

Министерство образования Российской Федерации
Санкт-Петербургский государственный университет
Кафедра социальной психологии

Доминак В.И.

Социальная психология

Учебно-методические материалы для студентов «Высшей школы
журналистики и массовых коммуникаций»

Санкт-Петербург

2015

Утверждено на заседании кафедры социальной психологии СПбГУ.

Утверждено на заседании учебно-методической комиссии Факультета психологии СПбГУ.

Разработчик: доцент, кандидат психологических наук, доцент кафедры социальной психологии **Доминяк В.И.**

Рецензенты:

кандидат психологических наук, старший научный сотрудник *Чикер В.А.*

кандидат педагогических наук, доцент *Родионова Е.А.*

Учебно-методические материалы к курсу «Социальная психология» для студентов, обучающихся по программам бакалавриата в «Высшей школе журналистики и массовых коммуникаций» составлены в соответствии с программой курса «Социальная психология».

Содержание

Содержание	3
Введение.....	5
Социальная психология как наука, ее становление и развитие. Методы социальной психологии	6
Что такое социальная психология?	6
Истоки социально-психологического знания.....	7
Начальные вехи на пути развития социальной психологии.....	8
Структура социальной психологии как науки	9
Методы социальной психологии	10
Проблемы личности в социальной психологии	11
Понятие личности	11
Теория динамической функциональной структуры личности К.К. Платонова	11
Ролевая структура личности.....	12
Классификации социальных ролей по У. Герхардт	12
Описание социальных ролей по Т. Парсонсу	13
Компоненты успешного выполнения социальной роли по А.Л. Свенцицкому	14
Социальные нормы как регуляторы поведения личности	14
Конформность	15
Социализация личности	16
Социальные установки	17
Психология социальных групп. Лидерство и руководство.....	18
Понятие социальной группы	18
Проблема величины группы.....	19
Классификации групп	19

Стадии развития группы	20
Нормы группы	21
Групповые эффекты	21
Лидерство и руководство	22
Социальная психология общения	23
Понятие общения	23
Необходимые условия общения как процесса	23
Основные стороны общения	23
Коммуникация	23
Основные проблемы коммуникации	24
Вербальная и невербальная коммуникация	24
Интеракция	25
Перцепция. Первое впечатление	25
Хало-эффект	26
Атрибуция. Фундаментальная ошибка атрибуции	26
Механизмы взаимопонимания в процессе общения	27
Рекомендуемая литература	29

Введение

Целью курса является формирование у студентов научного социально-психологического мировоззрения, основанного на исследованиях, проведенных как в России, так и за рубежом, а также осмысление ими с теоретических позиций социально-психологических феноменов, встречающихся в жизни общества. Важно дать студентам общее представление о предмете, методах и содержании социальной психологии как одной из основных психологических дисциплин, а также о возможностях и способах приложения научных социально-психологических знаний в различных областях человеческой деятельности, в том числе в деятельности журналиста.

Курс направлен на развитие понимания принципов функционирования современного общества, социальных, экономических, политических, психологических механизмов и регуляторов общественных процессов и отношений, умение использовать полученные знания в контексте своих гражданских, общественных потребностей, в профессиональной деятельности как одной из основных общенаучных компетенций, формируемых в ходе обучения.

Социальная психология как наука, ее становление и развитие. Методы социальной психологии

Что такое социальная психология?

Существует множество определений социальной психологии. Например, Г.М. Андреева пишет, что социальная психология изучает «закономерности поведения и деятельности людей, обусловленных включением их в социальные группы, а также психологические характеристики самих этих групп» (Андреева, 2004). А.Л. Свенцицкий определяет социальную психологию как «науку, изучающую закономерности познания людьми друг друга, их взаимоотношений и взаимовлияний» (Свенцицкий, 2014). Определение Д. Майерса выглядит следующим образом: «Социальная психология: наука, изучающая, как люди думают друг о друге, как они влияют друг на друга и как они относятся друг к другу» (Майерс, 2000). «Социальная психология – это наука о социальных представлениях, которые объединяют индивидов, заряжают их энергией и придают смысл существованию общества» (Московичи, 1995). «Социальная психология – это наука, изучающая закономерности психической жизнедеятельности человека в социуме, в общении и во взаимодействии его с другими людьми» (Парыгин, 1999). Учитывая разнообразие мнений о предмете социальной психологии, можно выделить понятия, из которых складывается предмет социальной психологии: общение, влияние, понимание, представления, отношение, поведение человека в социуме.

Выделяют также четыре категории объектов, которые изучает социальная психология:

- 1) личность в социальной среде;
- 2) малые группы;
- 3) средние группы – организации;
- 4) большие социальные группы (Почебут, Мейжис, 2010).

Социальная психология всегда рассматривает ситуацию в рамках определенного социального контекста (исторического, культурного и т.д.)

Истоки социально-психологического знания

Начало развития социальной психологии в рамках философии относят, обычно, к временам Сократа, Платона, Аристотеля. Определение человека как общественного существа принадлежит Сократу, Платон описывал социальные роли: ремесленники, земледельцы; воины; политики и философы. Аристотель выделял различные социальные группы (классы), описывал необходимые условия существования человека – потребность жить в сообществе. Многие идеи античных философов легли в основу последующих социально-психологических теорий.

В развитии социальной психологии обычно выделяют несколько этапов. Так, например, Э. Холландер (1971) выделил три этапа: социальной философии, социального эмпиризма и социального анализа. На первом этапе объяснение поведения строится, в основном, на базе природных явлений; выделяются оптимистический и пессимистический взгляды на природу человека. Второй этап характеризуется началом эмпирических исследований социальных процессов (вторая половина XVIII в. – начало XX в.). Третий этап (с начала XX в. до настоящего времени) характеризуется анализом закономерностей, выявлением причинно-следственных связей тех или иных социальных явлений, взаимозависимостей, попытками дать прогноз.

Четыре этапа в развитии социальной психологии выделяют Л.Г. Почебут и И.А. Мейжис (2010):

- 1) Выделение социально-психологических явлений, их описание, возникновение социально-психологического знания;
- 2) Оформление социальной психологии в самостоятельную науку со своим предметом и методами исследования;

- 3) Развитие прикладной социальной психологии, проведение различных эмпирических исследований в различных отраслях, накопление социально-психологического знания;
- 4) Развитие практической социальной психологии, применение социально-психологических знаний на практике, научно обоснованная помощь клиентам.

Начальные вехи на пути развития социальной психологии

Одной из первых форм социально-психологического знания стала сложившаяся к середине XIX в. Германии психология народов. В 1859 году философ М. Лацарус и языковед Г. Штейнталь основали журнал «Психология народов и языкознание», выпуски которого были посвящены изучению групповой (народной) души, которая существует, по их мнению, наряду с душой индивидуальной. Изучать душу народа можно по ее проявлениям в языке, мифах, обычаях, искусстве, религии, культуре. В дальнейшем идеи психологии народов развивались В. Вундтом, который предложил программу эмпирических исследований для изучения языка, мифов и обычаев. Несколько иной, индивидуалистический подход к взаимоотношениям личности и общества, основанный на идее подражания, предлагает психология масс (Г. Тард, С. Сигеле, Г. Ле Бон). Третьей самостоятельной социально-психологической концепцией в этом ряду является теория инстинктов социального поведения У. МакДугалла, основанной на идее врожденных инстинктов, управляющих социальным поведением. Часто именно с 1859 годом связывают зарождение социальной психологии как самостоятельной науки.

Вторым событием, конкурирующим за право быть «точкой отсчета» в социальной психологии, стал первый социально-психологический эксперимент Н. Трипплетта в 1897 году. Американский психолог обратил внимание на то, что велогонщики достигают лучших результатов в ситуации

непосредственной конкуренции друг с другом, чем когда они ориентируются только на время и проходят дистанцию в одиночестве. Для проверки своей гипотезы Н. Трипплетт провел эксперимент, в котором участвовали дети от 8 до 17 лет, которым предлагалось наматывать леску на катушку спиннинга как можно быстрее, но в одиночестве (в одной группе), и быстрее, чем его оппонент (в другой группе). Было обнаружено, что дети наматывали леску быстрее в ситуации соревнования.

Третий конкурент за звание – 1908 год, в котором выходят два первых учебника по социальной психологии: социолога Э. Росса и психолога У. МакДугалла.

Структура социальной психологии как науки

Подходы к рассмотрению структуры социальной психологии могут различаться в зависимости от основания для классификации. По методологическому основанию принято выделять три компонента социальной психологии: теоретический, эмпирический и практический (прикладной).

По предмету изучения обычно в структуре социальной психологии выделяют:

- Социальную психологию личности;
- Социальную психологию межличностных отношений;
- Социальную психологию общения;
- Социальную психологию групп.

Это не единственное представление о структуре социально-психологической науки. Например, Б.Д. Парыгин (1971) считает, что социальная психология изучает:

- 1) социальную психологию личности;
- 2) социальную психологию общностей и общения;
- 3) социальные отношения;

4) формы духовной деятельности.

Также возможны классификации по видам деятельности человека: социальная психология общения, социальная психология труда, психология социального познания, социальная психология творчества, социальная психология межэтнических отношений и т.д.; по сферам профессиональной деятельности: промышленная социальная психология, организационная социальная психология, социальная психология рекламы, социальная психология торговли, политическая социальная психология, социальная психология массовых коммуникаций и т.п.

Методы социальной психологии

В социальной психологии выделяют методы исследования и воздействия (Андреева, 2004). К первой группе относятся методы сбора данных и методы обработки. Среди методов сбора данных можно выделить общие методы, применяемые и в других науках, и специальные социально-психологические методы. К первой группе относятся: наблюдение, изучение документов, анализ продуктов деятельности, контент-анализ, опросные методы (беседа, интервью, анкетирование), тесты, эксперимент, биографические методы. К специальным методам можно отнести, например, социометрию – метод, позволяющий изучать отношения в группе; групповую оценку личности и др.

Среди методов обработки данных можно выделить методы анализа (количественные и качественные) и методы интерпретации.

К методам воздействия можно отнести: консультирование, тренинг, обучение и воспитание, формирование благоприятного социально-психологического климата, комплектование групп, подбор персонала, организация труда, коррекция психологических свойств индивида и группы и т.п.

Проблемы личности в социальной психологии

Понятие личность

Личность - субъект общественного поведения и коммуникации (Б.Г. Ананьев).

Личность – общественный индивид, объект и субъект социальных отношений и исторического процесса, проявляющий себя в общении, в деятельности, в поведении (В.А.Ганзен).

Личность – человек как носитель сознания (К.К. Платонов).

Личность - это интегральное понятие, характеризующее человека в качестве объекта и субъекта биосоциальных отношений и объединяющее в нем общечеловеческое, социально-специфическое и индивидуально-неповторимое (Б.Д. Парыгин).

Теория динамической функциональной структуры личности К.К.

Платонова

Биологически обусловленная подструктура	Особенности протекания психических процессов	Опыт и навыки	Социально обусловленная подструктура
Генетическая информация Темперамент Врожденные анатомо-физиологические особенности	Ощущение Восприятие Память Воля Эмоции Мышление ...	Знания Навыки Умения Привычки ...	Качества, приобретенные на основе воздействий Социальные потребности Ценностные ориентации Социальные

			установки Мировоззрение
Способности Характер			

Ролевая структура личности

Согласно ролевой структуре личность состоит из трех слоев. Первый, базовый слой – психологическое ядро личности, которое включает в себя образ себя, самовосприятие, представления о себе, самооценку. Психологическое ядро личности формируется с раннего детства на основании проживаемого опыта и воспитания. Следующим уровнем, надстраиваемым над психологическим ядром, являются типические реакции – устойчивые образцы поведения личности. Самый верхний уровень представляет собой социальные роли. Социальная роль – это нормативный образец поведения, ожидаемый от личности в соответствии с местом, которое она занимает в структуре общественных отношений (А.Л. Свенцицкий).

Классификации социальных ролей по У. Герхардт

Выделяются три типа ролей: статусные, позиционные и ситуационные. Статусные роли приписаны нам в соответствии со статусом, получаются нами в силу рождения (мужчина – женщина, национальные роли), определенного состояния (возрастные роли), неизменяемы или изменяемы с огромным трудом.

Позиционные роли обусловлены позицией, которую человек занимает в обществе. Примерами позиционных ролей могут быть, например, начальник – подчиненный, автомеханик, продавец, студент. Статусные роли

накладываются на позиционные. Это отражается в способах проигрывания позиционной роли представителями различных статусных ролей: например, мужчины и женщины могут по-разному выполнять обязанности руководителя.

Ситуационные роли приписываются нам в тех или иных ситуациях. Примерами ситуационных ролей могут быть: роль покупателя, роль пешехода, роль гостя и т.п.

Взаимодействие людей, играющих роли разных уровней, может провоцировать конфликт.



Описание социальных ролей по Т. Парсонсу

Для описания и анализа любой социальной роли могут быть использованы пять характеристик.

- 1) уровень эмоциональности – разные роли подразумевают разный уровень эмоциональности;
- 2) способ получения – является ли роль предписанной, или достигается человеком в результате определенных усилий;
- 3) масштаб проявления – роли могут быть узконаправленными, проявляющимися только в определенных ситуациях, или

более диффузными – подходящими для большого количества ситуаций;

- 4) степень формализации – предполагает способ определения ожиданий и его фиксацию (например, должностная инструкция представляет собой формализованные ожидания от человека, занимающую соответствующую должность);
- 5) мотивация – зачем нужна роль, на что она направлена: на интересы группы, общества или на личные интересы.

Компоненты успешного выполнения социальной роли по А.Л.

Свенцицкому

- 1) Информирование о требованиях к поведению в данной роли;
- 2) Интернализация роли – согласие с правилами игры;
- 3) Соответствие особенностей «Я» индивида и требований социальной роли;
- 4) Мотивация.

Социальные нормы как регуляторы поведения личности

Социальные нормы – это предписания, которые являются общими указаниями для социального действия, т.е. ожидания правильного поведения. Выделяют различные типы социальных норм: обычаи и традиции, моральные нормы, правовые нормы, политические, религиозные, эстетические нормы и т.п. Путем трансляции социальных норм общество сообщает своим членам, какое поведение от них ожидается. Различные социальные нормы имеют различные механизмы контроля. Например, нарушение закона с большой вероятностью ведет к соответствующей административной или уголовной ответственности. Человек может быть не согласен с положениями закона, но вынужден его соблюдать. С другой стороны, нормы могут

интернализироваться, становясь внутренними убеждениями, установками, ценностными ориентациями. В этом случае поведение может основываться на собственном мировоззрении человека, без внешних стимулов. Существуют и другие механизмы регуляции поведения личности на основе социальных норм.

Конформность

Под конформностью понимают некритическое подчинение личности групповому давлению. Этот феномен зафиксирован в известных экспериментах Соломона Аша, сотрудника и соратника К. Левина. В эксперименте использовался метод подставной группы. Все члены группы знают содержание эксперимента и демонстрируют необходимое экспериментатору поведение. Только один участник, называемый «наивным субъектом», не знает об этом. С. Аш предлагал членам группы пары карточек, на одной из которых начерчены отрезки разной величины, а на другой только один отрезок. Участникам предлагалось сопоставить длины отрезков, и назвать, какому из отрезков на первой карточке равен отрезок со второй карточки. 37% наивных субъектов соглашались с мнением большинства, давая заведомо неверный ответ. При этом в контрольной группе испытуемые никогда не делали ошибок. Эксперименты выявили ряд закономерностей:

- чем выше образовательный уровень, тем ниже конформность;
- взрослые менее конформны, чем дети;
- представители восточных культур более конформны, чем западных.

Выделяют внутреннюю и внешнюю конформность. Внутренняя конформность предполагает искреннее согласие с мнением большинства. В этом случае, человек искренне соглашается с мнением группы и начинает видеть в соответствии со своим убеждением. Внешняя конформность

предполагает лишь внешнее формальное согласие с группой при сохранении собственного видения ситуации. При ослаблении группового давления, человек возвращается к собственному мнению. Также выделяется явление, которое называется негативизм. Проявляется оно в активном противопоставлении собственного мнения мнению большинства.

Социализация личности

Социализация – это процесс, посредством которого индивид становится членом общества, усваивая его нормы и ценности, овладевая теми или иными социальными ролями (А.Л. Свенцицкий).

Убеждения, установки, привычки, моральные нормы формируются у человека путем приобретения опыта взаимодействия с другими людьми. При этом они же являются основой уникальности личности человека. Таким образом, за счет социализации культура передается от одного поколения другому, а также развивается «Я».

Социализация продолжается в течение всей жизни человека.

Стадии социализации:

- 1) ранняя социализация – до начала обучения в школе;
- 2) обучение – до окончания общего и профессионального обучения (приобретения профессии);
- 3) социальная зрелость;
- 4) завершение жизненного цикла (с момента прекращения трудовой деятельности).

Существует ряд теорий социализации:

Теория «зеркального Я» Ч. Кули предполагает, что образ Я формируется через отражение того, как другие люди воспринимают человека, или того, как он это себе представляет.

В рамках теории Д. Мида социализация происходит путем принятия на себя роли другого человека. Эталонными моделями служат «значимые

другие». Обобщенные установки какой-либо группы или общества представляют «генерализованные другие». Выделяются стадии социализации: стадия имитации, стадия идентификации и стадия коллективных игр.

Существуют и другие теории социализации (З. Фрейд, Ж. Пиаже, Л. Колберг, Э. Эриксон).

Социальные установки

В социальной психологии принято говорить об установке (аттитюде) как отношении к тем или иным социальным объектам. Социальная установка – это предрасположенность индивида определенным образом оценивать других людей, явления и идеи (А.Л. Свенцицкий).

Социальная установка – это состояние нервно-психической готовности, организованное на основе опыта и оказывающее направляющее или динамическое влияние на реакции индивида на все объекты, с которыми он сталкивается (Г. Олпорт).

Социальная установка – это оценивающее отношение, или психологическая тенденция, с которой оцениваются качественно особые сущности. Они содержат позитивную или негативную реакцию на что-либо, определенную степень одобрения или неодобрения (Л.Г. Почебут, И.А. Мейжис).

Социальная установка – благоприятная или неблагоприятная оценочная реакция на что-либо или кого-либо, которая выражается в мнениях, чувствах и целенаправленном поведении (Д. Майерс).

Выделяют три компонента социальной установки: аффективный (эмоциональный), когнитивный и конативный (поведенческий) (М. Смит). Оценка может формироваться на основе чувств, мнений и прошлого поведенческого опыта. Иногда выделяют в качестве детерминанты социальной установки и мотивацию.

Социальная установка не определяет напрямую поведение человека. Связь установки и поведения опосредуется силой, ясностью и стабильностью установки.

Психология социальных групп. Лидерство и руководство

Понятие социальной группы

Группа – это ограниченная в размерах общность людей, выделяемая из социального целого на основе определенных признаков (А.Л. Свенцицкий).

Группа – это совокупность лиц, взаимодействующих определенным образом, осознающих свою принадлежность друг другу, и рассматриваемая как группа с точки зрения других лиц (Р. Мертон).

Выделяют признаки группы:

- 1) Наличие структуры взаимодействия;
- 2) Чувство причастности (принадлежности группе);
- 3) Групповая идентичность.

Случайное скопление людей, не объединенных общей деятельностью, иногда называют агрегацией или конгломератом.

Функции групп:

- 1) Функция социализации – группы способствуют вхождению личности в общество, усвоению социальных норм;
- 2) Инструментальная функция – в процессе взаимодействия участников группы производится определенный продукт;
- 3) Экспрессивная функция – группы помогают выразить чувства;
- 4) Функция поддержки – в группе человек может находить поддержку в сложных для него жизненных ситуациях.

Проблема величины группы

С какого количества членов начинается группа? Существуют различные точки зрения на этот вопрос. Согласно одной из них, группа начинается с двух человек, согласно другой – с трех. Во втором случае два человека рассматриваются как отдельное образование – диада. Диада наиболее хрупкая система. Более прочной является группа из трех человек – триада. В триаде наблюдается тенденция к объединению двоих против третьего. В четверках также наблюдается неустойчивость – существует тенденция к объединению в две диады. Более устойчивыми являются группы из пяти и более человек. По данным разных исследователей, оптимальной можно считать группу из пяти, семи или девяти человек.

Классификации групп

Выделяют различные основания для классификаций групп. Одно из оснований было предложено Чарльзом Кули. Он предложил различать первичные и вторичные группы. Первичной группой считалась семья, первая группа в жизни человека, группа, в которой существуют прочные эмоциональные связи. Все остальные группы можно отнести ко вторичным. Однако современные социальные психологи первичными называют группы, в которых возможен непосредственный контакт между участниками группы. Если такой контакт невозможен или опосредован, то группа считается вторичной.

Еще одним основанием для классификации групп стала степень формализации. Элтон Мейо предложил различать формальные и неформальные группы. Формальные группы предполагают закрепленные, формализованные правила взаимодействия участников и формируются целенаправленно. Стихийно возникающие группы с неписаными правилами и традициями относят к неформальным группам.

По мнению Г. Хаймена группы можно разделить на группы членства и референтные группы. Группы членства – это группы, в которые человек входит на том или ином основании. Референтные группы – это группы, которые являются значимыми для конкретного человека, норма, правила, ценности, которых он ценит и разделяет (или хочет разделять). Иногда референтные группы называют эталонными группами. Референтная группа служит эталоном для человека, он стремится стать одним из участников этой группы или быть похожим на них.

Также группы обычно подразделяют на малые и большие. Малыми группами считаются группы людей непосредственно взаимодействующих между собой для достижения общей цели. Большие группы предполагают только возможность непосредственного контакта между членами группы, большинство из которых между собой непосредственно не взаимодействуют. Большие группы могут насчитывать от нескольких десятков до миллионов человек. Иногда выделяются средние группы или организации. Организация предполагает дифференциацию социальных ролей. Выделяются формальные и неформальные организации.

Стадии развития группы

В ходе своего развития группа проходит несколько стадий. Существуют различные модели развития группы. Например, выделяются стадии знакомства, ролевого распределения (или конфликтная стадия), стадия устойчивой работоспособности, стадия умирания.

В отечественной социальной психологии высшей стадией развития группы считается коллектив – группа людей, объединенных общими целями, достигшая высокого уровня развития в ходе совместной социально значимой деятельности.

Нормы группы

Любая группа основывается в поведении своих участников на групповых нормах – неформальных правилах, стандартах, правилах. В основе групповых норм лежит такое свойство личности как конформность. Групповые нормы служат для поддержания целостности группы, стабильность ее структуры, облегчают путь к достижению групповой цели. В основе групповых норм лежит взаимодействие участников между собой. Для поддержания норм группа применяет групповые санкции. В случаях, когда участник демонстрирует нежелательное поведение, группа может применить негативные санкции. Желательное поведение может сопровождаться позитивными санкциями.

Групповые эффекты

Факт участия человека в группе может сказываться на его поведении. Социальные психологи обнаружили различные варианты такого влияния.

Социальная фасилитация – возрастание активности и продуктивности человека в присутствии других людей. Социальная фасилитация наблюдается для доминантной, хорошо знакомой деятельности.

Социальная ингибция – снижение активности и продуктивности человека в присутствии других людей. Социальная ингибция наблюдается в случаях новой или сложной деятельности.

В случаях невозможности оценить вклад каждого участника совместной деятельности, наблюдается эффект социальной лени (социального иждивенчества) – человек стремится минимизировать свои усилия и свой вклад в групповую деятельность.

Эффект ингруппового фаворитизма и аутгрупповой враждебности заключается в предпочтении своей группы и худшего отношения к другим группам только на основании того, к какой группе принадлежит человек. Иногда наблюдается ингрупповая враждебность и аутгрупповой фаворитизм.

В основе этих эффектов лежит процесс категоризации – деления на «мы» и «они», определение на основании сравнения.

Группомыслие – эффект, возникающий при принятии группового решения. Заключается в том, что для участников группы важнее сохранить единство мнений, солидарность членов группы, чем реалистично оценить ситуацию и выбрать, возможно, лучший способ действий.

Сдвиг риска – эффект, заключающийся в тенденции группы к принятию более рискованного решения, чем любое из индивидуальных. Это связано с разделением ответственности. Поскольку никто не несет персональной ответственности, группа может принять более безответственное решение. Другой вариант объяснения основан на ценности, престижности риска в западной культуре. В группе человек демонстрирует более одобряемое поведение. Сдвиг риска не работает в отношении близких людей, семьи.

Лидерство и руководство

Лидер – участник группы, наделяемый на неформальной основе определенными полномочиями, властью. У руководителя источник власти формален. В отечественной социальной психологии это различие прослеживается более четко, чем в зарубежной. Лидерство и руководство могут сочетаться, а могут не сочетаться. Существуют различные теории лидерства. Наиболее известными являются теория черт личности лидера или теория харизматического лидерства, поведенческий подход, теория ситуационного лидерства.

Выделяются стили лидерства. Наиболее часто встречается классификация стилей лидерства, предложенная К. Левиным и его коллегами: авторитарный стиль, демократический стиль и попустительский (либеральный) стиль.

Социальная психология общения

Понятие общения

Общение – это процесс установления и поддержания прямого целенаправленного непосредственного или опосредованного теми или иными средствами контакта между людьми (А.Н. Леонтьев).

Общение – это процесс установления и развития контакта между людьми, обмена информацией, восприятия участниками общения друг друга и их взаимодействия.

Необходимые условия общения как процесса

Для того, чтобы общение состоялось, необходимы следующие условия:

- 1) наличие контакта (вербального, тактильно-мышечного, визуального);
- 2) общность знаковых систем, общность языка;
- 3) общность тезаурусов – накопленных запасов знаний о мире.

Основные стороны общения

В отечественной социальной психологии принято выделять три стороны общения: коммуникацию, интеракцию и перцепцию.

Коммуникация

Коммуникация – это процесс передачи информации от одного лица другому или группе лиц и ее восприятие адресатами.

Иногда говорят о квазикоммуникации – ситуации, в которой человеку кажется, что его сообщение воспринимается, а на самом деле это не так. Для того, чтобы коммуникация состоялась необходимо наличие источника

информации, устройства кодирования, передатчика, среды передачи, приемника, устройства декодирования и получателя информации. Источником информации может служить сам человек, он оформляет свои мысли в сообщение (кодирует) и воспроизводит (говорит, пишет). В качестве среды или канала коммуникации может выступать пространство между людьми, бумага, телевизионный сигнал и т.п. Принимающая сторона должна получить сообщение, распознать его (декодировать), понять и произвести какое-то действие (например, запомнить). Коммуникация всегда целенаправленна. С помощью коммуникации мы стремимся оказать какое-либо воздействие на адресата.

Основные проблемы коммуникации

Клод Шеннон и Уильям Уивер выделили три основные проблемы коммуникации: техническую, семантическую и проблему эффективности. Техническая проблема заключается в адекватности выбора средства коммуникации. Семантическая проблема состоит в правильности выбора знаковой системы, языка для выражения того, что мы хотим передать. Проблема эффективности затрагивает цель коммуникации – достигли ли мы ее.

Вербальная и невербальная коммуникация

Обычно различают вербальную и невербальную коммуникацию. Вербальная коммуникация предполагает передачу сообщений между людьми посредством слов. Невербальная включает в себя мимику, жесты, действия человека, визуальный контакт, экспрессию и т.д.

Интеракция

Интеракция предполагает взаимодействие между людьми. Выделяют два основных типа интеракций: кооперацию и конкуренцию. Кооперация предполагает координацию усилий людей в их совместной деятельности ради достижения цели. Конкуренция представляет собой соперничество, борьбу людей за достижение того или иного результата. Конкуренция может привести к конфликту. Конфликт – это противоречие, переживаемое сторонами как значимая для них психологическая проблема, требующая своего разрешения, и вызывающая активность, направленную на ее преодоление (Н.В. Гришина). Существует ряд теорий интеракции: символический интеракционизм (Д. Мид, Г. Блаумер), этнометодология (Г. Гарфинкель), управление впечатлениями (Э. Гоффман), взаимодействие как обмен (Д. Хоуманс).

Перцепция. Первое впечатление

Перцепция или восприятие относится к тому, как мы воспринимаем нашего партнера по общению. Встречая нового человека, мы практически сразу формируем мнение о нем на основании первого впечатления. Первое впечатление формируется по данным различных авторов в период от 5 до 30 секунд. Поэтому наиболее значимым фактором для формирования первого впечатления становится то, как человек выглядит, и как он себя ведет. Следующий по значимости фактор – то, как человек говорит. И самое незначительное влияние на первое впечатление оказывает содержание разговора в этот короткий период. По данным А. Мехрабиана эти факторы находятся в соотношении 55% - 38% - 7%. Первое впечатление зависит от последовательности поступающей информации. Также при формировании первого впечатления мы склонны выделять важные для нас стимулы на основании собственного опыта, социальных ролей, установок и т.п.

Общаясь с людьми мы производим их категоризацию – относим их к той или иной группе, категории, о которой у нас уже есть определенное мнение. Это мнение часто основано на социальных стереотипах. Социальный стереотип – это эмоционально окрашенный образ того или иного лица. Значительная часть людей приписывает одним и тем же группам одинаковые черты. После отнесения человека к той или иной категории, мы приписываем ему свойства, соответствующие этой категории. Например, мы говорим о немецком педантизме и ожидаем его проявлений от каждого представителя нации.

Хало-эффект

Хало-эффект или эффект ореола заключается в том, что при оценке черт личности другого человека мы склонны делать их непротиворечивыми. Например, если нам нравится другой человек, мы оцениваем его как красивого, то высока вероятность того, что мы оценим его как умного и успешного. В то же время не столь привлекательный человек получит от нас и более низкие оценки по другим характеристикам. Если нам нравится человек, то мы склонны положительно оценивать его действия. И наоборот. Хало-эффект проявляется в случаях, когда у нас мало информации о человеке.

Атрибуция. Фундаментальная ошибка атрибуции

Атрибуция или приписывание заключается в том, что мы склонны объяснять поведение других людей, приписывая им те или иные причины. Причины могут быть внутренними или внешними. В первом случае принято говорить об интернальной (диспозиционной) атрибуции, во втором – об экстернальной (ситуационной) атрибуции.

В 1972 году Ли Росс описал эффект, который получил название фундаментальная ошибка атрибуции. Заключается он в том, что при объяснении поведения других людей мы склонны переоценивать диспозиционные (личностные) факторы и недооценивать ситуационные. При оценке собственного поведения мы склонны объяснять его ситуационными причинами. Это явление описывается как различие между действующим лицом и наблюдателем.

Также у нас существует тенденция предрасположения в пользу своего Я. Она заключается в том, что мы склонны считать себя причиной тех действий других людей, которые согласуются с нашими интересами. При этом собственные достижения мы объясняем с помощью диспозиционных причин (я такой хороший), а неудачи – с помощью ситуационных (например, мне помешали).

Механизмы взаимопонимания в процессе общения

К механизмам взаимопонимания в процессе общения относят идентификацию, эмпатию, рефлексия.

Идентификация – это отождествление себя с партнером по общению.

Эмпатия – способность личности переживать те же психические состояния, которые переживает партнер по общению.

Рефлексия – представление о том, как нас воспринимает партнер по общению.

На процесс общения влияют и социальные установки как готовность реагировать на кого-либо или что-либо определенным образом.

Заключение

Настоящие учебно-методические материалы не претендуют на полноту освещения каждой из тем курса «Социальная психология», который читается

для студентов бакалавриата «Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета, их задача стать опорными точками в процессе освоения курса студентами. Краткое описание основных социально-психологических феноменов должно стать стимулом для подробного их изучения путем обращения к учебникам, книгам, статьям и другим источникам, содержащим развернутые характеристики рассматриваемых явлений.

Рекомендуемая литература

1. Андреева Г.М. Социальная психология. – М.: Аспект-Пресс, 2009.
2. Аронсон Э. Общественное животное. Введение в социальную психологию. – М.: Аспект-Пресс, 1998.
3. Бэрн Р., Бирн Д., Джонсон Б. Социальная психология: Ключевые идеи. – СПб.: Питер, 2003.
4. Гришина Н.В. Психология конфликта. – СПб.: Питер, 2000.
5. Зимбардо Ф., Ляйпе М. Социальное влияние. – СПб.: Питер, 2000.
6. Куницына В.Н., Казаринова Н.В., Погольша И.М. Межличностное общение. – СПб.: Питер, 2001.
7. Майерс Д. Социальная психология. – СПб.: Питер, 1997.
8. Почебут Л.Г., Мейжис И.А. Социальная психология. – СПб.: Питер, 2010.
9. Росс Л., Нисбетт Р. Человек и ситуация: уроки социальной психологии. – М.: Аспект-Пресс, 1999.
10. Свенцицкий А.Л. Социальная психология. – М.: Изд-во «Юрайт», 2014.
11. Сидоренко Е.В. Тренинг коммуникативной компетентности в деловом взаимодействии. – СПб.: Речь, 2002.
12. Чалдини Р. Психология влияния. – СПб.: Питер, 1999.