в корінні відрізняючої його від інших видів спілкування, є особливе співвідношення переживання усвідомлення і комунікації партнерів, а саме їх конгруентність (повна відповідність, збіг, подібність), по виразу До. Роджерса.

Лекція 3. Міжособистісна взаємодія у соціальній групі

Міжособистісна взаємодія реалізується через соціальне мислення — один з основоположних чинників, що становлять ядро соціальної психології. Воно

ємислення сукупністю індивідуального уявлення людини про саму себе, про своє місце в світі соціуму, а також соціальні установки, переконання і думки.

Їх аналіз дає можливість вивчити психологічні закономірності взаємодії і спілкування індивідів між собою, з групою і між групами в рамках тієї або іншої спільності.

«Я» в соціальному світі цілком і повністю визначається в так званій Я-концепції. Це сукупність всіх уявлень індивіда про самого себе, пов'язана з їх оцінкою сукупність установок, направлених на самого себе. Описову складову Я-концепції часто називають картиною Я. Складову, пов'язану з відношенням до себе або до окремих своїх якостей, називають самооцінкою, або ухваленням себе.

Я-концепція визначає те, що індивід є те, що він про себе думає, як дивиться і на можливості свого розвитку в майбутньому. Уявлення індивіда про самого себе, як правило, здаються йому переконливими незалежно від того, ґрунтуються вони на об'єктивному знанні або на суб'єктивній думці, є істинними або помилковими. Якості, які ми приписуємо власній особі, далеко не завжди об'єктивні, і, ймовірно, з ними не завжди готові згодитися інші люди. Звичайно в спробах охарактеризувати себе присутній сильний особовий, оцінний момент. Самооцінка більшості людей обумовлена відповідними стереотипами, що існують в тому або іншому соціальному середовищі. Важливо мати на увазі, що людині властива тенденція екстраполювати навіть деяку дефектність свого власного Я на свою особу в цілому.

Я-концепція формується під впливом різних зовнішніх впливів, які відчуває індивід. Особливо важливі для людини контакти із значущими для нього іншими людьми, які, по суті, визначають уявлення індивіда про самого себе.

Є різні підходи до розуміння структури Я-концепції. Наприклад, У. Джемс розглядає глобальну Я-концепцію як сукупність установок індивіда, направлених на самого себе. Ці установки мають, як правило, різні модальності. Існують принаймні три основних модальності самоустановки:

- *реальне Я*: установки, пов'язані з тим, як індивід сприймає свої актуальні здібності, ролі, свій актуальний статус, тобто пов'язані з його уявленнями про те, який він насправді;

- *дзеркальне (соціальне) Я*: установки, пов'язані з уявленнями індивіда про те, як його бачать інші;

- *ідеальне Я*: установки, пов'язані з уявленнями індивіда про те, яким би він хотів стати.

Д. Майерс додає ще одну модальність:

- *можливе Я*: установки, пов'язані з уявленнями індивіда про те, яким він боїться стати в майбутньому.

Я-концепція грає, по суті, трояку роль: сприяє досягненню внутрішньої узгодженості особи; визначає інтерпретацію досвіду; є джерелом очікувань особи.

Соціальні переконання і думки.

Соціальні переконання і думки найпотужніший чинник, що визначає соціальну поведінку індивіда в тих або інших обставинах життя. У величезній

мірі соціоповедінка індивіда залежить від того, як люди інтерпретують (пояснюють) інших.

Наші висновки про вчинки людей дуже важливі: адже цим визначаються наші реакції і рішення щодо інших. Люди інтерпретують інших людей, а соціальні психологи інтерпретують інтерпретацію цих людей.

Д. Майерс і інші американські соціопсихологи активно експлуатують так звану теорію атрибуції, або теорію приписування. Ця теорія, як вони вважають, пояснює поведінку людей. Одна з концепцій теорії приписування полягає в наступному. Люди пояснюють поведінку інших людей, приписуючи причину дій або внутрішній природі людини (властивості характеру, мотиви, установки), або зовнішнім ситуаціям.

Насправді ці відмінності між внутрішніми і зовнішніми причинами поведінки часто стерті (ситуації дійсно впливають на внутрішню природу того, що наділяє активністю: куля котиться і тому, що вона кругла, і тому, що її штовхнули, і це відноситься не тільки до неживих предметів). Проте, соціальні психологи визначили, що люди часто приписують поведінку інших або їх внутрішній природі, або ситуації.

Виявився ряд інших цікавих закономірностей, відповідно до яких люди інтерпретують поведінку інших. Так, було помічено, що багато хто з надзвичайною легкістю робить висновки про риси особи інших людей. Звернуто увагу й на те, що приписування майже суцільно раціоналістичні, тобто психологія здорового глузду часто пояснює поведінку інших з логічної точки зору. Було помічено, що в буденних інтерпретаціях люди часто не враховують інші можливі причини поведінки, якщо вже якісь правдоподібні з них відомі.

Соціопсихологи встановили також, що люди нерідко приходять до висновку, ніби наміри і внутрішня природа іншої людини відповідає його поведінці. Це так звана теорія відповідних припущень, або теорія упередження відповідності.

Немало цікавого виявлено і в тому, що стосується поширених помилок, пов'язаних з феноменом приписування. Так, одною з фундаментальних помилок приписування вважають тенденцію спостерігачів недооцінювати ситуативну і переоцінювати внутрішню природу іншого. Все, проте, відбувається навпаки, коли справа торкається самого спостерігача. Іншими словами, ми часто пояснюємо свою власну поведінку з точки зору ситуації, але при цьому вважаємо, що інші самі несуть відповідальність за свою поведінку. Це дуже точно ілюструється тією лексикою, якою ми користуємося в подібного роду ситуаціях. Коли ми пояснюємо власні вчинки, то звичайно використовуємо дієслова, які характеризують наші реакції («Мене це дратує...»). Інтерпретуючи ж когось іншого, ми частіше використовуємо слова, які характеризують цю людину («Він дратівливий»).

Помилки приписування скоюються частково тому, що, спостерігаючи за чиеюсь дією, ми концентруємо свою увагу саме на цій особі, а ситуація залишається непомітною. Коли ж ми діємо, наша увага звичайно направлена на те, на що ми реагуємо, і ситуація виявляється більш явно. Тому ми більш чутливі до ситуативних впливів на нас. Коли соціальну інформацію можна

проінтерпретувати по-різному, велику вагу має упередження. Ми менш критичні до інформації, якщо вона підтримує перевагу наших висновків.

Інтерпретація подій найбезпосереднішим чином залежить від сприйняття, і цим можна успішно користуватися для маніпулювання інтерпретаціями. Експерименти з фотографіями однієї і тієї ж людини, показані одночасно з супровідною інформацією про те, хто ця людина (герой або злочинець), переконливо підтвердили таку залежність. Інакше кажучи, якщо у нас є переконання, воно впливає на те, як ми сприймаємо всю іншу інформацію, що відноситься до справи. Соціопсихологами помічений і такий феномен, який одержав назву «стійкість переконань». Суть його в тому, що коли основа нашого переконання дискредитується, пояснення, чому переконання могло б бути істинним, залишається.

Численні психологічні експерименти показали, що чим ретельніше ми перевіряємо свої теорії і пояснюємо, чому вони могли б бути істинними, тим більшою мірою стаємо закритими для інформації, яка здатна похитнути наша думка. Невірна думка про інших людей або навіть про себе може продовжувати існувати навіть після її дискредитації.

Соціальні установки.

Під установкою прийнято розуміти сприятливу або несприятливу оцінну реакцію на що-небудь або на кого-небудь, яка виражається в думках, відчуттях, а також в цілеспрямованій поведінці.

Установка – це неусвідомлювана готовність до дії. Психологи вважають, що будь-яку дію на людину можна розглядати з точки зору теорії установки. Коли вона має соціальну природу, то говорять про соціально-психологічну природу установки. Розуміння механізму дії установок полегшується розумінням дії принципу так званої домінанти. Психофізіологам добре відомо, що діяльність людини багато в чому визначається домінантою стійким вогнищем підвищеної збудливості в корі і підкірці головного мозку. Це є те найтаємніше «щось», що заважає людині або, навпаки, примушує її робити які-небудь дії в певних ситуаціях.

Вважається, що домінанта в своєму розвитку проходить три стадії.

На першій стадії домінанта виникає під впливом внутрішніх хіміко-біологічних процесів, з одного боку, і зовнішніх подразників - з іншою. Як приводи для підживлення домінанта привертає самі подразники.

На другій стадії з колишньої безлічі діючих збуджень домінанта вибирає групу, яка для неї особливо «цікава», внаслідок чого утворюється умовний рефлекс.

На третій стадії між домінантою і зовнішнім подразником встановлюється міцний зв'язок, так що подразник викликати і підкріплюватиме її. Зовнішнє середовище містить певні сигнали, на які обов'язково реагує відповідна домінанта.

Домінантне вогнище володіє рядом специфічних властивостей: стійкістю в часі; здатністю, з одного боку, як би притягати до себе різні зовнішні подразники, а з іншою підживлятися ними; пануванням однієї домінанти в

конкретний інтервал часу (хвилини, годин, а в деяких особливих випадках місяці і роки); ослабленням домінанти у зв'язку з її природним дозволом.

Домінанта — об'єктивно існуючий механізм людського мислення і поведінки. Проте, людина здатна усвідомлювати, коректувати колишні і створювати нові домінанти.

Прийнято розрізняти поняття «установка» і «соціальна установка», не дивлячись на схожість слів, що розкривають їх зміст: «схильність», «спрямованість», «готовність». В рамках загальної психології під установкою дійсно розуміється стан готовності суб'єкта до певної активності, що обумовлюється дією двох чинників: потребою суб'єкта; відповідною об'єктивною ситуацією.

Установка буває ситуативна і фіксована. Остання є закріплена у разі повторення ситуації настроєність на поведінку для задоволення даної потреби в даній ситуації.

У соціальній психології під соціальною установкою розуміється певний стан свідомості і нервової системи, організований і заснований на попередньому досвіді і який виражає готовність до реакції. (В західній соціальній психології замість терміну

«соціальна установка» застосовується термін «атитюд».)

У більшості визначень установки підкреслюються три головні елементи: 1). Переконавання, яке може бути як обґрунтованим, так і необґрунтованим (когнітивна складова установки);

2). Емоційне відношення до цього переконання (емоційно-оцінна, афектна складова); 3). Відповідна реакція, яка, зокрема, може відображатися в поведінці (поведінкова складова).

Вважають, що соціальна установка виконує важливі для суб'єкта функції. Ці функції наступні:

- адаптивна (утиліта): установка спрямовує суб'єкта до тих об'єктів, які служать досягненню його цілей;

- когнітивна: установка дає спрощені вказівки про спосіб поведінки по відношенню до конкретного об'єкту;

- регулятивна; установка виступає як засіб звільнення суб'єкта від внутрішньої напруги;

- захисна: установка сприяє вирішенню внутрішніх конфліктів особи;

- стабілізуюча: установка визначає стійкий, послідовний, цілеспрямований характер діяльності, забезпечує збереження її спрямованості в ситуаціях, що безперервно змінюються;

- автоматична: установка звільняє суб'єкта від необхідності ухвалювати рішення і свідомо контролювати діяльність в стандартних ситуаціях, які зустрічалися раніше;

- ригідна: установка виступає як чинник інертності, відсталості діяльності, що ускладнює пристосування до нових ситуацій.

Установка може бути направлена на різні чинники діяльності, зокрема на її мету, мотив, умову.

Питання про те, чи визначають установки поведінку, викликає до життя інше основоположне питання про природу людини: який зв'язок існує між тим, що у нас на душі, і тим, що ми творимо насправді? Який зв'язок між думкою і дією, характером і поведінкою, особистим миром і суспільними справами?

Численними дотепними психологічними експериментами було доведено і те, що установки визначають поведінку, і те, що установки насправді нічого не міняють. Суперечності в цьому немає, просто крім установок наша поведінка схильна до багатьох інших впливів. Один соціальний психолог налічив 40 різних чинників, що ускладнюють взаємозв'язок «установка — поведінка». І, мабуть, найважливіший з таких чинників: в умовах повсякденного життя люди нерідко виражають установки, яких самі не дотримуються. Люди деколи говорять те, що, як їм здається, від них хочуть почути інші. Виявлений і ефект так званої агрегації: дія установки на поведінку стає більш очевидною, коли розглядається особа або поведінка в цілому, а не окремі вчинки.

Взаємодія соціальної установки і поведінки є достатньо складним, далеко не однозначним феноменом, про що свідчать проведені фахівцями експерименти, ті або інші конкретні життєві ситуації. У експерименті був відправлений письмовий запит в 251 ресторан і готель: «Чи не згодні Ви прийняти в гості китайців?» Відповіло 128 закладів. Тільки одна відповідь була позитивною, 92% відповіли пропозицію відкинули. На той час автор експерименту (Ла-П'єр) разом з чарівною парою китайських молодожонів вже протягом півроку колесили по всій країні, де всюди зустрічали привітний прийом, за винятком одного-єдиного випадку. Феномен одержав назву «парадокс Ла-П'єра» розбіжність між соціальною установкою (негативне відношення до китайців) і реальною поведінкою господарів готелів.

Показова наступна ситуація. В Палаті представників США під час загального голосування її члени абсолютною більшістю голосів ухвалили рішення про підвищення свого дарування. Декілька хвилин опісля при поіменному голосуванні той же самий білль майже тією ж більшістю голосів був провалений.

М. Рокич виказав ідею про те, що у суб'єкта існують одночасно два типи соціальної установки: на об'єкт і на ситуацію. Включатися в дію може то один з них, то інший, але можуть і обидва зразу. Цим, можливо, і пояснюється «парадокс ЛаП'єра».

У іншій концепції (Д. Кац, Е. Стотленд) вказана думка про те, що в різних ситуаціях може виявлятися то когнітивний, то афектний компоненти соціальної установки.

Виявлено три умови, при яких установки передбачають поведінку. По-перше, це відбувається, якщо вдається звести до мінімуму інші впливи на твердження, що відображають установки людей, і на їх поведінку; по-друге, якщо установки в точності відповідають поведінці, що вивчається. І нарешті, краще передбачає поведінку сильна установка.

Часто люди діють автоматично, не роздумуючи, згідно своєму звичному шаблону. Така бездумна реакція є адаптивною, що дає можливість людському розуму займатися іншою справою. При новій ситуації поведінка людей стає не

такою автоматичною. Шаблон зникає. Вони думають, перш ніж, вчинити якийсь вчинок.

Виявлено, що люди, хоча б на декілька митей згадуючи свою колишню поведінку, виражали установки, які краще зумовлювали їх майбутню поведінку. Значить, установки, спадаючи нам на думку, спрямовують нашу поведінку. Люди, що усвідомлюють самих себе, звичайно ладнають з своїми установками.

Установка, як було відзначено раніше, має на увазі оцінку. Установка — це зв'язок, створений людиною, між об'єктом і його оцінкою. Коли зв'язок міцний, зіткнення з об'єктом викликає відповідну установку. Чим сильніше буде зв'язок, тим сильніше стає установка. Згодом ситуація може автоматично викликати певну установку. Проте люди виробляють свої установки таким чином, що іноді вони діють, а іноді ні. Якщо установки народжуються як результат життєвого досвіду, вони швидше за все будуть закріплені і стануть визначати вчинки.

Таким чином, загальновизнано, що установки визначають поведінку. Це вірно, що люди іноді боронять те, в що вірять, але вірно і те, що люди вірять в те, що боронять.

Психологічні експерименти показують, що установки не можуть визначати поведінку, якщо зовнішні дії сильніше внутрішньої переконаності.

Соціальні стереотипи.

Соціальним стереотипом вважається відносно стійкий образ соціального об'єкту групи, людини, події, явища і т.п. Стереотипи - це загальні думки про розподіл тих або інших рис в групах людей. Наприклад, «Упевненість в собі частіше спостерігається у чоловіків, ніж у жінок», «Політики - брехуни», «Італійці емоційні».

Стереотип складається звичайно в умовах дефіциту інформації як результат узагальнення особистого досвіду і уявлень, прийнятих в соціумі, дуже часто упереджених. Чим менш близькі між собою люди, тим більше вони керуються в своїх відносинах стереотипами. Або чим менша група, ніж менш вона впливова, тим більше її члени оперують стереотипами. Соціальний стереотип далеко не завжди точний. Виникаючи в умовах обмеженої інформації про об'єкт, стереотип може виявитися помилковим і виконувати консервативну, а то і реакційну роль, спотворюючи знання людей і серйозно деформуючи міжособові взаємодії.

Наявність соціального стереотипу грає істотну роль в оцінюванні світу. Він дозволяє скорочувати час реагування на змінну реальність, прискорює процес пізнання. Основні властивості стереотипів: вони здатні впливати на ухвалення людиною рішення, нерідко найлогічнішим чином; залежно від характеру установки (позитивної або негативної) стереотипи навряд чи не автоматично «підказують» одні доводи у відношенні якоїсь події, явища і витісняють з свідомості інші, протилежні першим; стереотип володіє вираженою конкретністю.

Стереотипи бувають: позитивні; негативні; нейтральні; надмірно узагальнені; надмірно спрощені; точні; приблизні.

Визначення істинності або помилковості соціального стереотипу звичайно будується на аналізі конкретної ситуації. Будь-який стереотип, будучи істинним

в одному випадку, в іншому може виявитися помилковим і отже, неефективним при орієнтації суб'єкта навколишньому світі.

Основні прийоми виявлення стереотипів: виявлення стійких тем розмов, наприклад, серед знайомих; проведення опитувань, інтерв'ю, анкетування; метод нескінчених пропозицій, коли людина продовжує фразу, почату експериментатором, про те або інше явище; метод виявлення асоціацій, коли групі опитуваних пропонується за 30 секунд написати, з чим у них асоціюється те чи інше явище.

Сприйняття, класифікація і оцінка соціальних об'єктів або подій, характеристик, виказаних якою-небудь соціальною групою на основі певних уявлень (стереотипів) носить назву стереотипізація.

Стереотипізація служить механізмом взаєморозуміння, класифікуючи форми поведінки, його причини і пояснюючи їх віднесенням до вже відомих або уявних відомих явищам, категоріям. Стереотипізація відображає схемну і афективну забарвленість подібного роду оцінки дійсності (з психологічної точки зору стереотипізація – це процес коли схожі характеристики даються всім членам якоїсь з груп або спільності без достатнього усвідомлення можливих відмінностей між ними.

Стереотипізація виконує ряд функцій, найважливішими з яких є підтримка ідентифікації особи і групи, виправдання можливих негативних установок по відношенню до інших груп і т.д.

Іноді стереотипізація допомагає. Особливо легко люди покладаються на стереотипи при: дефіциті часу; надмірній зайнятості; утомленості; емоційному збудженні; в дуже молодому віці, коли людина ще не навчилася розрізняти різноманіття буття.

Забобон, або упередження, - це установка, яка перешкоджає адекватному сприйняттю повідомлення або дії, це думка до з'ясування істинного стану речей. В забобоні об'єднуються афект (відчуття), поведінкова тенденція (схильність діяти певним чином) і знання (переконання).

Звичайно забобон – це невиправдано негативна установка. Людина нерідко не усвідомлює або не бажає усвідомлювати свою упередженість і розглядає своє відношення до об'єкту упередження як наслідок об'єктивної або самотійної оцінки.

Забобон (упередження) може бути слідством поспішних і необґрунтованих висновків, які витікають з особистого досвіду, а також результатом некритичного засвоєння стандартизованих думок, прийнятих в певній суспільній групі. Нерідко забобон використовується для виправдання тих або інших, непристойних, вчинків.

Психологічно ґрунт для забобонів створюють наступні чинники. Нерівний статус людей: історія свідчить, що благодатним ґрунтом для появи забобонів і стереотипів були економічні відносини нерівності між групами; соціоекономічна дискримінація підтримує забобони.

Релігія: релігійність сприяє навіюваності людей, і це торкається будь-яких переконань, у тому числі і забобонів саме через чинник віри, а не через чинник знання.

Фаворитизм: це упередженість до своєї групи, зіставлення «ми» і «вони». «Ми» - хороші, «вони» - погані.

Конформізм: він полегшує можливість індивідам йти по лінії якнайменшого опору і думати автоматично «як всі». У такому разі забобон, який виник одного разу, зберігається за інерцією.

Інституційна підтримка: це розповсюдження забобонів зусиллями соціальних інститутів, наприклад, політичних партій, рухів, засобів масової інформації.

Як і стереотипи, забобони вельми стійкі.

Марновірство – це забобон, що полягає в тому, що індивід приймає за реальність невідомі сили, здатні провіщати події і навіть впливати на них. Особливе місце займають прикмети завдяки ним певним подіям приписується прогностичне значення.

Марновірство включає допущення, нерідко неусвідомлене, що невідомі сили можуть дати захист, якщо з ними вступити в союз Марновірство, як правило, виявляється на поведінковому рівні, зазвичай в обрядових формах носінні талісманів, татуїровках, магічних жестах або діях. Виняткова стійкість марновірств психологічно пояснюється тим фактом, що випадки їх підтвердження міцно фіксуються а факти явної помилковості витісняються з свідомості. Сприяє розповсюдженню марновірств бажання людей заглянути в найближче майбутнє, особливо в екстремальних обставинах.

Лекція 4. Соціальна психологія конфлікту. Конфлікт як соціально психологічний феномен. Соціально-психологічні засади поведінки психолога в конфліктних ситуаціях

Поняття «соціальні відносини» фіксує сам факт взаємодії представників різних соціальних груп і спільнот, різних соціальних типів, що є представниками цих суспільств. Соціальні відносини можна розглядати на різних рівнях: на рівні соціальних суспільств: відносини класові, національні, групові, сімейні; на рівні груп, які зайняті тією або іншою діяльністю: виробничі, навчальні тощо; на рівні взаємозв'язків людей у групах: міжособові.

Соціальна психологія розкриває конкретний механізм «вплетення» індивідуального в тканину соціальної реальності. Це дає змогу зрозуміти, як соціальні умови впливають на поведінку і діяльність людини.

Зрозуміло, сам по собі результат не може бути інтерпретований так, ніби спочатку існує деяка «несоціальна» поведінка, і тільки потім на нього накладається щось «соціальне». Особа, з одного боку, вже «продукт» цих соціальних зв'язків, а з іншого - їх творець, активний творець.

Особа неминуче представлена в системі суспільних відносин, тобто в деякому «соціальному контексті», що відображає картину реальних відносин особи із зовнішнім світом. Пригадаємо, що зв'язок із зовнішнім світом існує і у тварини, але вона не «відноситься» ні до чого і взагалі не «відноситься». Там, де існує яке-небудь відношення, воно існує саме «для мене», тобто воно задано саме як людське відношення, воно «направлено» через активність суб'єкта.

Важливо підкреслити, що зміст і рівень відносин людини із світом надзвичайно багатоманітні. Кожний індивід, кожна група вступають у відносини між собою. В цьому різноманітті необхідно розрізняти два види відносин: власне суспільні і психологічні відносини особи.

У структуру соціальних відносин входять економічні, політичні, ідеологічні та інші види відносин. Їх специфіка в тому, що в них індивіди не просто «зустрічаються» один із одним, а представлені один одному як суб'єкти суспільних груп: класів, професій, рухів, об'єднань, партій. Такі відносини будуються не на основі симпатій або антипатій, а на основі певного положення, яке кожен займає у суспільстві. Такі відносини обумовлені об'єктивно, несуть знеособлений характер і сутність їх - у взаємодії конкретних соціальних ролей.

Проте це положення не варто абсолютизувати. Суспільні відносини, хоча і є безособовими, насправді, своєму конкретному прояві практично завжди набувають певного «особового забарвлення». Воно існує як реальність. Залишаючись особами в безособових суспільних відносинах, люди неминуче вступають у взаємодію та спілкування, де їх індивідуальні характеристики виявляються як міжособові відносини.

Міжособові відносини - це взаємозв'язки людей, що суб'єктивно переживаються ними. Міжособові відносини об'єктивно проявляються в характері та способах взаємних впливів людей у ході сумісної діяльності і спілкування. На змістовному рівні міжособові відносини - це система установок, орієнтацій, очікувань, стереотипів, через які або за допомогою яких люди сприймають і оцінюють один одного. Зрозуміло, що вказані позиції (система установок тощо) опосередковуються змістом, цілями, цінностями і організацією спільної діяльності і виступають основою формування соціально-психологічного клімату - «погоди» міжособових відносин.

У соціальній літературі висловлюються різні точки зору на питання про те, де «розташовані» міжособові відносини перш за все щодо всієї системи суспільних відносин (економічних, соціальних, політичних, ідеологічних). Іноді їх розглядають в одному ряді з суспільними відносинами, в основі їх, або, навпаки, на найвищому рівні.

Конструктивною є точка зору, згідно якої міжособові відносини пронизують собою всі елементи системи суспільних відносин, оскільки виникають усередині кожного виду системи, а не зовні них - «нижче», «вище» або «збоку». При такому підході міжособові відносини якби опосередковують дію на особу з боку більш широкого соціального цілого. Ми знову стикаємося з тим, що через міжособові відносини безособові соціальні відносини реалізуються в діяльності конкретних осіб, в актах їх спілкування і взаємодії.

Для кожного учасника міжособових відносин останні являються майже єдиною реальністю яких би то не було відносин взагалі. Не дивлячись на те, що в реальному житті змістом міжособових відносин в кінцевому рахунку є деякий вид суспільних відносин, тобто певна соціальна діяльність, суть цих відносин залишається за великим рахунком скритою. Це означає, що хоча в процесі міжособових взаємовідносин, а отже, і суспільних, люди обмінюються думками і усвідомлюють свої відносини, це усвідомлення часто не йде далі знання того,

що люди вступили саме в міжособові відносини. Окремі моменти суспільних відносин є представлені їх учасникам всього лише як їх міжособові взаємостосунки, які і сприймаються відповідним чином: «злий викладач», «лукавий торговець», «бездушний урядовець» і т.д. Повсюди мотиви поведінки пояснюються саме цією, що лежить на поверхні, картиною відносин, а зовсім не дійсними об'єктивними відносинами. Все ускладнюється ще і тим, що міжособові відносини є дійсна реальність суспільних відносин - зовні них немає десь «чистих» суспільних відносин. Тому майже у всіх групових взаємодіях їх учасники виступають одночасно в двох якостях - як виконавці безособової соціальної ролі та як неповторні людські особи.

Кожна сторона в системі міжособових відносин зв'язана особливими правами і обов'язками. Це дозволяє ввести поняття «міжособова роль» як фіксацію положення людини в системі не суспільних відносин, а одних тільки групових зв'язків, на основі не її об'єктивного місця в цій системі, а одних тільки індивідуальних психологічних особливостей особи.

Серед міжособових ролей, що виникають, коли люди конкурують через схожі інтереси, можуть бути «суперник», «ворог», «змовник» і «союзник». А в ситуаціях, наприклад, співпраці можуть бути «колега», «партнер», «постачальник», «клієнт», «прихильник» і ін. Строго кажучи, є відмінність між міжособовими і соціальними ролями. Зараз відзначимо тільки, що не дивлячись на те, що обидва типи ролей можуть визначатися своєрідністю очікувань учасників міжособових відносин, міжособові і соціальні ролі різні.

Соціальні ролі стандартизовані і безособові. Права та обов'язки залишаються тими ж самими незалежно від того, хто ці ролі виконує. Проте права і обов'язки, що встановлюються в міжособових ролях, цілком залежать від індивідуальних

особливостей учасників, їх відчуттів і переваг. Кожний реалізує власний тип взаємодії і спілкування з партнером, пристосовуючись до вимог, що пред'являються йому конкретними індивідами, з якими він вступає в контакт. Проте, виявлення особових рис в стилі виконання соціальної ролі викликає у інших членах групи реакції у відповідь, і, таким чином, у групі виникає певна система міжособових відносин.

Природа їх суттєво відрізняється від природи суспільних відносин. Чим? Найважливіша специфічна межа міжособових відносин - емоційна основа. Саме вона дає підстави до того, щоб міжособові відносини розглядати як чинник психологічного клімату в соціальних суспільствах.

Емоційна складова міжособових відносин відображає той факт, що самі ці відносини виникають і складаються під впливом певних відчуттів, що народжуються у людей по відношенню один до одного. Зрозуміло, що перелік таких відчуттів і емоційних проявів безмежний, та все ж їх різноманіття можна звести до трьох великих груп.

1. Відчуття, що зближують, об'єднують людей (кон'юнктивні). У цьому випадку кожна з сторін розглядає іншу як бажаний об'єкт, відносно якого є готовність до співпраці.

2. Відчуття, що роз'єднують людей (диз'юнктивні). Тоді кожна з сторін виступає як неприйнятна, небажана для іншої сторони, і сумісні дії, не говорячи вже про співпрацю між такими особами, стають практично або неможливі, або неефективні.
3. Нейтральні відчуття. Виражають стан невизначеності у рамках міжособових відносин.

Як тонко помітив американський соціальний психолог К.Хорні, люди діляться на такі великі групи, як: орієнтовані до людей (назустріч ним); орієнтовані від людей; орієнтовані проти людей.

Відносини виявляються в: згоді або незгоді; симпатії або антипатії; розумінні або нерозумінні; співчутті та співпереживанні або відсутності таких тощо.

Відносини мають свою структуру, що складається зі: змісту; способу вираження.

Існує органічний зв'язок між особою і міжособовими відносинами. З одного боку, навіть у самих швидкоплинних взаємодіях мають місце міжособові реакції, тобто міжособові відносини. З другого боку, сам розвиток особи обплутано мережами міжособових відносин, а характер міжособових відносин зумовлюється характером особи.

Включаючись в міжособове спілкування, люди залишаються унікальними живими істотами. Реакції кожного з індивідів виявляються залежними від певних якостей тих, із ким їм трапляється вступати у контакт. Характер же міжособових відносин у кожному конкретному випадку залежить від індивідних особових рис включених у взаємодію людей, а його діапазон надзвичайно широкий - від любові з першого погляду до ненависті до гробової дошки.

У рамках вивчення соціальної психології ми стикаємося з усвідомленням того факту, що і суспільні, і міжособові відносини розкриваються і реалізуються саме у спілкуванні. Коріння спілкування знаходиться в самій матеріальній життєдіяльності індивідів. Сьогодні для всіх очевидно, що в звичних обставинах відношення людини до навколишнього її предметного світу завжди опосередковані її відношенням до суспільства, до людей, тобто включені в спілкування.

Поза спілкуванням просто немислиме людське суспільство. Спілкування існує одночасно як реальність і суспільних, і міжособових відносин. Можливо тому СентЕкзюпері намалював поетичний образ спілкування як «єдиної розкоші, яка є у людини».

Спільна життєдіяльність людей примушує їх спілкуватися при найрізноманітніших міжособових відносинах, тобто і у разі позитивного, і у разі негативного відношення однієї людини до іншої. Те ж саме справедливе і для соціальних груп спілкування між групами неминуче, навіть якщо групи антагоністичні. Однією з специфічних форм спілкування є війна.

Причиною порушення спілкування звично буває дисонанс - розбіжність між змістом і способом спілкування. Способів спілкування або, як ще говорять, поведіння людини з людиною може бути багато: м'яке або жорстке; принижуюче або прославляюче; пригнічуюче або рівноправне; підбадьорююче

або пригноблююче; грубе або ввічливе; тепле або холодне; ласкаве або черстве; формуюче потребу в спілкуванні або уникнення його тощо.

Можна говорити про різні рівні спілкування: макрорівень: спілкування людини з іншими людьми у відповідності з суспільними відносинами, що склалися, нормами і традиціями; мезорівень: спілкування в межах змістовної теми, одноразове або багаторазове; мікрорівень: найпростіший акт спілкування.

Форми міжособових відносин: «назустріч людям», «від людей», «проти людей»

Міжособові відносини «назустріч людям»

До міжособових відносин типу «назустріч до людей» відносяться наступні.

Любов - надзвичайно складне відчуття індивіда, яке відображає високу ступінь емоційного позитивного відношення до об'єкту. У цьому випадку об'єкт виділяється серед інших і поміщається в центр життєвих потреб і інтересів суб'єкта. Зазвичай у такій інтерпретації під об'єктами любові розуміють батьківщину, місто село, навіть вулицю, науку, мистецтво (у їх конкретних проявах: математика, музика тощо), предмети або речі; інтенсивне, напружене і відносно стійке відчуття суб'єкта до іншої людини. Це відчуття виражається в соціально формованому прагненні бути максимально повно представленим своїми особово-значущими рисами у життєдіяльності цього іншого, маючи на меті збудити у об'єкта любові у відповідь відчуття тієї ж інтенсивності, спрямованості та стійкості. Виступає в двох формах: фізіологічно не обумовлене сексуальними потребами (любов до батьків, до членів сім'ї, до старих або дітей) і фізіологічно обумовлене сексуальними потребами.

Особливе, можливо, проміжне місце займає вказане відчуття до домашніх тварин - собаки, кішки, птахам, які, в силу відносин, що специфічно склалися в даній сім'ї, набули повноцінний в психологічному значенні слова статус членів сім'ї.

Любов - емоційне відчуття, відмінне глибиною, силою, від порівняно слабо виражених схвальних відносин (симпатії) до цілком захоплюючих людину переживань, що досягають сили пристрасті.

Е.Фромм розглядає любов як установку, орієнтацію характеру, яка визначає відношення людини до світу взагалі, а також форми прояву відчуття турботи, відповідальності, пошани і розуміння до інших людей, бажання і здатність зрілого творчого характеру до активної зацікавленості в житті і розвитку об'єкту любові.

Любов - наука і мистецтво, що вимагає різноманітних знань і умінь, у тому числі дисципліни, зосередженості, терпіння, зацікавленості, активності та віри.

Психологи встановили наявність тісного зв'язку між здібністю до любові і відношенням суб'єкта до самого себе.

Близькість - тип міжособових відносин двох людей, коли на основі співпраці затверджуються особисті цінності. Такий тип відносин визначає функціональну дистанцію між партнерами. Функціональна дистанція - це те, наскільки часто, емоційно і фізично близько люди спілкуються між собою в повсякденному житті. Психологи помітили, що нерідко, якщо не сказати, часто,

близькість як функціональна дистанція визначається близькістю як географічне сусідство. Соціальні психологи знайшли, що більшість людей, наприклад, одружується з тими, хто живе по сусідству, працює в тій же фірмі або в тій же сфері, у шкільні або студентські роки вчилися разом (в одній групі, на одному курсі, в одному і тому ж учбовому закладі).

Близькість - взаємна пристосована поведінка, направлена на досягнення взаємного задоволення і відчуття безпеки свого положення. Близькість дозволяє людям відкривати один в одному риси схожості і обмінюватися знаками уваги (психологічними поглажуваннями). Тут діє відкритий американськими психологами ефект простого знаходження в полі зору. Його суть: має місце тенденція випробовувати більшу прихильність і давати більш позитивну оцінку раніше незнайомим подразникам після їх неодноразової появи у полі зору оцінюючого.

Російське прислів'я свідчить: «С глаз долой - из сердца вон».

Дружба - вид стійких, індивідуально-виборчих міжособових відносин. Характеризується: взаємною прихильністю учасників; посиленням процесів аффіліації (прагнення бути у суспільстві інших людей); взаємними очікуваннями у відповідь відчуттів і переваги.

Відносини дружби припускають необхідність: взаєморозуміння; взаємної відвертості і відкритості; довірчості; активної взаємодопомоги; взаємного інтересу до справ і переживань іншого; щирості; безкорисливості відчуттів.

Дружба має на увазі реалізацію цих відносин. Зазвичай їм слідує як своєрідному «неписаному» кодексу. Порушення цього кодексу, особливо серйозні (наприклад, зловживання довірою відкритості і щирістю), можуть привести до припинення дружби або навіть до перетворення відносин дружби у відносини прямо протилежні - ворожнечі. Менш серйозні порушення «кодексу» звичайно переводять відносини дружби у приятельські, більш поверхневі.

Дружба залежить від спільності цілей, інтересів, ідеалів, цінностей. Багатство дружніх відносин визначається соціальною цінністю спільної діяльності, якій присвятили себе друзі а також тих ідей і інтересів, на яких ґрунтувався їх союз.

Для дружніх відносин характерний глибокий емоційний контакт, закономірності їх розвитку та згасання суттєво змінюються на різних етапах життя та володіють специфікою за статтю.

Дружба - один з важливих чинників формування особи і підтримки стабільності Я-концепції.

Приятельські відносини - припускають у цілому доброзичливі, взаємовигідні відносини, але без особливої глибини і стійкості. Відчуттям щирості, відвертості, довірчості ще належить розвиватися, якщо для цього складуться необхідні, цілком визначені обставини, що робляться зусиллями обох партнерів.

Ваблення - інстинктивне бажання, спонукаючи індивіда діяти у напрямі задоволення цього бажання. В психологічному плані ваблення - це психічний стан, що виражає недиференційовану, неусвідомлену або недостатньо усвідомлену потребу суб'єкта в людському об'єкті.

Вважається, що ваблення - це скороминуще явище, оскільки представлена в ньому потреба або усвідомлюється, перетворюючись у конкретне бажання, намір або мрію, або угасає.

У класичному психоаналізі ваблення характеризується: джерелом (по З.Фрейду):

той соматичний процес в тому чи іншому органі або частині тіла, роздратування якого в душевному житті утілюється у вабленні; метою; об'єктом; силою (енергією).

Людина може випробовувати різне ваблення.

Статеве ваблення - це багатозначний термін, що позначає і сексуальне бажання взагалі, і мотиваційний аспект сексуальності, та прагнення до тілесного зближення з певною людиною.

Ваблення сексуальне (інстинкт сексуальний) - дратівлива сила, направлена на усунення сексуального збудження шляхом безпосереднього або опосередкованого задоволення первинних позивів, що походить з внутрішнього джерела. Одне з найважливіших ваблень, що роблять винятковий вплив на всю життєдіяльність, зумовлює потребу в любові, відповідає їй і виступає як ваблення до життя.

Платонічне ваблення може бути істинним і помилковим. Помилковим є те платонічне ваблення, яке заміщає витиснене свідомості ваблення сексуальне. Істинне платонічне ваблення існує і реалізується саме по собі, без ознак наявного в наявності або витисненого ваблення сексуального.

Альтруїзм: допомога іншим. Як соціально-психологічний феномен його можна розглядати з двох точок зору: як систему ціннісних орієнтації особи; як форму міжособових відносин.

Як система ціннісних орієнтації особи альтруїзм є пріоритетом інтересів іншої особи або соціальної спільності. Основна ідея альтруїзму - ідея безкорисливості. Він не припускає реальної винагороди за діяльність на користь інших людей, не пов'язаний свідомо з власними егоїстичними інтересами.

Альтруїзм може бути усвідомленою ціннісною орієнтацією, яка визначає поведінку особи у цілому, в цьому випадку альтруїзм перетворюється на значення життя людини. Альтруїстська модель поведінки визначається характером цінностей, що лежать в основі взаємостосунків особи з іншими людьми.

Альтруїзм як форма міжособових відносин виступає у вигляді соціальнопсихологічного прояву гуманності, у вигляді колективістської ідентифікації в повсякденному спілкуванні та діяльності людей.

Колективістська ідентифікація виникає в рамках спільної, звично групової, діяльності як форма гуманних відносин. У цьому випадку має місце сприйняття переживань однієї людини, члена групи, як мотиву поведінки, яка організовує групову діяльність в ім'я досягнення групових цілей і усунення психотравмуючих дій або впливів.

Психологічна основа колективістської ідентифікації - це готовність суб'єкта відчувати, переживати і діяти відносно іншого, так, як якби їм був він сам, що складається в спільній діяльності. Важливо мати на увазі, що

колективістська ідентифікація не зводиться до індивідуальних переваг членів груп, не залежить від особистих симпатій і зовнішніх чинників.

Міжособові відносини «від людей»

До міжособових відносин типу «від людей» відносяться наступні.

Аутизм - є крайньою формою психологічного стану, що виражається у відході індивіда від контактів з навколишньою дійсністю та в зануренні у світ власних переживань. Ознаки аутизму різні: підкорення розумової сфери потребам і бажанням, замкнутий спосіб життя, прагнення знаходитися наодинці і прагнення до одиночної діяльності, небажання спілкуватися з іншими людьми, уникання реального життя, відхід у мрії і фантазії, що замінюють, егоцентризм, орієнтація на внутрішні критерії і у зв'язку з цим погане розуміння оточуючих, недостатнє адекватне емоційне реагування.

Термін «аутизм» використовується для опису як психічних порушень, так і нормальної психіки. Традиційно аутизм розуміється як специфічно шизофренічне порушення. Патологічний аутизм часто розглядається як один з симптомів шизофренії у дітей і дорослих, для якого характерні відгородженість від реальної дійсності, неадекватність реакцій на зовнішні дії, пасивність і ранима при контакті з ними. В нормі терміном «аутизм» стали користуватися при описі індивідуальних особливостей, пов'язаних з переважною орієнтацією людини на свою внутрішню картину світу та внутрішні критерії в оцінці подій, що супроводжується втратою здібності до інтуїтивного розуміння оточуючих, програванням їх ролей, неадекватним емоційним реагуванням на їх поведінку.

Байдужість - одна з суттєвих моделей міжособової поведінки, що часто робить серйозний вплив на долі тих або інших людей.

Що примушує людей проходити мимо потерпілих, не роблячи навіть спроби допомогти? Адже часом так поведуться люди, які вдягнулися обов'язком за посадою таку допомогу надавати. При дослідженні цього явища знайдений ряд цікавих моментів. Виявилось, що байдужість як форма міжособових відносин залежить від безлічі чинників як зовнішньої, так і внутрішньої властивості.

Серед чинників зовнішнього порядку можна вказати наступні: «ефект очевидця»; невизначеність ситуації; тиск часу; особисте незнайомство з потерпілим; особові, перш за все статусні, характеристики потерпілого.

Американські соціальні психологи дотепними експериментами встановили так званий «ефект очевидця». Його значення полягає у тому, що людина з меншою вірогідністю схильна надавати кому-небудь допомогу, коли є очевидці. Крім того, експерименти показали, що байдужість в більшій мірі виявляється в тих ситуаціях, які характеризуються станом невизначеності.

Впливають на ухвалення рішення про надання допомоги потерпілим наступні чинники:

- тиск часу. Серед людей, які мають у своєму розпорядженні час, знаходилося більше охочих допомогти потребувачу, ніж серед людей, які поспішають по своїх справах;
- особисте незнайомство з потерпілим. Практика показує, що допомога частіше надається людині знайомій, ніж сторонній;

- особові, перш за все статусні, характеристики людини, яка потребує допомоги. Ця ситуація теж добре знайома більшості: люди «соціального дна» суттєво рідше одержують допомогу оточуючих, ніж люди «середини» і вже тим більше «верху». Як кажуть, так хочеться надати допомогу тим, хто в ній не має потреби.

Певний вплив на прояви байдужості роблять фактори внутрішнього порядку. До них слід віднести: емоційні стани, такі як гнів, лють, злість, страх, депресія, глибокий смуток, а також «втомленість від співчуття» або «сенсорне перевантаження»; сповідь у церкві, перед іншим референтним об'єктом; особові риси того, хто не допомагає потребуючому.

Конформізм прояв конформності. Конформність - це податливість людини реальному або уявному тиску групи, проявляється в зміні поведінки людини і її установок відповідно до позиції більшості, що спочатку не розділялася нею.

У російській культурі це поняття має абсолютно певний зміст і означає пристосовництво. Воно набуло негативний відтінок як символ погоджування і примиренства. При цьому психологічна характеристика позиції індивіда відносно позиції групи (ухвалення або відкидання ним відповідного стандарту, думки, властивої групі) виявляється за межами уваги.

Зовнішня (публічна) конформність - це демонстративне підкорення нав'язуваній думці групи з метою заслужити схвалення або уникнути осуду або більш жорстких санкцій групи. Далеко не завжди така конформність припускає особову згоду з примусово дотримуваними груповими нормами. Іноді в ній присутня і особиста незгода, і тоді вона називається поступливістю.

Конформність внутрішня (особиста) - це дійсно перетворення індивідуальних установок у результаті внутрішнього прийняття позиції оточуючих. Суб'єкт оцінює ці позиції як більш обґрунтовані і об'єктивні, ніж власну точку зору. Конформність, при якій суб'єкт діє і має установки відповідно до соціального тиску, називається схваленням.

Обидві форми конформності близькі в тому, що служать специфічним способом вирішення усвідомленого конфлікту між особистою і переважаючою в думкою на користь думки групи. Людина пристосовує свою поведінку під уявні їй чужі еталони. Залежність людини від групи вимушує її шукати згоду з нею, неважливо - справжнє або уявне.

Психологічні експерименти показують, що рівень конформності визначається багатьма причинами: характеристиками індивіда, який піддається тиску, наприклад, стать, вік, національність, інтелект, тривожність, навіюваність тощо; характеристиками групи, яка є джерелом тиску, наприклад, її розмір, ступінь однотайності і згуртованості, її статус тощо. Збільшення розміру групи понад п'ять чоловік призводять до зниження конформності; особливостями взаємозв'язку індивіда та групи, наприклад, статус індивіда в групі, ступінь його прихильності до неї, рівень взаємозалежності індивіда та групи у отриманні винагороди тощо; ступенем зацікавленості людини у конформній ситуації; ступенем компетентності суб'єкта; емоційним віддаленням від жертви; деперсоналізацією ситуації; фізичною присутністю експериментатора: коли той,

хто віддає накази знаходиться в безпосередній близькості, поступливість зростає; легітимністю авторитету експериментатора; інституціонального авторитету, престижем джерела тиску (дослідницька асоціація, дослідницька лабораторія університету тощо); ліберативним ефектом: вплив групи, що звільняє, протест проти тиску хоча б одного з членів групи; силою впливу ситуації: злу легше з'являтися не відразу, а по частинах; числом епізодів поступок: найважче поступитися перший раз.

На прояви поступливості впливають: безпосередня або непряма участь об'єкту тиску в ситуації: при непрямій участі поступливість вище (підкоряється віддати відповідний наказ об'єкт тиску, а виконує цей наказ хтось інший); публічність або анонімність відповіді: обстоювати свою думку набагато легше у самоті, ніж перед аудиторією; відсутність або наявність попередніх заяв: виказавши думку публічно, люди, як правило, продовжують дотримуватися її. Публічну заяву не так-то легко узяти назад, крім того, люди не люблять виглядати нерішучими.

Які взагалі причини конформності? Вважається, що такими є: прагнення людини бути прийнятою в групі, а не відвергнутою нею - це нормативний вплив на виникнення конформності; прагнення одержати інформацію - інформаційний вплив.

Нормативна конформність має на увазі необхідність «слідувати за натовпом», щоб не бути відвергнутою, зберегти із людьми добрі відносини або заслужити схвалення. Саме нормативний вплив призводить до поступливості.

Інформаційний вплив викликає у людей схвальну конформність. Відповіді інших можуть впливати на сприйняття двозначної інформації.

Конформність можна по-різному оцінювати з погляду користі або шкоди в міжособових відносинах: як поступливість, підкорення та як соціальну сприйнятливість, відповідальність, командний дух і стиль відносин.

Має місце конформність чи ні, дає відповідь на питання: чи залишаються поведінка суб'єкта і його переконання тими ж самими поза дією групи чи ні. Конформність виникає там і тоді, де і коли має місце конфлікт між думкою індивіда і думкою групи, а подолання цього конфлікту здійснюється на користь групи.

Явище конформності переконливо проілюстровано у відомих психологічних експериментах із групою старших дошкільників у дитячому саду. Суть: годували манною кашею п'ятеро дітей: у чотирьох каша була солодкою, а у однієї дитини - солоною. Експериментатор опитував усіх дітей, яка була каша - солодка або солонна. Через декілька опитів підряд дитина, яка пробувала солону кашу, признавалася в тому, що її каша солодка. Схожий експеримент проводили із п'ятьма студентами. Четверо з них тримали в руках білу кулю, а один - чорну. У цьому випадку використовувався метод «підставної групи», тобто четверо студентів із білими кулями переконували п'ятого (з чорною кулею), що у нього теж куля біла, і досягали своєї мети: він погоджувався.

Явище незалежності та самостійності добре проілюстровано та знято в кіно, у психологічному експерименті в шостому або сьомому класі однієї з середніх шкіл. Експеримент називався «Мішень». Результатом стрільби у ліву

мішень було вкидання металевого рубля, який учень мав право понести із собою. Результатом стрільби у праву мішень було вкидання рубля «на потреби класу». Окремою частиною експерименту була провокуюча дезінформація про поведінку учасників експерименту: на табло демонструвалися дані, що абсолютна більшість учнів стріляє «на свою кишеню».

Спеціально проведені дослідження показали, що причини податливості члена групи думці інших убачаються в особистих особливостях учасників експериментів: низька самооцінка, визнання яких-небудь дефектів власного сприйняття; менш розвинений інтелект; більш низький рівень розвитку самосвідомості; інші маловивчені та взагалі не вивчені чинники.

Втім, існують і вельми критичні оцінки цих експериментів - перш за все з погляду самої задачі дослідження: що власне пропонувалося досліджувати і що насправді досліджувалося? Один із критичних підходів полягав в оцінці значущості для індивіда думки, що виражена. А проблема значущості ситуації стоїть у соціальній психології достатньо гостро. Значущою є для особи ситуація, пов'язана з реальною діяльністю, із реальними, а не лабораторними, соціальними зв'язками цієї особи.

Егоїзм - це ціннісна орієнтація суб'єкта, сутнісною рисою якої є пріоритет, переважання в діяльності людини особистих, самокорисливих інтересів і потреб безвідносно інтересів інших людей і соціальних груп. Виражений прояв егоїзму - відношення до іншої людини як до об'єкту, як до засобу досягнення власних, самокорисливих цілей.

Як вважав Е.Фромм, егоїзм явно виключає справжню участь суб'єкта в інших. Егоїст цікавиться тільки собою, прагне привласнювати все собі. Йому подобається брати, нічого не даючи замість. Егоїст дивиться на оточуючий світ тільки з погляду того, що він може одержати. Його не цікавлять потреби інших людей. Він не поважає їх гідність і цілісність. Він судить всіх і вся лише з погляду своєї вигоди. За великим рахунком егоїст не здатний любити.

Е.Фромм відзначає, що егоїзм і любов до себе - не тільки не одне і те ж, але прямо протилежні явища. Егоїст любить себе не дуже сильно, а дуже мало. Відсутність турботи і ніжності до себе перетворює егоїста на спустошеного і фрустровану людину. Він неодмінно нещасливий і украй стурбований тим, щоб увірвати у життя задоволення, яке він сам собі не дає одержати. Егоїст може створити враження, що він дуже піклується про себе, але насправді він всього лише робить невдалі спроби замаскувати і компенсувати невміння поклопотатися про своє справжнє «Я».

Міжособові відносини «проти людей»

До міжособових відносин типу «проти людей» відносяться наступні.

Негативізм - невмотивована поведінка, що виявляється в діях, навмисно протилежних вимогам і очікуванням інших індивідів або соціальних груп.

Негативізм - це своєрідна форма міжособових відносин, у рамках якої соціальна незалежність виступає як альтернатива конформності, як самостійне вироблення і відстоювання власної позиції індивідом. Це не виключає солідарності особи із групою, але не через її тиск на суб'єкта, а на основі свідомої згоди із нею.

Негативізм по-іншому називають реактивним опором. Це прагнення захистити або відновити своє відчуття свободи.

Реактивний опір виникає, як правило, у двох випадках: коли хтось загрожує свободі дій суб'єкта; коли виникає потреба в боротьбі за свою унікальність.

Психологічні експерименти показали, що людям подобається відчувати себе неповторними і підкреслювати, у чому полягає їх індивідуальність: «Немає виключення з правила, що кожному хочеться бути виключенням із правил».

Негативізм може виявлятися: як клінічна форма, тобто як безглуздий опір; як ситуативна реакція або риса особи, обумовлена потребою суб'єкта в самоутвердженні, у захисті свого «Я»; як наслідок сформованого егоїзму суб'єкта та його відчуження від потреб і інтересів інших людей.

Психологічна основа негативізму - установка суб'єкта на незгоду, заперечення певних вимог, форм спілкування, очікувань членів конкретної соціальної групи. Це установка на протест по відношенню до даної групи і відкидання конкретної особи як такої.

Під негативізмом розуміють і сильний опір, що надається індивідом груповому тиску. Індивід як би демонструє вкрай незалежну позицію, у що б то не стало заперечуючи всі стандарти групи. Експерименти показали, проте, що негативізм далеко не завжди є справжня незалежність. Іноді це може бути специфічний випадок конформності, а саме «конформність навиворіт». Це означає, що індивід хоча і ставить за свою мету за всяку ціну протистояти думці групи, але фактично знов залежить від групи, оскільки йому доводиться активно продукувати антигрупову поведінку, антигрупову позицію або норму, тобто він знов виявляється прив'язаним до групової думки, тільки тепер із зворотним знаком. Такий негативізм характерний для підлітків. Вважається, що позицією, що протистоїть конформності, є не негативізм, а

самостійність і незалежність.

Неприязнь до інших - форма негативного відношення до іншої людини або інших людей, що може супроводжуватися або не супроводжуватися негативною поведінкою. Негативна поведінка, як прояв неприязні, виражається в таких формах, як дискримінація, расизм, сексизм.

Джерелом неприязні частіше за все виявляються: установки упередженості, забобони; потреби у соціальній ідентифікації: розділення на «ми» і «вони». У рамках цього розділення «ми» - люди, що розділяють відчуття приналежності до групи, відчуття загальної ідентичності; «вони» - група, яку «ми» сприймають як несхожу на «нас» або відособлену від «нас». «Ми» краще, ніж «вони», навіть якщо «ми» і «вони» схожі. Таким чином, у рамках такого розділення задовольняється потреба в самоідентифікації: існує тенденція характеризувати свою власну групу позитивно, щоб позитивно оцінювати себе.

Конфлікт як ворожість - наполегливо сприймана несумісність інтересів, цілей, дій індивідів. Звичайно учасники (або один з них) твердо стоять на позиції сили. Кожний розглядає іншого як супротивника. Мета поведінки в конфлікті - перемога за всяку ціну. Засоби, що використовуються для досягнення поставленої мети, - будь-які («будь-які засоби добрі»), зокрема: вимога поступок

як умови для продовження відношень; недовір'я; тверде відстоювання своєї позиції; погрози; приховування своїх істинних намірів; вимога односторонніх переваг як платня за угоду; прагнення виграти змагання волі; вживання тиску; напади на особу; емоційна ворожість, агресивність; пошук єдиної відповіді - тієї, яку прийме протилежна сторона.

Ненависть - стійке активне негативне відчуття суб'єкта, направлене на явища,

що суперечать його потребам, переконанням, цінностям. Ненавидіти когось - значить, бути готовим діяти по відношенню до нього агресивно.

Ненависть формується як: гостра незадоволеність, викликана небажаним розвитком подій; систематичне накопичення більш слабких дій від джерела негативних переживань, і тоді предметом ненависті стає реальна або уявна причина цих подій.

При ненависті мета полягає в тому, щоб захиститися або погубити супротивника. Людина, яка ненавидить когось, стає підвищено чутливою як до небезпеки, так і до сприятливої можливості для атаки. Людина засмучується, якщо об'єкт ненависті здоровий і процвітає, і тріумфує, коли того переслідують невдачі.

Деякі соціальні психологи (наприклад, Т.Шибутані та ін.) вважають, що ненависть швидше властива людині з низьким рівнем особистої гідності. Той, хто не любить самого себе, може несвідомо проектувати свої негативні властивості на інших і потім агресивно на них реагувати.

Інтенсивність ненависті, як і інших відчуттів, залежить від характеру людини. У одних людей ненависть набагато сильніша та стійкіша, ніж у інших.

Агресія як спричинення шкоди іншим відрізняється від агресії як спричинення шкоди самому собі (аутоагресія). У першому випадку агресія - це поведінка, що спрямована на нанесення фізичної або психологічної шкоди, збитку іншій людині, групі людей або на знищення їх. Часто така поведінка виникає як реакція суб'єкта на перешкоди досягненню мети і супроводжується гнівом, ворожістю, ненавистю. Від подібної реактивної агресії в різних її проявах (експресивна, імпульсна, афектна, агресія) слід відрізнити ворожу агресію, що характеризується цілеспрямованим усвідомленим наміром нанесення шкоди іншому, і інструментальну агресію, де мета дії суб'єкта нейтральна, а агресія використовується як один із засобів її досягнення.

Існують три форми агресії (зовні) з погляду способу вираження: вербальна; фізична; поєднана (вербальна і фізична одночасно).

Є дві форми агресії з точки зору її спрямованості: пряма: направлена на реальне або уявне джерело фрустрації; зміщена: направлена не на джерело фрустрації, а на інший об'єкт живий (людина, тварина), неживий (який завгодно).

Для форм агресії, що розвиваються в масових соціальних явищах (терор, геноцид, расові, релігійні, ідеологічні зіткнення), типові супроводжуючі їх процеси зараження та взаємної індукції, стереотипізації уявлень у створюваному «образі ворога». Не менш небезпечна і агресія, що йде від індивіда. Складність тут полягає в тому, що у кожної людини є власні уявлення про норми, що і

позначається на рівні прояву агресії. Важливу роль відіграє ряд ситуативних змінних (інтерпретація намірів оточуючих, можливість отримання зворотного зв'язку, провокуючи вплив оточуючих тощо).

Агресивні дії можуть спрямуватись суб'єктом і на самого себе, приймаючи форму аутоагресивності (наприклад, суїцид).

Деякі прояви агресії служать ознакою патопсихологічних змін особи, що розвиваються, таких як збудлива психопатія, параноя, епілепсія тощо. У формуванні самоконтролю над агресією та в забороні агресивних актів велику роль відіграє розвиток психологічних процесів емпатії, ідентифікації, децентрації, що допомагають людині розуміти іншого та співпереживати йому, що сприяє формуванню уявлення про іншу людину як унікальну цінність.

Лекція 5. Соціальна психологія груп. **Психологія малих соціальних груп.**

Проблема малої групи - одна з найважливіших в соціальній психології, оскільки мала група виступає тим первинним середовищем, в якому особа скоює перші кроки і продовжує далі свій шлях розвитку.

Очевидним є той факт, що з перших днів життя людина пов'язана з певними малими групами. Вона не тільки випробовує на собі їх вплив, але і одержує в них і через них першу інформацію про зовнішній світ, а надалі організовує свою діяльність.

Перш за все слід зазначити, що поняття «група» може вживатися в різних значеннях.

Одне з них пов'язане із задачами соціологічного або демографічного статистичного аналізу, у такому разі виділяються довільні об'єднання (угруповання) людей за якою-небудь загальною ознакою, необхідній в рамках конкретної системи цього аналізу.

Інше розуміння терміну «група» має місце в психології, коли в результаті тестових випробувань конструюються групи людей, що дали показники в якихось одних межах.

Нарешті, під групою розуміється реально існуюче утворення, в якій люди зібрані разом, з'єднані якоюсь загальною ознакою або видом спільної діяльності, поміщені в якісь ідентичні умови, обставини, певним чином усвідомлюють свою належність до його утворення, хоча ступінь такого усвідомлення може бути вельми різна.

З погляду соціологічного підходу вибирається якийсь об'єктивний критерій розрізнення груп і в його рамках аналізують кожну соціальну групу, її відношення з суспільством, з особами, що в неї входять.

Для соціально-психологічного підходу використовується інша точка зору. Виконуючи різні соціальні функції, людина є членом багатьох соціальних груп. Вона формується як би в перетині цих груп, де схрещуються різні групові впливи. Це має для особи важливе значення: з одного боку, визначається її об'єктивне місце в даній спільності людей, з іншою - формується свідомість

особи. Особа являється включеною в систему поглядів, уявлень, норм, цінностей численних груп.

Для соціальної психології явно недостатня проста констатація безлічі людей або навіть наявності усередині нього якихось відносин. Соціальна психологія досліджує перш за все закономірності поведінки людей, обумовлені фактом їх включення в реальні соціальні групи. Отже, фокусом аналізу тут виступає саме змістовна психологічна характеристика таких груп.

Спільність змісту діяльності і поведінки груп породжує і спільність їх психологічних характеристик: групових інтересів, групових потреб, групових норм, групових цінностей, групових цілей, групової думки.

Для індивіда, що входить до групи, усвідомлення належності до неї здійснюється перш за все через ухвалення саме цих характеристик, що і дозволяє йому ідентифікувати себе з даною групою. Доведено, що головною, чисто психологічною характеристикою групи є наявність так званого «ми-відчуття», на відміну від іншого - «вони».

«Ми-відчуття» виражає потребу відрізнити одну спільність від іншої і служить індикатором певної соціально-психологічної ідентичності.

Специфіка соціально-психологічного аналізу групи саме тут і виявляється. Розглядаються виділені засобами соціології реальні соціальні групи, і в них визначаються ті риси, які в сукупності роблять групу психологічною спільністю.

Теоретичні підходи до дослідження малих груп.

На розвиток теорії психології соціальних груп надав вплив безліч концепцій, серед яких найбільш відомі наступні.

Теорія поля ґрунтується на відомій тезі К. Левина про те, що поведінка особи, як правило, визначається її життєвим і соціальним простором. При розробці своєї концепції К. Левин скористався аналогами понять, вживаних в топології і теорії множин. Ця теорія дала імпульс до розробки приватних теорій групової психології:

- теорії згуртованості; теорії соціальної влади;
- теорії суперництва-співпраці; - теорії внутрішньогрупового тиску; - теорії групових домагань.

Інтеракціоністська концепція будується на тому, що група є система взаємодіючих індивідів, функціонування яких описується трьома поняттями: індивідуальна активність; взаємодія; відношення.

У теорії систем група розглядається як відкрита система взаємозв'язаних позицій і полів, як сукупність групових «входів» і «виходів».

Соціометрія розглядає групу через аналіз внутрішньогрупових відносин.

Фрейда про мотиваційні і захисні механізми особи.

Загальнопсихологічний підхід полягає в уявленні про людську поведінку, в якій відображені індивідуальні процеси особи, такі як навчання, когнітивна сфера, мотивація і емоційно-вольова сфера особи, яка неминуче пов'язана з груповими діями.

Теорія підкріплення базується на ідеях оперантного обумовлення Скіннера, в рамках яких поведінка індивіда в групі визначається як функція заохочення (позитивне підкріплення) і санкцій (негативне підкріплення).

Суть і зміст поняття «мала група».

У вітчизняній і зарубіжній соціальній психології даються різні визначення малої групи. Одне з «синтетичних» визначень малої групи звучить так: «Мала група - це нечисленна за складом група, члени якої поєднані загальною соціальною діяльністю і знаходяться в безпосередній особистій взаємодії і спілкуванні, що є основою для виникнення емоційних відносин, групових норм і групових процесів».

Навіть таке достатньо універсальне визначення носить описовий характер і допускає різні тлумачення, в залежності від того, якому змісту надається включеним в нього поняттям. Ця відмінність в тлумаченнях характерна для дослідників інтеракціонистської і когнітивістської орієнтації.

Для перших важливим моментом у визначенні поняття малої групи виступає саме загальна спільна діяльність, і тоді мала група розглядається перш за все як певна система взаємодії.

Для других в цьому ж визначенні важливими виявляються елементи групової когнітивної структури - норми і цінності, незалежно тому, чи на основі загальної діяльності або простої взаємодії функціонує група.

Під групою розуміють психологічно єдиний соціальний осередок, члени якого цілеспрямовано пов'язані один з одним і залежать один від одного. Важливо відзначити, що кожний член групи визнає цю свою залежність від інших її членів.

Іноді поняття «мала група» трактується як: збори людей, включених в координовану діяльність, свідомі або несвідомо підлеглу загальній меті, досягнення якої приносить учасникам задоволення; мініатюрна соціальна система, дослідження якої дає розуміння соціального простору в цілому; життєвий простір особи.

Існують і інші підходи до опису малої групи. Указуються, зокрема, такі її критерії, як: частота і тривалість взаємодії індивідів в групі; число складових її членів; взаємостосунки і взаємовплив членів групи; визначеність ролей, які виконують окремі індивіди; відособленість лідерів, що впливають на решту членів групи; спільність цілей, діяльності і організації; наявність у членів групи «ми-відчуття», єдності групи; згуртованість людей, ступінь якої залежить, з одного боку, від сили взаємного тяжіння членів групи, а з іншою - від інтересу, що викликається діяльністю групи.

Група є соціальним союзом, що наділяє особливими властивостями, характерними для поведінки її членів: структурою і організацією: силове вимірювання ефективності групи; системою норм, регулюючих поведінку членів групи, їх відношення один до одного, до інших груп: оцінюване вимірювання того, що підтримується, захищається, заохочується і затверджується в групі, а що розглядається як відхилення.

Істотним є питання про кількісні характеристики малої групи. Кажучи про низькі межі малої групи, можна відзначити, що ні в теоретичному, ні в практичному планах питання про те, два або три члени утворюють мінімальну малу групу, остаточно дотепер не вирішений. В спеціальній літературі присутні немало аргументованих положень в захист як діадної, так і тріадної концепції, а

практично все одно доводиться зважати на той факт, що мала група «починається» або з діади, або з тріади.

Не менше гостро коштує питання і про верхню межу малої групи У свій час такою межею прагнули встановити число 7 - 2 спираючись на відкриття Дж. Міллером «магічного числа» при дослідженнях об'єму оперативної пам'яті. Проте незабаром було доведено, що стосовно функціонуючої малої групи використання «магічного числа» 7 - 2 як її верхня межа некоректно.

Є точка зору, що максимальне число членів малої групи визначається емпірично, важливо тільки, щоб група була одиницею спільної діяльності, що наказала їй.

Характеризуючи малу групу в цілому, можна сказати, що їй властиві наступні ознаки.

Інтегративність - міра єдності, злитої, спільності членів групи. Протилежна якість - роз'єднаність, дезінтеграція.

Мікроклімат - психологічне самопочуття кожного індивіда в групі, його задоволеність групою, комфортність перебування в ній.

Референтність - ухвалення членами групи загальних еталонів.

Лідерство - ступінь впливу тих або інших членів групи на групу в цілому заради здійснення загальних цілей.

Інтрагрупова активність - міра внутрішньогрупової активності її членів.

Інтергрупова активність - ступінь активності групи в цілому і її членів із зовнішніми групами.

Спрямованість групи - соціальна цінність прийнятих нею цілей, мотивів діяльності, ціннісних орієнтації і групових норм.

Організованість - реальна здібність групи до самоврядування.

Емоційність - міжособові емоційні взаємозв'язки членів групи; переважаючий емоційний настрій групи.

Інтелектуальна комунікативність - характер міжособового сприйняття і встановлення взаєморозуміння, знаходження єдиної мови спілкування.

Вольова комунікативність - здатність групи протистояти труднощам і перешкодам; її надійність в діяльності і поведінці в екстремальних ситуаціях.

Можна виявити і безліч інших ознак, що визначають малу групу, наприклад: переважно прямий контакт між її індивідами, безпосереднє, особисте («лицем до лица») спілкування її членів між собою; міжособова взаємодія і взаємовплив; спільність цілей і діяльності; переживання загальних відчуттів; спільність уваги, інтересів, мотивів, установок, норм, звичаїв і навичок; внутрішня розчленована групових ролей; певна локалізація в просторі і відносна стійкість за часом.

Класифікація малих груп.

Є різні підстави для класифікації малих груп. По порядку виникнення: первинні і вторинні. Первинні: в них існують безпосередні контакти. Вторинні: члени групи не зв'язані інтимністю відносин.

Вперше такий розподіл груп був запропонований Ч. Кулі. Практичного значення ця класифікація зараз не має. В соціальній психології є інше трактування малих груп як первинних і вторинних. Первинні - обмежені групи

типу сім'ї, компанії друзів, найближчих сусідів. Для них характерна безпосередність контактів, в них відбувається культуризація індивіда, з дуже тісними міжособовими відносинами і взаємодіями.

Вторинні - великі за розміром групи, відносини в яких формалізовані.

За суспільним статусом: формальні (офіційні) і неформальні (неофіційні).

Офіційні, формальні - реальні або умовні соціальні спільності, мають юридично фіксований статус; члени їх в умовах суспільного розподілу праці з'єднані соціально заданою діяльністю. Звичайно такі групи породжуються офіційною структурою, в них чітко задані всі позиції членів, що наказали, груповими нормами, строго розподілені всі ролі відповідно до підкорення в структурі влади в групі.

Неофіційні, неформальні - реальні соціальні спільності, не мають юридично фіксованого статусу, добровільно з'єднані на основі інтересів, дружби і симпатій або на прагматичній основі. Це групи спілкування - вони виникають і складаються стихійно. Тут ні статуси, ні ролі, немає заданої системи взаємостосунків по вертикалі.

Практично встановлено, що насправді дуже важко вичленувати строго формальні і строго неформальні групи, особливо в тих випадках, коли неформальні групи виникають в рамках формальних, або коли в групі, що стихійно утворилася, раптом виникає спільна діяльність. Вперше розподіл груп на формальні і неформальні запропонував Е. Мейо.

По безпосередності взаємозв'язків: реальні (контактні) і умовні.

Реальні (контактні) - обмежені в розмірах колективи людей, які існують в загальному просторі і часі і з'єднані реальними відносинами. Приклад: учбовий клас, виробнича бригада.

Умовні - з'єднані за певною ознакою спільності людей, включаючи суб'єктів, що не мають прямих або непрямих об'єктивних взаємостосунків. Люди, що становлять ці спільності, можуть взагалі нічого не знати один про один і при цьому знаходитися у визначених, більш менш однакових, відносинах з іншими членами своїх груп, вже реальних. Ці спільності об'єднуються на різних підставах: роду діяльності, полу, зросту, рівню освіти, національності та ін.

За рівнем розвитку: низького рівня і високого розвитку.

Рівень групового розвитку - характеристика сформованості міжособових відносин, що виражається в групоутворенні.

У зарубіжній соціальній психології параметрами групоутворення вважаються:

час існування групи, наявність відносин влади і підкорення, кількість групових комунікацій, число взаємних виборів.

У вітчизняній соціальній психології для характеристики рівня групового розвитку беруть до уваги два чинники: ступінь опосередкованості міжособових відносин змістом спільної діяльності, тобто цілями, цінностями, організацією, і соціальний характер цих цілей і цінностей, тобто ступінь відповідності їх суспільноісторичному процесу - прогресу, стагнації або регресу.

Низького рівня розвитку - групи, які засновані на асоціальних чинниках, відсутності загальних цілей і інтересів, конформності або нонконформності її членів.

Серед груп низького розвитку: виділяють наступні види.

Асоціації - групи, в яких взаємостосунки опосередковують тільки особово значущими цілями. В них відсутні спільна діяльність, організація і управління, ціннісні орієнтації виявляються при груповому спілкуванні. Асоціації можуть бути просоціальними і асоціальними, залежно від того, суспільний або антигромадський характер мають ціннісні орієнтації групи.

Корпорації - організовані групи, характерні своєю замкнутістю, максимальною централізацією і авторитарністю керівництва; на основі своїх вузько індивідуалістичних інтересів протиставляють себе іншим соціальним спільностям. Міжособові відносини опосередковують асоціальними і нерідко антисоціальними ціннісними орієнтаціями. Персоналізація одних індивідів в корпорації здійснюється за рахунок деперсоналізації інших.

Дифузні групи - спільності, в яких немає згуртованості і ціннісно-орієнтаційної єдності, немає спільної діяльності, здатної опосередкувати міжособові відносини її учасників. В цих групах взаємовідношення опосередковують тільки симпатіями і антипатіями.

Високого розвитку - групи, засновані на соціальних цілях і цінностях, на загальних інтересах. Взаємостосунки в них опосередковують особовою значущістю і суспільно цінним змістом групової діяльності. Прикладом групи високого розвитку може служити колектив. Докладніше про це - в темі «Психологія організованих соціальних груп: психологія виробничого колективу».

По значущості: референтні і групи членства.

Референтні (еталонні) - групи, які визначені за ступенем свідомості відношення до них індивідів. Це реальна або умовна соціальна спільність, з якою індивід співвідносить себе як з еталоном і на чий норми, думки, цінності і оцінки, орієнтується в своїй поведінці і самооцінці.

Референтна група виконує дві важливі функції.

Нормативна функція виявляється в мотиваційних процесах. Референтна група виступає при цьому як джерело норм поведінки, соціальних установок і ціннісних орієнтації індивіда.

Порівняльна функція виявляється в процесах соціального сприйняття (соціальної перцепції). Референтна група виступає тут як еталон, за допомогою якого індивід оцінює себе та інших.

Референтні групи можуть бути в представленні індивіда як «позитивними», так і «негативними».

До «позитивних» відносяться ті, з якими індивід ідентифікує себе і членом яких він хотів би стати.

До «негативних» референтних груп відносяться ті, які викликають у індивіда неприйняття.

У кожного індивіда може бути різне число референтних груп залежно від видів відносин і діяльності. Можливі ситуації, коли референтні для індивіда

групи мають протилежно направлені цінності, що може привести до утворення у нього серйозних внутрішньо особових конфліктів, що вимагають психологічного або психотерапевтичного консультування.

Експериментально було встановлено, що деякі члени малих груп розділяють норми поведінки не своїх груп, а інших, на які вони орієнтуються, хоча своїм членством в них і не представлені. Вперше розподіл груп на референтні і групи членства ввів Г. Хай мін.

Групи членства - це групи, в яких індивід не протиставив самій групі, і де він співвідносить себе зі всіма іншими членами групи, а вони себе - з ним.

Окрім перерахованих, можна виділити безліч інших соціально-психологічних критеріїв для диференціювання малих груп, наприклад: природні: сім'я; подібності (психологічного, економічного і ідеологічного): класи, партії, секти, рухи; по спільності професійних або любительських інтересів: клуби; організовані і стихійні; довготривалі і короткочасні; стійкі і нестабільні; відкриті і закриті; що розвиваються і вже склалися; психотренінга, психокоректувальні і психотерапевтичні.

Групи досліджують за: ступенем підлеглості особи; типом контролю за групою діяльністю; характером розподілу ролей в групі; характером комунікацій в групі.

У сучасних умовах утворення і формування малих груп має, як мінімум, три джерела:

- 1) розподіл праці, виробнича необхідність: бригади, ділянки, цехи, відділи, класи, курси;
- 2) потреби людини в спілкуванні, допомоги іншим і самому собі: клуби по інтересах, групи спілкування;
- 3) вимушене співіснування: військові підрозділи, осуджені до позбавлення волі, дитячі будинки, лікарні, групи некороткочасного (більше тижня) відпочинку і ін.

Психологічні характеристики малої групи.

До найпростіших параметрів будь-якої групи відносяться: склад і структура групи; групові очікування, процеси, норми і цінності, санкції і заохочення.

Кожний з цих параметрів може набувати різні значення залежно від типу групи, що вивчається. Наприклад, склад групи можна описати за віковою, професійною, соціальною та іншої ознаці.

Коли говорять про психологічну структуру групи, першою важливою її характеристикою виступає зміст. Можна вести мову про структуру: соціальних ролей; переваг; влади; комунікацій; групової діяльності; міжособових відносин.

Другою важливою характеристикою групи є положення індивіда в групі як її член, або його статус.

Третьою характеристикою групи є структура соціальних ролей, об'єктивно властивих членам групи.

Четвертою характеристикою групи є система групових очікувань. Річ у тому, що всякий член групи не просто виконує свої функції, але і обов'язково

оцінюється іншими. Від кожної ролі очікується виконання певних функцій як по їх змістовному набору, так і за якістю їх виконання.

Група через систему очікуваних зразків поведінки, відповідних кожній ролі, певним чином контролює діяльність своїх членів. Іноді може виникнути розузгодження між очікуваннями, які має група щодо якого-небудь члена і його реальною поведінкою, реальним способом виконання ним своєї ролі. Щоб ця система очікувань була якось визначеною, існують групові норми і групові санкції.

Групові норми - п'ята характеристика групи. Групові норми - це певні правила, які виробляються групою, приймаються нею і яким повинні підкорятися її члени, щоб існувала група, спільна діяльність була взагалі можлива. Зрозуміло, що групові норми виробляються виходячи з уявлення про групові цінності і спираються на них.

Групові санкції - шоста характеристика групи. Групові санкції - це механізм управління поведінкою будь-якого члена групи. Система санкцій призначена не для того, щоб компенсувати недотримання норм, а для того, щоб забезпечити їх дотримання. Санкції можуть бути двох типів: заохочувальні і заборонні, позитивні і негативні.

Добре відомо, що члени групи іноді відхиляються від загальногрупової поведінки, не бажають „йти в ногу з більшістю”. Це відбувається, якщо:

- групові норми однієї спільності вступають в конфлікт з груповими нормами іншої спільності, і одна з цих спільностей є для суб'єкта референтною;
- групові норми спільності опиняються в конфлікті з індивідуальними нормами члена групи;
- група відноситься терпимо (толерантно) до поведінки деяких членів групи, що відхиляється, головним чином тих з них, які мають великі заслуги перед групою і володіють вельми високим довір'ям з її сторони.

Докладніше про це - в темі «Психологія соціально-ролевої поведінки особистості».

Методологія дослідження психології великих соціальних груп. Всі змістовні елементи суспільної психології виникають на основі історичного досвіду перш за все великих груп, досвіду, узагальненого культурними і ідеологічними системами.

У широкому значенні структура суспільної психології включає різні психічні властивості, психічні процеси і психічні полягання, подібно тому, як цими ж елементами володіє психіка окремої людини.

Можна виділити дві частини суспільної психології:

- динамічні її елементи. Це емоційна сфера: в неї входять потреби, інтереси, настрої - все те, що звичайно і називають «настроєм розуму і відчуттів»;
- більш стійкі утворення. Це психічний склад: до нього можна віднести соціальний і національний характер, навики, звички, звичаї, традиції, смаки і т.п.

Соціально-психологічний аналіз великих груп може розглядатися як підхід до пізнання психіки індивіда. Є ряд принципових методологічних питань, що стосуються аналізу великих соціальних спільнот.

До них можна віднести наступні: які групи володіють ознакою «великі»; яка структура психології великих груп; яке співвідношення психіки окремих індивідів, що входять до групи, з елементами цієї групової психології; якими методами можна користуватися при вивченні психології великих груп.

Найскладніше питання - питання про кількісне визначення поняття «велика група». Чисто кількісного визначення цього поняття не існує, є тільки емпіричне уявлення про великі групи:

- велика група - це випадково, яка стихійно виникла, достатньо короткочасно існуюча спільність (натовп, публіка, аудиторія);
- соціальна група, що склалася в ході історичного розвитку суспільства, яка займає певне місце в системі суспільних відносин конкретного типу суспільства, стійка в своєму довготривалому існуванні (клас, нація, народність, демографічна група);
- велика група - це кількісно не обмежена умовна спільність людей, що виділяється на основі певних соціальних ознак, таких як класова належність, стать, вік, національність і др.;
- велика група - це значна по кількості, складно організована спільність людей, залучених в деяку суспільну діяльність (наприклад, колектив підприємства або установи).

Для великих соціальних груп характерні деякі загальні ознаки, значущі з погляду соціально-психологічного аналізу і відрізняючі їх від малих груп.

У великих групах існують специфічні регулятори соціальної поведінки, яких немає в малих групах. Це - вдачі, звичаї і традиції. Втім, подібне твердження достатньо спірне - сім'я, цей типовий представник малої групи, скільки завгодно може бути вмістищем і звичаїв, і традицій. Чого коштує, наприклад, наше сімейне: «Нас так виховували!» в підтримку де культурних, а де і диких традицій і звичаїв виховання.

Єдність особливостей життєвої позиції тієї або іншої великої групи із специфічними моделями поведінки утворюють спосіб життя такої групи.

У соціально-психологічному плані спосіб життя великих соціальних груп є особливими формами спілкування, особливим типом соціальних контактів між членами такої спільності. В рамках певного способу життя набувають особливого значення інтереси, цінності і потреби, наявність специфічної мови (у тому числі його перетвореної форми у вигляді жаргону), властивої; професійній або якійсь іншій групі.

Загальні риси, властиві великим групам, не можна абсолютизувати. Кожний тип цих груп володіє своєрідністю. Схожі умови існування певної групи впливають на свідомість її представників двома шляхами: через особистий життєвий досвід кожного члена групи, визначений соціально-економічними умовами життя всієї групи; через спілкування, велика частина якого відбувається в певній соціальній сфері з чітко вираженими рисами даної групи.

Яким чином психологічні характеристики великої групи співвідносяться із свідомістю кожної окремої особи, у велику групу входить? В найзагальнішому вигляді відповідь на це питання виглядає так: психологічні характеристики

групи є тим типовим, що характерне всім індивідам. Зрозуміло, що ці характеристики зовсім не є сумою рис, властивих кожній особі.

Психологія групи є те загальне, що властиво до певної міри всім представникам даної групи, тобто типове для них, породжене загальними умовами існування. Це типове не є «однакове» для всіх, але саме загальне.

Соціальний тип особи звичайно мислиться як тип особи представника певної соціально-психологічної групи-класу, наприклад, або професії, або соціальнодемографічної групи. Фіксація цього типового - вельми складна задача. Проте, наявність загальних рис в психології представників певної соціальної групи заперечувати неможливо. Це загальне існує об'єктивно і виявляється в реальній поведінці і діяльності груп.

Багатство методик вивчення різних соціально-психологічних процесів в малих групах виразно контрастує з відсутністю подібних методик для дослідження груп великих. Це породжує припущення про те, що психологія великих груп не піддається науковому аналізу. Навіть відсутність традиції в подібного роду дослідженнях як би підтверджує справедливості такого припущення.

У соціальних психологів немає і тіні сумніву в тому, що без психології великих груп сама наука залишається неповною, що соціально-психологічний аналіз великих соціальних груп «ключ» до пізнання психіки індивіда. Проте, реальність така, що психологія великих груп якнайменше розроблена тема як на загальнотеоретичному, так і на операціональному рівнях дослідження.

Особливості психології класів.

Слід зазначити високий ступінь складності розкриття питання про особливості психології класів. Цей напрям поки що не розроблений ні світовою, ні вітчизняною соціальною психологією. В літературі швидше можна зустріти опис труднощів і проблем, що ускладнюють можливості розкриття психології класів, ніж опис її особливостей. Багато уваги надається аргументуванню того, що необхідно досліджувати, працюючи над проблемою психології класів.

Вважається, що на соціальну психологію в певні періоди всесвітньої історії добре «попрацювала» світова і вітчизняна художня література, яка дала багатющий (у властивій саме їй формі віддзеркалення дійсності - у формі художніх образів) матеріал як «приклад того типу досліджень, які іменуються монографічними». Це положення, безумовно, справедливо. Але що цікаве: наука не змогла переробити цей безцінний літературний досвід епох і конвертувати його у форму наукової теорії, в систему наукових понять, в опис якісних ознак даного предмету (психологія класу) на всіх рівнях: загальному, особистісному і одиничному.

Можливо, вся річ у тому, що цей багатющий художній потенціал створювався (і існує) в рамках конкретного, через опис психології не стільки певного класу в цілому, скільки його конкретних видатних представників різних країн і різних народів, і «перенести» це, навіть в переробленому вигляді, з однієї сфери (літератури) в іншу сферу (науку) не вдається. Можливо, це і неможливо. В соціально-психологічних роботах наголошується, що члени всякого класу з'єднані в численні і різноманітні малі групи (сім'ї, трудові колективи, всілякі

суспільства), значущий «репертуар» поведінки (тобто класовий) не задається цими групами. Якщо в рамках аналізу залишитися лише на рівні малої групи, то ні зміст норм, цінностей, установок, ні їх можливий набір щодо великої групи не можуть зрозуміти.

У сучасній соціальній психології зроблено три основні лінії дослідження психології класів:

- виявлення психологічних особливостей різних конкретних класів, які існували в історії і існують дотепер. В літературі, переважно соціологічною, розкриваються характеристики психологічного вигляду робочого класу, селянства, соціальної групи, що одержала назву «інтелігенція»;
- дослідження психологічного вигляду різних класів певної епохи. Тут аналізується взаємозв'язок психологічних рис різних класів, що створює особливий «малюнок» епохи, цей шлях також в більшій мірі освоєний соціологією;
- дослідження співвідношення класової психології і психології окремих членів класу як окремого випадку проблеми співвідношення психології групи і індивіда, включеного в дану групу.

Структуру суспільної психології класів складають наступні її найважливіші елементи.

Класові потреби один з самих значущіших елементів сфери суспільної психології. Класове положення визначає деякий об'єм і склад матеріальних і духовних благ, якими кожний член класу володіє, тому класовий стан задає і певну структуру потреб, відносне психологічне значення і питому вагу кожної з них. Класовий стан індивіда задає певним чином ієрархію його діяльності, що і обумовлює структуру його потреб.

Класові інтереси. Їх конкретний зміст також задається всією системою відносин, в яку даний клас включений. Соціальній психології важливе питання про те, як класовий інтерес, формований на рівні всієї спільності, визначає поведінку кожного окремого представника класу. Не менше важлива для соціальної психології і проблема взаємостосунків і взаємодії в перетині різних інтересів, оскільки будь-який представник класу одночасно є і членом іншої соціальної групи.

Класові відчуття - це певні характеристики емоційних станів, властивих класу, в першу чергу саме відчуття, а також і інші прояви емоційної сфери. Світова література, як художня, так і професійна, повна описів абсолютно конкретних проявів психологічного вигляду класів, особливо таких двох його антиподів, як робочий клас і буржуазія. Вітчизняна література і радянська ідеологія активно розробляли два поняття, що мали відношення до класових відчуттів, класову ненависть і класову солідарність.

Класовий характер поняття практично не розроблене. Звичайно в літературі йдеться про соціальний характер. Вважається, що соціальний характер виявляється в типовому образі дій представників різних класів в різних ситуаціях і відрізняє представників одного класу від представників інших класів.

Значущими регуляторами поведінки класів можуть служити і такі психічні утворення, як звички, звичаї і традиції, в сукупності представляючи спосіб життя

класу, але не вичерпуючи його. Соціальна психологія досліджує домінуючий образ поведінки основної маси представників того або іншого класу в типових ситуаціях повсякденного життя. Звички і звичаї складаються під впливом певних життєвих умов, але надалі закріплюються і виступають саме як регулятори поведінки.

Психологічні особливості етнічних груп.

Етнічні групи, як і класи, є великими соціальними групами і впливають на історичний процес. Найпоширеніші форми етнічної спільності нації, народності, національні групи. Структура психології етнічної групи складається з тих же елементів, які властиві структурі суспільної психології будь-якої великої групи. Частіше за все психологія етнічних груп досліджується як психологія націй.

Відповідно до традиції, що склалася в соціальній психології великих груп, в психології етнічних спільнот розрізняють дві сторони: найстійкішу частину: психічну, це національний або етнічний характер і темперамент, традиції і звичаї; емоційну сферу: національні або етнічні відчуття.

У реальних суспільствах в будь-якій групі людей переплітаються національні і соціальні характеристики. Будь-яка межа з виділених в національних характерах різних груп не може бути жорстко прив'язана тільки до даної нації. Кожна з таких рис, строго кажучи, є загальнолюдською. Правильніше говорити не стільки про якісь набори рис, скільки про ступінь вираженості тієї або іншої межі: німецька пунктуальність і акуратність, англійська манірність, італійська експансія, іспанська гордість, американський практицизм і оптимізм: як люблять говорити американці, «В Бога ми віруємо, інше - готівкою» або «Американець усміхається навіть тоді, коли його везуть в морг», і т.д.

Ряд дослідників вважають, що, на відміну від елементів суспільної психології класів, в етнічних групах іноді фіксуються такі елементи психічного складу, як темперамент і здібності. Проте це питання в соціальній психології не вирішено однозначно. Інші дослідники взагалі заперечують правомірність постановки проблеми темпераменту і здібностей для різних етнічних груп. (Правда, незрозуміло, яке відношення це заперечення має до питання про наявність або відсутність цих елементів в психічному складі. Якщо такі елементи є, то причому тут правомірність або неправомірність постановки проблеми? Можна побачити етичну проблему в дослідженнях відмінностей в здібностях тих або інших етнічних груп, але вже ніяк не темпераменту. Проте, дослідження етнічних відмінностей в здібностях мають дуже велику небезпеку „зісковзування” з констатації конкретного наукового факту на оцінку етнічної групи на рівні буденної свідомості і, отже, можливості спотворення її образу).

Важливою характеристикою психології етнічних груп є відносність психологічних відмінностей між групами. Слід зазначити, що психологія етнічних груп, як і психологія класів, проблема високого рівня складності. Сучасна соціальна психологія часто обговорює характер цих складнощів і розробляє методологічні аспекти дослідження психології великих соціальних груп. В цьому плані поки можна говорити швидше про процес, ніж про результат.

Передбачається, що основна проблема в дослідженні психології великих соціальних груп проблема наукового інструментарію і дослідницької технології. Який з наукових інструментів може бути самим адекватним для дослідження психології великих соціальних груп? Яка повинна бути сукупність класової або етнічної підспільності, щоб забезпечити достовірність одержуваних результатів? Які принципи інтерпретації результатів? Ці і багато інших питань ще чекають свого рішення.

Думається, що чітке наукове опрацювання цієї проблеми взагалі неможливе тільки в рамках тієї або іншої окремої держави. Повинні бути єдина серйозна наукова програма світової наукової спільноти і відповідне міжнародне її фінансування. Питання в іншому чи життєво важлива ця проблема для різних країн на даному етапі? Це теж питання історії.

Лекція 6. Соціальна психологія сім'ї

Істотним кроком вперед в розвитку соціальної психології стало вивчення соціального і психологічного середовища людини. Нова галузь дослідження одержала назву «психологія середовища». На Заході вона розвивається з кінця 1960-х років.

У даний час в психологічних дослідженнях виникає тенденція дотримуватися принципу «компонентної перспективи». Він означає, що поведінка особи визначається її психологічною конституцією, ситуацією і їх взаємодією. Загальновизнано, що зрозуміти особу і її соціальні взаємодії неможливо, відволікаючись від конкретної життєвої ситуації, в якій вона знаходиться. Це обумовлено тим, що між людиною і умовами його життя існує нерозривний зв'язок.

Не дивлячись на активні дослідження проблематики психології середовища, дотепер немає єдності в розумінні суті психологічної ситуації, є тільки безліч підходів до визначення цього поняття.

Ситуація в загальній інтерпретації - система зовнішніх по відношенню до суб'єкта умов, які спонукають і опосередковують його соціальну активність. Зовнішнє положення по відношенню до суб'єкта означає: у просторовому відношенні: позаположенність йому; у тимчасовому відношенні: передування дії суб'єкта; у функціональному відношенні: незалежність від нього відповідних умов у момент дії.

До елементів ситуації може відноситися і стан самого суб'єкта в попередній момент часу, якщо воно обумовлює його подальша поведінка.

Описати ситуацію на соціально-психологічній мові означає виділити і сформулювати всі вимоги, які пред'явлені індивіду ззовні або вироблені їм самим і виступають для нього як "схожі".

Вирішити ситуацію або перетворити її - значить реалізувати її вимоги. Суб'єкт може вийти за межі ситуації, якщо йому вдається виробити і реалізувати нові вимоги до себе, які являються надмірними по відношенню до первинних.

Одна з концепцій розглядає ситуацію на різних рівнях - від мікро- до макрорівня:

- 1) перший рівень: стимули - окремі об'єкти або дії;
- 2) другий рівень: епізоди - особливі значущі події, які мають причину і наслідок;
- 3) третій рівень: ситуації - фізичні, тимчасові і психологічні параметри, які визначаються зовнішніми умовами;
- 4) четвертий рівень: оточення - узагальнююче поняття, що характеризує типи ситуацій;
- 5) п'ятий рівень: середовище - сукупність фізичних і соціальних змінних зовнішнього світу.

Як видно, при визначенні ситуації акцент ставиться на її зовнішню заданість. Згідно такому розумінню, структура ситуації включає дійових осіб, здійснювану ними діяльність, її соціальні, тимчасові і просторові аспекти. Самі ситуації розрізняють за екологічними, географічними, психосоціальними і багатьма іншими змінами середовища і їх атрибутами.

Згідно дещо іншої позиції, ситуація в психологічному контексті розуміється не просто як сукупність елементів об'єктивною, дійсності, а як результат активної взаємодії особи і середовища. При такому розумінні ситуації виділяються як об'єктивні або суб'єктивні (в залежності тому, який елемент переважає) зовнішні обставини або особа.

Об'єктивна сторона ситуації описана вище, суб'єктивну сторону представляють міжособові відносини, соціально-психологічний клімат, групові норми, цінності, стереотипи свідомості. Зрозуміло, що середовище завжди позасуб'єктивна, а ситуація завжди суб'єктивна (це завжди «чиясь» ситуація). Середовище характеризується відносною стійкістю і тривалістю, тобто стабільністю, а ситуація відносно короткочасна.

З приводу представленої ситуації в свідомості індивіда виділяють два моменти: формування і розвиток сприйняття ситуації; функціонування цього сприйняття як елементу цілісної системи, що представляє картину світу.

Поведінка людини обумовлена не стільки зовнішнім оточенням, скільки його інтерпретацією цього оточення. В зв'язку з цим говорять про так звану значущу ситуацію, якій підкреслюється залежність особи від певних чинників середовища.

Класифікація соціально-психологічних ситуацій.

Різноманіття ситуацій і прийомів їх дослідження привели до висновку про неможливість єдиного рішення при класифікації ситуацій. Вважається, що ця область ще достатньо не вивчена, є лише розрізнені дослідження. Зрозуміло, що способів класифікації ситуацій може бути стільки, скільки буде знайдено для них підстав. І в соціальній психології існує безліч класифікацій соціально-психологічних ситуацій.

Активно використовується і розділяється точка зору на ситуації по ознаці домінування її або об'єктивної, або суб'єктивної складової.

У рамках об'єктний домінуючих ситуацій має місце якнайменша кількість індивідуальних варіацій поведінки. Це означає, що в реакціях на такі ситуації велику роль грають ситуативні змінні, ніж особові.

У рамках суб'єктних домінуючих ситуацій індивідуальних відмінностей якнайбільше. Реакції на такі ситуації вельми різноманітні, що підкреслює велику роль особових змінних.

Класифікація ситуацій, по Л. Аргайлу: офіційні події; випадкові епізодичні зустрічі; формальні контакти на роботі і в побуті; симетричні ситуації (дружні, товариські); асиметричні ситуації (в навчанні, керівництві).

Класифікація ситуацій, за Е. Берном: ситуації-ритуали (ритуали - це символічний вираз думок і відчуттів за допомогою дії, загальної для багато кого і виражаючого загальні прагнення, підстави яких лежать в загальних цінностях); ситуації-ігри (гра - це форма діяльності в умовних ситуаціях, яка направлена на відтворення і засвоєння суспільного досвіду, фіксованого в спеціально закріплених способах здійснення наочних дій. В соціальнопсихологічному контексті - форма відтворення наочного і соціального утримання професійної і іншої діяльності, моделювання систем відносин, характерних для даного виду практики).

Соціальні психологи розрізняють ситуації з погляду суб'єктивного сприйняття і оцінки: суб'єктивно значущі ситуації; суб'єктивно незначущі ситуації.

Ми вважаємо правомірним запропонувати найбільш загальну класифікацію соціально-психологічних ситуацій за принципом сили дії, що дестабілізувала, на індивіда і соціум.

Ситуації штатні - характеризуються традиційним, відомим і підконтрольним індивіду співвідношенням обставин і умов. Рішення по них забезпечується вживанням відомих алгоритмів.

Ситуації проблемні - співвідношення обставин і умов, в яких розвертається діяльність індивіда, містить суперечності і не має однозначного рішення.

Ситуації соціально-напружені - це гостра протиставленість особових і міжгрупових інтересів різних соціальних груп (докладніше - в темі «Психологія соціальної напруженості»).

Екстремальні ситуації - незвичайні умови існування людини, до віддзеркалення яких його психофізіологічна організація або природа не готова (докладніше - в темі «Екстремальна ситуація як соціопсихологічний феномен»).

Існує підхід, який полягає в описі моделі соціальної ситуації і характеристиці ситуації в рамках елементів моделі. Такими є, наприклад, ситуації спорту, ігор, театру, хірургічної або кримінальної ситуації.

Відомий підхід західних соціопсихологів, в рамках якого виділено сім класів ситуацій соціальної поведінки: спільна робота із загальною метою; торгівля, метою якої є компроміс інтересів сторін; боротьба як засіб вирішення конфлікту без компромісу; викладання, при якому відбувається модифікація поведінки вчиться; служба, при якій одна людина задовольняє свої потреби за рахунок іншого, одержуючи за це певну компенсацію; саморозкриття як виклад своєї думки іншим; гра, як несерйозна імітація інших ситуацій, виконувана заради власного задоволення.

У іншому підході (теж західна версія) виділено такі п'ять типів ситуацій:

міжособової загрози; фізичної небезпеки; подвійності; щоденної рутини; соціальної оцінки.

Поведінка індивіда в штатно-проблемних соціально-психологічних ситуаціях.

Поведінка – це властива індивідам взаємодія з середовищем, опосередкована їх зовнішньою (руховою) і внутрішньою (психічною) активністю. Під поведінкою розуміються зовнішні прояви психічної діяльності.

Взагалі корисно трохи зупинитися на дослідженні співвідношення понять «поведінка» і «діяльність». Здавалося б, існує відоме зіставлення соціальної діяльності соціальній поведінці, проте в літературі суцільно і поряд ці поняття ототожнюються: діяльність пояснюється через поведінку, а поведінка - через діяльність. Щоб розібратися в цьому, корисно відштовхнутися від поняття «соціальна активність».

Соціальна активність подвійна по своїй природі. З одного боку, вона об'єктивувалася в різних суспільних процесах, таких, наприклад, як професійна діяльність, і виступає як однорідна соціальна діяльність. З іншою - соціальна активність суб'єктна. Вона завжди індивідуальна, персоніфікована. Суспільство реалізує свою активність тільки через активність індивідів і соціальних груп, що складаються з тих же самих індивідів. Активність індивідів в рамках суспільноорганізаційних форм взаємодії людей виступає як їх поведінка. Поведінка є спосіб включення індивіда в діяльність, він обумовлений конкретно-історичним розвитком індивіда.

Діяльність - це завжди те, що саме індивід робить. Поведінка - це завжди те, як, яким чином, яким способом це «щось» індивід робить. Гете говорив, що поведінка - це дзеркало, в якому кожний показує самого себе.

І соціальна діяльність, і соціальною поведінкою є дві форми існування і розвитку соціальної активності. Вони історично виникають одночасно і функціонують системно, цілісно. Неможливо робити що-небудь ніяк, навіть бездіяльність має свою форму.

Поведінка - це функція взаємодії особи і ситуації середовища в даний момент часу, причому особові особливості розглядаються як можливості, які конкретну дію реалізують в приватній ситуації. Своєрідність поведінки індивіда залежить від характеру його взаємостосунків з соціумом, від норм, ціннісних орієнтацій, ролевих розпоряджень.

Традиційно поведінка описується як сукупність дій, обумовлених навиками, звичками і конкретною ситуацією, що склалися, і вчинків, що вимагають боротьби мотивів, прийняті рішення.

До фактів поведінки відносяться: всі зовнішні прояви фізіологічних процесів, які пов'язані з поляганням, діяльністю і спілкуванням людей: поза, міміка інтонація і т.д.; окремі рухи і жести; дії як більш крупні акти поведінки, що мають певний сенс; вчинки: ще більш крупні акти, як правило, мають соціальне значення і пов'язані з нормами поведінки, відносинами, самооцінкою та ін.

Таким чином, аналіз категорії «поведінку» припускає перш за все аналіз категорії «особа» і «ситуація».

Поведінка багато в чому залежить від рівня суб'єктивного контролю - базової особової характеристики, по якій можна судити про те, в якому ступені людина вважає себе активним суб'єктом своєї діяльності, а в якому ступені - пасивним об'єктом діяльності інших людей і зовнішніх обставин. Численні експериментальні дослідження свідчать про те, що існує зв'язок між рівнем суб'єктивного контролю і різними формами поведінки, а також особливостями особи.

Крім того, на поведінку людини багато в чому впливає приклад (екземпліфікація, або поведінка, що орієнтована на приклад). Впливати можуть особові особливості носія прикладу, що надають на сприймаючого мотиваційну дію, або його поведінкові характеристики, що містять в собі, крім можливості мотиваційної дії, певне «керівництво до дії».

Все різноманіття моделей поведінки індивідів в соціумі можна диференціювати на дві великі групи:

1. Адаптивне, соціально бажане, конструктивне, тобто творча, адекватна поведінка; 2. Деадаптивне, соціальне табуйоване, деструктивне, тобто руйнівна, неадекватна поведінка.

У західній інтерпретації самими загальними стратегіями вважаються форми тотального орієнтування людини - продуктивні і непродуктивні, виявляються, наприклад, в тенденціях «інстинкту життя», за З.Фрейдом, а також «володіння» і «буття», за Е.Фроммом.

Дещо більш широко підійшов до проблеми типів поведінки Х.Томе, який виділив загальну «техніку буття» і ситуативно специфічна техніка.

Загальна «техніка буття»: дії, направлені на зміну ситуації; пристосування до інституційних аспектів ситуації, до соціальних норм і суспільних встановлень, до правил, ділових відносин; пристосування до своєрідності і потреб інших людей; турбування про встановлення і підтримку соціальних контактів; акцептація ситуації.

Ситуативно специфічна техніка: використання шансу; пошук соціальної підтримки; ідентифікація з іншими; корекція своїх очікувань; самоутвердження; агресія; відстрочення задоволення своїх потреб.

Соціум, як зовнішнє по відношенню до індивіда середовище, виробив ряд критеріїв, що забезпечують соціально бажану, адаптивну, адекватну поведінку індивіда. До цих критеріїв відносяться: поведінка, відповідна закону. Законотриманість і пошана правових норм - відмінні ознаки цивілізованих людських взаємостосунків; етична бездоганність. При всій нашій схильності до суб'єктивного трактування моралі в суспільстві існують загальноприйняті підходи до пояснення її основних понять, таких як чесність, справедливість, сумлінність; облік конкретної ситуації, в якій особа діє або виявилася за збігом обставин. Нерідко людина виграє на фоні інших, навіть більш яскравої натури, оскільки вдало виступила в конкретній ситуації, тобто виграно виглядала, слухалася, запам'яталася; мета, яку ставить перед собою особа. Чим більш значуща для людини власна мета, тим більш підйомною силою вона володіє; самокритична оцінка можливостей використання конкретної моделі

поведінки; облік психологічних характеристик - власних і інших індивідів по соціуму.

В оптимальній моделі поведінці досягається розумне співвідношення задуму і способів його виконання. Чим органічніше цей взаємозв'язок, тим привабливіше людина. У наш час подібних прикладів дуже мало, що ще раз підтверджує існування розриву між вибраною моделлю поведінки і особистими можливостями її реалізації.

Стратегії поведінки в індивідуально значущих ситуаціях - це особливі поведінкові синдроми, що характеризуються актуалізацією адаптивних механізмів психічної саморегуляції. Стратегії залежать від ступеня значущості ситуації для даної особи.

Людина освоює ті моделі поведінки, які приносять йому успіх. Не слід забувати, що при виборі моделі поведінки ми залежимо не стільки від самих себе, скільки від багатьох зовнішніх обставин. Чим нижче життєвий рівень суспільства, тим більше його громадяни стурбовані побутовими потребами. В суспільствах з високим життєвим рівнем люди схильні до рішення духовно важливих проблем. Проте і в першому, і в другому випадках значення має духовна активність людей: духовно ослаблена людина більше за інші залежимо від зовнішніх умов.

Широко відома типологія поведінки індивідів стосовно ситуацій зіткнення або перетину їх інтересів. Її автор американський соціальний психолог Д. Томас. Він виділив такі типи поведінки:

Суперництво, боротьба, конкуренція - протиборство конфліктуючих інтересів з позиції сили. Мета: перемога однієї сторони і поразка - інший.

Пристосування, адаптація, небажання захищати свої інтереси (зважаючи на їх малозначність для індивіда) в ситуації об'єктивно або суб'єктивно значущих: для протилежної сторони.

Компроміс - захист і забезпечення власних інтересів більш менш адекватними двосторонніми поступками

Уникнення - відхід від участі в конфлікті, зважаючи на повну байдужість індивіда до власних інтересів і до інтересів партнера.

Співпраця - забезпечення взаємовигідних інтересів на основі спільної діяльності і партнерства.

Типологія відображає розуміння стратегії поведінки в системі координат: Суб'єкт враховує свої інтереси - суб'єкт враховує інтереси партнера.

Інша типологія відображає розуміння характеру стратегії поведінки в системі координат: особиста залучена - гнучкість: збереження («не розгойдувати човен»); згладжування («підкреслювати позитивне»); домінування («батько знає краще»); встановлення правил; співіснування («ви підете однією дорогою, а я - іншою»); торгівля («ти - мені, я - тобі»); підкорення («плисти за течією»); підтримуюча свобода («я підтримую Ваше право на помилку»); співпраця («одна голова добре, а дві - краще»).

Деякі соціальні психологи виділяють чотири стратегії поведінки індивідів в соціально-психологічних ситуаціях, в яких немає якоїсь загальної ознаки.

Кожний з типів ситуацій виявляється для індивіда дискомфортним, але по-різному. Умовно можна дати таку класифікацію.

- Нестерпність негативних переживань. Якщо для людини на такому етапі і в якихось обставинах надзвичайно важливо пережити відчуття задоволення, і йому стають в тягар негативні переживання, то будь-яка складність сприймається ним як трагедія. У нього виникає душевний біль, відчуття катастрофи.

Тоді включаються механізми психологічного захисту, суть яких - спотворення реальності. Людина як би не бачить і не чує, що відбувається насправді - значення ніби блокується для свідомості. Свідомість вдається до ряду прийомів: підміні змісту, забуває істотного, навіюванню, що - це нісенітниця, тлумаченню явищ і подій зовсім в іншій площині, Приписуванню ведучої ролі зовсім іншим людям і обставинам і т.п. Раціоналізація (зручне пояснення), проекція (це не я -це він такий) і витіснення з свідомості, забування неприємних обставин - ось типові варіанти психологічного захисту, включення механізмів спотворення реальності. (Докладніше про механізми психологічного захисту - в темі «Психологія соціальної напруженості»).

- Немоżliвість дії на зовнішні обставини. Ця стратегія використовується, коли людина, випробовуючи якусь сильну потребу, не може її задовольнити, тому що в його арсеналі немає (або він не знаходить) відповідних засобів дії на зовнішні обставини. Умови тут такі: перешкода - зовнішня, на знайти спосіб його подолати. Вийти з ситуації людина не може (такі обставини).

Типова картина для подібного випадку: спочатку людина обирає, стиль поведінки, що може у принципі привести до успіху, причому поведінка ця достатньо добре організована. Але результат не досягається, друга спроба кінчається також невдачею, починаються варіації - знову безрезультатно. Людина багато разів повторює безнадійну поведінку, або вона модифікує її так, щоб діяти було легше, але по суті ця поведінка вже в принципі бажаного результату дати не може. Спочатку людина це усвідомлює, а потім вже не усвідомлює і продовжує безглузду (в плані його намірів) поведінку, витрачаючи сили, час і посилюючи внутрішню напруженість. Паралельно відбувається дезорганізація самої поведінки: воно гірше впорядковано. Нарешті людина як би «залипає» на меті і способі: хай я помру, але зроблю це тільки у такий спосіб. Потім, якщо змінилися обставини, з'явилася можливість вийти з ситуації, змінивши мету і діяльність, вона зробити цього вже не може.

- Труднощі вибору якнайкращого варіанту. Людина в ситуації зіткнення мотивів не в змозі зробити вибір. Не працює ціннісна система. Вона коливається, йде час, йде ситуація, упускаються шанси, можуть порушуватися відносини з іншими людьми, але він топчеться на місці, не в змозі зважитися.

Найскладніший випадок виникає, коли вся система цінностей, якою керувалася людина, виявляється неспроможною - вона привела до життєвого краху. Тоді є два вельми суперечливих шляху. Один - знайти серед осколків зруйнованої системи нове ядро значення життя: для чого, для кого далі жити. І, ґрунтуючись на цьому, почати жити по-новому. Інший шлях пов'язаний з істинно людською свободою, коли основна цінність, заради якої жила людина,

не може оцінюватися розумом. Людина визнає цю цінність відповідної більш високої реальності, ніж та, яка доступна земному розуму. Ця цінність для людини більше, ніж життя. Людина йде на все, щоб не змінити її, і готовий платити за це своїм життям (іноді не тільки своїм).

- Суперечність теоретичного і практичного способів освоєння дійсності. Суть така. Виділяють теоретичне і практичне усвідомлення. Теоретична свідомість будує конструкції на мові понять і ідеальних форм, які можуть бути абсолютно відірвані від реальності. Воно не визнає часу, ситуативних дрібниць. Воно дуже вільне. В ньому вічний людський дух. Але воно ж планує замовлення на земну реальну практичну дію: вирішує питання про здійсненність, але не здійснює.

Практичне усвідомлення обрублює, «приганяє» до місця і до часу, до наявних ресурсів, перекладає на практичну мову плани теоретичного усвідомлення. Практичному усвідомленню протистоять: теоретичне усвідомлення, з одного боку, і реальність - з іншого. Воля - це той механізм, який забезпечує їх згоду і відповідність. Найважливіше - це стійкість всієї системи. Річ у тому, що ієрархія мотивів, прийнята до початку здійснення планів, в процесі їх реалізації може змінитися. Те, що здавалося дуже бажаним до дії, під впливом труднощів може втратити свою привабливість. Почнуть змінюватися образи, ситуації, і система мотивів руйнується.

Адаптація як універсальна стратегія ефективної поведінки індивіда в соціально-психологічній ситуації.

У даний час популярна точка зору, що стратегії поведінки розкриваються в різних формах адаптації.

Адаптація розуміється як активна взаємодія людини з соціальним середовищем, на відміну від колишнього уявлення про адаптацію як просте пристосування заради досягнення його оптимальних рівнів за принципом гомеостазу і відносної стабільності. Адаптивна стратегія поведінки в значущих ситуаціях обумовлюється адаптивними можливостями особи, особливостями сприйняття і оцінки нею значущої для неї ситуації.

Соціальна адаптація - постійний процес активного пристосування індивіда до умов соціального середовища, а також результат цього процесу. Співвідношення цих компонентів, що визначає характер поведінки, залежить від цілей, ціннісних орієнтацій, можливостей їх досягнення в соціальному середовищі і від індивідуальних особових якостей суб'єкта.

Адаптивна, в найширшому значенні, - це відповідність результату діяльності індивіда прийнятої їм мети. Звичайно це поняття пов'язують з періодами принципових, якісних змін в житті індивіда, хоча насправді соціальна адаптація йде безперервно. Основні типи адаптаційного процесу формуються залежно від структури потреб, мотивів індивіда і психологічних властивостей його особи. Є два типи активний і пасивний. Активна адаптація - це переважання власної дії індивіда на соціальне середовище. Пасивна адаптація -- це конформне ухвалення індивідом цільових ціннісних орієнтацій зовнішнього соціального середовища.

Основним критерієм ефективності адаптаційного процесу є максимально можливе задоволення актуальних потреб індивіда в умовах відповідності його поведінки діяльності вимогам середовища. Важливий аспект соціальної адаптації - ухвалення індивідом своєї соціальної ролі. Ефективність адаптації істотно залежить від того, наскільки адекватно індивід сприймає себе і свої соціальні зв'язки спотворене або недостатньо розвинене уявлення про себе веде до виникнення внутрішньоособових і міжособових конфліктів і як наслідок, до деструктивних моделей поведінки.

Стратегії поведінки є різними варіантами процесу адаптації і підрозділяються на соматично, особово і соціально орієнтовані залежно від переважної участі в адаптаційному процесі тієї або іншої сфери життя.

Існують дві ведучі тенденції функціонування соціальної системи - адаптивна і неадаптивна. Кожна з них визначається відповідністю або невідповідністю її цілей і результатів, що досягаються в ході соціальної діяльності.

Варіанти можливої спрямованості адаптації наступні.

Гомеостатична спрямованість - адаптивний результат полягає в досягненні рівноваги.

Спрямованість гедонізму - адаптивний результат полягає в насолоді, уникненні страждань.

Прагматична спрямованість - адаптивний результат полягає в практичній користі, успіху.

Неадаптивна - це протилежність результату діяльності індивіда її початкової мети. Йдеться не просто про розбіжність результату і мети, а саме про виникнення відношення протилежності між прийнятою метою і досягнутим результатом.

У адаптивній стратегії повинні матися на увазі такі дії, які базуються на прогнозі відповідності мети і очікуваних результатів здійснення цієї дії. В неадаптивній стратегії як умова переваги майбутньої дії виступає прогноз можливої невідповідності, аж до протилежності, між початковою метою і майбутнім результатом дії. Можливість діяти не адаптивно цьому без жодного примушення ззовні віддавати перевагу дії, результат яких наперед не відомий і може бути несприятливий для індивіда.

Неадаптивна, неадекватна поведінка негативно позначається на міжособових відносинах. Воно, зокрема, виражається в переоцінці індивідом своїх можливостей, розщеплюванні вербального і реального планів, ослабленні критичності при контролі за реалізацією програм поведінки.

Неадаптивну можна розглядати і під позитивною точкою зору. Виникнення її подає сигнали про існування суперечностей між метою і результатами соціальної діяльності індивіда. Подібне відбувається, коли наміри не співпадають з діями, задуми - з втіленням, спонуки до дії - з його підсумками. Такі суперечності неминучі, але в них - джерело соціального розвитку індивіда. Якщо ж результат виявиться багатше за початкові устремління, то за участю механізмів рефлексії це стимулює не просто продовження, а розвиток діяльності.

Неадаптивна - це особливий мотив, що спрямовує розвиток індивіда і що виявляється в надситуативній активності, в специфічній привабливості діяльності з наперед непередбачуваним результатом. Тут предметом мети стає сама межа між протилежними результатами діяльності, сама можливість взаємовиключних результатів.

Таке ваблення входить до складу особливо складних форм мотивації поведінки: у сфері пізнання: між відомим і невідомим; у сфері творчості: між можливим і неможливим; у сфері ризику: між збагаченням і розоренням; у сфері гри: між уявним і реальним; у сфері контактів: між відвертістю і замкнутістю і т.д.

Разом з тим, неадаптивна може виступати і як дезадаптивність, при постійній неуспішності спроб реалізувати мету або ж за наявності двох і більш рівно значущих цілей. Це може свідчити про незрілість особи, невротичних відхиленнях, дисгармонії у сфері ухвалення рішень або ж може бути слідством екстремальної ситуації.

Виявитися «над ситуацією» - значить, діяти, перевищуючи граничні вимоги ситуації, як би підіймаючись над ними. Надситуативність в межах цього визначення може означати також і поєднання моментів ухвалення вимог ситуації і подолання їх. Ініціація дій над порогом ситуативної необхідності дає нам характеристику активності як моменту прогресивного руху діяльності.

Лекція 7. Лідерство і керівництво в малих соціальних групах

Лідерство - один з проявів влади. Обов'язкова умова лідерства – володіння владою в конкретних формальних і неформальних організаціях самих різних рівнів і масштабу.

Поняття лідерства і різні його концепції виникли вперше в західній соціальній психології на базі емпіричних досліджень малих груп. Багато дослідників вивчали лідерство як соціально-психологічний феномен з різних точок зору, виділяючи той або інший його аспект.

Лідерство – це природний соціально-психологічний процес в групі,

побудований на впливі особистісного авторитету індивіда на поведінку членів групи.

Лідер - це елемент впорядкування системи, особа, здатна об'єднувати людей ради досягнення якої-небудь мети. Це особа, за якою інші готові визнати і визнають якості переваги, ті якості, які вселяють віру в нього і спонукають людей визнати його вплив на себе.

Проаналізувавши різні підходи, американський психолог Р.Стогділл виявив, що частіше за все лідерство розглядається або як фокус групових інтересів, або як мистецтво добиватися згоди, або як ролева диференціація в позиціях влади.

Найбільше поширення набули наступні теорії.

Теорії особових рис. Напрям дослідження лідерства з позиції теорії рис виник під впливом англійського психолога і антрополога Ф. Гальтона, який

висунув ідею спадковості в природі лідерства. Основною ідеєю такого підходу було переконання, що якщо лідер володіє якостями, які передаються спадково і відрізняють його від інших, то ці якості можна виділити. Проте скласти такий перелік не вдавалося. Вперше список з 79 рис, згадуваних різними дослідниками як «лідерські», склав американський психолог К. Бєрд в 1940 р. Проте жодна з рис цього списку не зайняла міцного місця в різних переліках. Наприклад, тільки 5% рис були названо в них чотири рази, 4% - три рази, 26% - двічі, 65% - один раз. Без сумніву, особисті упередження дослідників впливали на їх вибір рис як лідерські.

Ситуативні теорії лідерства. Згідно цим теоріям поява лідера розглядається як результат зустрічі суб'єкта, місця, часу і обставин. Це означає, що в різних конкретних ситуаціях групового життя виділяються окремі члени групи, які перевершують інших принаймні в якійсь одній якості. Але оскільки саме ця якість і виявляється необхідною в ситуації, що склалася, людина, що володіє нею, стає лідером. Цікаво, що ситуативна теорія лідерства підкреслює відносність рис, властивих лідеру, і припускає, що якісно різні обставини можуть зажадати і якісно різних особових рис тих або інших індивідів, які і стають лідерами.

Ця концепція не здалась дослідникам достатньо переконливою. Навіть була спроба углядіти в ній особу лідера як маріонетки. Подолати це обмеження вирішив американський вчений Е. Хартлі, який запропонував модифікацію ситуативної теорії лідерства. Він сформулював ряд припущень, які заслуговують на увагу зокрема: - якщо людина стає лідером в одній ситуації, то не виключено, що вона може ним стати і в іншій;

- в результаті стереотипного сприйняття лідери в одній ситуації розглядаються групою як «лідери взагалі»;
- ставши лідером в одній ситуації, індивід набуває авторитет, який сприяє обранню його лідером і в іншій ситуації;
- лідером частіше вибирають людину, яка має мотивацію на досягнення цього статусу.

Не дивлячись на те, що концепція лідерства Хартлі була більш гнучкою в порівнянні з попередніми, їй все ж таки не вдалося набути чіткості і строгості як наукової теорії лідерства.

Ситуативно-особові теорії. Більш менш компромісний варіант теорії лідерства запропонували в 1952 р. Г. Герт і З. Мілз. Вони виділили п'ять чинників, які необхідно враховувати при розгляді феномена лідерства:

- риси лідера як людини;
- його мотиви;
- образи лідера і мотиви, які існують в свідомості його послідовників і які спонукають їх слідувати за ним;
- особисті характеристики лідера як соціальної ролі;
- інституційний контекст, тобто ті офіційні і легітимні параметри, в рамках яких діє лідер і його послідовники.

Пізніше, з'явилися пропозиції вивчати лідерство з погляду статусу, взаємодії, сприйняття і поведінки індивідів по відношенню до інших членів

групи. Таким чином, лідерство стало розглядатися як міжособові відносини, а не як характеристика окремого індивіда. Додержуючись цієї традиції, відомий психолог і діагност Р. Кеттел запропонував розглядати лідерство як динамічну взаємодію між цілями і потребами лідера і цілями і потребами послідовників, де функція лідера зводиться до вибору і досягнення групових цілей. В рамках цієї традиції розвивали теорію лідерства Е. Холландер, Дж.Джулиан.

Теорія очікування взаємодії. Її розробляли багато американських дослідників - Дж. Хоманс, Дж. Хемфіл, Р. Стогділл, З. Еванс, Ф. Фідлер. В рамках цієї школи створивши операціональні моделі лідерства, Ф. Фідлер запропонував свій варіант-- модель вірогідності ефективності лідерства. В ній акцент робиться на інтеграції впливу лідера, його особистісних властивостей і ситуативних змінних, зокрема, відносин між лідером і послідовниками.

Фідлер виділяє два можливі стилі лідерства: орієнтацію на задачу («інструментальне лідерство»); орієнтацію на міжособові відносини («емоційне лідерство»).

На думку Фідлера, стиль лідерства співвідноситься з ситуативними змінними таким чином, що найсприятливіша ситуація для лідера включає хороші відносини з послідовниками, ретельно розроблену задачу, сильну позицію лідера.

Фідлер робить висновок, що лідер, орієнтований на задачу, більш ефективний тоді, коли ситуація або дуже сприятлива, або дуже несприятлива для нього. А орієнтований на міжособові відносини лідер більш ефективний в ситуаціях або помірно сприятливих, або помірно несприятливих.

Теорія гуманістичного наряду. Ця концепція говорить про те, що людська істота за своєю природою - складний мотивований організм, а організація у принципі завжди керована. Тому лідер повинен так перетворити організацію, щоб індивіду була забезпечена свобода для здійснення власних цілей і потреб, і разом з тим так, щоб внести внесок в здійснення цілей і потреб організації. Цю ідею розробляли американські психологи Р. Блейк, Дж. Макгрегор і ін.

Мотиваційна теорія. Представники цієї версії - З. Мітчел, С. Еванс і ін. В ній затверджується, що ефективність лідера залежить від його дії на мотивацію послідовників, на їх здібність до продуктивного виконання завдання і на задоволення, яке було, випробоване в процесі роботи.

Ідея припускає певну структуру лідерського процесу, визначає типи лідерської поведінки: підтримуюче лідерство; директивне лідерство; лідерство, орієнтоване на успіх, і ін.

При дослідженні феномена лідерства з точки зору мотиваційної теорії вважається за необхідне читати: установки і поведінка послідовників; задоволення або незадоволення роботою; схвалення або несхвалення лідера; мотивацію поведінки; ситуативні чинники: індивідуальні риси послідовників і фактор навколишнього середовища (задачі, система влади в групі).

Атрибутивна теорія. Розглядає лідера як свого роду маріонетку: лідер одержує прямі вказівки і владу від своїх послідовників. Останні приводять лідера в рух, як ляльку.

Існує безліч інших підходів і точок зору, розроблених на рівні загальної схеми, без ретельного операціонального аналізу. Дослідження в цій області інтенсивно продовжуються.

«Я» - концепція лідера.

Деякі люди володіють надзвичайно сильною потребою у владі або в інших особових цінностях, наприклад, пошані, як в засобах компенсації травмованої або неадекватної самооцінки.

Особисті «цінності» або потреби такого роду можуть бути розглянуті як егомотиви, оскільки вони є частина егосистеми особистості.

Соціальні психологи встановили, що всіх лідерів можна розділити на три групи залежно від їх самооцінки.

Лідер з низькою самооцінкою виявляється більш залежним від інших людей і, таким чином, більш реактивним. Чим нижче самооцінка у лідера, тим гірше він реагує на ситуацію, тим вище його реактивність. Він більш чутливий до зворотного зв'язку і змінює свою самооцінку залежно від схвалення або несхвалення інших.

Лідер із заниженою самооцінкою випробовує постійну незадоволеність собою, це і може бути тією силою, що штовхає його на узяття все нових і нових бар'єрів. Він як би весь час доводить самому собі, що він чогось коштує, проте узяті бар'єри його вже не радують. І він прагне нових, щоб знов упевнитися у власній значущості. Занижена самооцінка штовхає лідера на «великі» завоювання, несподівані для оточення екстравагантні рішення. Нерідко саме політика для таких лідерів виявляється сферою, де їм вдається самостверджуватися, компенсувати занижену самооцінку. Прагнення до влади такого лідера нерідко і є одна з можливих компенсацій його низької самооцінки.

Низьку самооцінку можуть складати п'ять суб'єктивних негативних відчуттів відносно себе в різних комбінаціях: відчуття власної незначності; відчуття моральної неповноцінності; відчуття слабкості; відчуття посередності; відчуття інтелектуальної неадекватності.

Лідер з високою самооцінкою менш залежний від зовнішніх обставин. Він має більш стабільні внутрішні стандарти, на яких і засновує свою самооцінку. Лідер із завищеною самооцінкою переоцінює власні якості, нерідко не помічає зовнішньої і внутрішньої реакції на свою поведінку. Він упивається власним успіхом, яким би він не був малий (і навіть якщо він міфічний), і відноситься до критики як до нападок на нього його лютуючих заздрісників. У нього явно порушений зворотний зв'язок між ним самим і його діяльністю і поведінкою.

Лідер з адекватною самооцінкою найкращий варіант для такої соціальної ролі. Його діяльність і поведінка не мотивуються прагненням до самоствердження. Зворотний зв'язок між наслідками його діяльності і поведінки і ним самим працює надійно. Такий лідер, як правило, високо оцінює інших лідерів. Він не боїться, що його принизять, обійдуть. Він твердо знає власну самодостатню ціну, вважає себе не гіршим за інших, з ким йому доводиться взаємодіяти. В спільній діяльності він вибирає стратегію, яка дає йому взаємну вигоду і дозволяє добиватися поставлених цілей оптимальними засобами.

Відсутність у нього невротичного компоненту в самооцінці приводить, як правило, до відсутності такого і в його діяльності, і в його поведінці.

Лідер в будь-якій ситуації, за рідкісним виключенням, поводить себе відповідно до власної Я-концепції. Поведінка лідера залежить від того, ким і як він себе усвідомлює, як він порівнює себе з тими, з ким він взаємодіє.

Цінність і суб'єктивна значущість особистісних якостей і їх віддзеркалення в образі Я і самооцінці можуть маскуватися дією захисних механізмів.

У образі Я більш менш ясно акумулюються сприйняття, думки і відчуття лідера по відношенню до самого себе. Його образ Я, вважають американські дослідники Д.

Оффер і Ч. Строзаер, поділений на шість різних частин, що тісно взаємодіють.

Фізичне Я є думками лідера про стан свого здоров'я і фізичну силу або слабкість. Лідеру належить бути достатньо здоровим і достатньо фізично сильним, щоб ніщо не перешкоджало його діяльності і відповідній поведінці.

Сексуальне Я, будучи найпотемнішою частиною особи лідера проявляє себе латентно і проте достатньо актуально незалежно від того, є воно вільним і здоровим або затисненим і хворим. Відсутність статистичних даних про те, як сексуальна поведінка пов'язана з лідерськими здібностями, не знижує актуальності гіпотези про наявність такого зв'язку.

Сімейне Я - вельми важливий елемент особи лідера. Добре відомо, який величезний вплив мають відносини в батьківській сім'ї на поведінку будь-якої дорослої людини, і лідер тут зовсім не виключення. Деякі люди долають ранні травми і конфлікти, інші - ні і, стаючи лідерами, переносять фрустрації зі свого дитинства на своє оточення.

Соціальне Я відображає вельми актуальну здатність індивіда до спільної діяльності з іншими. Чи треба доводити, наскільки це важливо для лідера. Йому украй важливо уміти вести переговори і стимулювати своїх соратників і колег до прояву їх кращих якостей.

Психологічне Я складають уявлення лідера про свою картину світу, свій внутрішній світ, фантазії і мрії, бажання, ілюзії, страхи і ін. Чи страждає лідер від усвідомлення власних страхів або відноситься до цього спокійно і навіть з гумором, проявляється в його поведінці, особливо в періоди ослаблення самоконтролю.

Долаюче конфлікти Я - уявлення лідера про свою здібність до творчого подолання конфліктів. Як і у звичних людей, у лідерів немає природженого імунітету від зовнішніх і внутрішніх конфліктів, в тому числі невротичних. Перед лідером стоїть задача знаходження нових рішень для старих проблем. Він повинен володіти достатніми знаннями і інтелектом, щоб сприймати проблему. Йому важливо бути достатньо упевненим в самому собі при ухваленні рішень, щоб зуміти передати цю упевненість іншим. Ще один значущий аспект долаючого конфлікти Я - це усвідомлення лідером своєї здатності долати стреси, пов'язані з цією самою його соціальною роллю. Відомо, що стреси приводять до

достатньо важких симптомів, які можуть серйозно обмежити інтелектуальні і поведінкові можливості лідера.

Перераховані складові Я-концепції зовсім не вичерпують всієї її суті. Як і у будь-якого іншого індивіда, складність Я-концепції у лідера може бути різною - від найнижчої до високої. Складність Я-концепції пов'язана із сприйняттям схожості з іншими людьми, і ніж складніша Я-концепція, тим більше вірогідність того, що лідер сприйме інформацію від інших. Лідери з високою складністю Я-концепції легше, ніж лідери з низькою складністю Я-концепції, асимілюють як позитивну, так і негативну інформацію і, таким чином, реагують на ситуацію на основі зворотного зв'язку.

Психологічні потреби і мотиви лідера.

Поведінка будь-якого лідера практично завжди цілеспрямовано і мотивований.

Існує безліч різних особових потреб, які так чи інакше пов'язані з діяльністю лідера.

Проте соціальні психологи різних шкіл виділили наступні основні потреби, що мотивують поведінку лідера.

Потреба у владі. В даний час існує чимало різних концепцій потреби у владі. В західній соціальній психології раніше інших з'явилася концепція Г. Лассуелла і А. Джорджа, які розглядали потребу у владі як, засіб компенсації травмованої або неадекватної самооцінки.

Потреба у владі, що виникла як компенсаторний механізм, виявляється у лідера по-різному, залежно від умов. Ця потреба може посилюватися іншими потребами або, навпаки, вступати з ними в конфлікт.

У порядку компенсації лідер прагне знайти собі сферу діяльності, де він зможе продемонструвати свою компетенцію і гідність. Лідер одержує соціальний простір, в якому він може функціонувати достатньо продуктивно і автономно, інколи навіть агресивно і самовпевнено, для досягнення особистої рівноваги, оскільки цей простір вільний від вторгнення інших. Процес створення сфери компетентності відрізняється тенденцією до зсуву від одного полюса суб'єктивних відчуттів до іншого, а саме, від відсутності упевненості в собі до високої самооцінки і самовпевненості в своїх діях. Важливість такої мотивації для тих, хто страждає від низької самооцінки, навряд чи вимагає глибокої аргументації.

Згодом А. Джордж пішов дещо далі і запропонував більш розширену версію трактування потреби у владі: влада він став розглядати як самодостатню вищу цінність, що дозволило глибше зрозуміти мотивацію лідера. Влада при такому підході виступає не стільки як феномен компенсації, скільки як інструмент, що дозволяє одержати задоволення багатьох інших особових потреб, таких як потреба в досягненні, в пошані, в схваленні, в безпеці, в особистій свободі, що розуміється як відсутність чийсь-небудь іншої домінації над лідером.

Ще одну точку зору на потребу у владі запропонував Д. Вінтер. Він розглядає її з позиції соціальності, показником потреби у владі в рамках його концепції є заняття позиції, що дає формальну соціальну владу. Тут

задовольняється потреба в престижі, в престижному матеріальному світі і престижному ж соціальному оточенні, хоча нерідко і виникає конфронтація з іншими, що мають високий соціальний статус.

Тісно пов'язані з потребою у владі такі риси лідера, як прагнення домінувати в міжособових відносинах, бажання маніпулювати людьми (макіавеллізм), переконливість, - і кожна реалізує властивий їй набір моделей поведінки.

Потреба в контролі над подіями і людьми. Ця потреба виявляється в діяльності і поведінці лідера як базова людська потреба в контролі зовнішніх сил і подій, що впливають на життя людей. Сфера контролю - це широта життєвого простору і діяльності, яку лідер шукає для вживання свого впливу.

Потреба в досягненні. Це одна з центральних властивостей психологічної структури особистості, що відповідає за вибір цілей, цінностей, методів і засобів існування. Найхарактерніше для нього -- прагнення до поліпшення результатів, наполегливість в досягненні поставлених цілей, уміння добитися свого. Встановлений тісний зв'язок між рівнем мотивації досягнення і реальним успіхом в житті людини. Доведено, що люди, які володіють високим рівнем потреб в досягненні, шукають ситуації досягнення, а також інформацію для думки про свої успіхи. Вони упевнені в успішному результаті справи, готові прийняти на себе відповідальність, рішучі в невизначених ситуаціях, одержують задоволення від рішення цікавих задач, не розгублюються в ситуаціях змагання, конкуренції або боротьби, проявляють велику завзятість при зустрічі з перешкодами, виразно орієнтовані на результат.

Ця потреба виявляється в турбуванні про досконалість, майстерність, успіх. Звичайно вона добре є видимою в підприємницькій діяльності і поведінці. Особливий шарм цієї потреби додає властивий даній сфері діяльності чинник ризику. Потреба в досягненні, на думку американських соціопсихологів Д.Макклелланда і Дж.Аткінсона, має відношення до компетентності, професіоналізму, організації фізичного і соціального оточення, маніпулювання, подолання перешкод, встановлення високих стандартів роботи, змагання, перемоги над ким-небудь. Для лідера вираженої прагматичної орієнтації висока потреба в досягненні може поєднуватись з нечесністю і порушенням закону - ще одна сторона макіавеллізму: мета виправдовує засоби.

Потреба в досягненні тісним чином пов'язана з рівнем домагань лідера. Д. Вінтер і Л. Карлсон встановили, що ця потреба виховується багато в чому батьками, які є для майбутнього лідера високим еталоном.

Потреба в аффіліації, тобто в приналежності до якоїсь групи, в отриманні схвалення. Виявляється в турботі лідера про близькі відносини з іншими і має на увазі дружні, соціально бажані відносини, які реалізуються, як правило, в умовах «безпеки», тобто з собі подібними. Лідер з домінуючою потребою в аффіліації віддає перевагу відносинам не діадичні (відносини двох), а груповим. Такі лідери зазвичай дуже чутливі в умовах ризику або конкуренції. Один з важливих аспектів потреби в аффіліації - пошук схвалення з боку інших.

Влада і авторитет лідера.

Влада - одна з фундаментальних основ суспільства, всіх його структурних рівнів. Вона існує скрізь, де є стійкі об'єднання людей: в сім'ї, організаціях і установах, у всій державі і міжнародних коаліціях.

Є багато визначень влади, що свідчить про багатоаспектність цього явища. Можна виділити наступні такі напрями в трактуванні влади.

Телеологічне (з погляду мети). Влада розглядається як стійка здатність досягати поставлених цілей, одержувати намічені результати.

Конфронтаційне. Влада як зіткнення, конфронтація сил домінування певної волі всупереч опору інших.

Біхевіористське. Влада трактується як особливий тип поведінки коли одні люди командують, а інші підкоряються. Цей підхід індивідуалізує розуміння влади, зводить її до взаємодії реальних осіб, звертаючи увагу на суб'єктивну мотивацію влади.

Психологічне. Прагнення до влади і особливо володіння нею виконують функцію суб'єктивної компенсації фізичної або духовної неповноцінності. Влада виникає як взаємодія волі до неї одних і готовності до підкорення інших.

Психоаналітичне. Прагнення до влади як прояв, сублімація пригніченого лібідо, що є схильним до трансформації вабленням переважно сексуального характеру або психічною енергією взагалі.

Системне. Влада трактується як похідне не від індивідуальних відносин, а від соціальної системи.

Комунікаційне. Влада розглядається як засіб соціального спілкування (комунікації), що дозволяє регулювати конфлікти і забезпечувати інтеграцію суспільства. Влада є специфічний вид комунікації, тобто взаємодії, які пов'язані з передачею інформації.

Структурно-функціоналістське. Влада трактується як властивість соціальної організації, як спосіб самоорганізації людської спільності, заснований на доцільності розділення функцій управління і виконання. Влада - це властивість соціальних статусів, ролей, яка дозволяє диференціювати управлінські і виконавчі функції.

Реляційоністське. Влада розуміється як відносини між двома партнерами - індивідуальними або колективними, між двома агентами, один з яких здійснює вплив на іншого.

Будь-яка влада володіє певними властивостями, до найхарактерніших відносяться наступні.

Соціальний характер. **Влада** - це не персональна, особиста властивість або атрибут якої-небудь особи, вона існує лише у відносинах між людьми. Влада виступає як соціальні відносини.

Асиметричність. Влада є відносини і взаємодія між різними людьми і тому нерівномірна, асиметрична з точки зору впливу: вона направлена від носія влади до підлеглого.

Цільова детермінація. Влада будується на основі певної мети.

Вплив ресурсів влади. Влада своїми ресурсами (винагородами і санкціями) впливає на поведінку підлеглих.

Віра виконавців в здатність носія влади робити на них вплив. Така віра - одне з джерел стійкого підкорення.

Можливість опору і навіть непокори. Влада ніколи не буває абсолютною, оскільки людина володіє свободою вибору.

Причинний характер влади. Влада однієї людини виступає причиною поведінки іншої, яке є слідством владної дії першої..

Обмеженість владної детерміації поведінки. Влада не може охопити своїм контролем всі причини поведінки підлеглих. Вона не розповсюджується на їх особисте життя і, частково, на свободу.

Влада як відносини між людьми має певну структуру з безліччю компонентів. Ось основні з них.

Суб'єкт - особа, що втілює активний початок влади, наділена правами, повноваженнями, ресурсами, привілеями.

Об'єкт - виконавець вказівок лідера, підлеглий, у нього є обов'язок або необхідність покорятися розпорядженням лідера. Влада без підкорення неможлива: немає підкорення, немає і влади.

Засоби (ресурси) - ті засоби, використання яких забезпечує вплив суб'єкта на об'єкт влади. Влада і є здатність і можливість перетворювати свої ресурси на стійкий вплив в рамках системи взаємозв'язку суб'єкта і об'єкта влади.

Ресурси влади різноманітні, як різноманітні і засоби задоволення різних потреб і інтересів людей. Ресурси діляться на: утиліти (матеріальні); примусові (санкції); нормативно-правові (кодекси, статути, інструкції, норми, розпорядження, правила); інформаційні (знання і інформація).

Підстави влади - її ресурси.

Механізм - про нього мова піде далі, в § 5 «Види і механізм влади лідера».

Сфера (радіус) розповсюдження - територія, на якій функціонує дана влада, а також кількість людей, - об'єктів влади.

Величина (сила) влади - функція трьох змінних: кількості причин, їх спрямованості (позитивна, нейтральна, негативна) сили дії кожної причини.

Тимчасова тривалість - час функціонування даної влади.

Витрати, пов'язані із забезпеченням функціонування влади, - матеріальні і інші ресурси, необхідні для впровадження влади

Способи і процедури влади - накази, розпорядження, вказівки інструктаж, консультування, підкріплення, делегування повноважень.

Протидіючі впливи і поведінкові альтернативи - якась реальність як можливість невиконання розпоряджень з боку об'єктів влади.

Влада лідера напряду пов'язана з його авторитетом. Авторитет лідера формується на основі загальної зацікавленості об'єкту і суб'єкта влади і переконаності підлеглих в особливих здібностях лідера.

Авторитет - вплив або впливовість індивіда, заснована на займаємому їм положенні, соціальному статусі. В рамках соціальної психології співвідноситься з уявленням про владу.

Авторитет - це визнання за індивідом права на ухвалення рішення в умовах спільної діяльності. В цьому значенні поняття «авторитет» може не співпадати з

поняттям «влада». Авторитетом у такому разі може користуватися індивід, що не наділений відповідними повноваженнями, але має високий степінь референтності для оточуючих. Авторитет такого індивіда обумовлений ідеальним уявленням про нього в очах інших і значущістю його діяльності.

Авторитет є високооцінованими якостями, якими підлеглі наділяють лідера і які детермінують їх покору без переконання або загрози покарання. Він ґрунтується на згоді і означає пошану до лідируючої особи, довіри до нього.

Авторитет може бути істинним, коли лідер дійсно володіє тими якостями, якими його наділяють підлеглі, і помилковим, сформованим на помилках щодо особи лідера.

Залежно якостей, які знаходяться в основі авторитету, він може бути: науковим (якість ученості); діловим (компетентність, досвід); моральним (етичні якості); релігійним (святість); статусним (посадовим).

Види і механізм влади лідера.

Влада лідера умовно ділиться на два типи.

Позиційна влада ґрунтується на діловому авторитеті, контролі за різними ресурсами, що використовуються для винагороди і санкцій, за інформацією і умовами праці.

Персоніфікована влада базується на компетентності, дружбі, лояльності, харизмі лідера.

У сучасній соціально-психологічній літературі розглядаються наступні види влади лідера з механізмами їх дії.

Винагорода. Може виступати в різних формах в кожному з двох видів: матеріальне і моральне. Винагорода - це підстава влади лідера, оскільки воно пов'язано з головною метою індивіда - отриманням засобів для задоволення його найважливіших потреб і служить основним мотивом підкорення послідовників. Особиста зацікавленість спонукає послідовників до добровільного виконання розпоряджень, робить зайвим контроль і вживання санкцій. Зацікавленість сприяє розвитку у людей інших типів позитивної мотивації підкорення – підкорення на основі переконаності, авторитету і ідентифікації. Влада через винагороду володіє максимальною ефективністю, особливо в тих випадках, коли нагорода сприймається як заслужена і справедлива.

Санкції. Покарання звичайно діє як потенційна загроза або можливість його вживання. Сила влади, що базується на страху перед санкціями, прямо пропорційна тяжкості покарання і обернено пропорційна вірогідності уникнути його у разі неслухняності. Така влада має тенденцію до ослаблення внаслідок природного прагнення людей позбавитися цього. Робота, мотивована можливим покаранням, забезпечує тільки мінімальну ефективність праці і результати, достатні лише для того, щоб уникнути санкцій. Покарання ефективне тоді, коли воно сприймається як справедливе і спирається на авторитет загальноприйнятих норм і цінностей. В практиці лідерства ефективно використовувати покарання в комплексі з винагородою, показуючи протилежність наслідків бажаної і небажаної поведінки.

Діловий авторитет лідера. Влада, заснована на діловому авторитеті, - експертна влада. Вона означає, що лідер, на думку його послідовників, володіє

компетентністю, знаннями, досвідом, умінням, необхідними для вирішення певних задач в умовах відсутності таких здібностей у інших членів групи. Експертна влада припускає перевагу не тільки в знаннях і інформації, але і в навиках, в умінні використовувати їх. За оцінкою соціальних психологів, використання експертної влади - один з провідних чинників ефективного лідерства.

Інформація. Нерідко експертну владу ототожнюють з владою інформаційною, заснованою на контролі за знаннями, інформацією і засобами їх розповсюдження. Ці два види влади, звичайно, пов'язані, особливо на особовому рівні, оскільки володар експертної влади відрізняється більшою інформованістю, необхідною для вирішення певних задач. Інформаційна влада, проте, може мати не тільки особистий, але і позиційний характер, тобто може бути пов'язана як з індивідуальним володінням певними відомостями, так і з контролем над засобами їх отримання і передачі, над інформаційним потоком в цілому через займане лідером положення. У разі інформаційної влади, підставою підкорення служить не тільки діловий авторитет, але і переконання, ціннісні орієнтації послідовників, що базуються на одержуваних ними інформації, а також їх власні рішення, детерміновані об'ємом і характером знань, що є у них. Інформаційна влада служить розповсюдженню об'єктивних відомостей, але одночасно здібна і до маніпулювання, тобто до управління свідомістю і поведінкою людей всупереч їх інтересам (нерідко і волі) шляхом використання спеціальних прийомів обману.

Легітимізація. Влада через легітимізацію ґрунтується на посадовому авторитеті, визнанні норм і цінностей даної організації, а також права лідера наказувати і обов'язку нижчестоячих - підкорятися. Легітимність влади як така, переноситься на її представників. Влада через легітимізацію не завжди жорстко закріплюється інституційно.

Переконання. Влада через переконання частково співпадає з владою через легітимізацію і владою інформаційною. Проте в цілому цей різновид влади має більш широкі підстави. Підкорення на переконання пов'язано з мотиваційною дією достатньо глибоких шарів свідомості: менталітету, ціннісних орієнтацій і установок і т.п. Переконаність в необхідності підкорятися лідеру не обов'язково витікає з легітимності останнього, а може бути результатом переконливої дії, усвідомлення суспільної користі або інших мотивів. Влада через переконання частіше використовується в екстремальних ситуаціях, коли від послідовників потрібна більша напруга сил, що нерідко виходить за рамки звичних норм.

Ідентифікація. Влада через ідентифікацію послідовників з лідером нерідко виростає з влади, заснованої на інтересах, переконаності і авторитеті. Ідентифікація - це переважно емоційний зв'язок суб'єкта і об'єкту влади. Вона виявляється у формуванні у них відчуття єдності, в прагненні послідовників подібатися лідеру, брати з нього приклад, наслідувати йому. В цьому випадку досягається максимальна сила влади. Лідер сприймається послідовниками як їх представник і захисник, а його розпорядження - як загальна, важлива для всіх справа. Суб'єктивна ідентифікація послідовників з лідером може пояснюватися декількома причинами: реальною подвійністю положення людей відносно

влади, коли вони одночасно виступають її суб'єктом і її об'єктом. У цьому випадку обидва агенти влади співпадають, хоча і не повною мірою; спільністю інтересів і цінностей лідера і його послідовника і виникненням у останнього відчуття єднання з першим; харизмою лідера, його незвичайно високими, на думку послідовників, особистими якостями; виховною, у тому числі маніпулятивною, дією і впливом культури, характерної для даної групи і орієнтованої на формування у її членів відданості групі, корпоративної самосвідомості, відчуття колективного «ми».

Звичка до підкорення. На владу через звичку спираються багато видів влади. Звичка до підкорення має якнайглибше коріння ще в традиційних суспільствах, де вождь уподібнювався главі сімейства, а підлеглі покорялися йому як його діти. Більше всього влада через звичку виявляється в стабільних, групах, які мають тривалу історію з великим стажем лідерства однієї і тієї ж особи. Звичка є надійним чинником стабільності влади до тих пір, поки ця влада не приходить в суперечність новими вимогами.

Організаційна екологія. Екологічна влада - влада через зміну робочого середовища. Підставою цієї влади служать інтереси людей. Її суть полягає в свідомому формуванні лідером умов спільної діяльності так, щоб виключити небажану поведінку послідовників і впливати на них в цілому. Екологічна влада виявляється у формі контролю над робочою ситуацією і впливу, завдяки цьому, на свідомість і поведінку послідовників. Цій владі властивий непрямий, опосередкований умовами спільної діяльності, характер дії. Влада через зміну робочого середовища відрізняється від влади через винагороду або через санкції тим, що носить так званий превентивний, не очікуваний послідовниками характер.

Механізм влади - взаємодія агентів влади в рамках спеціального інституційного процесу, що стабілізує і регулює функціонування влади.

Механізм влади включає: організаційні структури влади; нормативно-правову базу (кодекси, статuti, інструкції, норми, розпорядження, правила).

Поведінка лідера в групах. Психологічні типи лідерів.

Поведінка лідера в групах, як правило, обумовлена його психологічним типом.

Соціальні психологи (Р. Зіллер і ін.) розробили наступну психологічну типологію особистості лідерів на основі дослідження самооцінки і складності Яконцепції.

Аполітичні лідери - це діячі з високою самооцінкою і високою складністю Яконцепції, які асимілюють нову інформацію, що стосується їх, без загрози для їх Яконцепції.

Лідери-прагматики. Це лідери з низькою самооцінкою і високою складністю Яконцепції, здатні прислухатися до думок інших людей і модифікувати свою поведінку на основі зворотного зв'язку.

Лідери-ідеологи. Лідери з високою самооцінкою і низькою складністю Яконцепції, що слабо реагують або не реагують на думки інших. Їх пізнавальні процеси і поведінка дуже; жорсткі, а самооцінка надзвичайно стабільна («вперті»).

Недетерміновані лідери - це діячі з низькою самооцінкою і низькою складністю Я-концепції, що інтенсивно реагують на вузький круг соціальних стимулів.

Широко відомий і активно використовується в психологічній практиці підхід Д. Кейрсі до розуміння психологічних типів. Ґрунтуючись на знанні особливостей темпераменту, він виділяє наступні чотири типи лідера.

Інтуїтивно-емоційний тип. Це - каталізатор, його основною межею є орієнтація на міжособові відносини і стимуляція індивідуального і професійного зростання кожної людини, з якою він співробітничав. Це найдемократичніший з лідерів. Він уважний до особистих проблем і інтересів співробітників і займається перш за все рішенням цих проблем, реалізацією потенціалу кожного члена команди, а вже потім думає про документацію і архітектуру системи. В очолюваній ним організації - атмосфера свободи, самостійності і ініціативи, яку він постійно культивує і підтримує. Він гнучкий в спілкуванні і перевтіленні і досягає успіху в створенні атмосфери взаєморозуміння. Він оптиміст за природою, невтомний в прагненні розвивати і удосконалювати здібності своїх співробітників, уміє наголошувати на кращих сторонах їх професійних і особових якостей, оцінювати їх за заслуги.

Разом з тим він дуже чутливий до нерозуміння, хворобливо реагує на відсутність зворотного зв'язку, буває із цього приводу збентежений і засмучений. Він не в змозі зрозуміти, чому «дуже вільні» або недисципліновані його співробітники належним чином не виконують своїх обов'язків. Негативні відгуки про роботу всієї системи він приймає на свій рахунок, що приводить його до розчарування і відчуття дезінтеграції.

Його сила - в здатності переконувати і співробітничати. Його слабкість - в надмірному особовому підході до проблем і деколи в небажанні йти назустріч.

Інтуїтивно-логічний тип. Цьому лідеру властиве прагнення розробляти концепції розвитку керованої ним організації: розробляти основні положення проекту, складати ідейний скелет майбутньої програми дій, проявляти винахідливість в області інтелектуальної творчості і прогнозувати ефективне використання ресурсів. Все це приносить йому величезне задоволення. Складнощі його не лякають, він завжди готовий боронити вірність принципів своєї системи проти опонентів будь-якого рангу. Він володіє здатністю планувати майбутнє своєї організації (правда, не вдаючись в непотрібні йому деталі) і рухається вперед так швидко, що за ним буквально не встигають його послідовники. Уміння безпристрасно змінювати порядок речей, що склався, відмова від рутини і опора на власні незвичайні інтелектуальні здібності - ось гарантія його успіху.

Разом з тим він не здатний і принципово не бажає спілкуватися і співробітничати з інтелектуально маловиразними людьми. Він недостатньо уважний до відчуттів оточуючих і надмірно занурений в роботу. Не здатний розслаблятися. Швидко втрачає інтерес до вже створеного в концептуальному плані проекту і менше всього бажає витратити свій час на втілення його в життя. Його сила - в умінні міркувати логічно і стратегічно. Його слабкість - уявляти

речі складніше, ніж вони є насправді, а також нетерпимо відноситися до некомпетентності. Він не боїться залишитися «один проти натовпу».

Сенсорно-вирішальний тип. Виключно жорсткий і надійний партнер. Його слово - закон, і всі дії будуть виконані точно в строк, як було сплановано по попередній домовленості. Він здатний врахувати численні істотні подробиці і деталі операції або технології, вкрай серйозно відноситься до збереження матеріальних ресурсів, а також традицій і звичаїв, заведених в його системі. Він гарант стабільності підприємства. Він чудово вписується в діяльність силових структур, систему освіти і медицину, виробництво, сферу послуг.

Цей тип лідера може стати каменем спотикання для організації, що розвивається, коли кожна новина, що вводиться, натраплятиме на його жорсткий опір. Він з недовір'ям відноситься до всякого роду «психологічних штучок» і «тонких матерій», хоча саме йому, як нікому іншому, потрібні рекомендації досвідченого психолога і невпинна робота над власною особистістю. Його перевага - в сильному відчутті відповідальності. Його слабкість - в жорсткості і вузькому погляді на виконання правил і інструкцій.

Сенсорно-сприймаючий тип. Найяскравіша межа цього типу лідера - здатність жити, керуючись принципом «тут і зараз». Такий лідер незамінний в ситуації, де необхідно миттєво реагувати на швидкі зміни; в момент ризику і небезпеки, коли успіх підприємства висить на волоску і все залежить від бездоганної точності дій, або коли ускладнилися міжособові відносини, що заважає ефективно працювати. Позбавлені сентиментального романтизму, практичні, розсудливі лідери такого типу орієнтуються на критерій доцільності і довіряють тільки власним імпульсам. Області, де вони чудово реалізують свої здібності, - силові структури, професійний спорт, пошуковорятувальні служби.

Разом з тим рутинна буденна діяльність - не для них, пунктуальне проходження деталей плану - не їх амплуа. Вони можуть бути неуважні до букви закону, неважливо, до чого цей закон відноситься - до природи або соціуму. Будучи небагатослівними, орієнтованими на чіткі дії, вони не вникають в складну і нерідко суперечливу область духовного життя своїх послідовників - у них просто немає на це часу. Їх сила - в здатності легко виконувати різноманітні завдання; їх слабкість в тому, що їм нецікава щоденна буденна робота, що вони не уміють мислити широко.

У рамках іншого підходу соціальні психологи виділяють наступні десять типів лідерства.

Суверен - інакше, «патріархальний повелитель». Лідер в образі строгого, але улюбленого батька. Здатний подавити негативні емоції і вселити людям упевненість в собі. Його висуюють в лідери на основі любові і поваги.

Ватажок - в ньому послідовники бачать вираз своїх бажань, відповідних певному груповому стандарту. Особа ватажка - носій таких стандартів. Йому прагнуть наслідувати члени групи.

Тиран - стає лідером, тому що вселяє послідовникам відчуття покори і несвідомого страху. Лідер-тиран - це домінуюча, авторитарна особа, звичайно його бояться і підкоряються йому.

Організатор - об'єднує послідовників, виступає як сила для підтримки Яконцепції і задоволення потреби кожного. Уміє знімати відчуття вини і тривоги. Його поважають.

Спокусник - стає лідером, граючи на слабкостях інших, виступає в ролі «магічної сили», даючи вихід пригніченим емоціям інших людей. Запобігає конфліктам, знімає напругу. Його обожають і часто не помічають всіх його недоліків.

Герой - лідер, що жертвує собою ради інших. Часто виразно проявляється в ситуаціях групового протесту. Його хоробрість об'єднує людей. На нього орієнтуються, бачать в ньому стандарт справедливості. А він уміє захопити за собою інших.

Поганий приклад - виступає як джерело заразливості для безконфліктної особи, заряджає інших емоційно.

Кумир - вабить, притягає, заряджає послідовників позитивною енергією. Його люблять, обожають, ідеалізують.

Ізгой і „козел відпущення” - це, по суті, антилідери. Вони служать об'єктом агресивних тенденцій, завдяки чому розвиваються групові емоції. Часто група об'єднується для боротьби з антилідером, і варто йому зникнути, як група розпадається, оскільки пропав загальногруповий стимул.

Загальний психологічний тип лідера складається з компонентів. До них відносяться: емоційність (емоційний лідер); діловитість (діловий лідер); інформованість (інформаційний лідер).

Емоційний лідер. Серце групи. Це індивід, до якого кожний член групи може звернутися за співчуттям, «поплакатися в жилет».

Діловий лідер. Руки групи. Здатний організувати справу, налагодити необхідні взаємозв'язки, забезпечити успіх справи.

Інформаційний лідер. Мозок групи. До нього всі приходять з питаннями. Він ерудит, все знає, може пояснити і допомогти знайти потрібну інформацію.

Поведінка лідера в групах характеризується певними стилями, деякі з них вважаються класичними.

Авторитарний стиль – жорстке одноосібне ухвалення лідером всіх рішень (мінімум демократії), жорсткий постійний контроль за виконанням рішень (максимум контролю); придушення ініціативи послідовників, відсутність і навіть ігнорування інтересу до послідовників, як до осіб, їх потреб, їх індивідуальних особливостей. Виражена орієнтація на задачу, на справу.

Кооперативний (колегіальний, партисипативний, демократичний) стиль - ухвалення рішень на основі обговорення проблеми, з урахуванням думок і ініціативи послідовників (максимум демократії); виконання рішень обома сторонами, тобто лідером і послідовниками (максимум контролю); інтерес лідера, доброзичлива увага до особи послідовників, облік інтересів, потреб, психологічних особливостей. Виражена орієнтація на людей.

Тренерський стиль - систематичне з'ясування лідером сильних і слабких сторін послідовників, спроба навчити їх самостійно діагностувати і контролювати свою поведінку, виявляти і усувати недоліки, вибирати оптимальні зразки поведінки. Орієнтація на людей.

Нейтральний (ліберальний, потування) стиль - з одного боку, максимум демократії, з іншою - мінімум контролю. Виражена байдужість як до справ групи (до задач), так і до послідовників, до їх інтересів, потребам, до індивідуальних особливостей (людей).

Поведінка лідера в групі виявляється в різних тактичних прийомах. До них, зокрема, відносяться наступні.

Раціональне переконання - лідер використовує логічні аргументи і факти, щоб переконати послідовників в здійсненності поставлених задач.

Надихаючий виклик - лідер висуває пропозицію, яка викликає ентузіазм у послідовників внаслідок того, що вона відповідає їх цінностям, ідеалам і очікуванням або посилює їх віру у власні сили.

Обіг за порадою - лідер прагне повернути послідовників до планування стратегії, до активного проведення, змін і чекає від людей підтримки.

Обмін - лідер пропонує послідовникам обмін послугами або різні блага у відповідь на їх участь у виконанні задачі.

Особистий виклик - лідер апелює до відчуттів лояльності і дружби людей як мотиву їх участі у виконанні задачі.

Коаліціонування - лідер шукає допомоги у інших, щоб переконати своїх послідовників взяти участь у виконанні задачі.

Легітимізація - лідер виправдовує свою пропозицію посиленнями на власний авторитет або доводить відповідність пропозиції практиці, правилам, традиціям, нормам.

Примус - лідер використовує вимоги, жорсткі нагадування або загрози, щоб примусити послідовників виконати задачу так, як він того вимагає.

Лекція 8. Соціальна психологія особистості.

Особистість в групі

Соціалізація – це процес (і результат) засвоєння і активного відтворення індивідом соціального досвіду, здійснюваний в спілкуванні, діяльності і поведінці, досвіду суспільного життя, системи соціальних зв'язків і суспільних відносин.

Соціалізація – це процес перетворення спочатку асоціального суб'єкта в соціальну особу, тобто особу, що володіє прийнятими в суспільстві моделями поведінки, що сприйняла соціальні норми і ролі. За допомогою соціалізації люди вчаться жити в суспільстві, ефективно взаємодіяти один з одним, особливо в умовах суспільно значущої спільної діяльності. Соціалізація припускає активну участь індивіда в освоєнні культури людських відносин, у формуванні певних соціальних норм, ролей і функцій, в придбанні умінь і навиків, необхідних для їх успішної реалізації. Соціалізація включає пізнання людиною соціальної дійсності, оволодіння навиками практичної індивідуальної і групової роботи. Визначаюче значення для процесів соціалізації має суспільне виховання.

Виділяють декілька джерел соціалізації індивіда. Передача культури - вона здійснюється через такі соціальні інститути, як сім'я, система освіти, навчання і

виховання. Взаємний вплив людей - він відбувається в процесі спілкування і спільної діяльності.

Первинний досвід він зв'язується з періодом раннього дитинства, з формуванням основних психічних функцій і елементарних форм суспільної поведінки.

Процеси саморегуляції вони співвідносяться з поступовою заміною зовнішнього контролю індивідуальної поведінки на внутрішній самоконтроль.

Система саморегуляції формується і розвивається і в процесі інтеріоризації соціальних установок і цінностей. Інтеріоризація – це формування у індивіда структур психіки за допомогою засвоєння способів зовнішньої соціальної діяльності і поведінки. Інтеріоризація – це перетворення інтерпсихологічних (міжособових) відносин в інтрапсихологічні (внутрішньоособові відносини з самим собою).

Виділяють такі стадії інтеріоризації:

- 1) дорослий словом діє на дитину, спонукаючи щось зробити;
- 2) дитина переймає спосіб поводження і починає впливати словом на дорослого; 3) дитина починає впливати словом на саму себе.

Загалом, процес соціалізації можна характеризувати як: поступове розширення (за мірою придбання індивідом соціального досвіду) сфери його спілкування, діяльності і поведінки; розвиток саморегуляції і становлення самосвідомості та активної життєвої позиції. Інститутами соціалізації виступають сім'я, дитячі дошкільні установи, школа, трудові і інші (наприклад, дозвіллєві) колективи.

У процесі соціалізації людина збагачується соціальним досвідом і індивідуалізується, стає особою, отримує можливість і здатність бути не тільки об'єктом, але і суб'єктом соціальних дій, впливати на соціалізацію інших людей.

Основоположною концепцією в теорії соціалізації вважається концепція початкової асоціальності людини (дитини). В цьому випадку соціалізація виглядає як процес перетворення суб'єкта, спочатку асоціального, в соціальну особу.

Втім, в літературі особливо не дискутується питання про те, соціальним або асоціальним народжується людське дитинча. У принципі, вважається, що асоціальним. Хоча є і протилежні точки зору. Іноді говорять, що соціальність дитини зводиться до потреби в спілкуванні. Тобто дитина спочатку асоціальна, але якщо вже припускати наявність якоїсь мінімальної природженої соціальності, то вона і виражається в потребі в спілкуванні. Представляється, що ця теза недостатньо коректна. Нічого не відомо про наявність або відсутність у дитини потреби в спілкуванні, якщо немає самого спілкування, якщо досвід спілкування не приходить до нього ззовні. Адже такі ситуації відомі: коли діти вигодовані до деякого віку дикими тваринами. Олюднити їх у відомому значенні слова, не дивлячись на десятиріччя невпинної роботи психологів, все-таки не вдалося (в літературі описаний випадок такого нагляду і роботи впродовж більше двадцять років), але цей факт нічого не говорить про потребу в спілкуванні як такий.

Є підстави вважати, що в соціально-психологічній літературі не вирішено питання про співвідношення понять «соціалізація», «навчання», «виховання», «розвиток особи» і ін. Одна з точок зору полягає в тому, що поняття «соціалізація» не замінює собою відомі в педагогіці і в педагогічній психології поняття «навчання», «виховання», «розвиток особи», інакше кажучи, всі ці поняття - не синоніми.

У зміст поняття «соціалізація» входить: засвоєння соціальних норм, умінь, стереотипів; формування соціальних установок і переконань; входження індивіда в соціальне середовище; залучення індивіда до системи соціальних зв'язків; самоактуалізація Я особи; засвоєння індивідом соціальних впливів; соціальне навчання прийнятим в суспільстві формам поведінки і спілкування, варіантам життєвого стилю, входження в групи і взаємодії з їх членами.

Не вдаючись в дискусію про зміст понять «навчання», «виховання», «розвиток особи», відзначимо, що все перераховане вище входить і в їх об'єм. Виходить, що ці три поняття і поняття «соціалізація» - все-таки синоніми. Представляється, що співвідношення між цими поняттями слід шукати не в площині їх змісту, а в їх зв'язку між собою. А зв'язок цей такий же, як і між поняттями «мета» і «засіб». Соціалізація - це мета. Вона полягає в тому, щоб одержати індивіда, по-перше, адаптивного до соціуму, а по-друге, адекватного йому. Все інше засоби: навчання, виховання, формування, розвиток і т.д.

Суспільству далеко не все одно, яким буде результат соціалізації. Якщо цей результат негативний відбулася соціалізація індивіда у такому разі або не відбулася? Так, відбулася, але суспільство ступінь цієї спроможності не влаштовує. Воно вживає додаткових заходів і зусилля, щоб добитися від індивіда його адаптивності і адекватності, причому ці додаткові зусилля як би продовжують процес соціалізації. Якщо ж цього добитися не вдається зовсім, тоді суспільство довічно локалізує індивіда в спеціально створене для цих цілей середовище, а деякі суспільства легітимним чином фізично знищують такого індивіда.

Індивід не тільки засвоює, але і активно відтворює систему соціальних зв'язків, отже, він одночасно виступає в процесі соціалізації і його об'єктом, і його суб'єктом.

Процес соціалізації може відбуватися в умовах стихійної дії на людину різних обставин життя в суспільстві, а також цілеспрямованій діяльності як з боку суспільства, так і з боку індивіда.

Соціальна нормативність і її структура: об'єктивні передумови соціалізації

Кожна людина з моменту народження одержує своє суспільство у «готовому» вигляді, як якусь об'єктивну реальність. Розвиваючись біологічно, суб'єкт змінюється і соціально, при цьому він стикається з певними умовами, рекомендаціями, дозволами, вимогами, заборонами і обмеженнями – всім тим, що прийнято називати соціальними нормами.

Соціальні норми – це офіційні і неофіційні кодекси, розпорядження, правила і статuti, традиції, стереотипи, стандарти. Їх призначення полягає в тому, щоб регламентувати поведінку і дії людей, задавати цілі, умови і способи

виконання різноманітних особистих дій, а також бути критерієм оцінки поведінки індивіда

Соціальні норми дають людині уявлення про те, що вважається правильним, «обов'язковим», «бажаним». «схвалюваним», «очікуваним», «відхилюваним» в діяльності поведінці індивідів.

Залежно від сфер життєдіяльності індивіда основні соціальні норми бувають наступними.

Організаційно-адміністративні норми: визначають структуру різноманітних офіційних суспільств, організацій, установ, порядок і регламент їх роботи, обов'язку виконавців і посадових правил взаємодії з зовнішніми організаціями.

Економічні норми: встановлюють форми власності і порядок їх використання, систему оплати праці, систему використання фінансових коштів при забезпеченні виробничого процесу. Правові норми (внутрішні і міжнародні): фіксують повноваження і відповідальність громадян і посадовців як суб'єкти юридичних відносин, суб'єктів права.

Технологічні норми: визначають порядок організації виробництва і реалізації промислової продукції, встановлюють вимоги і правила поведінки працівників із знаряддями праці, різними технічними засобами в цілях забезпечення безпеки виробників і споживачів виробленої продукції, а також захисту природи (середовища незаселеного).

Моральні норми: виражають суспільні і групові вимоги до поведінки людини, її взаєностосунків з іншими людьми. Виступають у вигляді зовнішнього (звичаї, традиції, кодекси, громадська думка) і внутрішнього (принципи, кредо) регуляторів, коли та або інша норма стає органічною приналежністю етичної свідомості індивіда.

Однакова реакція людей, що становлять яку-небудь суспільну групу і знаходяться в однакових умовах, означає, що в їх поведінці склалися звички, які через ті або інші причини закріплюються, перетворюються на звичай. Звичай – це стає (унаслідок неодноразового, неухильного вживання протягом довгого часу) правило, яке регулює поведінку людей в певній області суспільного життя. Нові звичаї і традиції зароджуються в періоди суспільного збудження на основі найпоширеніших і вражаючих думок і настроїв. Думки і настрої переростають в звичай або традицію іноді стихійно, іноді під впливом свідомих зусиль людей. В першому випадку норма поведінки, що затверджується, може мати характер моди, який несе у зародку деякі ознаки звичаю. Частіше всього факт, подія в духовній атмосфері спільності відображаються у вигляді думок і настроїв. Дії людей, що повторюються, утворюють соціальні звички як спосіб реагування індивідів на вимоги суспільства, спосіб відношення до соціальних норм поведінки.

Норми суспільних об'єднань і рухів: виражають світоглядні, організаційні і релігійно-етичні установки, правила і традиції поведінки, що добровільно приймаються як регулятори поведінки членами відповідних об'єднань.

Норми неформальних груп і об'єднань: виражають загальні цінності і погляди, стереотипи поведінки, прийняті членами даного об'єднання.

Залежно від ступеня жорсткості впливу, який приписується соціальній нормі, вони підрозділяються на наступні види.

Норми-рамки: жорстко регламентують поведінку і взаємостосунки суб'єктів в їх теперішньому часі.

Норми-ідеали: проєктують самі оптимальні моделі поведінки індивідів на майбутнє.

Норми-дозволи (норми-права): тут і далі у відносинах права - указують на норми, які не забороняють ті або інші варіанти поведінки, для суспільства часто бажані, але не обов'язкові.

Норми-розпорядження (норми-обов'язки): вимагають, зобов'язують індивіда вибрати відповідні моделі поведінки.

Норми-заборони: указують на дії, які заборонені для вживання.

Аналіз літератури по проблемі соціалізації показує, що існує не цілком коректний підхід в постановці самої цієї проблеми. Справа представляється таким чином, що суспільство, яке дається суб'єкту у момент його народження як якась об'єктивна реальність, саме по собі позитивне, і суб'єкту необхідно лише стати таким, щоб відповідати йому, тобто соціалізуватися. Але суспільство може вельми і вельми негативно впливати на процес соціалізації індивіда. Це робить питання про соціалізацію членів суспільства зовсім не однозначним.

Психологія освоєння соціальних норм: суб'єктивні передумови соціалізації

Будь-які соціальні норми потребують психологічного освоєння їх індивідом, перетворення із зовнішніх регуляторів поведінки у внутрішні, при цьому важлива спрямованість мотивації індивіда на виконання соціальної норми - позитивна, нейтральна або негативна.

Вважається, що психологічні і соціально-психологічні механізми освоєння і інтеріоризації різних норм часто близькі або ідентичні. Це обумовлено наступною обставиною. Історично відбувалося таким чином, що, відповідні ситуації усвідомлювались як необхідні (а нерідко єдино можливі) варіанти дій, реакцій. Певні стереотипи окремих людей ставали груповими, становими, етнічними нормами, які згодом через між групову і міжетнічну взаємодію розширялися, збагачувалися. Кінець кінцем, багато таких норм стали сприйматися як загальнолюдські вимоги і природно оформлялися в офіційні розпорядження. Можна припустити, що людина стала людиною саме через внутрішнє ухвалення соціальних норм, коли вона усвідомлювала їх наявність і необхідність.

Соціалізація, індивіда здійснюється тим успішніше, чим глибше внутрішньо освоєні, інтеріоризовані соціальні норми, і їх реалізація стає для індивіда звичкою. Це може відбутися тільки тоді, коли та або інша соціальна норма стала невід'ємною частиною внутрішнього світу індивіда, перейшла в його підсвідомість.

Для правильного засвоєння норми необхідне її пізнання особистістю і зіставлення зі своїми внутрішніми параметрами з тим, наскільки майбутня реалізація норми відповідає інтересам, потребам, ціннісним орієнтаціям, можливостям і здібностям індивіда.

У освоєнні соціальної норми для людини важливі соціально-психологічні чинники, наприклад, такий: наскільки дану норму визнають і реалізують оточуючі його люди, особливо з числа референтної групи - сім'я, близькі, офіційне керівництво на службі та інші, їх думки і оцінки найбільш значущі для індивіда.

Можна виділити наступні соціально-психологічні чинники, які сприяють засвоєнню соціальної норми:

- внутрішнє переконання індивіда в необхідності дотримання норми;
- самоактуалізація індивіда, його особистісне зростання, самовиховання, самовдосконалення і самостимулювання;
- усвідомлення суспільної значущості дотримання норми і свідоме підкорення своїх моделей поведінки її вимогам;
- вироблена звичка, стереотип поведінки через усвідомлення важливості норми або боязні санкцій за її невиконання;
- дотримання групових вимог і інтересів;
- наслідування авторитетам;
- конформізм, небажання бути «білою вороною» і ін.

Деякі соціально-психологічні чинники перешкоджають засвоєнню соціальної норми, серед них:

- негативне відношення індивіда до «творця» норми (особистість або орган). Відповідне відношення розповсюджується на саму норму;
- неприязні міжособові відносини з суб'єктом, у взаємодії з яким повинна бути реалізована норма, хоча індивід, як правило, визнає норму як таку;
- суперечності і розбіжності в розумінні норми;
- «подвійна мораль», святенництво і лицемірство в моделях поведінки проголошувачів норм;
- суперечності особистих і групових інтересів і ін.

Для трансформації зовнішніх норм у внутрішні орієнтири поведінки необхідні наступні умови:

- зближення соціально виправданих норм з інтересами, запитам членів суспільства; - підбір з традиційних культурних джерел-систем (релігія, народна мудрість, фольклор, література) норм і цінностей загальнолюдського характеру, розкриття соціально-психологічної і історичної неминучості їх виникнення;
- практична підтримка норм оточуючими, обов'язкове слідування нормам представників владних структур, авторитетних осіб;
- суспільна оцінка, заходи осуду або заохочення, якими повинні супроводжуватися порушення норм і їх ефективна реалізація .

Реальне відношення індивіда до конкретних соціальних норм залежить від його соціального статусу, його соціальних ролей. Крім того, сприйняття, розуміння і мотивація відносно тих або інших норм в чималій мірі зумовлюються індивідуальними цілями і цінностями, які людина прагне досягти. В цьому плані те, що для одного виступає як право-можливість, для іншого – це право-обов'язок; дозвіл для одного може бути заборобою для іншої. Не випадково, юристи говорять, що суспільне правове свавілля зумовлюється виборчою правозастосовчою практикою.

Психосоціальна концепція Еріксона.

Відомий американський психолог Е. Еріксон запропонував свою психосоціальну концепцію розвитку особистості по вікових етапах-стадіях. Він же ввів в науковий обіг поняття «групова ідентичність».

В уявленні Е. Еріксона групова ідентичність формується з перших днів життя людини: як тільки дитина включається в певну групу, вона починає розуміти світ як цю групу і в подальшому орієнтується на неї.

Разом з тим, у дитини поступово формується і його власна «егоідентичність», відчуття стійкості і безперервності свого «Я» хоча процес цей складний і динамічний.

Формування егоідентичності включає ряд стадій, або етапів, в розвитку особистості, кожен з яких характеризується задачами певного віку, що висувуються соціумом. Проте рішення цих задач визначається виключно індивідуальним рівнем психологічного розвитку людини, з одного боку, і духовною атмосферою соціуму, в якому він живе, з іншого. Основні стадії психосоціального розвитку індивіда такі.

Дитинство. Період характеризується тим, що головну роль в житті дитину грає його мати вона годує дитину, залицяється за нею, дає їй ласку, турботу. В результаті у дитини формується базове довір'я до світу.

Раннє дитинство (від 1 року до 3 років). Цей період пов'язаний з формуванням автономії і незалежності дитини. Вона починає ходити, навчається гігієнічному самоконтролю; поступово зустрічається з актами схвалення або несхвалення з боку соціуму, які відкривають дитині очі на саму себе. Вперше формується одне з найважливіших відчуттів - відчуття сорому.

Дошкільне дитинство (від 3 до 6 років). На цій стадії дитина починає усвідомлювати себе як особистість і ще більш активно освоює світ. У неї формується відчуття заповзятливості, ініціативи, яке проявляється в її іграх. Вона глибше освоює відносини між людьми, розвиває свої психічні можливості, перш за все - пізнавальні.

Молодший шкільний вік. Для цього періоду спілкування в сім'ї виявляється недостатньо для розвитку дитини, до подальшого розвитку підключаються інші соціальні інститути, перш за все - школа. Тут соціум залучає дитину до знань про майбутню діяльність, передає їй технологічний епос культури. На цій стадії відбувається поглиблений психічний розвиток дитини, формується психічний склад особистості.

У цей же період отримуються стійкі невротичні реакції, дитина переживає почуття тривоги внаслідок боязні: якого-небудь нещастя з батьками; відсутності грошей в сім'ї; фізичного насильства; особистої неспроможності; невизначеності в майбутньому.

У тривожної дитини може бути менше успіхів в школі, їй важко адаптуватися в суспільстві, розвивати в собі дух здорового конформізму і відчуття свободи та відповідальності.

Підлітковий вік (в Росії: від 10 до 17 років; призовний вік в армію - 18 років; в деяких цивілізованих країнах: від 10 до 20 років, призовний вік в армію

- 21 рік). Період формування центральної форми егоїдентичності. Бурхливе фізіологічне зростання, статеве дозрівання, гіперсексуальність.

Муки порівняння себе з іншими. Пошуки значення життя. Любов і розчарування. Сум'яття душі. Професійне самовизначення.

Основні психологічні проблеми підлітків: майбутнє; стреси; комунікативна некомпетентність; опір маніпулюванню; відносини з батьками; любов і близькість; ухвалення власного гніву; ухвалення власного тіла; ухвалення свого характеру.

Основні психологічні реакції підлітків: опозиція; групування; конфронтація; емансипація.

Дозрівання пізнавальних і емоційних функцій може привести до того, що підлітки використовують нові здібності у формі критики, сумнівів, протидії цінностям, установкам і способу дій дорослих. Часто це викликає конфлікт з батьками, особливо якщо в сім'ї панує авторитарний і обмежувальний стиль виховання.

У процесі соціалізації група однолітків значною мірою заміщає підлітку батьків і стає для нього референтною групою. Перенесення центру соціалізації з сім'ї в групу однолітків приводить до ослаблення емоційних зв'язків з батьками, до заміни їх взаємостосунками з багатьма людьми, що менше впливають на особистість як ціле, але формуючими певні форми її поведінки. Особливе значення для підлітка набувають зовнішній вигляд і враження від нього, що також часто приводить до конфліктів з членами сім'ї.

Не дивлячись на це, відхід від батьківського будинку відображується не на всіх формах поведінки, поглядах і установках. Хоча у багатьох підлітків батьки як центр орієнтації і ідентифікації відступають на другий план, це відноситься далеко не до всіх сфер життя. Вплив сім'ї в період дорослішання зменшується, але вона досі залишається для підлітка важливою референтною групою. Відносно стабільними залишаються емоційні зв'язки, навіть при розриві з сім'єю вони в більшості випадків підтримуються, особливо з матір'ю.

Молодість. На цій стадії актуальні пошук супутника життя, тісна співпраця з людьми, зміцнення зв'язків зі своєю соціальною групою. Індивід в цей період стійкий в ситуації знеособлення, він здатний без збитку для особистості змішувати свою ідентичність з іншими людьми.

Дорослість. Розвиток ідентичності відбувається все життя. На людину впливають інші люди, особливо його власні діти. Вкладаючи себе в улюблену працю, в турботу про дітей, людина психологічно може бути задоволена собою і своїм життям.

Старість. Егоїдентичність на основі всього життєвого шляху особистості набуває завершену форму. Людина переосмислює все життя, усвідомлює своє «Я» в роздумах про прожиті роки. Психологічно адекватна людина приймає себе і своє життя, усвідомлює необхідність в її логічному завершенні, здатна проявляти мудрість. Виявляється відчужений інтерес до життя перед лицем смерті.

Спрямованість формування психіки індивіда на всіх його етапах-стадіях може бути позитивною і негативною. Динаміка цієї спрямованості залежить від

всіх інститутів соціалізації, перш за все - сім'ї, особливо на ранніх етапах соціалізації. Достатньо відзначити, що сильно виражений дефіцит емоційного спілкування матері з немовлям приводить до різкого уповільнення психічного розвитку дитини.

Переходи від одного періоду до іншого - це зміна свідомості і відношення індивіда до навколишньої дійсності і провідної діяльності, в цілому соціальних взаємостосунків людини з іншими людьми.

Життєва позиція як інтегральний критерій соціалізації.

Життєва позиція особистості виражає зв'язки особи і суспільства, є інтегральною соціально-психологічною характеристикою особистості. Чим багатше за змістом і різноманітніше за формою суспільні відносини, тим активніше формуються ознаки соціалізації психологічні, ідеологічні, етичні, культуральні.

Разом з тим, підкоряючись впливу суспільних відносин, особистість проявляє себе вибірково і індивідуально.

Соціалізація особистості безпосередньо обумовлена можливостями її самоактуалізації. Подібна здатність виявляється яскравіше за наявності у суб'єкта цілісного світогляду, чіткої всесторонньої орієнтації в суспільному житті.

Життєва позиція особи, будучи способом включення її в життєдіяльність суспільства, складається з поглядів, переконань, умінь, супроводжується відповідними діями, які реалізують її відношення до навколишнього світу. Життєву позицію особистості представляє не будь-хто, окремо узятий вчинок або дія, а сукупність типових поведінкових актів, стійка лінія поведінки і діяльності.

Життєву активність доречно розглядати як міру залучення індивіда до перетворювальної практики, що дає можливість класифікувати рівні її активності і, отже, визначить межі її соціальної значущості. Ці рівні наступні: - активна життєва позиція з позитивним духовним потенціалом;

- життєва позиція середнього і гармонійного рівня активності;
- пасивна життєва позиція з позитивним духовним потенціалом;
- пасивна життєва позиція з негативним духовним потенціалом; - активна життєва позиція з негативним духовним потенціалом.

Активна життєва позиція з позитивним духовним потенціалом: соціальна ініціатива, творча діяльність, орієнтована на вирішення суспільних протиріч, розширення можливостей розвитку сутнісних сил людини.

Життєва позиція середнього і гармонійного рівня активності: відносно відповідальне відношення до обов'язків, репродуктивна діяльність методом проб і помилок, яка лише спонтанно веде до відтворення існуючих можливостей суспільного розвитку.

Пасивна життєва позиція з позитивним духовним потенціалом: низький рівень активності, здатний нести в собі потенційну ініціативу, не підкріплену знаннями, вміннями, навичками.

Пасивна життєва позиція з негативним духовним потенціалом: низький рівень активності, скептицизм, конформізм на основі соціальних розчарувань, життєвої неспроможності.

Активна життєва позиція з негативним духовним потенціалом: антигромадська життєва позиція, орієнтована на руйнівну діяльність, войовничий конфлікт з суспільством, що об'єктивно веде до обмеження можливостей позитивного суспільного розвитку.

Життєва позиція особистості не просто характеризує її внутрішній світ, а розкриває міру участі людини у вирішенні суспільних протиріч і використання цієї активності для власного усестороннього розвитку.

Вважаємо, проте, що питання про критерії соціалізації достатньо коректно все ж таки ще не вирішено. Що вважати результатом соціалізації соціальну адаптивність і адекватність соціуму, незалежно від того, який цей соціум, або активну життєву позицію особистості з позитивним духовним потенціалом? Хто з суб'єктів соціуму більш соціалізований за закопокріпний трудящий, який байдуже відноситься до соціальних язв буття, або той, хто веде боротьбу з цими язвами, накликаючи на себе кримінальні репресії самого соціуму? Рішення цього питання поки що немає.

Лекція 9. Особливості прикладної соціальної психології.

Прикладна соціальна психологія як соціальна діяльність. Відмінність понять „прикладна соціальна психологія”, „соціальна робота”, „соціальна допомога”, „соціально-психологічна допомога”. Предмет, структура та завдання прикладної соціальної психології.

Напрями розвитку прикладної соціальної психології. Особливості прикладних досліджень у соціальній психології

Прикладний аспект соціальної психології полягає в застосуванні принципів, методології, теоретичних соціально-психологічних знань для розв'язання конкретних практичних завдань у політиці, економіці, сферах виховання, навчання тощо.

Структура прикладної соціальної психології представлена двома аспектами: як соціальна практика і як теорія.

До практичного аспекту прикладної соціальної психології належать такі напрями: соціально-психологічна діагностика; соціально-психологічне консультування; соціально-психологічний вплив або застосування соціально-психологічних технологій; надання соціально-психологічної допомоги. Предмет прикладної соціальної психології складається саме із закономірностей психодіагностики, консультування й застосування психотехнологій у сфері соціально-психологічних явищ. При цьому предмет соціально-психологічної діагностики містить постановку діагнозу. Йдеться про визначення конкретних характеристик соціально-психологічних явищ за допомогою готових методик і процедур. Предмет соціально-психологічного консультування охоплює спілкування психолога-консультанта з клієнтом чи групою людей з метою

встановлення діагнозу, надання кваліфікованої психологічної допомоги тощо. Нарешті предмет психотехніки — це соціальні зміни в організації, особистісне і професійне зростання індивіда, підвищення продуктивності груп у результаті використання різних психотехнологій.

Теоретична основа функціонування прикладної соціальної психології містить конструювання як загальної (принципів і феноменології), так і часткової теорії діагностування, консультування й соціально-психологічного впливу.

З урахуванням сфер застосування прикладної соціальної психології (у рамках соціальної практики, у сфері освіти, в галузі теорії) виокремлюють її **функції**:

- у сфері соціальної практики: розв'язання конкретних проблем. Такі функції регламентуються нормативними актами, передусім положенням про психологічну службу, лабораторію, функціональними обов'язками практичних психологів;

- у галузі освіти: професійна підготовка практичних соціальних психологів і популяризація соціально-психологічного знання;

- у сфері теорії: якісне наукове обслуговування прикладної соціальної психології, діяльності практиків.

Завданням прикладної соціальної психології як теорії є якісне наукове обслуговування соціальної практики, методичне забезпечення професійної діяльності практичного соціального психолога. Водночас завдання самого практичного психолога впливають із його функціональних обов'язків.

Прикладні соціально-психологічні дослідження можуть бути трьох видів:

- *описовий* - це найпростіший і найдоступніший тип вивчення реальності. Своїм призначенням він має на меті отримання емпіричної інформації про соціально-психологічні явища і проблеми;

- *аналітичний* - його завдання полягає в побудові емпіричної моделі соціально-психологічного явища;

- *оцінний* складається із сукупності моделей і засобів, котрі дають змогу оцінити кінцевий результат цілеспрямованого втручання в соціальні процеси.

Виокремлення різновидів на практиці дещо умовне й потрібне лише для детальнішого вивчення феномену, яким є соціально-психологічне дослідження.

Будь-яке соціально-психологічне дослідження — це втручання дослідника в реальне життя групи та її окремих членів, у реальні стосунки й умови життєдіяльності. І прихід психолога не повинен порушувати цей природний процес взаємин і діяльності. Принцип “Не нашкодь!”, прийнятий серед лікарів, обов'язковий і тут.

ПИТАННЯ ДО ІСПИТУ З ДИСЦИПЛІНИ «СОЦІАЛЬНА ПСИХОЛОГІЯ»

1. Предмет і завдання соціальної психології.
2. Місце соціальної психології у системі наукового пізнання.

3. Поняття «соціально-психологічного простору», «соціальнопсихологічних явищ» та «соціально-психологічної реальності» у соціальній психології.
4. Ознаки сучасної соціальної психології.
5. Функції соціальної психології.
6. Основні методи соціальної психології.
7. Етапи становлення української соціальної психології.
8. Соціально-психологічний аспект дослідження особистості: класичні моделі особистості (людина енергетична система, людина як актор, людина як інформаційний процесор, людина як дослідник, як соціальна конструкція), соціальний тип особистості Б.С. Братуся (рівні структури особистості).
9. Соціальна зрілість особистості. Ознаки особистості.
10. Поняття соціалізації особистості. Соціалізація як інкультурація. Соціалізація як інтерналізація. Соціалізація як адаптація. Соціалізація як конструювання соціальності.
11. Критерії соціалізованості особистості. Ресоціалізація особистості.
12. Стадії соціалізації.
13. Соціальні інститути соціалізації. Засоби соціалізації (традиційний, інституційний, міжособистісний, рефлексивний, стилізований).
14. Чинники та механізми соціалізації (наслідування, навіювання, соціальна фасилітація, чутки, інтеріоризація, рефлексія тощо). Форми соціалізації (цілеспрямована і стихійна).
15. Теорії соціалізації: біогенетичний, соціогенетичний, соціоекологічний (У. Бронфенбреннер), психоаналітичний підходи.
16. Сучасні теорії соціалізації (когнітивізм, ситуаціонізм, конструктивізм).
17. Види соціалізації: політична, економічна, статево-рольова.
18. Формування Я-концепції: фактори і механізми. Взаємозв'язок «активного» і «рефлексивного Я». Мотив самопідсилення, мотив самопізнання.
19. Фактори, що визначають формування уявлень про «Я», механізми (К. Герген).
20. Поняття самоповаги особистості. Самооцінки особистості. Поведінкові кореляти осіб з високою і низькою самооцінкою.
21. Поняття самоефективності А. Бандури. Безпомічність.
22. Механізми соціальної регуляції поведінки: зовнішні і внутрішні; соціальні норми, соціальні установки (аттитуди), цінності, ціннісні орієнтації.
23. Девіантна поведінка: неузгодженість поведінки соціальним нормам і цінностям. Фактори девіантної поведінки. Теорія Е. Дюркгейма, Р. Мертона, культурологічні теорії (Т. Селліна, У. Міллера).
24. Поняття внутрішньоособистісного конфлікту. Специфіка, показники.
25. Типологія внутрішньоособистісних конфліктів. Причини виникнення внутрішньоособистісних конфліктів.
26. Поняття «соціальне сприйняття» і «соціальне пізнання».
27. Теорії когнітивної відповідності (теорія структурного балансу Ф. Хайдера, комунікативних актів Т. Ньюкома, когнітивного дисонансу Л. Фестігнера, конгруентності Ч. Осгуда і П. Таненбаума).
28. Соціальна категоризація як спосіб конструювання соціальної реальності.

Первинна категоризація, рекатегоризація.

29. Евристика як спосіб конструювання соціальної реальності.

30. Основні етапи когнітивної роботи із соціальною інформацією.

31. Способи структурування інформації: прототипи, схеми, скрипти, імпліцитні теорії особистості.

32. Соціально-психологічні характеристики малої групи.

33. Класифікація малих груп.

34. Динаміка групоутворення.

35. Лідерство і керівництво. Стили лідерства і керівництва.

36. Прийняття рішень. Різновиди особистісних профілів рішень.

37. Нормативна поведінка. Групові норми.

38. Груповий конформізм.

39. Нонконформна поведінка.

40. Групові рішення. Групомислення.

41. Поняття «соціально-психологічного клімату колективу». Показники СПК та чинники успішності міжособистісних стосунків у колективі.

42. Групова сумісність і згуртованість. Визначення індексу згуртованості групи.

43. Стадії формування згуртованої групи. Ознаки згуртованості.

44. Конфлікти. Типи конфліктів: між особистістю і групою, внутрігрупові, міжгрупові. Функції конфліктів.

45. Способи і методи подолання конфліктів. Шляхи вирішення конфліктів. Стратегії поведінки у конфліктній ситуації.

46. Вплив керівника на створення психологічного клімату у колективі. Вплив мобінгу на СПК. 47. Метод соціометрії у вивченні міжособистісних відносин у групі.

48. Поняття про міжособистісні стосунки: соціальні стосунки, формальні і неформальні взаємини, соціальний контроль, офіційні взаємини, особистісні стосунки. Теорія «людських відносин» Е. Мейо.

49. Поняття «міжособистісних впливів». Принцип реципрокності і соціального обміну. Концепція Р. Чалдіні (феномен «дверима в лоб», «нога у дверях», «ефект очевидця»).

50. Поняття «атракція» (потяг), соціальна фасилітація, соціальна інгібіція, конформність підпорядкування, когнітивна реінтеграція як форми соціального впливу. Експерименти С. Мілгрема.

51. Типи міжособистісних стосунків: знайомство, приятелювання, товариські, дружні, любовні, подружні, родинні, деструктивні (М. Обозов). Критерії міжособистісних стосунків.

52. Соціально-психологічні механізми міжособистісного сприймання. Поняття «соціальна перцепція»: ідентифікація, емпатія, стереотипізація, рефлексія, каузальна атрибуція. Феномен «егоцентричного приписування». Типи атрибуції: особистісна, об'єктна, обставинна.

53. Ефекти, що визначають успішність міжособистісної взаємодії: ефект первинності, новизни, установки, ореолу, надуманої згоди.

54. Статус особистості у структурі міжособистісних відносин. Складові

статусу особистості: авторитет, престиж. Поняття «позиція особистості».

55. Роль як реалізація статусу і позиції особистості. Соціальна роль. Класифікації ролей (Дж. Міда, Т. Парсонса, Дж. Морено).

56. Спілкування як соціально-психологічне явище. Структура спілкування. Функції спілкування. Бар'єри спілкування.

57. Міжособистісна комунікація: комунікатор, реципієнт. Комунікативний бар'єр.

58. Моделі комунікації: низхідна і висхідна комунікація. Вербальна (усна мова, денотати і конотації) і невербальна комунікації (оптико-кінетична система знаків, «контакт очей», паралінгвістична й екстралінгвістична система знаків, проксеміка).

59. Комунікативна компетентність. Характеристики комунікативної компетентності.

60. Інтерактивний аспект спілкування. Поняття «соціальна дія». Типи взаємодії: співробітництво, суперництво, кооперація, конфлікт.

61. Великі групи. Суттєві ознаки великих груп. Структура великих груп. Види великих груп.

62. Клас як соціальна група. Соціальні класи. Соціально-психологічні ознаки класів.

63. Психологічні особливості етнічних груп. Етнічна група. Метальність. Національний характер. Етнічний стереотип. Етноцентризм. Національна свідомість, самосвідомість.

64. Маса, публіка та аудиторія як стихійні групи.

65. Масові явища у великих групах як критерії їх вивчення: громадська думка, суспільні настрої, масові настрої, мода, чутки, паніка. Натовп як стихійна група. Природа натовпу, характеристики натовпу (Г. Лебон).

66. Соціально-психологічні ознаки натовпу. Механізм розвитку натовпу. Психологічні способи впливу у натовпі: навіювання, зараження, наслідування.

67. Види натовпу: пасивний, активний, агресивний; випадковий, діючий, конвенційний, експресивний.

68. Психологічні особливості поведінки людини у натовпі. Змінені стани свідомості. Причини виникнення зміненого стану свідомості. «Кільцева реакція» у натовпу (Ф. Олпорт), соціальна занепокоєність, характерні ознаки.

69. Психічні особливості людини у натовпі.

70. Засоби профілактики паніки у натовпі. Етапи виникнення паніки у натовпах.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Основи соціальної психології: Навчальний посібник / М. М. Слюсаревський, В.О. Татенко, Т.М. Титаренко, Н.В. Хазратова та ін.; за ред. М.М.Слюсаревського. – К.: Міленіум, 2008. – 495 с. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.academia.edu/31387056/>

2. Горностай П. П. Групова взаємодія у світлі психологічних парадигм. / Наукові студії із соціальної та політичної психології. Київ, 2015. Вип. 35 (38). С. 113-127.

3. Москаленко В. В. Соціальна психологія: Підручник. – 2-ге вид., випр. та доп. – К., 2008.

4. Ануфрієва Н. М. Соціальна психологія : навч. посіб. для ст-ів вузів / Н.М.Ануфрієва, Т. М. Зелінська, Н. О. Єрмакова. – К. : Каравела, 2011. – 296 с.

5. Корнєв М. Н. Проблема групи та особистості у соціальній психології : курс лекцій / Корнєв М. Н., Фомічева В. М. ; Ін-т післядипломної освіти КНУ ім.Т. Шевченка. – К., 2004. – 222 с.

6. Історіографічні та методологічні координати теорій соціальної психології : [монографія] / [М. М. Слюсаревський, В. В. Жовтянська, М. М. Скорик, Н. В. Хазратова та ін.] ; за наук. ред. М. М. Слюсаревського ; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2013. – 360 с. [Електронний ресурс]: Режим доступу: http://ispp.org.ua/bibl_1.htm

7. Васютинський В. Психологічні виміри спільноти : монографія / Вадим Васютинський. – К. : Золоті ворота, 2010. – 120 с. [Електронний ресурс]: Режим доступу: http://ispp.org.ua/bibl_1.htm

8. Бенеш Г. Психологія : dtv-Atlas [Текст] : довідник / Г. Бенеш ; наук. ред. пер. В. О. Васютинський. – К. : Знання-Прес, 2007. – 510 с. : 208 с.

9. Слюсаревський М. М. Історія соціальної психології як методологічне підґрунтя її розвитку. / Наукові студії із соціальної та політичної психології Київ, 2015. Вип. 35 (38). С. 3-13.

10.Слюсаревський М.М. Маса як соціально-психологічне явище: науковий міф чи недовідома реальність?/Матеріали доповідей: ІІ Всеукраїнський Конгрес із соціальної психології «Соціальна психологія сьогодні: здобутки і перспективи». Київ, 2019. С. 335-338.

11.Майерс Девид. Социальная психология / Пер. с англ. 7-е изд.- Питер, 2015.

12.Ващенко, І. В. Конфліктологія та теорія переговорів [Текст]: навч. посібник / Ірина Володимирівна Ващенко, М. І. Кляп. – Рек. МОН. – К. : Знання, 2013. – 407 с. – (Вища освіта ХХІ століття). кільк.прим.: 10 (КХ. – 5, Філосо. – 1, МВ. – 4).

13. Гребеньков, Г. В. Конфліктологія [Текст]: навч. посібник / Г. В. Гребеньков. – Рек. МОН. – Львів : Магнолія 2006, 2011. – 229 с. – (Вища освіта в Україні).

14.Орбан-Лембрик, Л. Е. Соціальна психологія у 2-х кн. [Текст] : підручник. Кн.2 : Соціальна психологія груп. Прикладна соціальна психологія / Лідія Ернестівна Орбан-Лембрик. – Рек. МОН. – Чернівці : Книги - ХХІ, 2010. – 464с.

15.Орбан-Лембрик, Л. Е. Соціальна психологія у 2-х кн. [Текст] : підручник. Кн. 1 : Соціальна психологія особистості і спілкування / Лідія Ернестівна Орбан-Лембрик. – рек. МОН. – Чернівці : Книги -ХХІ, 2010. – 464 с.

16.Савицька, О. В. Етнопсихологія [Текст]: навч. посібник / Ольга Вікторівна Савицька, Л. М. Співак. – Рек. МОН. – К. : Каравела, 2011. – 264 с. кільк.прим.:

10 17. Мерзлякова О. Як не потрапити на гачок маніпулятора. Програма занять для молоді / О. Мерзлякова. – К : Шкільний світ, 2010. – 128 с.

Допоміжна

1. Власова О. І. Соціальна психологія організацій та управління : підручник для ст-в вузів / О.І.Власова, Ю.В.Никоненко. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 398 с.

2. Собченко О. М. Психологія впливу : навч. посіб. для проведення семінарських і практичних занять / Собченко О. М. ; Мукачівський держ. ун-т. – К. : Кондор, 2013. – 158 с.

3. Циба В. Т. Теоретичні засади соціальної психології: системний підхід : монографія / В. Т. Циба ; Відкритий міжнародний ун-т розвитку людини «Україна». – К. : Ун-т «Україна», 2011. – 359 с.

4. Психологічна енциклопедія [Текст] / авт.-упоряд. О.М. Степанов. – К. : Академвидав, 2006. – 424 с. – (Сер. "Енциклопедія ерудита").

5. Засади когнітивної психології спілкування : [монографія] / [В. П. Казміренко, В. М. Духневич, О. Ю. Осадько та ін.] ; за наук. ред. В. П. Казміренка ; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2013. – 390 с. [Електронний ресурс]: Режим доступу: http://ispp.org.ua/bibl_1.htm

6. Шапар В. Сучасний тлумачний психологічний словник Текст / В.Шапар. – Х., Прапор, 2005. – 640 с.

7. Тлумачний словник психологічних термінів в українській мові. - 2-е вид. / В. Й. Бродовська, І. П. Патрик, В. Я. Яблонко ; Південнослов'янський ін-т Київського славістичного ун-ту. – К. : Професіонал, 2005. – 224 с.

8. Психологія групової ідентичності: закономірності становлення : [монографія] / [П. П. Горностай, О. А. Ліщинська, Л. Г. Чорна та ін.] ; за наук. ред. П. П. Горностая ; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – К. : Міленіум, 2014. – 252 с. [Електронний ресурс]: Режим доступу: http://ispp.org.ua/bibl_1.htm Інформаційні ресурси <http://wishenko.org/socialena-psihologiya.html>

Інформаційні ресурси

1. Бібліотека Міжнародного гуманітарного університету: офіційний сайт. URL: https://mgu.edu.ua/science_library

2. Бібліотека Університету Ушинського: офіційний сайт. URL: <https://library.pdpu.edu.ua>

3. Міністерство освіти і науки України: офіційний сайт. URL: <http://www.mon.gov.ua>

4. Національна бібліотека України імені В.І.Вернадського: офіційний сайт. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>

5. Одеська національна наукова бібліотека: офіційний сайт. URL: <http://odnb.odessa.ua/>

ДОДАТКИ

Додаток А

ВИДИ ТА МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Види контролю	Складові оцінювання	
	Для екзамену	Для заліку
поточний контроль , який здійснюється у ході: проведення практичних (лабораторних) занять, виконання самостійної роботи, індивідуальних завдань, дослідна робота здобувача тощо.	50%	100%
підсумковий контроль	50%	

Методи діагностики знань (контролю)	фронтальне опитування; наукова доповідь, реферати, усне повідомлення, індивідуальне опитування; робота у групах; ділова гра, розв'язання ситуаційних завдань, кейсів, практичних завдань, екзамен(залік)
--	--

Додаток Б.

ОЦІНЮВАННЯ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ТА ФАХОВОЇ ПЕРДВИЩОЇ ОСВІТИ ЗА НАВЧАЛЬНУ ДИСЦИПЛІНУ У МІЖНАРОДНОМУ ГУМАНІТАРНОМУ УНІВЕРСИТЕТІ

(поточний контроль, підсумковий контроль, загальний результат оцінювання)

ЕКЗАМЕН

<i>Поточний контроль</i>			
Види роботи	Планові терміни виконання	Форми контролю та звітності	Максимальний відсоток оцінювання
Систематичність і активність роботи на практичних (лабораторних) заняттях			
1.1. Підготовка до практичних (лабораторних) занять	Відповідно до робочої програми та розкладу занять	Перевірка обсягу та якості засвоєного матеріалу під час практичних (лабораторних) занять	30
Виконання завдань для самостійного опрацювання			
1.2. Індивідуальне тестування, завдання, підготовка реферату (есе) за заданою тематикою	Відповідно до робочої програми та	Розгляд відповідного матеріалу під час аудиторних	10

	розкладу занять	занять або ІКР ¹ , перевірка конспектів навчальних текстів тощо	
Виконання індивідуальних завдань, дослідна робота здобувача			
1.3. Інші види індивідуальних завдань, в т.ч. підготовка наукових публікацій, участь у роботі круглих столів, конференцій тощо.	Відповідно до робочої програми та розкладу занять	Обговорення результатів проведеної роботи під час аудиторних занять, наукових конференцій та круглих столів.	10
Разом балів за поточний контроль			50
Підсумковий контроль екзамен			50
Загальний результат оцінювання			100

Поточний контроль знань здобувачів освіти при формі контролю **екзамен** (максимум 50 балів) оцінюється за шкалою («2», «3», «4», «5»), з обов'язковим переведенням балів за кожний вид роботи таким чином:

- за підготовку до аудиторних занять (максимум 30 балів) здобувачу освіти необхідно мати не менше 1/2 оцінок від загальної кількості практичних (лабораторних) занять, для переведу балів за підготовку до аудиторних занять середньоарифметична оцінка множиться на коефіцієнт 6;
- за виконання завдань для самостійного опрацювання (тестування, завдання, підготовка реферату (есе) за заданою тематикою) (максимум 10 балів) здобувачу освіти необхідно мати не менше 1/2 оцінок від загальної кількості програмного матеріалу, що виноситься на самостійне вивчення, для переведу зазначених балів середньоарифметична оцінка множиться на коефіцієнт 2;
- за інші види індивідуальних завдань, в т.ч. підготовку наукових публікацій, участь у роботі круглих столів, конференцій тощо (максимум 10- балів) здобувачу освіти необхідно мати не менше 1/2 оцінок від загальної кількості інших видів індивідуальних завдань, для переведу балів за підготовку середньоарифметична оцінка множиться на коефіцієнт 2.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗА ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ

- «2» - виставляється за неправильну відповідь (письмову роботу), яка не відповідає змісту теми та свідчить про нерозуміння її основних положень;
- «3» - виставляється за відповідь (письмову роботу), яка відповідає змісту теми, але є неповною і неточною у визначенні понять, свідчить про неповне розуміння основних положень навчального матеріалу, свідчить про те, що знання студента мають фрагментарний, поверховий характер;
- «4» - оцінюється правильна і обґрунтована відповідь (письмова робота), з якої видно, що студент знає й розуміє теоретичний матеріал в обсязі навчальної теми, володіє необхідними навичками, не допускає суттєвих помилок.
- «5» - оцінюється повна, правильна, ґрунтовна відповідь (письмова робота) на запитання теми, що передбачає логічність і послідовність викладу матеріалу,

¹ Індивідуально-консультативна робота викладача зі здобувачами

володіння термінологією, показує вміння повно й глибоко використовувати теоретичні знання в практичній площині.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ ЗДОБУВАЧІВ ЗА ЕКЗАМЕН

(максимум 50 балів) Рівень знань оцінюється:

Рівень знань оцінюється:

- від 40 до 50 балів - студент виявляє особливі творчі здібності, вміє самостійно знаходити та опрацьовувати необхідну інформацію, демонструє знання матеріалу, проводить узагальнення і висновки;
- від 30 до 40 балів - студент володіє знаннями матеріалу, але допускає незначні помилки у формуванні термінів, категорій, проте за допомогою викладача швидко орієнтується і знаходить правильні відповіді;
- 20 - 30 балів - студент відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень, з допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, але дає недостатньо обґрунтовані, невичерпні відповіді, допускає помилки.
- 10 - 20 балів - володіє навчальним матеріалом на середньому рівні, допускає помилки, серед яких є значна кількість суттєвих;
- 0 - 10 балів - володіє навчальним матеріалом на рівні, вищому за початковий, значну частину його відтворює на репродуктивному рівні, на всі запитання дає необґрунтовані, невичерпні відповіді, допускає помилки.

ЗАЛІК

<i>Поточний контроль</i>			
Види роботи	Планові терміни виконання	Форми контролю та звітності	Максимальний відсоток оцінювання
Систематичність і активність роботи на практичних (лабораторних) заняттях			
1.1. Підготовка до практичних (лабораторних) занять	Відповідно до робочої програми та розкладу занять	Перевірка обсягу та якості засвоєного матеріалу під час практичних (лабораторних) занять	60
Виконання завдань для самостійного опрацювання			
1.2. Індивідуальне тестування, завдання, підготовка реферату (есе) за заданою тематикою	Відповідно до робочої програми та розкладу занять	Розгляд відповідного матеріалу під час аудиторних занять або ІКР ² , перевірка конспектів навчальних текстів тощо	20
Виконання індивідуальних завдань, дослідна робота здобувача			

² Індивідуально-консультативна робота викладача зі здобувачами

1.3. Інші види індивідуальних завдань, в т.ч. підготовка наукових публікацій, участь у роботі круглих столів, конференцій тощо.	Відповідно до робочої програми та розкладу занять	Обговорення результатів проведеної роботи під час аудиторних занять, наукових конференцій та круглих столів.	20
Разом балів за поточний контроль			100
<i>Загальний результат оцінювання</i>			100

Поточний контроль знань здобувачів освіти при формі контролю **залік** (максимум 100 балів) оцінюється за шкалою («2», «3», «4», «5»), з обов'язковим переведенням балів за кожний вид роботи таким чином:

- за підготовку до аудиторних занять (максимум 60 балів) здобувачу освіти необхідно мати не менше 1/2 оцінок від загальної кількості практичних (лабораторних) занять, для переведу балів за підготовку до аудиторних занять середньоарифметична оцінка множиться на коефіцієнт 12;
- за виконання завдань для самостійного опрацювання (тестування, завдання, підготовка реферату (есе) за заданою тематикою) (максимум 20 балів) здобувачу освіти необхідно мати не менше 1/2 оцінок від загальної кількості програмного матеріалу, що виноситься на самостійне вивчення, для переведу зазначених балів середньоарифметична оцінка множиться на коефіцієнт 4;
- за інші види індивідуальних завдань, в т.ч. підготовку наукових публікацій, участь у роботі круглих столів, конференцій тощо (максимум 20- балів) здобувачу освіти необхідно мати не менше 1/2 оцінок від загальної кількості інших видів індивідуальних завдань, для переведу балів за підготовку середньоарифметична оцінка множиться на коефіцієнт 4.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗА ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ

- «2» - виставляється за неправильну відповідь (письмову роботу), яка не відповідає змісту теми та свідчить про нерозуміння її основних положень;
- «3» - виставляється за відповідь (письмову роботу), яка відповідає змісту теми, але є неповною і неточною у визначенні понять, свідчить про неповне розуміння основних положень навчального матеріалу, свідчить про те, що знання студента мають фрагментарний, поверховий характер;
- «4» - оцінюється правильна і обґрунтована відповідь (письмова робота), з якої видно, що студент знає й розуміє теоретичний матеріал в обсязі навчальної теми, володіє необхідними навичками, не допускає суттєвих помилок.
- «5» - оцінюється повна, правильна, ґрунтовна відповідь (письмова робота) на запитання теми, що передбачає логічність і послідовність викладу матеріалу, володіння термінологією, показує вміння повно й глибоко використовувати теоретичні знання в практичній площині.

Додаток В.

КРИТЕРІЇ ЗАГАЛЬНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ЗДОБУВАЧІВ

(для іспиту / заліку)

Рівень знань оцінюється:

- «відмінно» / «зараховано» А - від 90 до 100 балів. Студент виявляє особливі творчі здібності, вміє самостійно знаходити та опрацьовувати необхідну інформацію, демонструє знання матеріалу, проводить узагальнення і висновки. Був присутній на лекціях та семінарських заняттях, під час яких давав вичерпні, обґрунтовані, теоретично і практично правильні відповіді, має конспект з виконаними завданнями до самостійної роботи, презентував реферат (есе) за заданою тематикою, проявляє активність і творчість у науково-дослідній роботі;
- «добре» / «зараховано» В - від 82 до 89 балів. Студент володіє знаннями матеріалу, але допускає незначні помилки у формуванні термінів, категорій, проте за допомогою викладача швидко орієнтується і знаходить правильні відповіді. Був присутній на лекціях та семінарських заняттях, має конспект з виконаними завданнями до самостійної роботи, презентував реферат (есе) за заданою тематикою, проявляє активність і творчість у науково-дослідній роботі;
- «добре» / «зараховано» С - від 74 до 81 балів. Студент відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень, з допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, але дає недостатньо обґрунтовані, невичерпні відповіді, допускає помилки. При цьому враховується наявність конспекту з виконаними завданнями до самостійної роботи, реферату та активність у науково-дослідній роботі;
- «задовільно» / «зараховано» D - від 64 до 73 балів. Студент був присутній не на всіх лекціях та семінарських заняттях, володіє навчальним матеріалом на середньому рівні, допускає помилки, серед яких є значна кількість суттєвих. При цьому враховується наявність конспекту з виконаними завданнями до самостійної роботи, рефератів (есе);
- «задовільно» / «зараховано» Е - від 60 до 63 балів. Студент був присутній не на всіх лекціях та семінарських заняттях, володіє навчальним матеріалом на рівні, вищому за початковий, значну частину його відтворює на репродуктивному рівні, на всі запитання дає необґрунтовані, невичерпні відповіді, допускає помилки, має неповний конспект з завданнями до самостійної роботи.
- «незадовільно з можливістю повторного складання» / «не зараховано» FХ – від 35 до 59 балів. Студент володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становлять незначну частину навчального матеріалу.
- «незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни» / «не зараховано» F – від 0 до 34 балів. Студент не володіє навчальним матеріалом.

Таблиця відповідності результатів контролю знань за різними шкалами

100-бальною шкалою	Шкала за ECTS	За національною шкалою	
		екзамен	залік
90-100 (10-12)	A	Відмінно	зараховано
82-89 (8-9)	B	Добре	
74-81(6-7)	C		
64-73 (5)	D	Задовільно	

60-63 (4)	Е		
35-59 (3)	FX	незадовільно	не зараховано

Методичне видання

**Єрмакова Світлана Станіславівна
Меленчук Наталя Іванівна**

СОЦІАЛЬНА ПСИХОЛОГІЯ

для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
галузі знань 05 Соціальні та поведінкові науки
за спеціальністю 053 Психологія.

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ