Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Храмешин Сергей Николаевич
Должность: Научный руководитель
Дата подписания: 29.08.2025 13:55:35
Уникальный программный ключ:
9e604e7f43158d9188ee2ea08e15bab0641b06c9

Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б.Н.Ельцина
Институт социальных и политических наук

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ: СОВРЕМЕННАЯ ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Учебное пособие

ЛИДЕР УНИВЕРСИТЕТСКОГО КНИГОИЗДАНИЯ
УНИВЕРСИТЕТСКАЯ КНИГА
2015

9 785799 616694

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
УРАЛЬСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ПЕРВОГО ПРЕЗИДЕНТА РОССИИ Б. Н. ЕЛЬЦИНА

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ: СОВРЕМЕННАЯ ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Рекомендовано методическим советом УрФУ
в качестве учебного пособия для студентов, обучающихся
по программе бакалавриата по направлению подготовки
37.03.01 «Психология»

Екатеринбург
Издательство Уральского университета
2016

УДК 316.6(075.8)
ББК Ю95я73-1
С692

Авторы:
В. В. Макерова (тема 1), Э. Л. Боднар (темы 2, 3),
А. А. Любякин (темы 4, 9), Л. В. Оконечникова (темы 5, 6, 8),
А. М. Вильгельм (тема 7), Э. Э. Сыманюк (тема 10)

Под общей редакцией
Л. В. Оконечниковой

Рецензенты:
кафедра психологии профессионального развития
Российского государственного профессионально-педагогического университета
(заведующий кафедрой член-корреспондент РАО,
доктор психологических наук, профессор Э. Ф. Зеер);

М. Г. Синякова, доктор психологических наук, профессор
(Уральский государственный педагогический университет,
Институт менеджмента и права)

С692 Социальная психология : современная теория и практика : [учеб. пособие] / [В. В. Макерова, Э. Л. Боднар, А. А. Любякин, Л. В. Оконечникова, А. М. Вильгельм, Э. Э. Сыманюк ; под общ. ред. Л. В. Оконечниковой] ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 228 с.

ISBN 978-5-7996-1669-4

В первой главе учебного пособия дан обзор общетеоретических аспектов социально-психологического знания, показаны современные тенденции развития социальной психологии. Во второй главе вынесены на обсуждение вопросы политической психологии, власти, воздействия средств массовой коммуникации. Учебное пособие нацелено не только на расширение и углубление знаний студентов в области социальной психологии, но и на формирование интереса к изучению современной социально-психологической литературы.

Для студентов, обучающихся по программе бакалавриата, осваивающих дисциплины в рамках модуля «Фундаментальные основы психологии».

УДК 316.6(075.8)
ББК Ю95я73-1

ISBN 978-5-7996-1669-4
© Уральский федеральный университет, 2016

ПРЕДИСЛОВИЕ

Особенностью социальной психологии является ее широкое включение в жизнь общества. Исследователи отмечают такие социально-психологические явления, как переоценка ценностей, ломка стереотипов, смена ролевого поведения, кризис идентичности, отсутствие информационного иммунитета, этнополитические конфликты, рост преступного поведения, распространение массовых забастовок и протестов населения и т. д.

Казалось бы, что новые социально-психологические проблемы, связанные с изменениями, происходящими в мире, не оставляют никого равнодушными и должны привлекать внимание нового поколения психологов. Однако преподаватели сталкиваются с тем, что студенты испытывают трудности, связанные с пониманием традиционных проблем социальной психологии, не могут их использовать для интерпретации событий, происходящих в мире, проявляют социальную и профессиональную незрелость в выборе и формулировках собственных социально-психологических исследований, не способны использовать полученные знания в реальных социальных ситуациях.

Обсуждение проблем уровня подготовки и знаний студентов коллективом кафедры натолкнуло нас на идею создания учебного пособия, помогающего восполнить дефицит знаний в области теоретических и прикладных проблем классической и современной социальной психологии. В основе написания данного пособия лежит несколько принципов:

1. Новые перспективы социальной психологии сегодня связаны с интеграцией ее классической части, тяготеющей к экспериментальным исследованиям, а также гуманитарного знания, без которого немыслимо понимание сложнейших процессов современной действительности, невозможен интегральный подход к изучению человека во всех сферах его жизни.

2. В условиях разработки новых образовательных стандартов по профилю «Социальная психология» предъявляются особые требования к содержанию программ учебных дисциплин, формирующих следующие профессиональные компетенции: способность к осуществлению стандартных базовых процедур оказания индивиду, группе, организации психологической помощи с использованием традиционных методов и технологий; способность к проведению стандартного прикладного исследования в области социальной психологии, а также дополнительную профессиональную компетенцию: способность к восприятию личности другого, эмпатии, установлению контакта и диалога, убеждению и поддержке людей. Все эти компетенции обеспечивают один из основных результатов обучения: способность применять знания о психологических феноменах, категориях и методах изучения и описания закономерностей функционирования и развития психики в различных видах профессиональной деятельности. Подбор материала, логика его изложения, вопросы для самопроверки разрабатывались таким образом, чтобы обеспечить освоение данных профессиональных компетенций и результата обучения студентами соответствующего профиля.

3. Кроме того, коллектив авторов руководствовался принципом максимальной простоты изложения, который позволяет сохранить интерес к этой сложной науке у начинающих психологов, сделать более осмысленным выбор тематики научно-исследовательской работы.

Авторы данного пособия занимаются исследовательской, практической и преподавательской деятельностью в области социальной психологии. Это позволило, на наш взгляд, более емко осветить наиболее важные вопросы современной социальной психологии, связанные с ее положением сегодня: провести корректный анализ истории зарубежной и отечественной социальной психологии, тенденции развития российской и зарубежной социальной психологии в современном мире, возможности и трудности экспериментального исследования социально-психологических явлений, а также результаты исследований некоторых классических

объектов социальной психологии: общения между людьми, психологию малой группы и межгрупповых отношений, психологию толпы как разновидности большой социальной группы. Все эти вопросы рассмотрены в первой главе данного учебного пособия.

Особый интерес представляет вторая глава пособия, в которой рассматриваются прикладные аспекты социальной психологии. В ней представлены некоторые современные направления, становящиеся наиболее перспективными и расширяющие классические исследования социальной психологии, которыми занимается творческий коллектив кафедры: психология массовых коммуникаций, политическая психология, психология власти.

Для удобства работы с учебным пособием в конце каждой главы даны вопросы для самоконтроля и список рекомендуемой литературы, которые могут быть использованы студентами при самостоятельной подготовке.

Надеемся, что выбранная структура учебного пособия и логика изложения материала будут способствовать целостному представлению о мировой социальной психологии как о единой науке, объединяющей различные научные школы, объекты исследования и основные отрасли.

Данное пособие может быть использовано для подготовки к экзамену по социальной психологии, для подготовки вопросов по социальной психологии к государственному экзамену по направлению «Психология».

ГЛАВА 1
ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ

Тема 1
Теоретические предпосылки социальной психологии как самостоятельной науки (60-е гг. XIX в. – 20-е гг. XX в.)

Возникновению социальной психологии как науки предшествовали длительные наблюдения за поведением людей в обществе. У древнегреческих и древнекитайских философов, мыслителей эпохи Просвещения содержатся многочисленные разрозненные идеи, получившие позднее осмысление в социальной психологии. В трудах Аристотеля, Гераклита, Гиппократа, Демокрита, Платона, Конфуция, Суньцзы, Уцзы и других авторов описывались социально-психологические особенности характеров людей в зависимости от их социального происхождения, предназначения в обществе, а также выявлялись мотивы поведения в группах и т. д. Затем в Средние века и вплоть до середины XIX в. зарубежные и российские ученые (Н. Макиавелли, Т. Гоббс, И. Бентам, Ш. Монтескье, А. Токвиль, Н. Я. Данилевский, А. И. Герцен и др.) рассматривали общение и взаимодействие различных социальных общностей. Корни и истоки социально-психологического знания многообразны. Большое значение для оформления социальной психологии в науку имели теории не только социальных философов, но и представителей английского эволюционизма (Ч. Дарвина, Г. Спенсера), а также социологов (О. Конта, Э. Дюркгейма). Свой вклад внесли археологи, этнологи, антропологи (Э. Тейлор, Л. Морган, Л. Леви-

Брюль), правоведы (Ф. Гольцендорф, Л. И. Петражицкий), языковеды (А. А. Потебня) и, разумеется, представители общей психологии и психиатрии.

Таким образом, история социальной психологии гораздо короче ее предыстории.

Исследователи выделяют следующие основные этапы формирования социальной психологии как науки:

1. Формирование социальной психологии как науки с конца XIX в. по 20-е гг. XX в. Описательный этап.

2. Экспериментальное оформление социальной психологии с 20-х гг. до 40-х гг. XX в., появление новых школ.

3. Период с середины 40-х гг. XX в. до настоящего времени, который отмечен решением практических задач и разработкой новых теорий.

Первые теоретические концепции описательного этапа связаны с выходом в Германии «Журнала психологии народов и языкознания». Сотрудники Берлинского университета Г. Штейнталь и М. Лазарус начали издавать его в 1859 г. Авторы журнала заявили о *психологии народов*, или народной психологии, как о науке. Целью исследований стало открытие законов человеческого духа там, где живет много людей. Опираясь на идеи Г. Гегеля о народном духе и труды, Г. Штейнталь и М. Лазарус понимали народный дух как психическое сходство индивидов и их самосознаний в языке. Дух народа заключен в религии, искусстве, культуре. Индивидуальное сознание – продукт народного духа. Задача теории – познать психологическую сущность духа народа, открыть законы, по которым протекает его духовная деятельность. Однако заявленная программа исследования мифов, морали, культуры осталась невыполненной.

В дальнейшем идеи психологии народов получили развитие в работах В. Вундта: сначала в его работе «Лекции о душе человека и животных» (1836), а затем в десятитомном труде «Психология народов» (1900). В. Вундт считал язык народа, мифы и обычаи основополагающими явлениями, которые невозможно объяс-

нить, исходя из особенностей сознания индивида. Эксперимент в психологии возможен, но не пригоден для изучения речи и мышления.

Психология народов у В. Вундта – описательная дисциплина, которая не претендует на открытие законов. Исследователя волновала проблема влияния психологии народа на сознание конкретного индивида; следует отметить, что исследования в этом направлении проводятся по настоящее время и во многом сохраняют описательный характер.

В. Вундт отказался от неопределенного понятия «дух целого», его вариант психологии народов был более реалистичен, им была предложена также программа эмпирических исследований. Психология народов В. Вундта закреплялась как относительная дисциплина, которая не претендует на открытие законов. В России идея психологии народов развивалась в учении известного философа и лингвиста А. А. Потебни.

Несмотря на различия в подходах М. Лазаруса, Г. Штейнталя, В. Вундта и А. А. Потебни, основания их концепций сходны: психология сталкивается с такими феноменами, которые коренятся не в индивидуальном сознании, а в сознании народа, и для этого нужен особый, специальный раздел науки.

Психология масс представляет собой иную форму социально-психологических теорий этого времени. Она давала решение вопроса о взаимоотношениях личности и общества с индивидуалистических позиций. Теория родилась во Франции во второй половине XIX в. В ее основе лежит концепция подражания Г. Тарда, которая была изложена им в работе «Законы подражания». Социальное поведение, по мнению этого автора, объясняется только способностью к подражанию. Эта идея учитывала иррациональные моменты социального поведения, что не позволяло упрощать социальное поведение. Однако она часто являлась основой и для реакционных взглядов. Социальная жизнь понималась Г. Тардом как взаимодействие двух индивидов. Г. Тард изучал межличностные отношения, он обратился к исследованию общественного

мнения психологии толпы, изучал механизмы психологического заражения и внушения. Г. Тард обратил внимание на личную инициативу в массе, на подражание массы героям.

Идеи иррациональности и подражания были восприняты основоположниками теории масс С. Сигеле и Г. Лебоном. Итальянский юрист С. Сигеле рассматривал проблемы социальности человека на материале уголовных дел. Французский социолог Г. Лебон большое внимание уделял взаимодействию масс и элит. В 1895 г. появляется его основной труд «Психология народов и масс». По мнению Г. Лебона, масса – это скопление людей, главной чертой которых является утрата способности к наблюдению, причем главными чертами поведения человека в массе являются:

1. «Обезьяничанье», которое приводит к господству импульсных инстинктивных реакций.

2. Резкое преобладание чувств над интеллектом. Это ведет к приверженности разным влияниям.

3. Утрата интеллекта, что приводит к отсутствию контроля над страстями [см.: Лебон, Тард, с. 32].

Масса, по мнению Г. Лебона, неупорядочена, хаотична, безответственна. Она нуждается в вожде, роль которого часто выполняет элита.

Выводы Г. Лебона были сделаны на основе наблюдений проявлений массы в ситуации паники. Так в академической теории отразились массовые выступления рабочих того времени. «Эра толпы» характеризовалась потерей человеческой индивидуальности, подчинением инстинктам. Теоретическое значение психологии масс двойственно. Продолжалось осмысление вопроса об отношениях личности и общества, для науки была открыта новая сфера исследований. Индивид имел приоритет над обществом, однако общество отождествлялось с толпой, что делало подход односторонним и необоснованным. Психология народов имела объективистский характер, так как отмечала наличие в культуре сверхиндивидуального характера. Неизбежно должно было появиться субъективистское направление, в качестве которого выступил

инстинктивизм. В 1908 г. У. Макдугалл издает «Введение в социальную психологию», в этом же году выходит книга социолога Э. Росса «Социальная психология». Этот год принято условно считать годом рождения социальной психологии. Условность даты связана с тем, что еще в 1897 г. Дж. Болдуин опубликовал свой труд «Исследования по социальной психологии». Таким образом, концентрация идей достигла оформления в целый ряд систематических руководств по социальной психологии.

Теория инстинктов социального поведения, или психоаналитическое направление в социальной психологии У. Макдугалла, объявляла причиной социального поведения врожденные инстинкты. Свою теорию У. Макдугалл называл «гормической» (от греч. *горме*, что означает «животный импульс» и переводится на многие языки как «инстинкт»). Стремление к цели отличает человека от животных. Горме реализуется в инстинктах (или «склонностях»). Инстинкты связаны с определенными эмоциями:

1. Инстинктом борьбы (страх, гнев).
2. Инстинктом бегства (чувство самосохранения).
3. Инстинктом воспроизведения рода (ревность, женская робость).
4. Инстинктом приобретения (чувство собственности).
5. Инстинктом строительства (чувство созидания).
6. Стадным инстинктом (чувство принадлежности).
7. Инстинктом и чувством справедливости.

Из инстинктов выводятся все социальные учреждения: семья, торговля, войны.

Книга У. Макдугалла выдержала более двадцати изданий; он выделил психологию групп как раздел социальной психологии, указал на влияние группы на индивида, развил представление о сверхиндивидуальной национальной душе.

К достижениям первого периода можно отнести:

1. Выделение социально-психологических явлений в качестве особых феноменов. Законы социального стали сводить к законам коллективной психики.

2. Формирование первичного понятийного аппарата.

3. Накопление эмпирического материала.

4. Выделение специфических проблем социальной психологии (лидерство, проблемы групп и масс, движущие силы социальных явлений).

Важно также и то, что в первых социально-психологических теориях с самого начала пытались найти подходы к решению поставленных проблем как бы с двух сторон: со стороны психологии и со стороны социологии.

К недостаткам:

1. Методы этого периода умозрительны. Описательные теории не опирались на исследовательскую практику, они были лишь «рассуждениями» по поводу социально-психологических проблем без проверки в эксперименте.

2. Рассмотренные теории принадлежали либо к определенному типу психологического редукционизма (абсолютизация какого-либо одного признака в качестве главного мотива деятельности и поведения людей), либо представляли собой упрощенный анализ поведения массы, толпы и возвышающегося над нею героя.

Требованием времени стало подведение эмпирической и экспериментальной базы под здание социальной психологии.

Экспериментальное оформление социальной психологии с 20-х до 40-х гг. XX в., появление новых школ

Начало научной социальной психологии обычно связывают с работами В. Мёде, Ф. Олпорта, В. М. Бехтерева, которые в 20-е гг. XX в. перешли к системному экспериментальному изучению социально-психологических явлений в группах, совершенствованию техники получения и количественной обработки собранного материала. В 1920 г. В. Мёде опубликовал результаты своих экспериментов с группами, которые он начал проводить еще в 1913 г. («Экспериментальная психология масс»). Следует отметить, что подобные эксперименты проводились и ранее. Например, американский психолог Н. Триплетт в своих экспериментах в 1897 г. обнаружил,

что испытуемые в условиях соревнования действовали быстрее, чем в одиночестве. М. Рингельман в 80-е гг. XIX в. провел исследования групповой продуктивности. А. Бине и Анри в 1894 г. изучали внушаемость. Однако в это время заметного увеличения экспериментов не произошло. Именно В. Мёде принадлежит заслуга в разработке общей методологии группового эксперимента. Каждый опыт начинался с одним испытуемым, а затем количество их увеличивалось. Выяснялись различия в способности выносить боль в одиночку и в группе, в звукоразличении, устойчивости и силе внимания, счете, сжатии динамометра. В. Мёде установил, что социально-психологические факторы влияют на все психические качества индивида. Он дал классификацию людей по отношению к группе: положительный, отрицательный, нейтральный типы.

В России в трудах В. М. Бехтерева были представлены результаты оригинальных экспериментов в группах, которые он проводил совместно с М. В. Ланге и В. И. Мясищевым. Было показано, что группа увеличивает объем знаний своих членов, исправляет ошибки, смягчает отношение к поступку, дает общие сдвиги в показателях.

В «Коллективной рефлексологии» (1921) В. М. Бехтерев пытается свести законы психологии масс к законам физики. Так, колебания боевого настроения солдат во время войны рассматриваются по аналогии с броуновским движением, вращением Земли вокруг Солнца и своей оси, колебанием маятника. Каждый народ, считал В. М. Бехтерев, имеет свой темперамент и свои особенности умственного развития, которые наследственно обусловлены и передаются биологическим путем. Несмотря на механистичность подобных представлений, В. М. Бехтерев ввел в социальную психологию целый ряд новых понятий: возбудимость группы, коллективное настроение, коллективная сосредоточенность.

В. М. Бехтерев одним из первых обозначил предмет, задачи и методы психологии масс в 1911 г. Он дал определение коллективу, обозначил интегрирующую функцию цели и сущностные факторы объединения людей в группе: влияние, подражание, внушение, убеждение. Им была предложена классификация групп, в основе

которой находится уровень организованности группы, направление ее активности, степень общности интересов составляющих ее членов [см.: Андриенко, с. 80].

В. М. Бехтерев обращал внимание на целостность коллектива и рассматривал его психологические характеристики («коллективное настроение», «соборный ум», «коллективное сосредоточение», «коллективное наблюдение») по аналогии с психическими функциями человека. Он даже называл коллектив «собирательная личность», которая имеет свою индивидуальность [см.: Журавлев, 2012, с.123].

Результаты экспериментов Ф. Олпорта были представлены в его работе «Социальная психология» в 1924 г., в которой выяснялись особенности протекания процессов ощущения, внимания, мышления в изолированных и групповых условиях. Ф. Олпорт, например, сделал следующие заключения:

1. Когда люди вместе, то облегчается начало действия и увеличивается его темп, т. е. уменьшается фаза срабатываемости.

2. Совместная деятельность влияет и на темп интеллектуальной деятельности.

3. Оригинальность идей увеличивается в одиночной интеллектуальной деятельности, т. е. в группе мы бессознательно стремимся к единству во взглядах и мнениях.

По мнению ученого, социальное поведение стимулирует поведение других или само стимулируется другими. Ф. Олпорт предпринял попытку интеграции бихевиоризма и психоанализа. Его исследования групп стали классической нормой для социальной психологии.

Ф. Олпорт первым исследовал социальное развитие и спад, доминирующие рефлексы и привычки, содействующие и взаимодействующие группы, круговое и линейное социальное поведение, отношения подчинения.

Благодаря исследованиям Ф. Олпорта, социальная психология утвердилась как самостоятельная научная дисциплина. В дальнейшем содержание этой дисциплины разрабатывали основные психологические теории: бихевиоризм, психоанализ, когнитивизм и интеракционизм.

Вопросы для самопроверки

1. Перечислите теоретические и социальные предпосылки становления социальной психологии как науки.

2. Какие основные достижения на каждом из рассмотренных этапов становления социальной психологии можно назвать?

3. Перечислите основные направления современной социальной психологии, развивающей идеи этапа становления.

4. Проведите сравнительный анализ рассмотренных подходов описательного этапа становления социальной психологии.

5. Каковы особенности становления отечественной социальной психологии?

Список рекомендуемой литературы

Основная

Андриенко Е. В. Социальная психология : учеб. пособие для студентов учреждений высш. проф. образования / Е. В. Андриенко ; под ред. В. А. Сластенина. М., 2012.

Белинская Е. П. У истоков социальной психологии : сравнит. анализ «Психологии масс» Г. Лебона и концепции «героев и толпы» Н. К. Михайловского / Е. П. Белинская // Вестн. Моск. гос. ун-та. 2012. № 1. (Сер. 14, Психология).

Горшков Е. А. Истоки и предпосылки возникновения американской социальной психологии в конце XIX – начале XX века / Е. И. Горшков // Психол. журн. 2012. Т. 33, № 4.

Горшков Е. А. Социальная психология : «европейские корни» / Е. И. Горшков // Perspectives of Science and Education. 2014. № 4 (10).

Журавлев А. Л. Роль В. М. Бехтерева в становлении общественной (социальной) психологии России (к 155-летию со дня рождения) / А. Л. Журавлев // Психол. журн. 2012. Т. 33, № 3.

Парыгин Б. Д. Социальная психология : истоки и перспективы / Б. Д. Парыгин. СПб., 2010.

Почебут Л. Г. Социальная психология / Л. Г. Почебут, И. А. Мейжис. СПб., 2010.

Дополнительная

Андреева Г. М. Социальная психология сегодня : поиск и размышления / Г. М. Андреева. М., 2009.

Бехтерев В. М. Избранные работы по социальной психологии / В. М. Бехтерев. М., 1994.

Лебон Г. Психология толп / Г. Лебон, Г. Тард. СПб., 1998.

Марцинковская Т. Д. История психологии. 4-е изд. / Т. Д. Марцинковская. М., 2004.

Психология : учебник для гуманитарных вузов / под ред. В. Н. Дружинина. СПб., 2001. Ч. 3. Гл. 18. Разд. 18.1–18.3.

Семечкин Н. И. Социальная психология / Н. И. Семечкин. СПб., 2008. Гл. 1–3.

Сигеле С. Преступная толпа / С. Сигеле, З. Фрейд, В. Вундт. М., 1998.

Современная зарубежная психология / под ред. Г. М. Андреевой, Н. Н. Богомоловой, Л. А. Петровской. М., 2001.

Социальная психология : хрестоматия / под ред. Е. П. Белинской, О. А. Тихомандрицкой. М., 2000.

Тема 2
Тенденции развития современной российской социальной психологии

Российскими психологами сегодня обсуждается специфическое положение в современной отечественной психологии, связанное с переходом от советской психологии к психологии российской, а также новые задачи российской психологии.

Действительно, весь накопленный отечественной психологией опыт, теоретические постулаты и результаты конкретных эмпирических исследований связаны с анализом стабильного общества эпохи социализма, а самая главная черта современного российского общества – его нестабильность.

На данный момент можно выделить несколько актуальных тенденций развития современной психологии в России.

Во-первых, это построение новой системы анализа социальной реальности. Дело в том, что в советской психологии в качестве научной базы доминировала парадигма преобразования. Это означало следующее: чтобы понять и объяснить человека как специфический объект исследования, его надо было воспитать, преобразовать, сформировать. Тем самым исключалась любая возможность конфликтов в обществе. В настоящее время в отечественной психологии формируется новая концепция исследования человека и общества, опирающаяся на универсальные закономерности, общие для мировой социальной психологии, и учитывающая исторические и культурные особенности российского общества.

Во-вторых, современная социальная реальность, безусловно, требует осмысления новых социально-психологических феноменов. В конце 80-х гг. XX в. в российском обществе стали чрезвычайно ярко проявляться межнациональные отношения, политические процессы, новые экономические отношения. В 90-х гг. прошлого века наблюдались широкомасштабные межнациональные конфликты, а также массовая миграция из регионов, охваченных подобного рода конфликтами. Это требовало своего анализа с точки зрения социальной психологии, ибо для того, чтобы управлять социальными процессами, необходимо понимать их механизмы и закономерности. В настоящее время психология наций и народов – этнопсихология – представляет собой наиболее динамично развивающуюся отрасль социальной психологии в нашей стране.

Кроме того, это время было также периодом активного развития политических процессов, к научному анализу которых социальная психология в своем прежнем виде не была готова. Чтобы ответить на запросы практики, наша наука должна была развивать свое предметное содержание, теорию, систему категорий и принципов, составивших впоследствии новую область социально-психологического знания – политическую психологию. Эта область науки и практики привлекает к себе наиболее целеустремленных молодых людей, готовых активно включиться в политическую жизнь России.

Самостоятельной сферой социально-психологического анализа стала область бизнеса и предпринимательства, изучающая нормы

российской деловой культуры, отношение общества к предпринимателям, а также формы и методы взаимодействия на разных уровнях предпринимательства [см.: Журавлев, 2011, с. 124].

Развитие практических направлений психологии ставит в качестве одной из задач взаимодействие с мировой психологией. Большая часть современных методов социально-психологической теории и практики заимствована из зарубежного опыта. И хотя категориальный аппарат социальной психологии универсален, существуют определенные культурологические различия в форме организации и проведения как теоретических исследований, так и практических методик. Поэтому такие области, как психология рекламы, психология имиджа, психология паблик рилэйшенз (связей с общественностью), требуют своего переосмысления с точки зрения психологии российского общества.

Особое внимание в настоящее время уделяется насущным задачам, стоящим перед психологами в новых общественных условиях, важности интеграции теоретического и практического знания.

Эта ситуация усугубляется переживаемым отечественной психологией кризисом, который носит преимущественно методологический характер. Действительно, отечественная психологическая наука переживает сейчас трудный этап, связанный с радикальным пересмотром методологических посылок.

В России кризис психологии переживается острее в силу особенностей нашей социокультурной ситуации. Кризис психологии в конце II тысячелетия глобален, объемен, интернационален и многопланов. Его проявления (симптомы) можно усмотреть в самых разных плоскостях, например:

– в отсутствии единой науки, дефиците устойчивого знания, обилии альтернативных моделей понимания и изучения психического;

– в углубляющемся расколе между исследовательской и практической психологией;

– в конкуренции со стороны паранауки, возникновении пограничных между наукой и не наукой систем знания.

Положение психологии на пороге III тысячелетия никак нельзя признать благополучным. Ее современное состояние можно определить как глубокую диссоциацию (букв.: «разъединение», «разделение»). И таких разделений может быть много: борьба между объективной и субъективной психологией, между объяснительной и понимающей, между психологией материалистической и спиритуалистической, между поведенческой и психологией сознания и т. д. В настоящий момент кризис выражается наиболее ярко в противостоянии естественно-научного и герменевтического (гуманистического) подходов. Таковы современные условия развития социальной психологии вообще и отечественной социальной психологии в частности.

Развитие социально-психологического знания в России в последнее тридцатилетие связано с появлением целого ряда тенденций. Они касаются представлений о предмете социальной психологии, ее объекте, методах исследования, об изменении тезауруса, современных научных направлений исследований, представлений об основных (или главных) конструктах социальной психологии, представлений о междисциплинарном статусе современной социальной психологии.

В развитии представлений о *предмете социальной психологии* можно выделить несколько уже сложившихся направлений:

1. Продолжается экстенсивное развитие научных представлений в виде выделения все новых и новых явлений в качестве предмета социальной психологии. Однако этот путь, наиболее распространенный в начале становления (и возрождения) социальной психологии, сегодня уже не имеет принципиального значения для ее развития, но по-прежнему остается интересным с точки зрения описания пополняемой совокупности «предметов», их конкретизации, уточнения и т. п. Тем не менее, более важны другие состоявшиеся пути развития представлений о предмете социальной психологии.

2. Эклектичный путь, характеризующийся соединением через союз «и» разных по сути предметов. Это фактически упрощенная, рядоположная интеграция предметов, которая получила

широкое распространение и вполне допустима при решении учебно-образовательных, просветительских, популяризаторских и некоторых научно-практических задач в области социальной психологии.

Выделены еще два перспективных пути решения вопроса о предмете социальной психологии, которые в настоящее время рассматриваются как основные тенденции ближайшего развития.

3. Переход от формулирования конкретного и тем самым всегда частного предмета (например, изучение личностных свойств в группах, интерперсональных процессов, межличностных отношений, общения между людьми, свойств группы, межгрупповых отношений и т. п.) к описанию «предметного поля». Такой путь позволяет одновременно включать в него многие известные феномены как частные и специфичные предметы данной дисциплины, т. е. наблюдается явное расширение представлений о предмете, образно говоря, «по горизонтали» (или «в плоскости»). В результате позиции разных исследователей отличаются не только содержанием, но и объемами «предметных полей» социальной психологии. У данного пути развития представлений о предмете имеются явные недостатки и издержки. Например, он приводит к снижению остроты дискуссий о предмете данной дисциплины, так как, в принципе, в «предметное поле» можно включить любое новое предлагаемое явление, в том числе и самое оригинальное и даже экзотичное.

4. Переход к более абстрактным, но одновременно и более обобщенным, интегративным формулировкам предмета. Такое описание включает в себя конкретные и частные представления. Это «наращивание» предмета как бы «по вертикали», от частного к общему. Возможным вариантом такого решения является изучение многообразных психологических явлений (процессов, состояний, свойств и т. п.), характеризующих индивида или группу как субъектов социального взаимодействия. Одним из конкретных примеров реализации так понимаемого предмета социальной психологии являются исследования разных видов управленческого взаимодействия в организационной психологии и психологии управления. В результате таких исследований было обосновано новое научное направление – психология исполнительской деятельности

и личности исполнителей, которая наряду с ранее выполненными психологическими исследованиями руководства и личности руководителей позволила сформировать психологию управленческого взаимодействия как логически завершенный раздел современной организационной психологии [см.: Андреева, Богомолова, Петровская, с. 124].

Развитие представлений об *объектах исследования* в современной социальной психологии конкретизируется двумя центробежными направлениями от своего главного объекта (малой группы): усилением интереса к социальной психологии личности и одновременно к психологии больших социальных групп. Этот интерес будет возрастать и далее, особенно к тем группам, которые ранее не изучались. К ним относятся новые, интенсивно формирующиеся социальные группы в российском обществе: предпринимателей и среднего класса, жен «новых русских» и солдатских матерей, олигархов и дворянства, безработных и новых политических партий и т. д. Возрастает внимание исследователей к таким большим социальным группам, как те, которые проживают в регионах. В связи с этим наряду с уже состоявшейся этнической психологией будет также постепенно развиваться региональная социальная психология – это ее ближайшие задачи.

Сегодня в социальной психологии явно доминирует интерес исследователей к психологическим закономерностям негативных социальных явлений.

Значительно чаще, чем ранее, изучаются семьи наркоманов и алкоголиков, социально-психологическая дезадаптация участников боевых действий, терроризм и личности террористов, групповое и массовое насилие, криминальное поведение, информационно-психологическая безопасность общества, коррупция и другие негативные явления в трансформирующемся российском обществе.

Перспективы развития социальной психологии связаны со значительным расширением «зоны» объектов исследования с одной стороны, за счет активного включения в сферу ее интересов внутриличностных феноменов, таких как «Я – другое Я», самоотношение, представление о себе в связи с представлением о других,

саморефлексия, самосознание и т. п., а с другой – за счет развития относительно нового макропсихологического анализа общества в целом. Исследования макропсихологических, общественных явлений неизбежно вызывают становление макросоциальной психологии или просто макропсихологии, разрабатываемой в Институте психологии РАН под руководством А. В. Юревича [см.: Журавлев, 2008, с. 147].

В последние годы возрос интерес социальных психологов к сообществам большей численности, чем конкретный этнос или суперэтнос, нация или какое-то отдельное современное общество. Такая тенденция постепенно должна привести к формированию континентальной или материковой социальной психологии. Здесь имеются в виду исследования (включая сравнительные) европейцев, азиатов, американцев, латиноамериканцев, африканцев, австралийцев, полинезийцев и др.

Методы исследования являются одними из наиболее консервативных, т. е. с большим трудом изменяющихся, дифференцирующихся признаков той или иной отрасли психологической науки.

Выраженными тенденциями развития методов в социальной психологии являются следующие тенденции:

– все более точный учет психометрических требований к разрабатываемым методикам, что приводит к возрастанию степени стандартизированности применяемого инструментария в социальной психологии;

– повышение общей культуры эмпирического исследования;

– разработка оригинальных авторских программ исследований, различных методов их организации, анализа и интерпретации полученных данных;

– использование оригинальных комплексов взаимодополняющих методов и соответствующих им методик;

– применение все более сложных математико-статистических процедур обработки и анализа данных;

– использование более совершенных способов оформления результатов исследования благодаря внедрению компьютерных технологий [см.: Братусь, с. 98].

Выделенные тенденции характерны для психологической науки в целом.

Изменение тезауруса современной социальной психологии происходит достаточно интенсивно. Это связано с формулированием новых научных гипотез и проблем, формированием научных направлений, обоснованием новых теоретических подходов и т. д. Поэтому возникла важная теоретическая задача: проанализировать результаты развития системы понятий за последние примерно 20 лет в российской социальной психологии. Следует заметить, что наша отечественная система понятий изменялась более интенсивно и радикально, чем англоязычная (или в целом западная).

Развитие системы понятий происходит в самых разных формах:

– возникает новое (или уточненное) содержание известных понятий, которое может становиться более глубоким, объемным и т. д.;

– предлагаются новые понятия, но близкие по смыслу и содержанию к старым;

– появляются реально новые понятия, отражающие не изучавшиеся ранее явления, хотя степень их новизны тоже может быть различной, и др.

В отечественных теоретических и эмпирических социально-психологических исследованиях стали активно использоваться следующие термины и понятия: совместная жизнедеятельность; бытие группы; коллективный (групповой) субъект и групповая субъектность; групповая рефлексия, саморефлексия и саморефлексивность; социальное, экономическое и нравственное самоопределение личности и группы; совладающее поведение; коллективный копинг; психологическая дистанция; социально-психологическое пространство; нравственно-психологическая регуляция социального поведения; социальные и социально-психологические сети; социальный и социально-психологический капитал; корпоративная (организационная) культура; межличностное, внутригрупповое и межгрупповое доверие; доверие организации и в организации (организационное доверие); социально-психологическая зрелость; субъективное качество жизни; субъективное (психоло-

гическое) благополучие; межличностный, внутригрупповой и межгрупповой обмен знаниями; отношение личности и группы к времени; дистинктивное поведение и др.

В связи с перечисленным рядом понятий целесообразно выделить некоторые *современные научные направления*. К ним относятся:

– социально-психологические процессы (механизмы) изменения культурных норм;

– исследование особенностей дистинктивного социального поведения личности и группы;

– социально-психологические аспекты изучения культурной травмы;

– исследование коллективной памяти с позиций конструкционизма;

– психологические исследования межличностного, межгруппового и организационного доверия и недоверия;

– нравственно-психологические детерминанты социального и экономического поведения личности и группы;

– исследование социально-психологического пространства личности и группы;

– социально-психологические проблемы управления, в том числе обмена знаниями в организации;

– социальная психология времени (отношение личности и группы к времени);

– социально-психологические исследования терроризма и др.

Этот ряд объединяет перспективность поставленных проблем и заявленных направлений исследования в социальной психологии.

Развитие научных *представлений об основных* (*или главных*) *конструктах социальной психологии* связано с непрекращающейся заочной дискуссией о так называемой единице (клеточке) анализа социально-психологических явлений. Такими исходными «клеточками» анализа в истории социальной психологии выступали следующие социально-психологические явления:

– социальная установка;

– социальные представления;

– мнения, оценки;
– коммуникации;
– коммуникативный обмен;
– социальные образы;
– акты социального поведения;
– интеракции, взаимодействие;
– групповой фактор (или феномен группы) и др.

В настоящее время в качестве ведущего феномена могут рассматриваться отношения (как связи и как оценки) между людьми, порождающие феномен совместности, который, собственно, и является центральным для исследований в социальной психологии. При этом он широко трактуется и существует в самых разных формах (или состояниях, качествах): взаимосвязи и взаимозависимости, взаимоотношения и взаимодействия, совместной деятельности и совместной жизнедеятельности, совместной активности и совместного бытия и т. п. Поэтому ближайшие перспективы развития отечественной социальной психологии связаны с психологической теорией отношений, возможностями ее реализации и дальнейшего развития, применительно к исследованию совместности [см.: Журавлев, 2012, с. 148].

Развитие *представлений о месте социальной психологии в системе наук* характерно для всей ее истории: возникнув на границах психологической науки и социологии, она и в настоящее время рассматривается как междисциплинарная отрасль знания. Примерами его обозначения могут служить следующие точки зрения:

– социологическая социальная психология и психологическая социальная психология (Г. М. Андреева);

– психосоциология и социопсихология (А. К. Уледов);

– психологическая социология и социологическая психология (И. С. Кон).

За последние два десятилетия возникли и стали обсуждаться еще две пары обозначений аналогичного двухслойного строения социальной психологии: микросоциальная и макросоциальная психология, а также социальная и социетальная психология.

Наиболее интенсивно развиваются связи социальной психологии с психологией личности, труда и управления, педагогической психологией, психолингвистикой и др. Эти связи указывают на ее внутрипсихологическую междисциплинарность.

Перспективы развития внутрипсихологических связей социальной психологии состоят прежде всего в связях с неочевидными отраслями, например, с психофизикой (изучением восприятия естественной, в том числе социальной, среды должна заниматься социальная психофизика), психофизиологией (изучение состояний под воздействием социальных факторов – социальная психофизиология) и т. п.

Дополнительно к перечисленным отраслям наблюдается выраженная тенденция приобретения внепсихологического статуса экономической психологией (в виде поведенческой экономики) в системе экономических наук. Фактически социальная психология сегодня входит в пятерку отраслей психологической науки с высокой междисциплинарной востребованностью (или релевантностью).

Этот процесс имеет выраженные перспективы, связанные с дальнейшим формированием этической психологии (или психологии нравственности), региональной психологии и психологии культуры на соответствующих границах психологической науки с этикой, регионалистикой (или регионоведением) и культурологией. В зонах пересечения предметных «полей» психологии и самых разных социогуманитарных наук реально развивается сложнейшая система психологических отраслей знания. Как считает А. Л. Журавлев, для ее обозначения целесообразно ввести новый термин, например «психосоциальные отрасли». Это необходимо сделать еще и для того, чтобы за термином «социальная психология» сохранить его традиционное содержание, а за социальной психологией – привычное место в системе наук, пограничное между психологией и социологией [см.: Журавлев, 2008, с. 160].

В завершение рассмотрения темы надо отметить, что на данный момент наблюдается еще одна тенденция – направления исследований российских социальных психологов и их зарубежных коллег зачастую совпадают.

Поэтому обозначим темы исследований, вызывающие сегодня наибольший интерес у отечественных и зарубежных социальных психологов (хотя приводимый перечень далеко не полный).

Изучение особенностей психологии малых групп, межгрупповых отношений, поиск психологических способов разрешения конфликтных ситуаций, а также решение широкого круга проблем психологии бизнеса, рекламы и массовых коммуникаций, этнопсихологии, политической и организационной психологии выходит на первый план в большинстве развитых и ряде развивающихся стран.

Помимо прочего, социальные психологи (как в России, так и за рубежом) занимаются изучением близких межличностных отношений, таких как любовь, дружба. Тем не менее, некоторые психологические аспекты аттракции, симпатии и антипатии, романтической привязанности людей (в частности, те, что касаются межкультурных различий) остаются малоизученными и требуют дальнейшего уточнения. Недостаточно также изучены критерии отношений доверия в дружбе.

Довольно часто исследуется феномен лидерства в малых группах, групповая сплоченность, поведение людей во время конфликта.

Вызывают наибольший интерес у отечественных и зарубежных социальных психологов проблемы, связанные с социализацией личности; социально-психологической адаптацией мигрантов; образом Я, концепцией Я, социальной, профессиональной, индивидуальной, групповой, этнической, гендерной идентичностью человека в разных культурах; изучением социальных ролей и статусных отношений людей в различных средах; особенностями взаимодействия различных категорий людей с информационной средой; характеристиками восприятия СМИ разными группами граждан; рассмотрением специфики проявления всевозможных психических феноменов в зависимости от принадлежности к определенной этнокультуре; коммуникацией в образовательной и профессиональной среде; определением факторов, влияющих на психологическую удовлетворенность браком; гендерными различиями в восприятии бренда, рекламы; выявлением и анализом ценностных ориентаций; сравнением культурных ценностей; изучением соци-

альных установок, стереотипов и представлений о различных явлениях; влиянием эмоций на коммуникативное взаимодействие. Возрастает число исследований, посвященных изучению феномена интернет-зависимости, психологических особенностей виртуальной, а также межкультурной коммуникации. В связи с продолжающимся ростом разводов супружеских пар во всем мире актуальным сейчас признано изучение психологической стороны брачных отношений, семейных ценностей, романтической привязанности супругов друг к другу.

В практическом плане услуги социальных психологов оказываются востребованными в семейном консультировании; в эмпирическом изучении лояльности бренду, восприятия товара, эффективности рекламных сообщений; в проведении тренингов по технике продаж и работе с клиентами; в анализе вербальных и невербальных компонентов коммуникации; в психологической оценке, отборе и адаптации персонала организаций; в анализе трудовой мотивации; в анализе преимуществ и недостатков тех или иных стилей руководства; в практических вопросах влияния психологической совместимости на особенности межличностного взаимодействия; в изучении последствий профессионального и эмоционального выгорания и т. д.

Важно помнить, что социальная психология в своем теоретическом и прикладном аспектах отвечает на запросы общества, поэтому ее изменения тесно связаны с направлениями развития общества.

Вопросы для самопроверки

1. Каковы признаки кризиса, переживаемого отечественной психологией?

2. В чем заключается (в чем выражается) специфическое положение современной отечественной психологии?

3. Как изменились представления о предмете социальной психологии? Охарактеризуйте объект и предмет социальной психологии в современном мире.

4. Какие методы исследования социальной психологии заимствованы из других наук?

5. Как развиваются представления о месте социальной психологии в системе наук: что наблюдается нового с точки зрения внутрипсихологических связей социальной психологии и с точки зрения ее внепсихологического статуса?

Список рекомендуемой литературы

Основная

Журавлев А. Л. Современные тенденции развития социальной психологии в России / А. Л. Журавлев // Гуманитарные науки : теория и методология. 2011. № 4.

Семяшкин А. А. Социальная психология в России и за рубежом : современное состояние, сфера взаимодействия, тенденции и перспективы развития / А. А. Семяшкин // Автоматизация и управление в технических системах. 2012. № 2.

Дополнительная

Александров А. Д. Основные задачи психологии XXI века / А. Д. Александров. СПб., 2003.

Братусь Б. С. Общая психология на фоне знаков современности / Б. С. Братусь // Вестн. Моск. гос. ун-та. 2007. № 3.

Журавлев А. Н. Основные тенденции развития социально-психологических исследований в Институте психологии РАН / А. Н. Журавлев // Личность. Культура. Общество. 2008. Т. 10, вып. 1.

Нестик Т. А. Тенденции развития современной зарубежной социальной психологии / Т. А. Нестик // Личность. Культура. Общество. 2008. Т. 10, вып. 1.

Сидоренков А. В. Состояние зарубежной психологии малой группы: тенденция развития и проблемы / А. В. Сидоренков // Вопр. психологии. 2005. № 6.

Психология XXI века / под ред. В. Н. Дружинина. М., 2003.

Современная российская психология / К. Н. Любутин, А. В. Грибакин. Екатеринбург, 2004.

Тема 3
Основные направления современной зарубежной социальной психологии

Одной из важных задач современной психологии является проведение корректного анализа зарубежной социальной психологии, содержания ее теоретических концепций, методов и результатов исследований. При этом неприемлемо как простое копирование выводов, идей зарубежных исследователей, так и однозначное отрицание чужого опыта. Необходимо рассматривать этот опыт под углом зрения условий, существующих в конкретном обществе.

В развитии психологии выделились три теоретические школы: психоанализ, бихевиоризм и гештальт-психология, на положения и идеи которых стала опираться зарубежная социальная психология. Особенно привлекательными были идеи бихевиористского подхода, наиболее соответствовавшие идеалу построения строго экспериментальной дисциплины. Под влиянием экспериментальной методологии, которую социальная психология начала интенсивно использовать в период между двумя мировыми войнами, первоначальная интегративная задача «социализации» психологии в основном редуцировалась до изучения влияния управляемого социального окружения на индивидуальное поведение в лабораторных условиях.

Ценой, которую социальная психология заплатила за свою экспериментальную жесткость, была потеря релевантности результатов исследований. Освобождение от чар экспериментального подхода привело к кризису 1960–1970-х гг., когда было предложено много альтернативных вариантов развития этой дисциплины. Главный эффект этого кризиса – либерализация социальной психологии, ее освобождение от искусственности лабораторного эксперимента. В последние годы больше внимания уделяется изучению социального поведения в естественных условиях, а также изучению социального и культурного контекста с использованием методов наблюдения и современных корреляционных методик.

Традиционно социальная психология разделяется на три или четыре области исследования: изучение индивидуального социального поведения; диадического социального взаимодействия и процессов общения; малых групп и психологическое изучение социальных проблем [см.: Андреева, Богомолова, Петровская, с. 14].

Как показывают современные зарубежные обзоры, социальная психология занимается разработкой широкого спектра проблем. Особое внимание современных исследователей привлекают: 1) процессы аттрибуции; 2) групповые процессы; 3) оказание помощи; 4) аттракция и аффилиация; 5) агрессия; 6) преступления; 7) установки и их изучение; 8) социальное познание; 9) социальное развитие личности (социализация); 10) кросскультурные исследования.

В настоящий момент к основным в современной зарубежной социальной психологии можно отнести направления необихевиористической, психоаналитической, интеракционистской, когнитивистской ориентации, а также гуманистической направленности. По мнению Г. М. Андреевой, на данный момент преобладающей является когнитивистская ориентация исследований, хотя и остальные ориентации занимают близкое по влиянию положение [см.: Андреева, с. 233].

Рассмотрим более подробно каждое из этих направлений.

Необихевиористская ориентация

Бихевиоризм как классическая психологическая школа изучает проблемы закономерностей поведения человека и животного. Это определение дано И. П. Павловым, В. М. Бехтеревым, Д. Уотсоном, Э. Толменом, Б. Скиннером, К. Халлом и др. Поведение изучалось по формуле: стимул – реакция (S – R). Реакция – это ответ на внешний стимул, посредством которого происходит адаптация индивида к окружающей среде. Закономерности поведения и животных, и человека выводились из закономерностей внешнего стимулирования.

Центральной социально-психологической проблемой в рамках бихевиоризма стала проблема научения, т. е. приобретения индивидуального опыта путем проб и ошибок, и идея подкрепле-

ния. Было выделено четыре основных закона научения: закон эффекта, закон упражнения, закон готовности и закон ассоциативного сдвига.

Закон эффекта выражается в том, что из всех реакций на одну и ту же ситуацию закрепляется и становится преобладающей только та, которая сопровождается положительными эмоциями.

Закон упражнения заключается в том, что реакция на ситуацию закрепляется пропорционально частоте, силе и длительности повторения, лежит в основе формирования социальных привычек.

Закон готовности выявляет возможности человека посредством упражнений улучшать адаптацию на психофизиологическом уровне.

Закон ассоциативного сдвига проявляется в том, что если при одновременном действии двух раздражителей один из них вызывает положительную (отрицательную) реакцию, то и другой (до этого нейтральный) приобретает способность вызывать ту же реакцию.

Наряду с ортодоксальным бихевиоризмом Д. Уотсона в 30-е гг. XX в. появилось необихевиористское направление. В общем плане необихевиоризм представляет собой экспозицию принципов традиционного бихевиоризма. Но именно в необихевиоризме начинает наиболее последовательно использоваться методология неопозитивизма, направления, где подчеркивалось уважение к точным данным и использованию математических процедур при выдвижении и проверке гипотез. Основные принципы (правила) неопозитивизма:

1. Абсолютизация стандарта научного исследования, сложившегося в естественных науках.

2. Принципы верификации (проверка истинности знания путем опыта) и операционализма (процедуры установления связи общих понятий науки с техникой измерения, поиск индикаторов).

3. Переоценка эмпирического опыта.

4. Стремление уменьшить ценностные установки по отношению к изучаемому объекту как препятствующему истинности и научности вообще.

Развитие идей необихевиоризма связано в первую очередь с именами Э. Толмена, К. Халла и с усложнением традиционной бихевиористской схемы за счет введения промежуточных переменных (медиаторов). В результате такого изменения схема S – R приобрела вид S – *x* – R, где S – предъявляемый стимул, R – ответная реакция на стимул, *x* – промежуточная переменная (совокупность внутренних психологических факторов познавательного и побудительного характера, которые опосредуют реакции организма на те или иные стимулы).

В рамках необихевиоризма важными правилами научения являются принципы обобщения (генерализации) и различения (дифференциации) стимулов. Согласно принципу обобщения реакция, полученная на определенный стимул, может ассоциироваться с новым, но похожим стимулом. Принцип различения говорит о возможности различать подобные стимулы и отвечать на один из них вследствие дифференцированного подкрепления. По Б. Скиннеру, подкрепление может быть положительным (это стимулы, усиливающие реакцию) и отрицательным (стимулы, усиливающие реакцию, будучи устраненными). Сторонники медиаторного подхода говорят о том, что подкрепление приводит к наблюдаемым изменениям во внешних реакциях. Формы подкрепления могут быть довольно разными: от пищи и воды до элементарных социальных взаимодействий – слов и жестов.

Обозначая круг социально-психологических теорий, разработанных в ключе необихевиористской ориентации, следует выделить следующие теории:

1. Теория агрессивного поведения и теория подражания (Н. Миллер, Д. Доллард, А. Бандура).

2. Теории диадического межличностного взаимодействия:

а) теория «взаимодействия исходов» (Д. Тибо и Г. Келли);

б) теория социального обмена (Д. Хоманс).

Основываясь на идеях К. Халла, в социальной психологии была разработана теория фрустрации – агрессии Н. Миллера и Д. Долларда, предложены многочисленные модели диадического взаимодействия [см.: Андреева, Богомолова, Петровская, с. 244].

Фрустрационная теория агрессии и теория подражания Н. Миллера и Д. Долларда – об оперантной обусловленности поступков и поведения, о промежуточных переменных между стимулами и реакциями. Схему оперантного обусловливания в ходе научения разработал Б. Скиннер. Согласно этой схеме экспериментатор, наблюдая поведение, фиксирует случайное появление желаемой, «правильной» реакции и сразу же ее подкрепляет. Результатом такого научения является оперантное (инструментальное) научение, или оперант. В этом случае подкрепляется не стимул, а реакция организма, так как именно она вызывает подкрепляющий стимул, поэтому такое научение обозначается как научение типа R.

В основе научения типа S лежит классическая парадигма И. П. Павлова. Здесь реакция возникает только в ответ на воздействие какого-либо стимула. Результатом научения по такой схеме является респондентное поведение, т. е. поведение, вызванное определенным стимулом. Подкрепление в данном случае связано со стимулом, поэтому этот тип научения обозначается как научение типа S.

По мнению Н. Миллера и Д. Долларда, наличие агрессивного поведения всегда предполагает существование фрустрации и, наоборот, существование фрустрации всегда ведет к некоторой форме агрессии. Основными понятиями, используемыми в теории, являются четыре понятия: фрустрация (условие, блокирующее достижение желаемой цели), агрессия, «сдерживание» (действий вследствие ожидания негативных последствий), «смещенная агрессия» (направленная на безобидный объект). Однако со временем не подтвердилось положение о неразрывной, необходимой связи агрессии и фрустрации.

Подражание является важнейшим механизмом взаимодействия, причастным к рождению целого ряда феноменов, характеризующих, в частности, социализацию и конформность. Н. Миллер и Д. Доллард рассматривают подражание как объект инструментального научения и объясняют его соответствующими законами. В целом парадигма всех ситуаций научения, включая подражание, представляет, по Миллеру и Долларду, следующую формулу: сигнал → внутренняя реакция → драйв → внешняя реакция →

вознаграждение. Подражающее поведение имеет место, если индивид вознаграждается, когда он подражает и не вознаграждается, когда не подражает. Н. Миллер и Д. Доллард выделяют несколько видов подражающего поведения:

1. Подражание как тождественное поведение (одинаковые реакции на одинаковые стимулы у двух индивидов).

2. Парнозависимое поведение (наблюдатель вознаграждается за ту же реакцию, что и модель).

3. Копирующее поведение (наблюдатель научается действиям у модели).

Медиаторно-стимульная теория (*социальный бихевиоризм*, *или научение по моделям*) *А. Бандуры* дополняет теорию Н. Миллера и Д. Долларда и постулирует существование косвенного подкрепления в процессе научения. Это означает, что научение может происходить на основе наблюдения за поведением других людей и за последствиями этого поведения, а не на основе лично полученного подкрепления. В своей теории А. Бандура вводит когнитивный компонент и ставит его в зависимость от стимула и реакции. Автор отмечает следующие моменты:

1) при наблюдении поведения модели наблюдатель приобретает новые реакции;

2) при наблюдении последствий поведения модели изменяется поведение наблюдателя;

3) наблюдение поведения модели облегчает реализацию ранее приобретенной реакции наблюдателя.

Реакции могут приобретаться простым наблюдением поведения модели, а готовность реализовать эту реакцию во многом зависит от того, наказывается или награждается модель за соответствующее поведение. Таким образом, люди могут учиться на чужом опыте, посредством косвенного подкрепления, наблюдая за поведением других людей и последствиями этого поведения. Такая способность обучаться на примерах (моделях) и на основе косвенного подкрепления предполагает, что человек обладает способностью прогнозировать и оценивать последствия того, что он наблюдал у других людей, что еще не пережито им на личном опыте. Мы

можем регулировать и направлять наше собственное поведение, представляя или воображая себе еще не пережитые последствия.

Таким образом, когнитивные процессы играют важнейшую роль в социальной когнитивной теории А. Бандуры. Как полагает А. Бандура, не сама по себе схема подкрепления является эффективным фактором модификации поведения, а то, что именно человек думает об этой схеме подкрепления. Согласно взглядам Б. Скиннера тот, кто контролирует подкрепление, контролирует и поведение. Согласно мнению А. Бандуры тот, кто контролирует «модели» в обществе, контролирует и поведение.

Теория «взаимодействующих исходов» Д. Тибо и Г. Келли говорит о зависимости взаимоотношений от суммы «вознаграждений», получаемых каждым (выигрыш в статусе, власти и т. п.). Чаще всего позиция Д. Тибо и Г. Келли фигурирует под наименованием теории «взаимодействующих исходов». Авторы объясняют социальное взаимодействие в терминах «исходов» – вознаграждений и потерь каждого из участников взаимодействия. Они вводят стандарты, на основе которых личность оценивает свои исходы. Предлагают использовать матрицы для анализа взаимодействия двух человек. Основное внимание уделяется зависимости взаимоотношений от суммы «вознаграждений», получаемых каждым (выигрыш в статусе, власти и т. п.).

Теория элементарного социального поведения Дж. Хоманса. Данную теорию определяют еще как теорию социального обмена. Она близка к позиции Д. Тибо и Г. Келли. Если эти исследователи формально не связывали себя с бихевиоризмом, то в поисках объяснения поведения Дж. Хоманс прямо апеллирует к скиннеровской оперантной парадигме научения. «Элементарное социальное поведение» представляет собой взаимный обмен вознаграждениями (позитивными подкреплениями) и наказаниями (негативными подкреплениями) в диадическом контакте лицом к лицу. Ключевыми категориями теории являются следующие понятия:

– деятельность – равнозначно скиннеровскому термину «оперант»;

– сентименты – знаки аттитюдов и чувств членов диады по отношению друг к другу, например, кивок, поцелуй, рукопожатие.

Таким образом, сентименты не являются внутренним состоянием индивида, это виды открытого видимого поведения, которыми можно обмениваться. В процессе обмена сентименты подкрепляют (позитивно или негативно) поведение партнера по взаимодействию; интеракция состоит в обмене оперантами и сентиментами.

Дж. Хоманс формулирует ряд положений, способных, как он полагает, объяснить социальное взаимодействие. Например, согласно правилу «распределенной справедливости» взаимодействие будет успешным, если каждый участник социального обмена ожидает пропорциональности (иначе, справедливости) между получаемым выигрышем и понесенными издержками. Последствиями нарушения этого правила может стать гнев или чувство вины. Автор также подчеркивает зависимость качества (успешности) диадического взаимодействия от индивидуально-дифференцированного опыта соотношения «вознаграждений» (позитивных подкреплений) и «издержек» (негативных подкреплений). Именно прошлый опыт формирует ожидания своеобразной «нормы обмена».

В целом же следует отметить большую динамичность необихевиористской ориентации, проявляющуюся и в активной модификации изначальных исходных предпосылок (казалось бы, парадоксальном срастании с когнитивными тенденциями), и в особенности в освоении большого поля прикладных разработок. Например, известны многочисленные успешные программы модификации поведения, выполненные в русле подхода А. Бандуры (методы бихевиоральной терапии).

Основной методологический упрек бихевиоризму состоит в том, что большинство работ выполнено на животных.

С другой стороны, отмечается скромная практика эмпирических исследований в рамках других, только что выделенных теорий. Это связано с неудовлетворительным концептуальным и операциональным определением некоторых базовых понятий. При отсутствии строгих определений многие используемые в данных теориях понятия оказываются скорее метафорами, а не научными терминами. Пытаясь объяснить «социальное» поведение, авто-

ры строят его в соответствии с матрицей выигрышей и потерь, т. е. как «несоциальное», так как в этой матрице другие люди служат в качестве средства получения выигрыша или предотвращения потери. Именно в этом смысле они являются «социальными стимулами». Авторы теорий диадического взаимодействия убеждены в том, что предложили универсальные абстрактные модели социального взаимодействия. Они убеждены, что ориентация на поиск выгоды является атрибутом индивида, который обнаруживается во всех обстоятельствах, независимо от общества. Это объясняется тем, что данные теории разработаны на основе аналогии. В качестве аналога диадического взаимодействия берется рыночная торговая сделка. В этом смысле схватываются отдельные аспекты взаимодействия по типу рыночного обмена. При этом не уделяется внимания процессам принятия аттитюдов и ролей партнера, а также процессу самовыражения и генезису групп.

Кроме рассмотренных теорий, в той или иной степени систематически реализующих принципы необихевиористской ориентации, следует упомянуть случаи вкрапления отдельных положений необихевиоризма в исследования, выполненные с иных теоретических позиций. Подобная практика достаточно типична для современной зарубежной социальной психологии. С таким переплетением теоретических позиций мы сталкиваемся в исследовании феномена аттракции (от лат. *Attrahere* – привлекать, притягивать) – понятие, обозначающее возникновение при восприятии человека человеком привлекательности одного из них для другого. Формирование привязанности возникает у субъекта как результат его специфического эмоционального отношения, оценка которого порождает разнообразную гамму чувств от неприязни до симпатии и даже любви, и проявляется в виде особой социальной установки на другого человека. Область социльно-психологического тренинга и общий подход к ролевому поведению и ролевому научению также базируются на принципах научения в варианте современного необихевиоризма.

Психоаналитическая ориентация

Психоанализ прежде всего ассоциируется с именем З. Фрейда. Психоаналитическое направление в современной зарубежной социальной психологии является очень значимым, но не получило широкого распространения. Попытки построения социально-психологических теорий в рамках этого направления связаны с именами Э. Фромма и Дж. Салливана. Некоторые вопросы социальной психологии получили свое развитие в работах К. Юнга и А. Адлера. Можно выделить такие социально-психологические проблемы, решаемые в рамках психоанализа, как проблема конфликта человека и общества, проявляющаяся в столкновении влечений человека с социальными запретами, и проблема источников социальной активности личности.

В рамках этого течения стала развиваться практика проведения Т-групп (групп тренинга), где используются механизмы воздействия людей друг на друга. Напомним также, что психоанализ дал толчок новому психологическому течению – гуманистической психологии (представители А. Маслоу, К. Роджерс).

Г. М. Андреевой подчеркивается важность учета влияния психоанализа на данную область психологии. Так, современные психоаналитические представления о групповых процессах основываются на социально-психологических взглядах З. Фрейда, выраженных в работах «Массовая психология и анализ человеческого Я» (1921), «По ту сторону принципа удовольствия» (1920), «Я и Оно» (1922). В названных работах З. Фрейд не занимается психопатологией, а сосредоточивается на нормальной личности, ее структуре. Обращается он и к вопросам социальной психологии, социологии, философии, истории.

Анализируя групповые процессы, З. Фрейд использует приемы аналогии и экстраполяции действия психологических механизмов в семье на любую социальную группу. Любая группа живет по тем же законам, по которым живет любая семья. В этом смысле З. Фрейд не проводит различия, в частности, между малой и большой группами. Специфически понятые семейные связи оказываются в равной мере прототипом групповых отношений в том и другом случаях.

З. Фрейд утверждает, что в группе основными механизмами, связывающими людей, являются механизмы идентификации (уподобление себя другому) и десексуализированного либидо. Либидо – сексуальное влечение, энергетический резерв, который есть у человека, который придает динамику человеку. Десексуализованное лишено сексуальной энергетики, т. е. не предполагает достижения сексуальной цели. Достигнув сексуальной цели, группа должна распасться, но группа сохраняется, потому что остальные члены не являются сексуальными партнерами, но эмоциональное влечение сохраняется.

По З. Фрейду, сущность любой группы – это эмоциональные либидонозные связи. Очень важным в группе является отношение к лидеру. Группа – это совокупность людей, которые принимают лидера за идеал. Если они идеализируют лидера, значит, идентифицируются с ним, а затем идентифицируются друг с другом. В структуре первичной группы он выделяет две линии отношений:

1) отношение рядового члена группы к лидеру (идеализация, идентификация);

2) отношение между рядовыми членами группы.

Отношение к лидеру является связью 1-го порядка. Если бы не было отношений к лидеру, то не было бы отношений между членами и не будет идеализации лидера, не будет идентификации в группе, считает З. Фрейд. Он особо рассматривает лидера. Лидер – это человек, у которого отсутствуют эмоциональные привязанности к кому бы то ни было, кроме самого себя. Он никого не любит. Именно отсутствие эмоциональных привязанностей делает его независимым и самоуверенным. У других членов группы этих качеств нет, они зависимы и привязаны. Лидер характеризуется нарциссизмом, и благодаря этому он и становится лидером группы.

В своих взглядах на природу группы З. Фрейд дает подробную характеристику отношению к лидеру. Члены группы могут как принимать лидера и отождествлять (идентифицировать) себя с ним, так и наоборот, испытывать враждебность по отношению

к нему, т. е. отношение к лидеру амбивалентно. Таким образом, идентификация является защитным механизмом Я членов группы. Отношение к лидеру совпадает с отношением ребенка к отцу (аналогия с Эдиповым комплексом: сын – рядовой член группы, а отец – лидер). Влияние лидера на группу, по З. Фрейду, – гипнотическое [см.: Андреева, Богомолова, Петровская, с. 243].

Таковы основные моменты групповой психологии З. Фрейда, которые в том или ином виде воспроизводятся современными последователями психоанализа в зарубежной социальной психологии.

Обратимся теперь к анализу концепций групповых процессов последователей Фрейда.

В контексте психоаналитической ориентации можно обозначить:

1) динамическую теорию функционирования группы В. Байона;

2) теорию группового развития В. Бенниса и Г. Шепарда;

3) трехмерную теорию интерперсонального поведения В. Шутца;

4) теорию авторитарной личности Т. Адорно.

Динамическая теория функционирования группы В. Байона. Его опыт как практикующего психоаналитика (вел группы психоанализа) привел к идеям, которые помогли создать его теорию. В. Байон предлагает рассматривать группу как макровариант индивида. По его мнению, группы обладают теми же характеристиками, что и отдельно взятая личность: потребностями, мотивами, эмоциями и целями. Проведение такой аналогии позволяет выдвинуть второй тезис: групповая жизнь протекает на двух уровнях. Первый уровень – выполнение какой-либо из задач рационально и осознанно. Второй уровень (иррациональный) – это неосознаваемые вклады членов группы в создание групповой субкультуры (системы групповых норм, групповых мифов, групповой истории). Эти два уровня групповой жизни необязательно находятся в гармоничном отношении друг с другом, они могут находиться в состоянии конфликта. Если возникает конфликт, то действуют групповые защитные механизмы, которые аналогичны индивидуальным.

Теория группового развития В. Бенниса и Г. Шепарда. В основе теории лежит опыт наблюдений за процессами, происходящими в Т-группах, или группах социально-психологического тренинга.

Поясним специфику Т-групп. Цель группы социально-психологического тренинга – совершенствование социально-психологической компетенции участников группы в ходе обучения знаниям, умениям и навыкам в сфере межличностных отношений. Формой проведения занятий является групповая дискуссия, предметом обсуждения – реальные отношения между участниками группы. В ходе дискуссии анализируются процессы, которые происходят в этой группе. В результате такого анализа каждый участник начинает лучше понимать собственные мотивы, собственные фрустрации, окружающих и то, что мешает успешному общению. Каждый участник получает возможность апробировать различные способы снятия помех общения. Необходимо, чтобы в группе была установлена валидная коммуникация, которая предполагает, во-первых, что каждый участник группы может открыто сообщать о своих переживаниях и чувствах. Во-вторых, каждый участник воспринимает свое место в системе существующих отношений в соответствии с восприятием других людей, т. е. каждый адекватно воспринимает отношение группы к себе. В группе должен соблюдаться принцип «здесь и теперь», т. е. участники в ходе встречи обсуждают только настоящую ситуацию, а не то, что происходит вне группы. Отлаженная обратная связь и атмосфера психологической безопасности становятся условиями изменения отношений и установок человека. В группе должно произойти «размораживание», т. е. участники группы должны отказаться от привычных способов поведения и восприятия окружающих людей. За Т-группой закрепляется тренер. Его функции заключаются в обеспечении атмосферы доверия. Он должен демонстрировать группе желаемую модель поведения, т. е. вести себя открыто, терпимо, являться идеальным участником группы. Тренер не дает ответов или подсказок группе.

В. Беннис и Г. Шепард считают, что развитие группы происходит благодаря преодолению помех на пути установления валидной коммуникации. Основная помеха – это ситуация неопределенности, ситуация, в которой участники находятся на старте тренинга. Неопределенность касается и вопроса о власти в группе (кто

будет лидером?), и вопроса о взаимозависимости (вопрос о тесноте эмоциональных связей членов группы). Первичным считается вопрос о лидере, а затем вопрос о характере взаимоотношений между участниками группы. Авторы выделяют две фазы группового развития и внутри каждой фазы выделяют по 3 подфазы. Т-группа фактически проходит 6 этапов развития.

I фаза:

1-я подфаза: начинается с того, что группа ждет, когда тренер возьмет на себя лидерские полномочия, но тренер отказывается от этих полномочий, и, как следствие, в группе возникает напряжение, некая обида и неудовлетворенность. Этот отказ становится началом групповой дискуссии. Члены группы обсуждают вопрос: что они будут делать и зачем. Начало дискуссии означает переход к следующей подфазе.

2-я подфаза: группа начинает выбирать лидера.

3-я подфаза: вопрос о лидере решается или нет; кто-то из претендентов либо становится лидером, либо нет; если лидер выдвигается, группа продолжает свое существование, если нет, то она распадается. Заканчивается I фаза.

II фаза:

4-я подфаза начинается с эмоционального отреагирования или «всеобщей любви». Участники группы демонстрируют положительное отношение друг к другу. В ходе групповой дискуссии решается вопрос о групповых нормах, взаимоотношениях, взаимодействиях. Всегда формируются два лагера: сторонники близких эмоциональных отношений и сторонники дистанцированных эмоциональных отношений.

5-я подфаза: сторонники близких отношений – это сторонники демократического стиля взаимоотношений, а дистанцированных отношений – это сторонники авторитарного стиля управления. Завершением данной подфазы становится решение вопроса о характере отношений в группе в зависимости от того, какой лидер был выбран.

6-я подфаза: подфаза оценивания, дается оценка каждому участнику группы.

Как видим, отношения «группа – лидер» являются первичными и детерминируют отношения «группа – группа». Возможными вариантами развития в Т-группах авторы рассматривают недостижение конечной цели, задержку группы на стадии развития на неопределенное время или распад группы.

Трехмерная теория интерперсонального поведения В. Шутца

Базируется на идее З. Фрейда о том, что социальная жизнь взрослого фатально предопределена опытом из детства. Основные моменты теории В. Шутц изложил в следующих постулатах:

1. Наличие межличностных потребностей в контроле, любви, включении, которые аналогичны биологическим потребностям.

2. Опыт, полученный в детстве, влияет на межличностные отношения взрослого.

3. Совместимость (совместимые группы более эффективны в достижении цели).

4. Каждая группа в своем становлении проходит этапы включения, контроля, любви.

Теория авторитарной личности Т. Адорно

Раскрываются личностные факторы, связанные с предрассудками. По мнению автора, авторитарная личность продуцируется родителями, которые используют суровые и жесткие формы дисциплины по отношению к ребенку. Ребенок вынужден подчиниться суровой власти родителей, но в результате в нем развивается враждебность, которая не может прямо вылиться на фрустрирующий его объект – родителей, так как он боится их. По мнению авторов, боязнь собственных агрессивных импульсов и потребность жестко их подавлять ведут к ригидной организации личности, стереотипному мышлению. Таковы исходные предпосылки данного исследования. Можно сказать, что личностные характеристики могут оказывать влияние на характер социальных установок.

Если **необихевиористы** абсолютизируют рационалистические аспекты межличностных отношении, игнорируя все остальные, то представители психоанализа сводят межличностные отношения

исключительно к отношениям эмоциональным. В результате и те, и другие игнорируют реальную сложность социально-психологических явлений. Оба направления, по существу, оказываются некими разновидностями теории двух факторов: необихевиоризм, выделяя среду (в виде стимула и подкрепления) как фактор, формирующий поведение, постулирует изначальный драйв в виде стремления индивида к получению удовольствия и избеганию страдания. Через этот гедонистический принцип (принцип удовольствия) среда в состоянии воздействовать на поведение индивида. Аналогичным образом представители психоанализа постулируют, с одной стороны, некие изначальные, базовые потребности личности (у разных авторов они варьируют), а с другой – признают воздействие среды (прежде всего в виде контекста семьи) на эти потребности. При этом характерно, что оба фактора – среда и потребности – рассматриваются, как правило, внеисторически [Андреева, Богомолова, Петровская, с. 142].

Но именно в области социальной психологии становится особенно явной неправомерность понимания сущности человека только как совокупности межличностных отношений, формирующихся под влиянием «комплекса Эдипа».

Изложенные здесь психоаналитические теории социально-психологического толка не исчерпывают всей полноты картины. Сегодня психоаналитический комплекс идей развит и представлен в модифицированном варианте в гуманистической психологии. Это можно отнести ко всем ее многообразным ветвям, а не только к гуманистическому психоанализу Э. Фромма. В целом данный концептуальный комплекс касается не только социальной психологии, он соединяет все области психологического знания.

Когнитивистская ориентация

В самом общем виде сущность когнитивистского подхода может быть охарактеризована как стремление объяснить социальное поведение при помощи описания преимущественно познавательных процессов, характерных для человека. В противоположность бихевиоризму когнитивисты обращаются прежде всего к психи-

ческой деятельности, структурам психической жизни. Главный акцент в исследованиях делается на процесс познания (*cognition*). Общая линия связи между этим процессом и социальным поведением прослеживается следующим образом: впечатления индивида о мире организуются в некоторые связные интерпретации, в результате чего образуются различные идеи, верования, ожидания, аттитюды, которые и выступают регуляторами социального поведения. Таким образом, это поведение целиком находится в контексте некоторых организованных систем образов, понятий и других «менталистских» образований.

При объединении этих образований в связанную структурированную систему человеку неизбежно приходится принимать некоторое решение, первым шагом на пути к которому является отнесение воспринимаемого предмета к какому-либо классу явлений, т. е. соотнесение его с определенной категорией.

К когнитивистским теориям относятся следующие теории: сбалансированных структур Ф. Хайдера, коммуникативных актов Т. Ньюкома, когнитивного диссонанса Л. Фестингера и конгруэнтности Ч. Осгуда и П. Танненбаума. Кроме того, в общем ключе когнитивизма работают такие известные американские исследователи, как Д. Креч, Р. Крачфилд и С. Аш.

Во всех перечисленных теориях сделана попытка объяснить социальное поведение личности.

Один из видных теоретиков когнитивистской социальной психологии, Р. Абельсон, своеобразно определил программу всех когнитивистских теорий: каждого человека необходимо рассматривать в большей степени в качестве Думателя, чем в качестве Делателя. Именно эта, самая общая, характеристика когнитивистской ориентации позволяет понять, почему ее теоретическими источниками выступают гештальтпсихология и теория поля К. Левина.

Теория поля К. Левина. Несмотря на близость теории Левина к гештальтпсихологии, ему присущи новые акценты, разработанные в теории поля, которые становятся особенно значимыми для социальной психологии. Поэтому довольно часто исследователи вообще считают необходимым обозначить теорию поля не только как

один из источников когнитивизма, но и рассмотреть ориентацию на нее как самостоятельный теоретический подход в социальной психологии.

Наиболее важное значение для социальной психологии имеет тот факт, что в отличие от гештальтпсихологии, имевшей дело преимущественно с перцептивными процессами, теория поля предлагала принципы исследования проблемы личности и, следовательно, наряду с разработкой понятия «образ» выдвигала разработку понятия «мотив». При обращении к социальному поведению проблема мотивации никак не могла быть обойдена.

Для социальных психологов особенно значимыми оказались следующие положения теории поля.

Идея взаимодействия индивида и окружения (среды), где в отличие от гештальттеории значение приобретает не только перцептивная структура, но и структура, в которой совершается поведение. Это дает возможность выхода из чисто когнитивных образований в область реального поведения.

Использование понятия «поле» в гештальтпсихологии и у К. Левина различно. Для гештальтистов «поле» в психологии – это перцептивная структура, это то, что воспринимается в качестве непосредственно данного сознанию. Для К. Левина «поле» – это структура, в которой совершается поведение. Она охватывает в нераздельности мотивационные устремления (намерения) индивида и существующие вне индивида объекты его устремлений. Принятие идеи «поля» в обоих его значениях оказалось принципиально важным для социальной психологии, ибо позволяло перейти от когнитивных структур к структурам межличностных отношений, пользуясь одними и теми же принципами.

Общий принцип необходимости изучения индивида во взаимодействии с окружением применительно к языку социальной психологии выступил как принцип необходимости изучения личности в контексте группы, к которой она принадлежит.

Влияние К. Левина на американскую социальную психологию оказалось огромным, именно его ученики создали ядро когнитивистской ориентации (прежде всего Л. Фестингер и Ф. Хайдер),

многие из предложенных им понятий вошли в язык когнитивных теорий. Особняком стоит, конечно, и новая область исследований, обозначенная К. Левином как «групповая динамика». Целый комплекс собственно социально-психологических проблем, таких как стиль лидерства, групповая дискуссия, групповая сплоченность, стал разрабатываться именно в рамках этого подхода [Андреева, Богомолова, Петровская, с. 153].

Внутри когнитивной структуры можно различить три основных процесса: дифференциацию, интеграцию, соотнесение элементов. Индивид использует эти процессы, чтобы отличить друг от друга или, напротив, идентифицировать отдельные частные явления.

Есть еще целый комплекс понятий, который характерен не для всех когнитивных теорий, но лишь для большой их группы.

К когнитивным теориям относятся: 1) теории когнитивного соответствия (Ф. Хайдер, Т. Ньюком, Л. Фестингер, Ч. Осгуд, П. Танненбаум, Р. Абельсон, М. Розенберг); 2) теории С. Аша, Д. Креча и Р. Крачфилда, использующие основные понятия когнитивизма, но не принимающие идеи соответствия.

Первая обширная группа социально-психологических теорий соответствия составляет ядро когнитивистской ориентации. Она базируется на центральной идее о том, что когнитивная структура человека не может быть несбалансированной, дисгармоничной, а если это имеет место, то немедленно возникает тенденция изменить такое состояние.

Общим для них всех с самого начала стало признание того факта, что человек ведет себя таким образом, чтобы максимизировать внутреннее соответствие его когнитивной системы, и, более того, группы ведут себя таким образом, чтобы максимизировать внутреннее соответствие их межличностных отношений. Ощущение же несоответствия вызывает психологический дискомфорт, что порождает реорганизацию когнитивной структуры с целью восстановления соответствия. Рассмотрим теории более подробно.

Теория структурного баланса Ф. Хайдера постулирует о том, что взаимодействие людей проходит по схеме Р–О–Х, где Р – воспринимающий субъект, О – другой воспринимающий субъект,

Х – воспринимаемый объект. Структурный баланс – это ситуация, в которой воспринимаемые единицы и эмоции существуют без стресса, поэтому нет изменения когнитивной организации. Дисбаланс вызывает напряжение и силы, которые ведут к восстановлению баланса. Данная теория широко применяется в исследованиях массовых коммуникаций.

Теория коммуникативных актов Т. Ньюкома заключается в том, что если при коммуникации один человек положительно воспринимает третьего, то и другой меняет свое мнение относительно третьего, что носит название симметричной ориентации. Взаимодействие, согласно этой теории, происходит по схеме А–В–Х, где А – воспринимающий субъект, В – другой воспринимающий субъект, Х – третий субъект, которого они воспринимают. Дисбаланса в процессе такого взаимодействия можно избежать, если один из участников изменяет свою позицию.

Теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера. Если возникает противоречие между тем, что человек знает, и тем, что он делает, то это противоречие стремятся как-то объяснить и представить как непротиворечие, чтобы вновь достичь состояния внутренней когнитивной согласованности. Фестингер предлагает заменить термин «противоречие» на термин «диссонанс», а «согласованность» – на «консонанс». Основные положения теории: а) между когнитивными элементами может возникать диссонанс; б) существование диссонанса вызывает стремление уменьшить его или воспрепятствовать его росту; в) проявление этого стремления включает или изменение поведения, или изменение знаний, или осторожное отношение к новой информации.

Теория конгруэнтности Ч. Осгуда и П. Танненбаума предполагает область практического применения – область массовых коммуникаций. Взаимодействие происходит по схеме К–О–Р, где Р – реципиент, К – коммуникатор, О – информация о каком-либо объекте, предоставляемая коммуникатором реципиенту. Если реципиент позитивно оценивает коммуникатора, который вдруг дает позитивную оценку какому-то явлению, которое сам реципиент оценивает негативно, то в когнитивной структуре этого реципиента возникает ситуация неконгруэнтности; два рода оценок – моя

собственная и позитивно мною воспринимаемого коммуникатора не совпадают. Согласно Ч. Осгуду и П. Танненбауму выход из этой ситуации – одновременное изменение отношения реципиента и к коммуникатору, и к объекту.

Версию когнитивного подхода в работах С. Аша, Д. Креча, Р. Крачфилда иногда называют примером классических когнитивистских теорий, приложенных к социальному поведению. В конечном счете эта мысль преобразуется у С. Аша в тезис о том, что человек имеет тенденцию быть настолько «хорошим» (для С. Аша это – «мыслящим связанно», «понимающим», «отвечающим условиям среды»), насколько допускают обстоятельства.

Парадокс основной идеи когнитивизма заключается в том, что, выступив против бихевиористской схемы поведения как непосредственно зависящей от внешней среды, подчеркивая в социальном поведении роль «менталистских» образований как элементов внутренней, когнитивной организации человека, когнитивизм в конечном счете вновь приходит к зависимости поведения от чисто внешних факторов, хотя и с противоположной стороны. Когнитивная активность личности полностью зависит от внешнего воздействия в том смысле, что личность постоянно организует свою независимость от этого воздействия путем восстановления равновесия. Эта зависимость «наизнанку» сохраняется при том условии, что сама потребность в гомеостазе объявляется потребностью личности. По существу, такая потребность выступает здесь лишь как защитный механизм, охраняющий личность от нарушений состояния равновесия когнитивного поля. Активность приобретает крайне односторонний характер потому, что сфера ее ограничена когнитивным полем, она не выведена в область предметной деятельности человека, а только иерархия деятельностей, как отмечает А. Н. Леонтьев, раскрывает многообразие проявлений человеческой личности. Вместе с тем когнитивистская ориентация в настоящее время получает все более широкое распространение. Это объясняется тем, что, в отличие от бихевиористски ориентированной социальной психологии, она подчеркивает с особой силой роль и значение «менталистских» образований в объяснении социального поведения человека.

Интеракционистская ориентация

В отличие от других теоретических подходов в социальной психологии, в основе которых лежат традиционные психологические школы и направления, интеракционистская ориентация пришла в социальную психологию из социологии. Абсолютное большинство ее представителей являются социологами по образованию. В их работах связь социологии и психологии является настолько тесной, что между ними зачастую бывает трудно провести четкую границу.

Название интеракционистской ориентации происходит от понятия «интеракция» – взаимодействие, а в рамках данного подхода это «социальное взаимодействие», взаимодействие людей в общении, группе, обществе. Источником данного направления послужила социально-психологическая концепция Дж. Мида. Отправной точкой анализа здесь является не отдельный индивид, а сам процесс социального взаимодействия, процесс интеракции индивидов в группе, обществе, анализ которого необходим для понимания социального поведения человека. Они пытаются выяснить, какими специфическими для человека средствами осуществляется и регулируется процесс социальной интеракции. Отсюда большой интерес к проблеме коммуникации при помощи символов, языка, к интерпретации ситуации, проблемам структуры личности, а также проблемам ролевого поведения и референтной группы как источнику формирования норм социального взаимодействия и социальных установок. Данное перечисление показывает, что интеракционистская ориентация охватывает широкий круг весьма сложных проблем.

В ней можно выделить несколько направлений, школ и течений. Причем эти направления отличаются не столько спецификой своего подхода, хотя и она присутствует в определенной мере, но главным образом той проблематикой, которой в них уделяется основное внимание. В этом плане в интеракционистской ориентации можно выделить следующие направления:

– символический интеракционизм;

– ролевые теории;

– теории референтной группы.

Указанное деление является в значительной степени условным, так как эти направления часто тесно переплетаются между собой. Однако оно дает возможность более систематизированно осуществить теоретический анализ интеракционистской ориентации.

Символический интеракционизм (лат. *interactio* – взаимодействие) – теоретико-методологическое направление преимущественно в американской социологии, социальной психологии и культурологии, сформировавшееся в Чикаго в 20–30-х гг. XX в. Это направление сосредоточивается на анализе символических аспектов социальных взаимодействий. Ученые этой школы: Ч. Кули, У. Томас, Дж. Мид, У. Джеймс, Р. Парк, Г. Блумер, Э. Хьюз, А. Стросс, Г. Бекер, Т. Шибутани, М. Кун, Т. Партленд, К. Бёрк, Э. Роффман и др. Первых пятерых из перечисленных ученых относят к числу основоположников направления, первому поколению представителей символического интеракционизма.

Самой авторитетной фигурой, собственно определившей популярность идей интеракционистского подхода в психологическом сообществе, является Дж. Мид. Опубликование его конспекта лекций под названием «Мышление, самость и общество» заложило фундамент для развития социальной психологии [Ярошевский, с. 67].

Позже идеи Дж. Мида приобрели широкую известность в большой степени благодаря стараниям его ученика Г. Блумера, который продолжил преподавание социальной психологии в Чикагском университете после смерти своего учителя. Г. Блумер всячески пропагандировал и подчеркивал значимость идей Дж. Мида под названием «символический интеракционизм». Г. Блумер ввел это понятие в 1937 г., а затем оно получило широкое распространение. В 60-е гг. XX в. идеи Дж. Мида в рамках символического интеракционизма стали одной из модных теорий.

По мнению Г. Блумера, символический интеракционизм опирается на три основные теоретические предпосылки:

1) люди действуют в отношении «вещей» на основе значений, которыми для них обладают вещи. Под «вещами» здесь понимается все, что человек воспринимает в окружающем мире: физические предметы; других людей; социальные категории, например

друзей и врагов; социальные институты – школу, правительство; идеалы – личную свободу и честность; поступки других людей – их приказы и пожелания; ситуации, с которыми человек сталкивается в своей повседневной жизни;

2) значения вещей создаются или возникают во взаимодействии с социальным окружением;

3) эти значения используются и изменяются в процессе интерпретации человеком окружающих вещей.

Согласно Дж. Миду способность человека общаться развивается на основе того, что выражение лица, отдельные движения и другие действия человека могут выражать его состояние. Эти действия, способные передать определенные значения, Дж. Мид называет «значимыми жестами» или «символами». Следовательно, значение символа или значимого жеста следует искать в реакции того лица, которому этот символ адресован. Только человек способен создавать символы и только тогда, когда у него есть партнер по общению. В связи с этим символическая коммуникация объявляется конституирующим началом человеческой психики. Она трактуется как главный признак, выделяющий человека из животного мира [Ярошевский, с. 177].

Представители символического интеракционизма подчеркивают существование человека не только в природном, физическом, но и в «символическом окружении», а также опосредствующую функцию символов в процессе социального взаимодействия. По их мнению, в символическом взаимодействии они интерпретируют жесты друг друга, ситуацию общения и действуют на основе значений, полученных в процессе интеракции.

Для успешного осуществления коммуникации человек должен обладать способностью «принять роль другого», т. е. войти в положение того человека, которому адресована коммуникация, и посмотреть на себя его глазами. Только при этом условии, по мнению Дж. Мида, индивид превращается в личность, социальное существо, которое способно отнестись к себе как к объекту, т. е. сознавать смысл собственных слов, поступков и представлять, как эти слова и поступки воспринимаются другим человеком.

Для успешности более сложного взаимодействия, в котором участвует группа людей, индивиду, входящему в группу, приходится как бы обобщить позицию большинства ее членов. Нетрудно заметить, что идея Дж. Мида об «обобщенном другом» имеет прямое отношение к проблеме референтной группы.

Один из основных тезисов символического интеракционизма заключается в утверждении, что индивид, личность всегда социальны, т. е. личность не может формироваться вне общества. Акцентирование Дж. Мидом и его последователями в рамках символического интеракционизма социального характера человеческой личности, безусловно, является прогрессивным моментом.

Однако при этом надо иметь в виду, что понятия «социальное взаимодействие» и «социальный процесс» толкуются ими весьма ограниченно: все социальные отношения, по сути дела, сводятся лишь к социально-психологическим, межличностным отношениям. Социальное взаимодействие, любые социальные отношения рассматриваются только с точки зрения коммуникации, вне их исторической, социально-экономической обусловленности, вне предметной деятельности.

Поведение индивида определяется, согласно концепциям интеракционистов, в основном тремя переменными: структурой личности, ролью и референтной группой.

Структуры личности. Вслед за Дж. Мидом интеракционисты выделяют три основных компонента в структуре личности: *i*, *me*, *self*. Ни у Мида, ни у его последователей не дается определений этих понятий. Однако общий ход рассуждений интеракционистов позволяет интерпретировать их следующим образом:

Первый компонент – *i* (дословно – Я) – это импульсивное, активное, творческое, движущее начало личности.

Второй компонент – *me* (дословно – меня, т. е. каким меня должны видеть другие) – это рефлексивное нормативное Я, своего рода внутренний социальный контроль, основанный на учете ожиданий-требований значимых других людей и прежде всего «обобщенного другого». Это рефлексивное Я как бы контролирует и направляет импульсивное Я в соответствии с усвоенными нормами

поведения в целях успешного, с точки зрения индивида, осуществления социального взаимодействия.

Третий компонент – *self* («самость» человека, личность, личностное Я) – представляет собой совокупность импульсивного и рефлексивного Я, их активное взаимодействие. Личность у интеракционистов понимается как активное творческое существо, которое способно оценивать и конструировать собственные действия.

Следует отметить, что вслед за Дж. Мидом современные интеракционисты видят в активном творческом начале личности основу развития не только самой личности, но и объяснение тех изменений, которые происходят в обществе. Поскольку они абстрагируются от исторических условий и социально-экономических закономерностей, то причину изменений в обществе, по их мнению, следует искать в специфике структуры личности, а именно в том, что наличие в ней импульсивного Я является предпосылкой для появления различных вариаций в шаблонах ролевого поведения и даже отклонений от этих шаблонов. Эти случайные вариации и отклонения и приводят, как они считают, в конечном итоге к тому, что последние становятся нормой новых шаблонов поведения и соответствующих изменений в обществе. Следовательно, изменения в обществе носят случайный характер и не подчиняются каким-либо закономерностям, а их причина заключается в личности.

Трехкомпонентная структура личности, предлагаемая интеракционистами, в определенной степени перекликается с моделью структуры личности, разработанной З. Фрейдом. Но при внешней схожести имеются и значительные различия в содержательной трактовке структуры личности. Это прежде всего проявляется в понимании функции того компонента личности, который как бы осуществляет внутренний социальный контроль. Если у Фрейда функция «сверх-Я» заключается в том, чтобы подавлять инстинктивное, подсознательное начало, то у интеракционистов функция рефлексивного Я заключается не в подавлении, а в направлении действий личности, необходимом для достижения успешной социальной интеракции. Если личность, Я у З. Фрейда – это поле вечного сражения между «Оно» и «сверх-Я», то у интеракционистов личность (*self*) –

это как бы поле сотрудничества. Главное внимание фрейдистов направлено на исследование внутренней напряженности, конфликтного состояния личности. Интеракционисты же занимаются прежде всего исследованием такого состояния и поведения личности, которое характерно для процессов успешного сотрудничества данной личности с другими людьми [см.: Андреева, Богомолова, Петровская, с. 243].

Другая разновидность символического интеракционизма – *структурный символический интеракционизм*.

Главным архитектором структурного символического интеракционизма является М. Кун. Он приобщился к символическому интеракционизму в Висконсинском университете. В 1946 г. продолжил свою преподавательскую карьеру в Айовском университете, где организовал Айовскую школу символического интеракционизма. Исходными теоретическими посылками для него послужили работы Дж. Мида.

М. Кун определяет самость в понятиях структуры. Он рассматривает самость как структуру аттитюдов (планов действий) по отношению к собственному мышлению и телу. Это организации аттитюдов, которые фактически являются интернализованными индивидуальными ролями. М. Кун рассматривает самость как продукт социального взаимодействия и как конструкцию, в которой осуществляется социальное взаимодействие. Согласно его теории самость – продукт словесных утверждений индивида о себе, порождаемых «ориентирующими другими». Эти «ориентирующие другие» представляют собой людей, которым индивид эмоционально и психологически доверяет, считает ответственными за содержание значимых социальных ролей и которые через межличностную коммуникацию выступают в качестве источников поддержания или изменения Я-концепции. Самость всегда с индивидом по мере его продвижения от ситуации к ситуации. Благодаря этой вездесущности, самость выступает в качестве основы формирования аттитюдов по отношению к различным ситуациям. Наконец, по М. Куну, самость показывает степень закрепленности индивида в обществе.

В рамках структурного символического интеракционизма самость рассматривается как структура, состоящая из самопознаний и самоощущений и, в целом, из многочисленных представлений о себе. Этот тезис основывается на том, что представления о самости порождаются в процессе исполнения различных ролей применительно к различным ситуациям [см.: Ярошевский, с. 237].

М. Кун известен как автор «теории самооценки личности» (*self theory*). Для него поведение детерминируется тем, как индивид воспринимает и интерпретирует окружающую действительность, в том числе и себя. Таким образом, поведение личности (в принципе) можно предсказать на основе интернализованных ожиданий. Согласно М. Куну, если мы знаем референтную группу индивида, мы можем предсказать самооценку личности, если мы знаем самооценку личности, мы можем предсказать ее поведение. М. Кун и его сторонники рассматривают личность как структуру социальных установок, сформировавшихся на основе интернализованных ролей, и придают им решающее значение в детерминации поведения личности. М. Кун вводит следующее операциональное определение личности: «Операционально сущность личности можно определить... как ответы, которые индивид дает на вопрос: “Кто я такой?”, обращенный к самому себе, или на вопрос: “Кто Вы такой?”, обращенный к нему другим лицом» [Андреева, Богомолова, Петровская, с. 139].

Это определение было использовано М. Куном при разработке в 1950 г. так называемого «теста 20 ответов по самооценке», или теста «кто я». Суть теста заключается в том, что испытуемого или группу испытуемых просят в течение 12 мин. дать 20 различных ответов на обращенный к самому себе один вопрос: «Кто я такой?» В инструкции подчеркивается, что ответы должны даваться в том порядке, как они приходят в голову испытуемому независимо от логики и «важности» тех или иных ответов. Полученные ответы были подразделены авторами на две категории:

1) консесуальные ответы, характеризующие социальный статус и роль испытуемого, его принадлежность к определенной группе. К этой категории относятся ответы такого типа, как «студент», «дочь», «гражданин» и т. п.;

2) субконсесуальные ответы, относящиеся к индивидуальным характеристикам, например «толстый», «невезучий», «счастливый».

Исследования показали, что количество получаемых ответов одного испытуемого варьировало от 1 до 20. В среднем давалось по 17 ответов. Абсолютное большинство ответов относилось к первой категории, т. е. к ответам, характеризующим социальный статус и роль личности. Как правило, ответы этой категории шли первыми, ответы же второй категории нередко просто отсутствовали.

На основе проведения этих тестов авторами были сделаны выводы о том, что ролевые позиции являются наиболее значимыми для личности, так как они оказались ведущими в иерархии самооценок. Кроме того, было установлено, что у разных людей наблюдается весьма широкий диапазон самооценок в отношении их ролевых позиций и индивидуальных качеств. Установление этого факта эмпирическим путем обладает, по мнению М. Куна, большим преимуществом по сравнению с умозрительными заключениями Дж. Мида [см.: Андреева, Богомолова, Петровская, с. 127].

Чикагская и Айовская школы символического интеракционизма. Символический интеракционизм как направление неоднороден. В нем обычно выделяют по крайней мере две школы. Первая – это так называемая Чикагская школа во главе с самым известным учеником Дж. Мида Г. Блумером. Данная школа наиболее ортодоксально продолжает мидовские социально-психологические традиции. Ей противостоит другая – Айовская – школа символического интеракционизма во главе с М. Куном, профессором университета штата Айова, где он преподавал в 1946–1963 гг. Данная школа пытается отдельные мидовские концепции несколько модифицировать в духе неопозитивизма. Основное различие между этими школами проходит по методологическим вопросам, прежде всего по проблеме определения понятий и отношения к различным методам социально-психологического исследования.

Различие в методологических принципах Чикагской и Айовской школ находит свое отражение и в их подходах к ролевому поведению. Для Блумера и других представителей Чикагской школы ролевое поведение, для обозначения которого ими часто исполь-

зуется термин «делание роли», представляет собой поисковый, динамичный, творческий процесс. Такое понимание ролевого поведения логически вытекает из их концепции личности как активного и творческого существа, которое «конструирует» свои действия в зависимости от того, как оно воспринимает, интерпретирует окружающее.

Представители Айовской школы предпочитают говорить не о «делании роли», а об «исполнении», «проигрывании» роли или о «принятии роли», фактически исключая спонтанный, творческий элемент из поведения личности.

В современной науке ряд представителей символического интеракционизма пытаются занять какие-то компромиссные позиции по данным вопросам [см.: Андреева, Богомолова, Петровская, с. 194].

Некоторые зарубежные авторы справедливо отмечают, что теория символического интеракционизма может дать представление о том, как происходит взаимодействие, но не может объяснить, почему человек поступает тем или иным образом. В качестве существенного недостатка символического интеракционизма можно назвать и игнорирование им роли эмоций в человеческом поведении.

Ролевые теории

Дж. Мид понимал социализацию как процесс «принятия» на себя различных ролей. Наиболее интенсивно этот процесс протекает в детстве. Играющий ребенок исполняет по очереди роли тех, в кого он играет, а в спортивных играх ему необходимо знать роли всех своих партнеров. Изучение ролей сопровождается усвоением навыков интерпретации символов. Однако аналогичные процессы протекают в течение всей жизни, и именно они наряду с индивидуальным конструированием действия лежат в основе общества [см.: Андреева, Богомолова, Петровская, с. 195].

Социально-психологический анализ социальной роли имеет большое значение для понимания социального поведения личности. К концу 60-х гг. XX в. в американской социальной психологии насчитывалось уже много сотен преимущественно эмпирических, но также и теоретических исследований в данной области. Наиболь-

шей известностью в данной области пользуются работы таких социальных психологов и социологов, занимающихся социально-психологической проблематикой, как Т. Сарбин, И. Гоффман, Р. Линтон, Р. Мертон, Р. Ромметвейт, Н. Гросс и др. [см.: Ярошевский, с. 164].

Разрабатывая положения теории ролей, ученые исходили из того, что в процессе взаимодействия каждый индивид стремится соответствовать собственным представлениям и ожиданиям о себе и о той среде, в которой происходит это взаимодействие. Такое стремление вынуждает индивида принимать на себя соответствующую социальную роль, исполняя которую, он надеется наиболее оптимально для себя решить возникшую ситуацию.

Но ситуация не всегда развивается согласно ожиданиям индивида, поэтому возникают ролевые конфликты, ролевая напряженность. В процессе изучения подобных случаев учеными были разработаны теории ролевых конфликтов, ролевой напряженности. В них проработаны механизмы возникновения конфликтных ситуаций, их структура и пути выхода из них.

Теории референтной группы

В процессе своей жизни человек не только выполняет социальные роли, но и соотносит себя с определенными социальными группами. Поэтому появились на свет теории референтной группы. В основе теорий референтной группы лежат идеи Дж. Мида.

Разработка основных положений современной теории референтной группы начинается с 40-х гг. XX в. Термин «референтная группа» был введен американским социальным психологом Г. Хайманом в 1942 г. в исследовании представлений личности о собственном имущественном статусе по сравнению со статусом других людей. Т. Хайман использовал понятие «референтная группа» для обозначения группы людей, с которой испытуемый сравнивал себя при определении своего статуса. Результатом сравнения являлась самооценка испытуемым своего статуса. Позже понятие «референтная группа» было использовано Т. Ньюкомом для обозначения группы, к которой индивид причисляет себя психологически и поэтому разделяет ее цели и нормы, и ориентируется на них в своем поведении.

Референтная группа – группа, к которой индивид относит себя психологически, ориентируясь при этом на ее ценности и нормы. Данная группа служит своеобразным стандартом, системой отсчета для оценки себя и других, а также источником формирования социальных установок и ценностных ориентаций индивида. Разработка теорий референтной группы связывается с такими именами, как Г. Хайман, Т. Ньюком, М. Шериф, Г. Келлн, Р. Мертон и др.

М. Шериф подчеркивал важность референтной группы в связи с тем, что ее нормы превращаются в систему отсчета не только для самооценки, но и для оценки явлений социальной жизни, для формирования своей картины мира.

В теориях референтной группы нет четкой их классификации, однако всеми признается, что в качестве референтной группы могут выступать самые разнообразные группы: внешние группы и группы членства, реальные и идеальные группы, большие и малые группы и т. д. Каждый индивид имеет несколько референтных групп, на которые он ориентируется [см.: Ярошевский, с. 174].

В заключение целесообразно провести сравнение особенностей интеракционистской ориентации с другими теоретическими ориентациями в социальной психологии. Главное ее отличие от всех других ориентаций заключается в том, что она пришла в социальную психологию из социологии, а не из традиционных психологических школ, и поэтому отправным пунктом для интеракционистских теорий является не индивид, а процесс символического взаимодействия (интеракции) индивидов в обществе, которое преимущественно понимается интеракционистами как система коммуникаций и межличностных отношений.

Различно понимание современными необихевиористами и интеракционистами основных механизмов поведения и активности личности. В отличие от необихевиористского подхода к человеку как к «психологической машине», бездумно реагирующей на стимулы внешней среды, интеракционисты рассматривают его как активного участника взаимодействия, который сам выбирает, оценивает, регулирует и конструирует свое поведение посредством символической коммуникации. Интеракционисты, подобно бихевио-

ристам, придают большое значение научению, но и здесь решающая роль отводится ими символической коммуникации в противоположность бихевиористам, которые фактически игнорируют значение языка как специфически человеческого средства научения.

Что касается психоаналитической ориентации, то главное отличие интеракционистов заключается в том, что, уделяя первостепенное внимание рациональному поведению человека, они фактически игнорируют эмоциональную сферу и сферу подсознательного.

Ближе всего интеракционисты стоят к когнитивистскому направлению. Подобно когнитивистам, представители интеракционистской ориентации на первое место ставят рациональное поведение, уделяют большое внимание когнитивным аспектам коммуникации, функциям социальных установок, считают важным процесс социальной перцепции как один из существенных факторов интеракции и т. д. Однако когнитивисты значительно менее «социальны», проблемы индивид – общество ими фактически не ставятся, и поэтому в их работах, естественно, не возникает проблем социальной роли, референтной группы, хотя последние имеют прямое отношение к формированию социальных установок [см.: Андреева, Богомолова, Петровская, с. 238].

После 50-летнего периода своего довольно стабильного существования в первой половине XX в. оказалось, что ко второй половине XX столетия социальная психология находится в глубоком кризисе.

Основная проблема – это неумение социальной психологии сочетать психологический и социологический подходы [см.: Андреева, Богомолова, Петровская, с. 238].

Главный порок психологического подхода (а он доминирует среди американских социальных психологов) заключается в том, что его представители не учитывают глубокой специфики человеческого поведения именно в социальной среде, новых проблем, возникающих в этих условиях.

Но и социологический подход не принимает во внимание характеристику биологических и психологических условий среды: человеческие организмы по существу являются пустыми сосудами, которые заполняются культурой.

Теории подвергались критике еще и за то, что они полностью игнорируют различие культур. Ситуация, сложившаяся в социальной психологии европейских стран, в течение длительного периода была своеобразным слепком с американской социальной психологии. Об этом можно судить по содержанию исследований и по их методологической оснащенности, по популярности образцов американской теоретической мысли и, наконец, по популярности имен самих американских исследователей.

Европейские ученые отмечали, что теоретические конструкции ориентированы на социальные проблемы конкретного общества, поэтому следует помнить, что они различны в Америке и в Европе.

Такие методы исследований, как наблюдение и эксперимент, рассматривались не просто как различные методы исследования, но как принципиально различные стратегии исследования разных проблем.

Развитие критических тенденций, начавшееся в 50–60-е гг. XX в., имело своим результатом не только накопление аргументов против сложившихся в первой половине века традиций, но и предложение некоторых новых позитивных подходов [см.: Андреева, Богомолова, Петровская, с. 242].

Вопросы для самопроверки

1. Почему одной из важных задач современной психологии является проведение корректного анализа зарубежной социальной психологии, содержания ее теоретических концепций?

2. Какова основная причина кризиса западной социальной психологии в 1960–1970-е гг.?

3. Почему особенно привлекательными для американских социальных психологов были идеи необихевиористского подхода?

4. Охарактеризуйте теории, разработанные в ключе бихевиористской и необихевиористской ориентации.

5. Дайте общую характеристику фрустрационной теории агрессии и теории подражания Н. Миллера и Д. Долларда.

6. Дайте общую характеристику теорий диадического межличностного взаимодействия (Д. Тибо и Г. Келли, Д. Хоманс).

7. Какие теории социальной психологии разработаны в контексте психоаналитической ориентации?

8. Охарактеризуйте теории, разработанные в контексте когнитивистской ориентации?

9. В чем достоинства и недостатки интеракционистской ориентации? Охарактеризуйте методологические различия Айовской и Чикагской школ символического интеракционизма.

Список рекомендуемой литературы

Основная

Почебут Л. Г. Социальная психология / Л. Г. Почебут, И. А. Мейжис. СПб., 2010. (Сер. Мастера психологии).

Семяшкин А. А. Социальная психология в России и за рубежом : современное состояние, сфера взаимодействия, тенденции и перспективы развития / А. А. Семяшкин // Автоматизация и управление в технических системах. 2012. № 2.

Немов Р. С. Социальная психология : учеб. пособие / Р. С. Немов, И. Р. Алтунина. СПб., 2010.

Дополнительная

Андреева Г. М. Социальная психология : учебник для высш. учеб. заведений / Г. М. Андреева. М., 2000.

Андреева Г. М. Зарубежная социальная психология XX столетия : Теоретические подходы : учеб. пособие для вузов / Г. М. Андреева, Н. Н. Богомолова, Л. А. Петровская. М., 2001.

Андриенко Е. В. Социальная психология : учеб. пособие для студентов высш. пед. учеб. заведений / Е. В. Андриенко ; под ред. В. А. Сластенина. М., 2000.

Майерс Д. Социальная психология : интенсивный курс / Д. Майерс. СПб., 2002.

Психология : учебник для техн. вузов / отв. ред. В. Н. Дружинин. СПб., 2000.

Ярошевский М. Г. История психологии : от античности до середины XX в. / М. Г. Ярошевский. М., 1996.

Тема 4
Эксперимент – основной метод социальной психологии

Эксперимент является основным методом исследования в современной социальной психологии. Он стал активно использоваться в социальной психологии с 20-х гг. XX в., когда она становится экспериментальной наукой.

Обратимся к выяснению специфики эксперимента как метода. В настоящее время эксперимент понимается как специфический вид психологического исследования. Что его отличает, какое исследование может претендовать на то, чтобы называться экспериментальным? Чтобы ответить на эти вопросы, надо иметь в виду не один, а несколько признаков:

1. Классический эксперимент направлен на изучение *причинно-следственной связи* между явлениями.

2. Для изучения причинно-следственной связи необходимо *контролировать условия исследования*. На изучаемое психологическое явление влияют многие факторы (в экспериментальной психологии – переменные). Не контролируя условия, не управляя переменными сложной психологической реальности, вряд ли можно достоверно утверждать, что одно психологическое явление является причиной другого.

3. В эксперименте исследователь не просто создает условия для наблюдения предполагаемой закономерности, а *управляет переменными*, т. е. активно вмешивается в ход изучаемых процессов. Эксперимент позволяет по фиксируемым показателям реконструировать (воссоздавать) те психологические процессы, которые сами по себе *недоступны непосредственному наблюдению*.

Таким образом, *экспериментальный метод* можно определить как изучение причинно-следственной связи в контролируемых условиях, в котором исследователь управляет (манипулирует), как минимум, одной переменной.

Уточним одно из исходных понятий экспериментальной психологии: «переменная». В самом широком плане – это то, что изменяется, увеличивается или уменьшается с течением времени.

Главными в эксперименте являются независимая переменная (НЗ) и зависимая переменная (ЗП). В них фиксируется предполагаемая причинно-следственная связь. Психологическое явление, находящееся в центре внимания исследователя, например конформизм (агрессия, аттитюды и т. д.), в эксперименте будет представлено в качестве ЗП, которая с помощью тех или иных методик будет замеряться для отслеживания ее поведения в зависимости от тех или иных экспериментальных воздействий. В причинно-следственных связях ЗП выступает в качестве следствия. Исходя из этого, *зависимую переменную* можно определить как «отклик» или измеряемую в эксперименте переменную, изменение которой причинно обусловлено действием НП.

НП – это экспериментальное воздействие, или управляемая, активно изменяемая исследователем переменная. Она выступает предполагаемой причиной изменения в ЗП. Например, изменяя численность группы (НП, причина), можно проверить в эксперименте, изменяется ли уровень конформизма испытуемых (ЗП, следствие). Сразу следует отметить, что НП может по-разному задаваться в эксперименте. С этим обстоятельством связано выделение трех базисных техник проведения экспериментального исследования:

1. Вводят какой-либо элемент в контролируемые исследователем условия и измеряют эффект его влияния на мысли или действия испытуемых. Здесь испытуемые подвергаются определенному экспериментальному воздействию, чаще – в лаборатории, но это может происходить и в естественных условиях. Примером использования данной техники служат многие эксперименты С. Милграма: эксперимент в метро, когда экспериментаторы обращались к пассажирам с просьбой уступить им место, нарушая при этом определенные сложившиеся социальные нормы. Данный способ предъявления НП является наиболее оптимальным, однако он не всегда возможен.

2. Выбирают группу, обладающую определенными свойствами, и измеряют психологические характеристики этой группы, сравнивая их с характеристиками контрольной группы. В данной технике экспериментатор не столько манипулирует независимой

переменной, сколько выбирает ее. Выбираемая экспериментатором НП – это, как правило, субъектная переменная: IQ, авторитарность, гендер, раса, возраст или иные качества испытуемых, которые трудно или вообще невозможно изменять произвольно. Строго говоря, здесь испытуемый непосредственно не подвергается экспериментальному воздействию. НП (причина эффекта) обусловлена особенностью подбираемой группы. Например, достаточно часто исследуется, как гендер влияет на уровень общей агрессивности и на ее выраженность в частных конкретных формах: вербальной, физической, предметной, эмоциональной агрессии. Если мы исследуем агрессию различных гендерных групп и выборки правильно сформированы, то причиной различий в агрессивном поведении выступает гендер.

3. Наблюдают поведение испытуемых в естественных условиях и фиксируют эмпирические показатели психологических характеристик. Как правило, исследователь здесь не пытается изменить окружающие условия для оценки влияния той или иной независимой переменной. Вместе с тем какие-то реальные изменения, события – смена администрации, изменение формы заработной платы, новые способы менеджмента – можно принять за причину в изменении психологии и поведения испытуемых. По сути дела здесь речь идет о неуправляемом воздействии. Сам экспериментатор не изменяет НП, за НП он принимает реальные события, манипулировать которыми он не имеет возможности.

Некоторые исследователи использование второй и третьей базовых техник не считают, собственно, экспериментальным исследованием, так как экспериментатор не имеет возможности манипулировать здесь независимой переменной. Вместе с тем грамотно проведенные исследования дают возможность и в этих случаях претендовать на выявление причинно-следственной связи. Кроме того, в социальной психологии ряд проблем может быть изучен только с помощью второй и третьей базисных техник.

Выясняя специфику эксперимента как метода исследования, следует подчеркнуть некоторые особенности именно социально-психологического эксперимента:

1. Экспериментально изучается влияние социальных стимулов на психологию и поведение индивида и группы. Этот круг стимулов специфичен, разнообразен и широк. Имеющийся опыт социально-психологических экспериментов достаточно убедительно это демонстрирует.

2. Экспериментаторы часто сталкиваются с этическими проблемами при проведении исследований. Вместе с тем эта проблематика имеет особое значение в социально-психологическом эксперименте. Понятно, что исследования здесь идут на человеке. Причем приходится зачастую исследовать не лучшие стороны человеческой натуры или деликатные аспекты межличностных отношений. Достаточно вспомнить эксперимент по изучению подчинения авторитету с весьма реалистичной имитацией воздействия на испытуемых электрическим током, экспериментальное изучение поведения заключенных и надзирателей в условиях, имитирующих тюремное заключение. Эксперименты дали интересные научные результаты, но вызвали оживленные дискуссии в американском обществе, в том числе по поводу правомочности таких исследований.

3. В социально-психологических исследованиях часто необходимо сохранить социальную реальность. Поэтому наряду с лабораторным распространен и естественный эксперимент.

4. Организация естественного эксперимента часто требует значительных организационных усилий, финансовых ресурсов. Пример такого эксперимента – полевые экспериментальные исследования влияния телевидения на антисоциальное поведение.

Помимо ЗП и НП существуют и иные переменные. Очень осложняют жизнь экспериментатору побочные (внешние) переменные (ПП), которые оказывают влияние на ЗП наряду с НП. Экспериментатор должен осознавать возможность потенциального влияния побочных переменных, учитывать, контролировать их действие. Если этого не происходит, то велика вероятность получения артефактов, т. е. ложных, неистинных фактов, на основе которых будут делаться соответствующие им выводы.

Для планирования исследования важно ориентироваться в различных типах и динамике психологического эксперимента.

Типология экспериментальных исследований

* КРИТЕРИЙ: способ организации эксперимента:

– лабораторный эксперимент – проводится в лабораторных условиях;

– естественный эксперимент – проводится в естественных условиях, обычных для участников, которые не проинформированы о влияниях;

– полевой эксперимент – эксперимент по схеме естественного, оснащение может использоваться, участники проинформированы об эксперименте.

* КРИТЕРИЙ: характер влияния:

– констатирующий эксперимент – эксперимент, цель которого установить причинно-следственную связь между явлениями;

– формирующий эксперимент – эксперимент, цель которого сформировать определенные явления.

* КРИТЕРИЙ: цель исследования:

– поисковый эксперимент – эксперимент направлен на поиск каузальной (причинно-следственной) связи;

– подтверждающий эксперимент – эксперимент, направленный на установление вида функциональной количественной связи между явлениями;

– пилотажный эксперимент – пробный эксперимент, первый в серии.

* КРИТЕРИЙ: соответствие реальности:

– идеальный эксперимент – эксперимент организован таким образом, что изменяется лишь одно условие, все остальные – контролируются;

– реальный эксперимент – эксперимент, в котором изменяется целый ряд условий в силу реальности (естественности) проведения;

– эксперимент полного соответствия – экспериментальное исследование, в котором все условия и их изменения отвечают реальности.

Рассмотрим основные этапы экспериментального исследования. Психологическое экспериментальное исследование проводится в несколько этапов. В наиболее простом варианте основные этапы

исследования обозначаются следующим образом [см.: Солсо, Джонсон, Бил, с. 157]:

1. Гипотеза.
2. Планирование эксперимента.
3. Выполнение эксперимента.
4. Наблюдение результатов.
5. Выводы и заключения

В зависимости от типа эксперимента часть этапов исследования может отсутствовать. Тем не менее, общую последовательность шагов желательно знать, чтобы не делать ошибок. В более подробном варианте к основным этапам экспериментального исследования в психологии относятся следующие [см.: Дружинин, с. 72]:

1. Определение темы исследования. Она ограничивает область исследований, круг проблем, выбор предмета, объекта и метода. После выбора темы необходима первичная постановка проблемы (хотя она может и предшествовать выбору темы): необходимо выяснить, чем нельзя быть удовлетворенным в современном психологическом знании, где ощущаются пробелы, какие теории дают противоречащие друг другу объяснения поведения человека и т. д.

2. Работа с научной литературой. Необходимо ознакомиться с экспериментальными данными, полученными другими психологами, и попытками объяснения причин заинтересовавшего явления. Затем составляются библиографии по тематике исследования с помощью библиотечных систематических каталогов. После этого изучаются сами публикации: статьи в научных журналах, сборниках и монографиях. В результате данной работы происходит уточнение проблемы, возникновение новой гипотезы и идеи плана экспериментального исследования.

3. Уточнение гипотезы и определение переменных. Постановка проблемы уже скрыто предполагает варианты ответа на нее. Например, вопрос о том, что в большей мере – наследственность или среда – влияет на уровень развития общего интеллекта, ограничивает множество общих теоретических предположений. Экспериментальная гипотеза, в отличие от теоретической, должна быть сформулирована в виде импликативного высказывания: «Если... , то...»

Кроме того, она должна быть конкретизирована и операционализирована, т. е. входящие в высказывание «если *А*, то *Б*» переменные *А* и *В* должны контролироваться в эксперименте: *А* – управляться экспериментатором, а *В* – регистрироваться непосредственно или с помощью аппаратуры. Психическая реальность всегда выступает в эксперименте «переменной-модератором», или «промежуточной переменной». Помимо независимой, зависимой переменных и «переменной-модератора» должны быть определены и операционализированы внешние переменные, которые могут влиять на зависимую переменную.

4. Выбор экспериментального инструментария, т. е. конкретной методики и аппаратуры психологического эксперимента, что позволило бы управлять независимой переменной и регистрировать зависимую переменную. Кроме того, условия эксперимента (помещение, ситуация, время эксперимента) должны исключать влияние внешних переменных либо сохранять неизменность величины их воздействия на зависимую переменную. Характер используемой аппаратуры определяется выбранной методикой. В психологическом эксперименте может применяться самая разнообразная аппаратура, в том числе психофизиологическая.

5. Планирование экспериментального исследования. Центральный этап всей процедуры, на котором выделяются внешние переменные, могущие влиять на зависимую переменную. Планирование необходимо для обеспечения внешней и внутренней валидности эксперимента. От чего зависит выбор плана? Прежде всего от того, какова экспериментальная гипотеза, какое число внешних переменных необходимо контролировать в эксперименте, какие возможности предоставляет ситуация для проведения исследований и т. д.

6. Отбор и распределение испытуемых по группам. Проводится в соответствии с принятым экспериментальным планом. Всю совокупность потенциальных испытуемых, которые могут быть объектами данного психологического исследования, обозначают как популяцию или генеральную совокупность. Множество людей или животных, принимающих участие в исследовании, называют

выборкой. Состав экспериментальной выборки должен моделировать, представлять генеральную совокупность, поскольку выводы, получаемые в эксперименте, распространяются на всех членов популяции, а не только на представителей этой выборки.

7. Проведение эксперимента. Наиболее ответственная часть исследования, которую условно можно разделить на три подэтапа:

• *подготовка эксперимента*, во время которой исследователь готовит экспериментальное помещение и оборудование, проводит, если это необходимо, несколько пробных опытов для отладки процедуры эксперимента, разрабатывает и уточняет инструкцию, которая должна состоять из кратких предложений, каждое из которых включает не более 11 слов. В инструкции с помощью абзацев выделяются смысловые блоки. Ее проверяют на понятность и простоту, проводя предварительный опыт на 5–10 испытуемых;

• *инструктирование и мотивирование испытуемых*, на данном подэтапе испытуемый узнает, какие возможности предоставляет ему участие в эксперименте (денежная оплата, информация о его способностях и личностных чертах, помощь в решении личных проблем и т. д.), а экспериментатор проверяет, правильно ли понята инструкция, повторяет ее при необходимости, избегая при этом дополнительных развернутых комментариев;

• *экспериментирование*, во время которого прежде всего следует убедиться в дееспособности испытуемого, в том, что он здоров и желает участвовать в эксперименте. Перед экспериментатором должна лежать инструкция, в которой зафиксирован порядок его действий в ходе исследования. Как правило, в эксперименте принимает участие ассистент, который берет на себя вспомогательные задачи (ведет протокол, в котором фиксируются ответы испытуемого; производит общее наблюдение за поведением испытуемого и его состоянием, а также за всеми отклонениями от стандартной процедуры эксперимента, следит за работой аппаратуры). В завершение экспериментирования проводится постэкспериментальное интервью, по окончании которого следует поблагодарить испытуемого за участие в эксперименте.

8. Проведение статистической обработки и интерпретация результатов. Экспериментальная гипотеза преобразуется в статистическую, возможных типов которой в экспериментальном исследовании немного: о сходстве или различии двух и более групп, взаимодействии независимых переменных, статистической связи независимых и зависимых переменных и о структуре латентных переменных (относится к корреляционному исследованию). Существуют стандартные пакеты программ для математической обработки данных, из которых наиболее известны и доступны следующие: Statistika, Stadia, SPSS и др.

9. Выводы и интерпретация результатов. Итогом экспериментального исследования является подтверждение или опровержение гипотезы о причинной зависимости между переменными: «Если *A*, то *B*». Исследователь сопоставляет свои выводы с выводами других авторов, высказывает гипотезы о причинах сходства или различия между данными, полученными им самим, и результатами предшественников.

10. Составление научного отчета, а также публикация статьи или письма в редакцию научного журнала.

Планирование эксперимента входит составной частью в общее планирование исследования, представляющее один из этапов исследовательского процесса, предшествующий непосредственному проведению экспериментальной работы с испытуемыми. Суть его заключается в составлении набора экспериментальных ситуаций с определенными комбинациями независимых и зависимых переменных.

Вместе с тем существуют различные традиции в понимании того, что следует считать планированием психологического эксперимента [см.: Корнилова, с. 128]:

1. Выбор схемы, или плана, получения данных для проверки каузальной гипотезы. Это такой план, в котором исследователь выбирает ту или иную из набора имеющихся схем, сравнивая их возможности с точки зрения решения проблем приближения эксперимента к безупречному.

2. Определение типа переменных с точки зрения заданных гипотетических конструктов и решения вопросов об операцио-

нализации переменных, а исходя из этого, выбор методических средств, отражающих взаимосвязь аспектов содержательного и формального планирования.

3. Планирование с целью последующего использования статистических решений об экспериментальном факте, а значит, указание того минимального эффекта (в различиях ЗП), который будет принят в качестве критериального для принятия решения об экспериментальном факте.

Все эти подходы важны для понимания задач планирования эксперимента. Все же основное содержание планирования – повышение валидности психологического исследования. Для обеспечения валидности эксперимента необходимо составить перечень всех видов переменных и продумать не только план предъявления независимых переменных, но и предусмотреть процедуры контроля побочных переменных. Эти ПП обычно рассматриваются как факторы, «угрожающие» валидности [см.: Кэмпбелл, с. 112].

В самом общем смысле валидность – достоверность результатов эксперимента. Под валидностью эксперимента подразумевают все формы экспериментального контроля, обеспечивающие валидный или достоверный вывод по результатам исследования (прежде всего это касается правильности выводов по результатам проверки гипотез). С этим обстоятельством связаны критерии хорошего эксперимента. Рассмотрим два варианта критериев хорошего эксперимента.

Р. Готтсданкер предлагает судить о качестве по степени соответствия эксперимента предполагаемым образцам экспериментального исследования. Важно представить себе *безупречный* эксперимент, который не сможет вызвать никаких нареканий [см.: Готтсданкер, с. 74]. Он должен быть идеальным, бесконечным, экспериментом полного соответствия. В *идеальном эксперименте* изменяется только независимая переменная, фиксируется ее влияние на зависимую переменную. В реальной жизни без влияния побочных переменных обычно не обходится.

Бесконечный эксперимент. Чтобы выяснить все побочные эффекты, которые могут исказить действия независимой переменной,

мы должны продолжать наш эксперимент бесконечно и во времени, и в количестве проб, так как всегда есть вероятность того, что в следующей пробе что-нибудь нарушит идеальность эксперимента.

Эксперимент полного соответствия. В этом случае дополнительные переменные должны полностью соответствовать аналогам этих переменных в реальности. Речь идет о соответствии эксперимента той внешней реальности, на которую будет осуществлено обобщение.

К сожалению, реальный эксперимент не может быть идеальным, бесконечным и экспериментом полного соответствия. Однако эта модель «безупречного» эксперимента является тем недостижимым эталоном, к которому надо стремиться. Чем ближе реальный эксперимент к данной модели, тем он лучше.

Д. Кэмпбелл предлагает свои критерии хорошего эксперимента [Кэмпбелл, с. 43]:

1. Хороший эксперимент делает ясной временную последовательность, причина должна во времени предшествовать эффекту.

2. Воздействие или воздействия должны быть статистически связаны друг с другом. Если возможная причина и эффект не связаны друг с другом (отсутствие ковариации), то одно явление не может быть причиной другого.

3. Не должно быть правдоподобных альтернативных объяснений причин появления эффекта, т. е. надо попытаться исключить влияние побочных переменных или, как минимум, контролировать их.

4. Важно правильно обозначить причину и эффект в понятиях или терминах.

В связи с различными угрозами появления артефактов и, следовательно, достоверных выводов различают внутреннюю, внешнюю валидность, валидность статистического вывода и конструктную валидность эксперимента. Остановимся более подробно на внутренней и внешней валидности.

Внутренняя валидность связана с контролем ПП, действие которых может смешиваться с экспериментальным эффектом. Какие иные переменные могут повлиять на результат эксперимента, помимо НП на ЗП?

Среди этих переменных можно назвать:

1. Фон – событие, которое происходит между первым и вторым измерением ЗП наряду с экспериментальным воздействием.

2. Естественное развитие – изменения в испытуемых с течением времени (усталость, усиление голода, взросление и т. д.).

3. Эффект тестирования – влияние первого тестирования на результаты повторного тестирования.

4. Инструментальная погрешность – изменения в измерительном инструментарии, в оценочных показателях могут вызвать изменения в результатах эксперимента. Здесь важны надежность теста, методики, иногда проблемы создает неопытность интервьюера.

5. Статистическая регрессия – сдвиг к среднему показателю в группах, отобранных на основе крайних показателей.

6. Отбор испытуемых – неэквивалентность групп по составу вызывает появление систематической ошибки в результатах.

7. Отсев в ходе эксперимента – неравномерность выбывания испытуемых из сравниваемых групп.

8. Взаимодействие фактора отбора с естественным развитием. Поясним его на конкретном примере. Если экспериментальная группа состоит из пациентов, проходящих курс психотерапии, а роль контрольной группы играет другая доступная совокупность испытуемых, то смещение показателей экспериментальной группы можно интерпретировать как процесс спонтанной ремиссии, возможной и без экспериментального воздействия.

Внешняя валидность связана с возможностью обобщения полученных выводов – на какие популяции, ситуации могут быть распространены результаты эксперимента. Что может снижать внешнюю валидность исследования?

9. Реактивный эффект, или эффект взаимодействия тестирования и экспериментального воздействия, – возможное уменьшение или увеличение восприимчивости испытуемых к экспериментальному воздействию под влиянием предварительного тестирования. Результаты лиц, прошедших предварительное тестирование, не будут репрезентативны по отношению к генеральной совокупности.

10. Эффекты взаимодействия фактора отбора и экспериментального воздействия. Взаимодействие состава группы и экспериментального воздействия означает, что полученный эффект является особенностью данной выборки и нетипичен для генеральной совокупности.

11. Условия организации эксперимента, вызывающие реакцию испытуемых на эксперимент, не позволяют распространить полученные данные о влиянии экспериментального воздействия на лица, подвергающиеся такому же воздействию в неэкспериментальных условиях.

12. Взаимное влияние экспериментальных воздействий возникает, когда одни и те же испытуемые подвергаются нескольким воздействиям, поскольку влияние более ранних воздействий, как правило, не исчезает. Это так называемая интерференция экспериментальных воздействий.

Существуют и другие варианты описания угроз валидности. Так само участие в эксперименте порождает у испытуемых *ряд поведенческих проявлений*, *которые являются причинами артефактов*. Среди наиболее известных указывают на следующие [Дружинин, с. 48–55]:

а) *эффект первичности*, детально исследованный С. Эшем: первое впечатление от личности испытуемого оказывает решающее влияние на интерпретацию и оценку экспериментатором его дальнейшего поведения и личностных особенностей;

б) *эффект Пигмалиона*, который был обнаружен Р. Розенталем: если исследователь заинтересован в подтверждении гипотезы, он может неосознанно вносить искажения в ход эксперимента и интерпретацию данных, в результате чего испытуемый начинает работать под гипотезу, поскольку в экспериментальной группе создаются привилегированные условия;

в) *эффект плацебо*, выявленный медиками: когда испытуемые считают, что препарат или действия врача способствуют их выздоровлению, у них наблюдается улучшение состояния. Эффект основан на механизмах суггестии (внушения и самовнушения);

г) *эффект Хотторна*, проявившийся при проведении социально-психологических исследований на фабриках. Привлечение к участию в эксперименте, который проводили психологи, расценивалось испытуемым как проявление внимания к нему лично. Участники исследования вели себя так, как ожидали от них экспериментаторы. Эффекта Хотторна можно избежать, если не сообщать испытуемому гипотезу исследования или дать ложную, а также знакомить с инструкцией как можно более безразличным тоном;

д) *эффект аудитории* (социальной фасилитации), который был обнаружен Робертом Зайонцем: присутствие любого внешнего наблюдателя, в частности экспериментатора и ассистента, изменяет поведение человека, выполняющего ту или иную работу. Эффект ярко проявляется у спортсменов на соревнованиях: разница в результатах, показываемых на публике и на тренировке. Р. Зайонц обнаружил, что во время обучения присутствие зрителей смущает испытуемых и снижает показатели. Когда деятельность освоена или сводится к простому физическому усилию, то результат улучшается. После проведения дополнительных исследований были установлены следующие зависимости:

• влияние оказывает не любой наблюдатель, а лишь компетентный, значимый для исполнителя и способный дать оценку. Чем более компетентен и значим наблюдатель, тем этот эффект существеннее;

• влияние тем больше, чем труднее задача. Новые навыки и умения, интеллектуальные способности более подвержены воздействию (в сторону снижения эффективности). Наоборот, старые, простые перцептивные и сенсомоторные навыки легче проявляются, продуктивность их реализации в присутствии значимого наблюдателя повышается;

• соревнование и совместная деятельность, увеличение количества наблюдателей усиливают эффект (имеют как положительную, так и отрицательную тенденцию);

• «тревожные» испытуемые при выполнении сложных и новых заданий, требующих интеллектуальных усилий, испытывают большие затруднения, чем эмоционально стабильные личности;

• действие «эффекта Зайонца» хорошо описывается законом оптимума активации Иеркса – Додеона. Присутствие исследователя (экспериментатора) влияет на мотивацию испытуемого. Соответственно оно может либо улучшить продуктивность, либо привести к «перемотивации» и вызвать срыв деятельности. Следует отличать мотивацию участия в исследовании от мотивации, возникающей у испытуемых по ходу эксперимента при общении с экспериментатором.

В. Н. Дружинин выделяет также методы контроля влияния личности испытуемого и эффектов общения на результаты эксперимента:

1) *метод* «*плацебо вслепую*», *или* «*двойной слепой опыт*», контролирующий эффекты Пигмалиона и Хотторна, состоит в подборе идентичных контрольной и экспериментальной групп. Экспериментальная процедура повторяется в обоих случаях, но сам экспериментатор не знает, какая группа получает «нулевое» воздействие, а какая подвергается реальному манипулированию;

2) *метод обмана*, основанный на целенаправленном введении испытуемых в заблуждение;

3) *метод* «*скрытого*» *эксперимента*, применяемый в полевых исследованиях при реализации так называемого естественного эксперимента;

4) *метод независимого измерения зависимых параметров*, когда эксперимент проводится с испытуемым по обычному плану, но эффект воздействия измеряется не в ходе эксперимента, а вне его;

5) *метод контроля восприятия испытуемым ситуации*, для чего применяется схема постэкспериментального интервью [см.: Дружинин, с. 104–106].

Вместе с тем вариант описания угроз валидности, предложенный Д. Кэмпбеллом, важен с той точки зрения, что позволяет анализировать сильные и слабые стороны тех или иных конкретных планов исследования.

После теоретического изучения темы появляется возможность выдвинуть гипотезы, требующие экспериментальной проверки. Приступая к планированию эксперимента, надо различать содержа-

тельное и формальное планирование. Решение проблем *содержательного планирования* связано с конкретизацией гипотез и переменных, здесь важно четко определить независимую и зависимую переменную, способы задания уровней независимой переменной и выбор методик фиксации показателей зависимой переменной. Важно правильно оценить, какие побочные переменные могут представлять наибольшую угрозу валидности эксперимента. Для того чтобы лучше понять, какой эксперимент планируется, следует осознать, к каким типам он относится по разным основаниям классификации. Содержательное планирование связано с содержанием, спецификой исследуемой проблемы. Решение проблем содержательного планирования эксперимента представлено на этапе конкретизации и гипотез, и переменных таким образом, чтобы не была утеряна специфика исследуемой психологической реальности. Речь идет о том, что теоретические гипотезы трансформируются в экспериментальные. Теоретические понятия психологии превращаются в конструкты, представляющие эти понятия. Конструкты снабжаются количественными индикаторами и могут быть измерены теми или иными методиками. Таким образом, содержательное планирование включает решение всех вопросов конструктной и операциональной валидности. Студентам для содержательного планирования следует более детально изучить специфику проблем конструктной и операциональной валидности [см.: Корнилова, с. 114].

Формальное планирование направлено на выбор *схемы*, т. е. *плана* организации воздействий, дизайна исследования, при котором гарантировано выделение исследуемого отношения между независимой и зависимой переменными. Экспериментальный план включает указание на то, как будет задаваться НП, число проб (n), контроль факторов, угрожающих валидности эксперимента, и т. д. План эксперимента есть также план фиксации ЗП. В зависимости от способа получения данных, т. е. в соответствии с определенными планами, выбираются способы обработки данных.

Формальное планирование, или выбор схем экспериментального контроля, позволяет сделать эксперимент внутренне валидным – таким, в котором гарантировано выделение исследуемого

отношения между НП и ЗП, очищенного от систематических и сопутствующих смешений. При межгрупповых схемах, а также при возможности использования схем отбора в группы испытуемых оно направлено также на повышение популяционной валидности, определяющей рамки обобщения на выборки испытуемых за пределами исследования. Основные угрозы внутренней валидности в экспериментах, проводимых на одном испытуемом, связаны прежде всего с факторами времени и последовательности. Итак, главное выбрать адекватный план (схему) исследования. В психологии есть наработанные планы исследования. Для того чтобы было, из чего выбирать, надо не только знать, различать эти планы, но и уметь анализировать их возможности. Это одна из самых непростых задач экспериментальной психологии

Предположим, мы решили проверить следующую социально-психологическую гипотезу: при достижении детьми подросткового возраста у родителей происходит рост чувства одиночества. В качестве НП здесь будет выступать субъектная переменная – подростковый возраст детей. В качестве ЗП – чувство одиночества, его выраженность у родителей. Надо определиться с методикой, которая замеряет чувство одиночества, и способом предъявления НП. Независимой переменной мы не столько манипулируем, сколько выбираем ее. Следовательно, эксперимент мы можем провести по второй базисной технике: будем сравнивать выраженность чувства одиночества в экспериментальной и контрольной группах. Первую группу составят родители, имеющие детей подросткового возраста; вторую – родители, дети которых не достигли подросткового возраста. Если уровень различий показателей по шкале одиночества в разных группах будет статистически достоверным, то, казалось бы, можно говорить о подтверждении выдвинутой гипотезы. Однако здесь надо реально оценить альтернативные гипотезы, объясняющие изучаемое явление, другими словами, подумать о ПП, влияющих на показатели чувства одиночества. Для контроля ПП следует учесть, сколько детей в семье, полная или неполная семья, насколько родители, они же супруги, удовлетворены браком. Влияние основных побочных переменных мы можем устранить, форми-

руя выборку. Из выборки придется исключить родителей, имеющих нескольких детей, не состоящих в браке, состоящих в браке, но с выраженными показателями неудовлетворенности браком. Это не все, но наиболее значимые переменные, влияющие на показатели чувства одиночества родителей наряду с выбранной независимой переменной. Можно добавить, что данное экспериментальное исследование является констатирующим, использует одну независимую переменную. Таковы в целом особенности эксперимента в социальной психологии.

Вопросы для самопроверки

1. В чем состоит специфика социально-психологического эксперимента?
2. Какие основные виды эксперимента вы знаете?
3. Охарактеризуйте основные этапы проведения психологического исследования.
4. Каковы критерии хорошего эксперимента?
5. Каковы основные угрозы внутренней и внешней валидности?
6. Каковы основные угрозы внешней валидности?

Список рекомендуемой литературы

Основная

Боднар А. М. Экспериментальная психология / А. М. Боднар. Екатеринбург, 2011.

Волков Б. С. Методология и методы психологического исследования : учеб. пособие / Б. С. Волков, Н. В. Волкова. М., 2014.

Корнилова Т. В. Экспериментальная психология : учебник для студентов высш. учеб. заведений, обучающихся по направлению и специальностям психологии / Т. В. Корнилова. М., 2012.

Носс И. Н. Экспериментальная психологии : учеб. пособие для высш. учеб. заведений / И. Н. Носс. М., 2010.

Основы экспериментальной психологии : учеб. пособие / авт.-сост. Л. Б. Шнейдер. М., 2011.

Руденко А. М. Экспериментальная психология / А. М. Руденко. Ростов н/Д, 2011.

Руденко А. М. Экспериментальная психология в схемах и таблицах / А. М. Руденко. Ростов н/Д, 2015.

Современная экспериментальная психология : в 2 т. / под ред. В. А. Барабанщикова. М., 2011.

Дополнительная

Готтсданкер Р. Основы психологического эксперимента / Р. Готтсданкер. М., 1982.

Дружинин В. Н. Экспериментальная психология : учебник для вузов / В. Н. Дружинин. СПб., 2006.

Кэмпбелл Д. Модели экспериментов в социальной психологии и прикладных исследованиях / Д. Кэмпбелл. СПб., 1996.

Методы исследования в психологии: квазиэксперимент / под ред. Т. В. Корниловой. М., 1998.

Солсо Р. Л. Экспериментальная психология : практ. курс / Р. Л. Солсо, Х. Х. Джонсон, Н. К. Бил. СПб., 2002.

Худяков А. И. Экспериментальная психология в схемах и комментариях / А. И. Худяков. СПб., 2008.

Эксперимент и квазиэксперимент в психологии : учеб. пособие. СПб., 2007.

Тема 5
Общение как классическая проблема социальной психологии

Структура общения

Категория «общение» является одной из центральных в социальной психологии. Ее перемещение в центр психологических исследований объясняется запросами практики в последние два десятилетия. К изучению общения можно подойти через выделение основных функций (задач) общения. К основным функциям в общении относят: *коммуникативную*, *интерактивную* и *перцептивную* [см.: Андреева, с. 135].

Общение как обмен информацией (коммуникативная сторона общения)

Когда говорят о коммуникации в узком смысле слова, прежде всего имеют в виду тот факт, что в ходе совместной деятельности люди обмениваются информацией. Однако нельзя процесс коммуникации интерпретировать в терминах теории информации [см.: Там же, с. 137].

Во-первых, общение нельзя рассматривать лишь как отправление информации, так как мы имеем дело с отношением двух индивидов, каждый из которых является активным субъектом. Суть коммуникативного процесса – не просто взаимное информирование, но совместное осмысление объекта.

Во-вторых, характер обмена информацией между людьми определяется тем, что посредством системы знаков партнеры могут повлиять друг на друга с целью изменения характера поведения. Эффективность коммуникации измеряется именно тем, насколько удалось это воздействие.

В-третьих, коммуникативное влияние как результат обмена информацией возможно лишь тогда, когда человек, направляющий информацию (коммуникатор), и человек, принимающий ее (реципиент), обладают единой системой кодификации и декодификации. На обыденном языке это правило выражается в словах: «все должны говорить на одном языке». Но все дело в том, что, даже зная значения одних и тех же слов, люди могут понимать их неодинаково: социальные, политические, возрастные особенности служат тому причиной.

В-четвертых, в условиях человеческой коммуникации могут возникать совершенно специфические коммуникативные барьеры, связанные с индивидуальными психологическими особенностями: застенчивость, скрытность, недоверие и т. п.

Названные особенности человеческой коммуникации не позволяют рассматривать ее в рамках теории информации, но отдельные термины этих теорий используются в социальной психологии до сих пор. К ним относятся:

1. *Направленность сигналов*. С точки зрения направленности различают:

– аксиальную коммуникацию, когда сигнал направлен от одного источника информации к другому (диалог);

– ретиальную коммуникацию, когда сигнал направлен группе [см.: Андреева, с. 138]. Разновидности этой коммуникации рассмотрены в соответствующей теме данного учебного пособия.

2. *Фильтр*. Распространение информации в обществе происходит через своеобразный фильтр «доверия» и «недоверия». Этот фильтр действует так, что абсолютно истинная информация может оказаться непринятой, а ложная – принятой. Психологически крайне важно выяснить, при каких обстоятельствах тот или иной канал информации может быть блокирован этим фильтром, а также выявить средства, помогающие принятию информации и ослабляющие действия фильтров. Совокупность этих средств называется фасцинацией. Примером фасцинации может быть музыкальное сопровождение речи, пространственное или цветовое сопровождение ее [см.: Соковнин, с. 55].

3. *Обратная связь* – это реакция получателя на сообщение источника. Для эффективного общения необходимо обеспечить объективность и своевременность обратной связи. При подаче обратной связи важно учитывать оценочную и безоценочную обратную связь.

Оценочная обратная связь – это сообщение своего мнения, точки зрения, позиции, своего отношения к тому, о чем идет речь. Оценки могут быть положительными («здорово это у тебя получается») или отрицательными («ну что за чушь ты несешь»). Позитивная оценочная обратная связь выполняет важную для общения функцию поддержки позиций партнера и сложившихся отношений. Негативная оценочная обратная связь выполняет корректирующую функцию, направленную на устранение нежелательного поведения и на изменение позиций, отношений.

Безоценочная обратная связь – вид обратной связи, который не содержит нашего отношения к обсуждаемому вопросу. Мы используем ее, когда хотим больше узнать о чувствах человека или

помочь ему сформулировать мысли, при этом прямо не вмешиваясь в действия собеседника. Эти цели достигаются посредством таких приемов, как уточнение, перефразирование, отзеркаливание [см.: Соловьева, с. 156].

Передача любой информации возможна с помощью знаковых систем. Существуют две знаковые системы, которые используются в коммуникативном процессе: вербальная и невербальная.

Вербальная коммуникация использует в качестве знаковой системы человеческую речь. Речь является самым универсальным средством коммуникации, поскольку при передаче информации при помощи речи менее всего теряется смысл сообщения. При помощи речи осуществляются кодирование и декодирование информации: коммуникатор в процессе говорения кодирует, а реципиент в процессе слушания декодирует эту информацию.

Для коммуникатора смысл информации предшествует процессу кодирования (высказыванию), так как «говорящий» сначала имеет определенный замысел, а затем воплощает его в систему знаков. Для «слушающего» смысл принимаемого сообщения раскрывается одновременно с декодированием. В этом случае особенно отчетливо проявляется трудность позиции «слушающего», которую психологи определяют как «трудное искусство слушать» [см.: Крижанская, Третьяков, с. 72].

Диалог как специфический вид разговора представляет собой последовательную смену коммуникативных ролей, в ходе которой выявляется смысл речевого сообщения.

В социальной психологии существует большое количество исследований, выясняющих условия и способы повышения эффекта речевого воздействия, достаточно подробно исследованы формы различных коммуникативных барьеров и способы их преодоления. Так, выражением сопротивления принятию информации может быть отключение внимания слушающего, непонимание сообщения в силу специфики фонетики говорящего, стилистики или логики построения текста. Соответственно всякий оратор должен обладать умением вновь включить внимание слушающего, чем-то привлечь его, изменить манеру подачи материала и т. д. Совокупность

определенных мер, направленных на повышение эффективности речевого воздействия, получила название «убеждающей коммуникации» [см.: Панасюк, с. 38].

В профессиональной подготовке психолога неотъемлемым элементом является развитие психологической компетентности в сфере общения.

Основными параметрами этой компетентности являются умения и навыки человека в использовании двух техник общения: техники понимающего и директивного общения. Параметрами неэффективности общения служат склонности и привычки человека использовать так называемые принижающе-уступчивые и защитно-агрессивные формы поведения [см.: Соснин, Лунев, с. 59].

Техника понимающего общения – это совокупность установок, направленных на понимание партнера, его проблем, установление психологического контакта, выяснение его точки зрения по обсуждаемой проблеме и т. п. Главное в технике понимания – это *ориентация субъекта общения на внутреннюю систему ценностей партнера, а не на свою собственную.* Существенными условиями для создания такого климата доверия являются следующие установки:

• на безоценочное реагирование на высказывания партнера;

• положительное принятие личности собеседника;

• согласованность собственного поведения с поведением партнера при взаимодействии:

Чтобы эффективнее понимать партнера, развивать с ним психологический контакт, целесообразно придерживаться в общении ряда правил:

• больше слушать, меньше говорить, «следовать» за высказываниями и эмоциями партнера;

• воздерживаться от своих оценок, меньше задавать вопросов, не «подталкивать» партнера к обсуждению тех вопросов, о которых ему «следует» говорить с вашей точки зрения;

• стремиться прежде всего реагировать на личностно значимую информацию, сильнее всего связанную с потребностями и интересами партнера;

• стремиться реагировать на чувства и эмоциональные состояния собеседника.

Может показаться, что эти правила ставят «слушающего» в исключительно пассивную позицию в общении, но это не так. Техника понимающего общения требует очень тщательного слушания и высокой степени избирательности в отборе того, на *что* и *как* реагировать.

Рассмотрим приемы понимающего реагирования:

• простые фразы, подтверждающие наличие контакта (выражение внимания и интереса);

• перефразирование и резюмирование высказываний, открыто выражаемых чувств партнера с целью проверки правильности понимания;

• выяснение мыслей и чувств собеседника, не выражаемых открыто (реагирование на то, что, по вашему мнению, находится в сознании партнера);

• «вытягивание» в поле сознания партнера причин эмоциональных состояний;

• осознанное молчание как прием реагирования;

• осознанное использование в общении невербальных реакций;

• подбадривание как способ подтверждения того, что вы хотите понять и принять без оценивания мысли и чувства собеседника;

• вопросы, проясняющие позицию собеседника.

Умения и навыки понимающего общения относятся к числу важных профессиональных качеств современного делового человека. Вместе с тем профессиональная деятельность требует развития умений и навыков другого рода: навыков использования приемов директивного общения в работе с людьми.

Техника директивного общения – это совокупность установок, правил и конкретных приемов реагирования, направленных на оказание прямого психологического давления. В основе директивного подхода лежат следующие установки и правила:

• на открытое, прямое и ясное выражение своих позиций, намерений и целей;

• открытое, активное поведение и действия по достижению своих целей;

• прямой и открытый отказ выполнять действия, которые не будут служить вашим интересам;

• эффективную и решительную защиту себя от агрессивного поведения партнера;

• достижение своих целей с учетом интересов и целей партнера.

Приемы директивного реагирования:

• директивные вопросы, направленные на то, что вы считаете целесообразным обсуждать в соответствии с вашими целями;

• открытое выяснение противоречий в позиции партнера;

• выражение сомнения по поводу высказываний собеседника;

• выражение согласия или несогласия;

• совет, предложение, разъяснение собеседнику в связи с реализацией его целей;

• убеждение;

• принуждение [см.: Соснин, Лунев, с. 95].

Итак, рассмотрены две формы эффективного, целенаправленного общения: техника понимающего общения и техника директивного общения, которые могут быть полезны для всех специалистов, профессия которых предполагает работу с людьми.

Несмотря на то, что речь является универсальным средством общения, она приобретает значение только при условии включения в систему деятельности, а включение это обязательно дополняется употреблением других неречевых знаковых систем.

Невербальная коммуникация – это коммуникация между индивидами без использования речевых средств. Инструментом общения становится тело человека. Передача и прием невербальной информации может осуществляться на сознательном и бессознательном уровнях. Поэтому вполне допустимо, когда речь идет о невербальной коммуникации, использовать понятие «невербальное поведение», понимая его как поведение индивида, несущее информацию, осознанно или нет. В подавляющем большинстве обычно люди, не прошедшие специальной подготовки, как правило, не осознают свое невербальное поведение. С другой стороны, по оценкам специалистов, невербальный коммуникационный канал, по сравнению с вербальным, несет большую информационную нагрузку:

при помощи языка тела люди передают до 70 % всей информации в процессе общения. В одном случае информация может передаваться одним субъектом с осознаваемой целью довести эту информацию до сведения другого субъекта. Примерами могут быть жест, указывающий кому-то направление; взгляд, выражающий внимание к собеседнику. В другом случае отправитель не имеет намерения передавать какую-то информацию или даже пытается ее скрыть, например, признаки своего плохого настроения, болезненного состояния, свою принадлежность к определенной группе и т. п., а другие такую информацию воспринимают.

Невербальное общение позволяет передать следующую информацию:

1) о признаках национальной, социальной и социально-демографической принадлежности человека;

2) его физическом и психологическом состоянии;

3) об эмоциональном отношении человека к чему-то, кому-то или к какой-то ситуации;

4) о возможных вариантах поведения и способах действий человека в тех или иных ситуациях;

5) степени воздействия на человека тех или иных событий, мероприятий, обстоятельств;

6) психологическом климате в группе и даже об общей атмосфере в обществе;

7) личностных и индивидуальных свойствах субъектов общения, таких как их отношение к людям, их самооценка, склонность к доминантности, общительность, темперамент, скромность и т. д.

Невербальный вид коммуникации включает следующие основные знаковые системы: 1) оптико-кинетическую; 2) пара- и экстралингвистическую; 3) организацию пространства и времени коммуникативного процесса; 4) визуальный контакт.

Оптико-кинетическая система знаков включает в себя жесты, мимику, пантомимику. В целом она предстает как более или менее отчетливо воспринимаемое свойство общей моторики различных частей тела (рук – жестикуляция; лица – мимика; позы – пантомимика). Значимость оптико-кинетической системы знаков в комму-

никации настолько велика, что в настоящее время выделилась особая область исследований – кинесика. Особый интерес представляют исследования проявления оптико-кинетической системы в разных культурах. Так, например, в исследованиях М. Аргайла были выявлены подобные различия: в течение одного часа финны жестикулировали 1 раз, итальянцы – 80, французы – 20, мексиканцы – 180 [см.: Андреева, с. 133].

Паралингвистическая и экстралингвистическая системы знаков представляют собой также «добавки» к вербальной коммуникации. Паралингвистическая система – это система вокализации, т. е. качество голоса, его диапазон, тональность. Экстралингвистическая система – включение в речь пауз, покашливания, плача, смеха, наконец, сам темп речи. Все эти дополнения увеличивают семантически значимую информацию «околоречевыми» приемами [см.: Там же, с. 143].

Организация пространства и времени (проксемика) коммуникативного процесса выступает также особой знаковой системой. Так, например, размещение партнеров лицом друг к другу способствует возникновению контакта, символизирует внимание к говорящему, общение в группе по обсуждению какого-либо вопроса будет более эффективно, если партнеры размещены вокруг стола, а окрик в спину может иметь определенное значение отрицательного порядка. Холл зафиксировал нормы приближения человека к партнеру по общению, свойственные американской культуре: интимное расстояние (0–45 см); персональное расстояние (45–120 см), социальное расстояние (120–400 см); публичное расстояние (400–750 см) [см.: Там же, с. 144].

Ряд исследований в этой области связан с изучением специфических наборов пространственных и временных границ коммуникативных ситуаций, которые получили название хронотопов. Описаны такие хронотопы, как хронотоп «больничной палаты», «вагонного попутчика» и др. Исследования хронотопов не получили особого распространения, между тем они могли бы в значительной мере способствовать выявлению механизмов коммуникативного влияния.

Следующая специфическая знаковая система, используемая в коммуникативном процессе, – это «контакт глаз», имеющий место в визуальном общении. В социально-психологических исследованиях изучается частота обмена взглядами, динамика взгляда, его избегание и т. д. Считается, что эта знаковая система почти не поддается контролю со стороны коммуникатора, в то же время чувствуется реципиентом: «жесткий взгляд», «плутоватые глаза» и т. д.

Таким образом, анализ всех систем невербальной коммуникации показывает, что они, несомненно, играют большую вспомогательную роль в коммуникативном процессе. Обладая способностью не только усиливать или ослаблять вербальное воздействие, все системы невербальной коммуникации помогают выявить такой существенный параметр коммуникативного процесса, как намерения его участников.

Общение как взаимодействие (интерактивная сторона общения)

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

Если суммировать все наработки в области социальной психологии, то можно сказать, что для эффективного взаимодействия необходимо учитывать позиции, ситуации и стиль взаимодействия.

Позиции

С точки зрения транзактного анализа каждый участник взаимодействия в принципе может занимать одну из трех позиций, которые условно можно обозначить как Родитель, Взрослый, Ребенок [см.: Берн, с. 24]. Эти позиции ни в коей мере не связаны обязательно с соответствующей социальной ролью: это лишь чисто психологическое описание определенной стратегии во взаимодействии (позиция Ребенка может быть определена как позиция «Хочу!», позиция Родителя как «Надо!», позиция Взрослого – объединение первых двух позиций, анализ ситуации и поиск решения). Взаимодействие эффективно тогда, когда транзакции носят «параллель-

ный» характер. Например, когда партнер обращается к другому как Взрослый, и тот отвечает с такой же позиции. Если же один из участников взаимодействия адресуется к другому с позиции Взрослого, а тот отвечает ему с позиции Родителя или Ребенка, то воздействие нарушается и может вообще прекратиться. В данном случае транзакции становятся «пересекающимися». Рассмотрим пример. Муж обращается к жене с вопросом: «Дорогая, где мои запонки?» (позиция Взрослого). В ответ он может услышать: «Иди, поищи сам!» (позиция Родителя, перекрестные транзакции, несовпадение позиций); «Ну, зачем они тебе, ты и так у меня хорошенький» (позиция Ребенка, перекрестные транзакции, несовпадение позиций); «В левом верхнем ящике комода» (позиция Взрослого, параллельные транзакции). Эффективными параллельными транзакциями могут быть транзакции «Ребенок – Ребенок», «Ребенок – Взрослый, Взрослый – Ребенок» в определенных ситуациях, например в общении влюбленных, в общении супругов, которые на протяжении долгих лет играют в сценарий «заботливая жена и непослушный муж» и т. д. В деловой сфере наиболее эффективна транзакция «Взрослый – Взрослый», а вот остальные будут неэффективны и могут привести к конфликтной ситуации.

Второй показатель эффективности – адекватное понимание *ситуации* и действия в ней. В социальной психологии существует много классификаций ситуаций взаимодействия. Одна из них – классификация, предложенная в отечественной социальной психологии А. А. Леонтьевым [см.: Леонтьев, с. 33], который выделял социально-ориентированные, предметно-ориентированные и личностно-ориентированные ситуации. Не стоит социально-ориентированное общение, например лекцию, превращать в личностно-ориентированное общение (психотерапию) и наоборот и т. д.

М. Аргайл выделяет официальные социальные события, случайные эпизодические встречи, формальные контакты на работе и в быту, технологические в труде (рабочая группа, участвующая в общем проекте), асимметричные ситуации (в обучении, руководстве и пр.). Очень важно соответствовать этим ситуациям и не подменять одну другой: асимметричную ситуацию, где тебя спрашивают и нужно говорить, например ответ на экзамене, нельзя подме-

нять случайной эпизодической встречей, технологическую ситуацию в труде, где требуется равенство партнеров и включенность в работу, – формальными контактами и т. д.

Третий показатель эффективности взаимодействия – *стиль*. Каждая ситуация диктует свой стиль поведения: в каждой из них человек по-разному «подает» себя, а если эта самоподача неадекватна, то взаимодействие затруднено. Под стилем общения понимают предрасположенность к определенному общению, направленность, которая проявляется в том, как человек склонен подходить к большинству ситуаций. Если стиль сформирован на основе действий в какой-то конкретной ситуации, а потом механически перенесен на другую ситуацию, то успех не может быть гарантирован. Таких стилей поведения выделено три: ритуальный, манипулятивный, гуманистический.

Ритуальный стиль. Главной задачей партнеров, реализующих этот стиль, является поддержание связи с социумом, подкрепление представления о себе как о члене общества. В реальной жизни существует огромное количество ритуалов. Эти ритуалы требуют от участников только одного – знания правил игры.

Ритуальный стиль обычно задан некоторой культурой. Например, стиль приветствий, вопросов, задаваемых при встрече. Так, в американской культуре принято на вопрос: «Как дела?» отвечать «Прекрасно!», как бы дела ни обстояли на самом деле. Для нашей культуры свойственно отвечать «по существу», притом не стесняться негативных характеристик собственного бытия («Ой, жизни нет, цены растут, зарплата маленькая» и т. д.). Человек, привыкший к другому ритуалу, получив такой ответ, будет озадачен, как взаимодействовать дальше. В подобном стиле осуществляются многие контакты, которые кажутся бессмысленными, так как они, на первый взгляд, совершенно неинформативны, не имеют и не могут иметь никакого результата. Например, ситуация дня рождения. Все присутствующие знают друг друга много лет, собираются вместе три-четыре раза в год, сидят по нескольку часов и говорят об одном и том же, темы разговоров не меняются, каждый, наверняка, может предсказать точку зрения любого по любому вопросу. Каза-

лось бы, абсолютно бессмысленная трата времени, которая должна вызывать только раздражение, но гораздо чаще, проиграв подобный ритуал, мы получаем от таких встреч удовольствие.

Э. Берн уделяет особое внимание различным ритуалам и играм и тоже рассуждает об адекватности поведения в этих ситуациях. Например, при общении влюбленных людей, включенных в интимную игру, уместно одно поведение, а при общении в деловой сфере – другое поведение.

Манипулятивный стиль общения. Это стиль, при котором к партнеру относятся как к средству достижения внешних по отношению к нему целей. Е. Л. Доценко выделяет следующие критерии манипуляции:

• Родовой признак – психологическое воздействие или влияние. При этом влияние понимается как изменение психологической характеристики личности, групповых норм, общественного мнения, настроения за счет использования социально-психологических закономерностей.

• Отношение манипулятора к другому как к средству достижения собственных целей.

• Стремление получить односторонний выигрыш.

• Скрытый характер воздействия.

• Использование психологической силы, скрытая игра на слабостях.

• Побуждение, мотивационное привнесение (человек как бы сам захотел).

• Мастерство и сноровка в осуществлении манипулятивных действий [см.: Доценко, с. 58].

По Э. Берну, психологическая причина манипуляции – в страхе межличностных отношений, из-за которого люди общаются с другими в рамках определенных ритуалов, желая избежать близости и включенности [см.: Берн, с. 27].

Э. Шостром приходит к выводу, что в современном обществе манипуляторство как интегральное качество присуще всем: в каждом из нас потенциально или актуально оно присутствует в самых

разнообразных формах. Э. Шостром признает, что кое-какие манипулятивные признаки необходимы человеку в его борьбе за существование, в целях самозащиты. Манипуляция имеет положительный потенциал – открывает возможность творчества, связанного с самоутверждением человеческого существа. Вместе с тем манипуляторские приемы доминируют в жизни современного человека, они низводят его до уровня «автомата». Поэтому единственный выход – превратить себя в актуализатора. Этот термин заимствован из теории А. Маслоу о самоактуализации личности. Первый шаг к этому – осознание собственных манипуляций, что позволит использовать свой собственный потенциал и личностную самобытность [см.: Шостром, с. 69].

Однако с точки зрения Э. Шострома, манипуляторство типично для современного общества и обусловлено рыночными отношениями. Практической задачей психолога является разработка способов таких речевых техник, которые бы стали способами защиты от манипуляции. Защита от манипуляции будет адекватным способом выстраивания взаимодействия с манипулятором.

Гуманистический стиль. Проявляется тогда, когда цель взаимодействия – не изменение другого, а изменение представлений обоих партнеров относительно объекта взаимодействия. Его важной особенностью является то, что ожидаемым результатом общения является не поддержание социальных связей, как в ритуальном общении, не изменение точки зрения партнера, как в манипулятивном общении, а совместное изменение представлений обоих партнеров. Гуманистический стиль предполагает соответствующее осознание и даже переживание ситуации взаимодействия. Естественно, особое внимание исследованию этого стиля уделяется в гуманистической психологии, в частности, в работах К. Роджерса. К ситуации гуманистического общения можно отнести интимное, исповедальное, психотерапевтическое общение. В гуманистическом общении партнер воспринимается целостно, безоценочно, а основным механизмом является эмпатия [см.: Андреева, с. 178].

Таким образом, расчленение единого акта взаимодействия на такие компоненты, как позиции участников, ситуация и стиль

действий, также способствует более тщательному психологическому анализу интерактивной стороны общения.

В социальной психологии существуют попытки выделения более мелких единиц взаимодействия в малой группе. Одна из наиболее известных попыток такого рода принадлежит Р. Бейлсу, который разработал схему, позволяющую регистрировать различные виды взаимодействия в группе. Р. Бейлс фиксировал при помощи метода наблюдения те реальные проявления взаимодействий, которые можно было увидеть в группе, выполняющей некоторую совместную деятельность, и свел наблюдаемые образцы взаимодействий в четыре категории [см.: Андреева, с. 179]. В каждой категории им было выделено по три типа взаимодействия. Его схема представлена ниже, до сих пор она является удобной схемой для фиксации результатов наблюдения за группой и определения выполняемых в группе ролей:

Область позитивных эмоций	1) солидарность; 2) снятие напряжения; 3) согласие
Область решения проблем	4) предложение, указание; 5) мнение; 6) ориентация других
Область постановки проблем	7) просьба об информации; 8) просьба высказать мнение; 9) просьба об указании
Область негативных эмоций	10) несогласие; 11) создание напряженности; 12) демонстрация антагонизма

В целом стоит отметить, что реальные экспериментальные и эмпирические исследования в достаточной степени «вооружены» разработками интерактивной стороны общения и успешно пользуются ими.

Общение как восприятие людьми друг друга (перцептивная сторона общения)

Человек вступает в общение и воспринимается другим человеком – партнером по общению. На основе внешней стороны поведения мы как бы «читаем» другого человека. Впечатления, которые возникают при этом, играют важную регулятивную роль в процессе общения. Во-первых, потому что, познавая другого, формируется и сам познающий индивид. Во-вторых, потому что от меры точности «прочтения» другого человека зависит успех согласованности действий. При анализе общения целесообразно говорить не только о социальной перцепции (восприятие ситуации, восприятие группы своей и чужой и т. д.), но и о межличностной перцепции (восприятии другого) или о познании другого [см.: Бодалев, с. 110].

Если говорить о характеристике процесса познания человека, то стоит отметить, что данный процесс включает механизмы, которые можно условно разделить на две группы: механизмы, отражающие процесс взаимопонимания, и механизмы, отражающие искажение адекватности представления о воспринимаемом [см.: Резников, с. 52]. К первой группе относят идентификацию, атрибуцию, рефлексию, аттракцию, ко второй – такие механизмы, как функционирование имплицитной структуры личности, интерпретацию, влияние первого впечатления, проекцию, стереотипизацию, упрощение, идеализацию, этноцентризм, снисхождение. Некоторые из данных механизмов экспериментально выверены, большинство же, хотя и описаны в литературе, требуют дальнейшей проверки.

Итак, начнем с характеристики механизмов взаимопонимания.

Идентификация. В межличностном познании идентификация представляет отождествление себя с другим человеком, когда воспринимающий осознанно ставит себя на место воспринимаемого. При уподоблении другому человеку важная роль принадлежит воображению. «Способность с помощью воображения проникать в состояние другого человека формируется постепенно, и развита она у разных людей неодинаково» [см.: Бодалев, с. 245].

Эмпатия. Под эмпатией также понимается мысленный процесс уподобления себя другому человеку, но с целью «понять» переживания и чувства познаваемого человека. Слово «понимание»

здесь используется в метафорическом смысле – эмпатия есть аффективное «понимание», принятие эмоциональной сферы другого. Н. Н. Обозов рассматривает эмпатию как процесс (механизм) и включает в него когнитивные, эмоциональные и действенные компоненты. По его мнению, эмпатия имеет три уровня. *Первый уровень* – это эмпатия, проявляющаяся в виде понимания психического состояния другого человека без изменения своего состояния. *Второй уровень эмпатии* предполагает эмоциональную эмпатию, т. е. сопереживание и сочувствие другому. *Третий уровень эмпатии* – высшая форма, включающая когнитивный, эмоциональный и поведенческий компоненты. На этом уровне эмпатии проявляются реальные действия и поведенческие акты по оказанию помощи и поддержки партнеру по общению. Между этими формами эмпатии существуют сложные взаимозависимости. Различные формы эмпатии базируются на чувствительности человека к своему и чужому миру. В ходе развития эмпатийности как свойства личности формируются эмоциональная отзывчивость и способность прогнозировать эмоциональное состояние людей. Эмпатия может быть в разной степени осознанной. Ею могут обладать один или оба партнера по общению. Лица с высоким уровнем эмпатии проявляют заинтересованность в других людях, эмоциональны и оптимистичны. Для лиц, обладающих низким уровнем эмпатийности, характерны затруднения в установлении контактов, интровертированность, ригидность и эгоцентричность [см.: Обозов, с. 37].

Т. П. Гаврилова выделила два вида эмпатии: сочувствие и сопереживание. Сопереживание, т. е. переживание субъектом тех же чувств, которые испытывает другой через отождествление с ним, а сочувствие – переживание субъектом по поводу чувств другого. Примером сопереживания может служить волнение отвечающего на экзамене ученика, передающееся его товарищу, ожидающему своей очереди. Ребенок может сочувствовать старому человеку, испытывать к нему чувство жалости, хотя переживания этого человека не вполне ему понятны. Можно предположить, что при сопереживании субъект переносит на себя чужое эмоциональное состояние и переживает чувства другого как бы за себя, поскольку они имели

место в прошлом опыте субъекта и, главным образом, если они связаны с предвосхищением им подобной возможности для себя, особенно в ближайшем будущем. При сочувствии же субъект переживает за другого как бы «бескорыстно», без соотнесения с собой [см.: Гаврилова, с. 109].

Рефлексия в проблеме понимания друг друга – это осмысление индивидом того, как он воспринимается и понимается партнером по общению. Использование данного механизма предполагает определенный уровень развития личности, ее способности к саморефлексии, познанию других людей и фиксации признаков обратной связи от другого.

Аттракция – это механизм привлекательности какого-то одного человека для другого. Аттракцию можно рассматривать как особый вид социальной установки на другого человека, в которой преобладает эмоциональный компонент, когда этот «другой» оценивается преимущественно в категориях, свойственных аффективным оценкам. Эмпирические (в том числе экспериментальные) исследования в этом отношении посвящены выяснению тех факторов, которые приводят к появлению положительных эмоциональных отношений между людьми. Изучается, в частности, вопрос о роли сходства характеристик воспринимающего и воспринимаемого, о роли «экологических» характеристик процесса общения (близость партнеров по общению, частота встреч и т. п.). Выделены различные уровни аттракции: симпатия, дружба, любовь.

Когда формирующееся представление о воспринимаемом становится непонятным, то срабатывают механизмы искажения адекватности представления о воспринимаемом [см.: Резников, с. 152]. Рассмотрим их.

Механизм функционирования имплицитной (*внутренней*) *структуры личности.* Имплицитная теория личности предполагает наличие у каждого человека сложившейся структуры, сквозь которую воспринимается другой. Формирование этой структуры происходит последовательно с детских лет и заканчивается в основном к 16–18 годам. В ней аккумулируется жизненный опыт познания людей [см.: Бендлер, Лаваль]. Появляющиеся позже элементы описания человека «подстраиваются» в уже сформировавшиеся

представления о людях. Имплицитная структура представлений о людях бессознательно влияет на процесс познания людей. В ней находит свое отражение жизненная позиция воспринимающего, его социальные установки и другие моменты, которые предопределяют восприятие и познание.

Механизм интерпретации (*соотнесения*, *отождествления*) *личностного опыта познания людей с воспринимаемым человеком.* В основе данного механизма лежит фундаментальное свойство человека сравнивать себя (свою личность, поведение и состояние) с другими людьми. Механизм интерпретации функционирует как осознанно, так и бессознательно. При возникновении трудностей понимания воспринимаемого (отклонение от норм поведения, ограниченность информации о нем и пр.) механизм интерпретации личностного опыта становится осознанным.

Влияние первого впечатления о воспринимаемом (*механизм первичности или новизны*). Его суть сводится к тому, что первое впечатление о воспринимаемом влияет на последующее формирование образа о познаваемом. Первое впечатление, как правило, создается на основе характеристик физического облика (пол, возраст, фигура, экспрессия и т. д.), который, по сравнению с социальным обликом, является относительно более стабильным. Важным является порядок предъявления информации. При восприятии знакомого человека новая информация о нем является важной, а при восприятии незнакомого человека наиболее важной становится первая информация о нем.

Механизм проекции – это перенос на познаваемых людей психических особенностей субъекта восприятия. Осуществляется приписывание как положительных, так и отрицательных черт, свойств, которых в действительности у объекта нет. Это подтверждают результаты многочисленных экспериментов. Например, испытуемые, у которых были ярко выражены желчность, упрямство и подозрительность, фиксировали названные особенности у оцениваемого человека значительно чаще, чем те, кто не обладал ими. Стоит отметить, что у людей, отличающихся малой самокритичностью

и слабым проникновением в собственную личность, механизм проекции выражен более сильно.

Механизм стереотипизации (*категоризации*). Предполагает отнесение воспринимаемого человека к одному из известных субъекту типов людей. Впервые термин «социальный стереотип» был введен У. Липпманом. Стереотип – это некоторый устойчивый образ какого-либо явления или человека, которым пользуются как известным «сокращением» при взаимодействии с этим явлением, человеком. Как правило, стереотип возникает на основе достаточно ограниченного прошлого опыта. Очень часто стереотип возникает относительно групповой принадлежности человека, например принадлежности его к какой-то профессии. Стереотипизация в процессе познания людьми друг друга может привести к двум различным следствиям. С одной стороны, к определенному упрощению процесса познания другого человека; в этом случае в восприятии другого человека не происходит «сдвига» в сторону его эмоционального принятия или непринятия. Во втором случае, если суждение строится на основе ограниченного и негативного опыта, стереотипизация приводит к возникновению предубеждения.

Механизм идеализации, «*гало-эффект*», *или* «*эффект ореола*». Сущность этого механизма заключается в формировании специфической установки на воспринимаемого через направленное приписывание ему определенных качеств: информация, получаемая о каком-то человеке категоризируется определенным образом, а именно: накладывается на тот образ, который уже был создан заранее. Этот образ, ранее существовавший, выполняет роль «ореола», мешающего видеть действительные черты и проявления объекта восприятия. При этом механизм проявляется не только в завышении положительных черт, качеств, но и в преуменьшении негативных психологических особенностей. Интересен эксперимент американского психолога А. Миллера, связанный с механизмом идеализации, описываемым В. Н. Куницыной. Он основывается на том допущении, что если человеку внешне нравится физический облик другого человека, то при его восприятии ему приписываются позитивные психологические особенности. В исследовании испытуемые

мужчины оценили красивых женщин как более заботливых и внимательных, а обыкновенных и некрасивых – наоборот.

Механизм этноцентризма. Этническая принадлежность приводит в действие так называемый фильтрующий механизм личности, через который пропускается вся информация о воспринимаемом объекте. Таким образом, в случае принадлежности общающихся к одной и той же национальности происходит, как правило, завышение положительных особенностей воспринимаемого, а в случае принадлежности к другому этносу – занижение или объективная оценка.

Механизм снисхождения. Он заключается в том, что окружающие люди оценивают других, как правило, положительно. Его отличие от механизма идеализации заключается в том, что рассматриваемый эффект уменьшает (смягчает) отрицательные качества воспринимаемых людей, но не наделяет их положительными характеристиками По мнению В. Н. Куницыной, у женщин данный механизм более выражен, чем у мужчин [см.: Куницына, Казаринова, Погольша, с. 81].

Механизм каузальной атрибуции. Человек использует механизм каузальной атрибуции в случае, когда у него недостаточно информации для понимания истинных причин поведения другого человека. В этом случае общающиеся начинают приписывать друг другу причины поведения, сами образцы поведения или какие-то более общие характеристики. Возникает целая система способов такого приписывания (каузальная атрибуция). Исследования каузальной атрибуции направлены на изучение попыток «рядового человека» понять причину и следствие тех событий, свидетелем или участником которых он является. Если на первых порах исследования атрибуции речь шла лишь о приписывании причин поведения другого человека, то позже стали изучаться способы приписывания намерений, чувств, качеств личности.

Г. Келли выделил три типа атрибуции: личностную атрибуцию (когда причина приписывается лично совершающему поступок), объектную атрибуцию (когда причина приписывается тому, на кого направлено действие) и обстоятельственную атрибуцию (когда

причина совершающегося приписывается обстоятельствам). Было выявлено, что воспринимающий другого, находясь в роли наблюдателя, чаще использует личностную атрибуцию, а воспринимающий, находясь в роли участника, склонен в большей мере объяснить все совершающееся обстоятельствами. Эта особенность отчетливо проявляется при приписывании причин успеха и неудачи: участник действия «винит» в неудаче преимущественно обстоятельства, в то время как наблюдатель ответственность за неудачу перекладывает прежде всего на самого исполнителя [см.: Андреева, Богомолова, Петровская, с. 248].

В ходе межличностного познания важной является обратная связь, которая свидетельствует об изменении состояния партнера по общению. В отдельных случаях она выполняет не только осведомительную функцию об объекте восприятия, но и корректирующую, информирует субъекта о необходимости изменить свое поведение для адекватного взаимодействия с ним.

В прошлом по проблеме межличностного познания проводились многочисленные фундаментальные исследования, в настоящее же время научный интерес к данной тематике носит скорее прикладной характер (например, изучение восприятия человека в рыночных условиях).

Вопросы для самопроверки

1. Дайте общую характеристику вербальной коммуникации. Охарактеризуйте техники понимающего и директивного общения.
2. Назовите основные функции общения.
3. Дайте общую характеристику невербальной коммуникации.
4. Охарактеризуйте основные показатели взаимодействия: позиции, стиль, ситуации.
5. Дайте характеристику механизмам, характеризующим процесс взаимопонимания между общающимися людьми.
6. Дайте характеристику механизмам, характеризующим искажения адекватности представлений о другом в общении.

Список рекомендуемой литературы

Основная

Алаева М. В. Проблема понимания психического состояния человека (психолого-педагогический аспект) / М. В. Алаева // Интеграция образования. 2011. № 1.

Ефимова Н. С. Психология общения : практикум по психологии : учеб. пособие / Н. С. Ефимова. М., 2013.

Ильин Е. П. Психология общения и межличностных отношений / Е. П. Ильин. СПб., 2013.

Караяни А. Г. Психология общения и переговоров в экстремальных условиях : учеб. пособие для студентов вузов / А. Г. Караяни. М., 2011.

Соковнин В. М. Общение интердиктивное и фасциногенное / В. М. Соковнин. Екатеринбург, 2011.

Столяренко Л. Д. Психология общения / Л. Д. Столяренко. Ростов н/Д, 2013.

Дополнительная

Аргайл М. Психология счастья / М. Аргайл. М., 1990.

Андреева Г. М. Социальная психология / Г. М. Андреева. М., 2000.

Андреева Г. М. Зарубежная социальная психология XX столетия : Теоретические подходы : учеб. пособие для вузов / Г. М. Андреева, Н. Н. Богомолова, Л. А. Петровская. М., 2001.

Бендлер Р. Искусство убеждать / Р. Бендлер, Дж. Лавалль. Киев ; София, 2002.

Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры / Э. Берн. М., 1998.

Бодалев А. А. Личность в общении / А. А. Бодалев. М., 1983.

Вердербер Р. Психология общения / Р. Вердербер, К. Вердербер. СПб. ; М., 2003.

Гаврилова Т. П. Понятие эмпатии в зарубежной психологии / Т. П. Гаврилова // Вопр. психологии. 1974. № 5.

Доценко Е. Л. Психология манипуляции / Е. Л. Доценко. М., 2000.

Егидес А. П. Лабиринты общения, или Как научиться ладить с людьми / А. П. Егидес. М., 2002.

Емельянов Ю. И. Активное социально-психологическое обучение / Ю. И. Емельянов. Л., 1985.

Жуков Ю. М. Диагностика и развитие компетентности в общении / Ю. М. Жуков, Л. А. Петровская, П. В. Растянников. М., 1991.

Изард К. Психология эмоции / К. Изард. СПб., 1999.

Кан-Калик В. А. Грамматика общения / В. А. Кан-Калик. М., 1995.

Касаткин С. Техника обратной связи. Мастер общения / С. Касаткин. СПб., 2002.

Крижанская Ю. С. Грамматика общения / Ю. С. Крижанская, В. П. Третьяков. М., 1999.

Куницына В. Н. Межличностное общение / В. Н. Куницына, Н. В. Казаринова, В. М. Погольша. СПб., 2001.

Лабунская В. А. Психология затрудненного общения : Теория. Методы. Диагностика. Коррекция : учеб. пособие / В. А. Лабунская, Ю. А. Менеджерицкая, Е. Д. Бреус. М., 2001.

Леонов Н. Психология делового общения : учеб. пособие / Н. Леонов. М., 2002.

Леонтьев А. А. Психология общения / А. А. Леонтьев. Тарту, 1974.

Мелибруда Е. Я. Ты – Мы. Психологические возможности улучшения общения / Е. Я. Мелибруда. М., 1986.

Майерс Д. Социальная психология / Д. Майерс. СПб., 1997.

Межличностное общение : хрестоматия. СПб., 2001.

Мицич П. Аргументации, цели, условия, приемы / П. Мицич // Психология влияния. СПб., 2000.

Нэпп М. Невербальное общение / М. Нэпп. СПб., 2004.

Пиз А. Язык разговора / А. Пиз, А. Гарнер ; пер. с англ. Т. Новикова. М., 2007.

Обозов Н. Н. Межличностные отношения / Н. Н. Обозов. Л., 1979.

Панасюк А. Ю. Психология риторики : Теория и практика убеждающего воздействия / А. Ю. Панасюк. М., 2007.

Панкратов В. Н. Уловки в спорах и их нейтрализация / В. Н. Панкратов. М., 1996.

Петровская Л. А. Компетентность в общении / Л. А. Петровская. М., 1989.

Резников Е. Н. Межличностное восприятие и понимание / Е. Н. Резников // Современная психология : справ. руководство / под ред. В. Н. Дружинина. М., 1999.

Роджерс К. Р. Взгляд на психотерапию – становление человека / К. Р. Роджерс. М., 1994.

Соловьева О. В. Обратная связь в межличностном общении / О. В. Соловьева. М., 1992.

Соснин В. А. Учимся общению : взаимопонимание, взаимодействие, переговоры, тренинг / В. А. Соснин, П. А. Лунев. М., 1993.

Стефаненко Т. Г. Этнопсихология / Т. Г. Стефаненко. М., 1993.
Хартли М. Язык жестов в деловом общении / М. Хартли. М., 2003.
Шостром Э. Человек-манипулятор / Э. Шостром. М., 1999.

Тема 6
Психология малых групп и межгрупповых отношений

Под малой группой мы вслед за В. П. Позняковым будем понимать небольшое по размеру объединение людей, связанных непосредственным взаимодействием [см.: Позняков, с. 193]. Большинство эмпирических исследований в социальной психологии выполнены на малых группах, и этому есть несколько причин. Большая часть жизни человека протекает в малых группах: в семье, игровых компаниях сверстников, учебных и трудовых коллективах. В малых группах происходит формирование личности, проявляются ее качества, поэтому личность нельзя изучать вне группы. Через малые группы осуществляются связи личности с обществом: группа трансформирует воздействие общества на личность, личность воздействует на общество сильнее, если за ней стоит группа. Малая группа более доступна для эмпирических исследований и лабораторных экспериментов. Наконец, проблемы формирования и развития малых групп, групповых методов обучения, совместной трудовой деятельности и руководства малыми группами традиционно являются одним из главных направлений практической социальной психологии.

Малые группы выступают объектами исследования не только социальной психологии, но и социологии. Социология изучает малые группы прежде всего с точки зрения их объективных социальных признаков (по полу, возрасту, семейному положению и т. д.). Социальная психология изучает психологические явления, которые возникают в процессе общения между людьми в малых группах

и характеризуют не отдельных индивидов, а взаимоотношения между этими индивидами в группе и саму малую группу как целое [см.: Андреева, с. 23].

Выделение малых групп предполагает решение вопроса о их количественных границах. Количественные признаки малой группы – ее нижние и верхние границы – определяются качественными признаками: контактность – возможность каждого члена группы общаться друг с другом, целостность – социальная и психологическая общность индивидов, позволяющая воспринимать группу как единое целое.

За нижнюю границу размеров малой группы большинство специалистов принимают три человека, поскольку в группе из двух человек – диаде – групповые социально-психологические феномены протекают особым образом. Верхняя граница малой группы определяется ее качественными признаками и обычно не превышает 20–30 человек. Однако часто в исследованиях и практической работе за верхнюю границу малой группы мы принимаем ее естественный предел: 32 ученика класса, 50 сотрудников цеха и т. д. Оптимальный размер малой группы зависит от характера выполняемой совместной деятельности и находится в пределах 5–12 человек. В меньших по размеру группах скорее возникает феномен социального пресыщения, динамические процессы становятся «вялотекущими». Группы большего размера легче распадаются на более мелкие микрогруппы, в рамках которых индивиды связаны более тесными контактами.

В этой связи принято выделять группы первичные, т. е. наименьшие по размеру и неделимые (подруги в коллективе), и вторичные группы, формально представляющие собой единые общности, но включающие в себя несколько первичных групп (трудовой коллектив). Необходимо различать группы искусственные (или лабораторные), к ним относятся сконструированные группы К. Левиным для исследовательских целей, Т-группы, собранные для решения практических, прикладных задач. Естественные группы – это группы, существующие независимо от воли исследователя. Среди естественных малых групп наиболее важным представляется

выделение групп формальных и неформальных. Формальные группы – группы, членство и взаимоотношения в которых определяются формальными предписаниями и договоренностями. Формальными малыми группами являются прежде всего первичные коллективы подразделений социальных организаций. Неформальные группы – объединения людей, возникающие на основе потребностей в общении, принадлежности, понимании, симпатии и любви. Примерами неформальных малых групп являются дружеские и приятельские компании, пары любящих друг друга людей, неформальные объединения людей, связанных общими интересами. Формальные и неформальные группы различаются по механизмам их образования и по характеру межличностных взаимоотношений. Однако, как и любая классификация, деление групп на формальные и неформальные является достаточно условным. Неформальные группы могут возникать и функционировать в рамках формальных организаций, а группы, возникшие как неформальные, на определенном этапе могут приобретать признаки формальных групп. Вслед за Г. Хайменом выделяют группы членства и референтные группы. Референтными группами Г. Хаймен называет такие группы, в которые индивиды не включены реально, но нормы которых они принимают. В дальнейшем Г. Келли, разрабатывая понятия референтных групп, выделил две их функции: сравнительную и нормативную, показав, что референтная группа нужна индивиду или как эталон для сравнения своего поведения с ней, или для нормативной оценки его. Деление на группы членства и референтные группы открывает интересную перспективу для прикладных исследований, в частности, в области изучения противоправного поведения подростков: выяснить вопрос, почему человек, включенный в такие группы членства, как школьный класс, начинает вдруг ориентироваться не на те нормы, которые приняты в них, а на нормы совсем других групп, в которые он первоначально совсем не включен и которые являются сомнительными.

Структура малой группы – это совокупность связей, складывающихся в ней между индивидами.

При исследовании формальных групп и организаций вслед за Э. Мэйо принято выделять формальную и неформальную структуру группы. Формальная (или официальная) структура группы – это совокупность связей и отношений между индивидами, определяемая формальными предписаниями: должностными инструкциями, официальной структурой организации, формальным статусом индивидов. Неформальная (или неофициальная) структура – это реально складывающаяся в организации структура связей, коммуникаций и влияния.

В социально-психологических исследованиях малых групп наиболее часто выделяют и анализируют социометрическую, коммуникативную, ролевую структуру группы, а также структуру власти и влияния [Позняков, с. 198].

Социометрическая структура малой труппы – это совокупность связей между ее членами, характеризуемых взаимными выборами по результатам социометрического теста, предложенного Д. Морено. В основе социометрической структуры группы лежит феномен межличностной привлекательности. Основными характеристиками социометрической структуры малой группы являются характеристики *социометрического статуса* членов группы, т. е. положения, которое они занимают в системе межличностных выборов и отвержений: характеристики взаимных предпочтений; наличие *микрогрупп* и характер отношений между ними.

Коммуникативная структура малой группы – это совокупность связей между ее членами, характеризующихся процессами приема и передачи информации, циркулирующей в группе. Основными характеристиками коммуникативной структуры группы являются: положение, которое занимают члены группы в системе коммуникаций (доступ к получению информации), частота и устойчивость коммуникативных связей в группе, тип коммуникативных связей между членами группы (централизованные или децентрализованные «коммуникативные сети»). В экспериментах А. Бейвелиса и Г. Ливитта было показано, что *централизованные коммуникативные сети* типа «крест» (все коммуникации осуществляются через одного испытуемого, занимающего центральную позицию),

способствуют более быстрому решению задач, а децентрализованные коммуникативные сети типа «круг» способствуют более высокой удовлетворенности членов группы [см.: Позняков, с. 200]. Исследования К. Фашо и С. Московиси обнаружили, что для решения простых задач, имеющих одно верное решение, более предпочтительны централизованные сети, а для решения сложных задач, требующих творческих усилий, – децентрализованные. Наиболее успешными оказались группы, коммуникативные структуры которых соответствовали характеру решаемых задач [см.: Там же, с. 201].

Ролевая структура малой группы – это совокупность связей между индивидами, характеризуемых распределением между ними групповых ролей, т. е. типичных способов поведения, ожидаемых и реализуемых участниками группового процесса. Так, при анализе группового решения задач выделяются роли «генератора идей», «эксперта», «критика», «организатора». При анализе деятельности *психокоррекционных* групп выделяются роли «объединителя», «козла отпущения», «невинной жертвы» и т. д.

Структура социальной власти и влияния в малой группе – *это совокупность связей между индивидами, характеризуемая направленностью и интенсивностью их взаимного влияния.* В зависимости от способа осуществления влияния выделяют различные *типы социальной власти: вознаграждения, принуждения, легитимной, экспертной и референтной* (см. соответствующую тему учебного пособия). Основными характеристиками структуры социальной власти и влияния являются системы связей, лежащих в основе *руководства* группой как официально закрепленного социального влияния (если речь идет о формальной организованной группе) и неофициального (неформального) влияния, в основе которого лежит феномен *лидерства.*

Психологические проблемы формирования и развития малых групп исследованы в меньшей степени, чем их структурные характеристики. Это связано с тем, что динамика протекания социально-психологических явлений в естественных и искусственных группах различна и представляет собой сложную исследовательскую задачу. Кроме того, динамические процессы в малых группах

(например, в трудовых коллективах, семьях или дружеских компаниях) имеют существенные различия. Наконец, в отечественной психологии в ее советский период проблема развития естественных групп решалась в излишне идеологизированной форме, исходя из представлений о некоем эталоне развития группы: коллективе. Психологические механизмы формирования малых групп могут существенно различаться в зависимости от того, о каком типе групп идет речь. Образование формальных групп происходит вследствие потребности общества в подобных группах [см.: Кричевский, Дубовская, с. 68], вне прямой связи с потребностями людей объединиться в рамках данной группы. В этом случае более правильно говорить о механизмах вхождения индивидов в формирующуюся или уже существующую группу. Однако вхождение индивида в ту или иную формальную группу, как правило, определяется интересами и потребностями, не связанными непосредственно с потребностью в общении и объединении с данными людьми. Именно этим объясняется известный феномен расхождения между группой членства *и референтной* группой (или значимым кругом общения) и существования неформальных групп внутри формальных организаций. *Неформальные* группы, напротив, образуются преимущественно на основе потребностей индивидов в общении. Поэтому в их возникновении большую роль играют психологические механизмы эмоциональной привлекательности, психологической совместимости индивидов.

Этапы развития малой группы

В современной социальной психологии процесс развития малой группы рассматривается по-разному в зависимости от типа группы. По отношению к группам, решающим какую-либо задачу, используется модель Б. Такмена, по отношению к терапевтическим группам используется психоаналитическая концепция Л. Бенниса и Г. Шепарда, по отношению к анализу естественного развития часто используются отечественные теории коллектива Л. И. Уманского и А. В. Петровского.

Модель развития малой группы, предложенная американским психологом Б. Такменом, основана на выделении двух основных

сфер или измерений групповой жизнедеятельности – деловой, связанной с решением групповой задачи, и межличностной, связанной с развитием групповой структуры В сфере деловой активности Б. Такмен выделяет следующие стадии:

1) ориентировка в задаче и поиск оптимального способа ее решения;

2) эмоциональные реакции на требования задачи, противодействие членов группы требованиям, предъявляемым к ним в связи с решением задачи и противоречащим их собственным намерениям;

3) открытый обмен информацией с целью достижения более глубокого понимания намерений друг друга и поиска альтернатив;

4) принятие решения и активные совместные действия по его реализации.

В сфере межличностной активности Б. Такмен выделяет стадии:

1) «проверка и зависимость», ориентировка членов группы в характере действий друг друга и поиск взаимоприемлемого поведения;

2) «внутренний конфликт», связанный с нарушением взаимодействия и отсутствием единства в группе;

3) «развитие групповой сплоченности», преодоление разногласий и разрешение конфликтов;

4) «функционально-ролевая согласованность», связанная с образованием ролевой структуры группы, соответствующей содержанию групповой задачи [см.: Кричевский, Дубовская, с. 74]. Изменения в выделенных сферах протекают взаимосвязанно, а противоречия между ними могут рассматриваться как механизмы группового развития.

В рамках психоаналитической ориентации возникла теория развития группы Л. Бенниса и Г. Шеппарда. Она построена на осмыслении тех процессов, которые происходят в так называемых Т-группах, или группах тренинга. Эта теория построена на группах тренинга. В теории выделяются две фазы группового развития. Содержанием первой фазы является решение вопроса о лидере, во второй фазе вносится ясность во взаимоотношения членов группы. С самого начала, в первой подфазе, группа сталкивается со следующей

ситуацией. Участники ожидают, что тренер-ведущий возьмет на себя лидерские полномочия. Однако особенность Т-группы, в частности, состоит в том, что ведущему противопоказано выполнять эту роль. Обычно в данный момент возникает некоторое напряжение, неудовлетворенность ситуацией, дискуссия о целях и задачах группы. Начало второй подфазы часто связано с просьбой участников к ведущему оставить группу. По вопросу о лидерстве выделяется, как правило, два противоположных мнения. Одна подгруппа является сторонником «сильной лидерской структуры», а другая выступает за менее структурированную групповую атмосферу. Третья подфаза связана с разрешением вопроса о лидере. Оно может быть достигнуто быстро или затянуться, и группа тогда долго находится в состоянии колебаний. Однако в конце концов, если группа не распадается, она вступает в следующую фазу – фазу установления межличностных отношений, или «решения проблемы взаимозависимости» [Андреева, Богомолова, Петровская, с. 104].

В отечественной психологии при выделении этапов развития группы разрабатывалась теория коллектива. Одна из наиболее развернутых попыток подобного рода содержится в психологической теории коллектива, разработанной А. В. Петровским. Она представляет группу как состоящую из трех страт (слоев), каждый из которых характеризуется определенным принципом, по которому в нем строятся отношения между членами группы. В первом слое реализуются прежде всего непосредственные контакты между людьми, основанные на эмоциональной приемлемости или неприемлемости; во втором слое эти отношения опосредуются характером совместной деятельности; в третьем слое, названном ядром группы, развиваются отношения, основанные на принятии всеми членами группы единых целей групповой деятельности.

Этот слой соответствует высшему уровню развития группы, и, таким образом, его наличие позволяет констатировать, что перед нами коллектив.

Последующая разработка как теоретических представлений, так и экспериментальной практики позволила более четко выявить главную идею всей концепции: положение о двух критериях выде-

ления этапов группового развития – деятельностное опосредование и общественная значимость деятельности. На основании этих критериев были выделены следующие типы групп: коллектив – ассоциация – корпорация – асоциальная ассоциация – диффузная группа [см.: Петровский, с. 125].

Особый интерес представляет *теоретическая модель развития группы*, предложенная Л. И. Уманским. Ее методологическим основанием является теория деятельности. Данная модель выстроена в русле того понимания малой группы, которое разрабатывалось в рамках московской социально-психологической школы. Л. И. Уманским выделено несколько уровней (стадий) развития малой группы на основе ряда параметров, характеризующих развитие совместной деятельности. Такими параметрами являются:

– ценностная направленность группы;

– организационное и социально-психологическое единство;

– компетентность членов группы в достижении групповых целей.

Отличие одного уровня от другого прослеживается по каждому из выделенных параметров.

«Отправной точкой» для группового развития является *конгломерат* – это совокупность незнакомых друг с другом людей. От конгломерата возможно движение в двух направлениях: в сторону антиколлектива и в сторону коллектива. Вектор движения задает общая *ценностная направленность* группы. В случае *просоциальной ориентации* возникнет движение «вверх», через ряд стадий к *коллективу*, при *асоциальной направленности* – к *антиколлективу*.

Рассмотрим, через какие стадии (уровни) проходит группа на пути к подлинному коллективу.

Низшим уровнем является *номинальная группа*. Это группа, получившая свое название, имеющая внешне заданную цель и структуру. У группы минимальный опыт совместной деятельности, поэтому устойчивых межличностных отношений пока нет. На этом уровне группа не может находиться длительное время: она либо распадается, либо переходит на следующий уровень своего развития.

Группа-ассоциация представляет собой такой уровень в развитии малой группы, который характеризуется тем, что заданные извне цели, виды деятельности и способы их осуществления принимаются членами группы. Возникает первичная межличностная интеграция. Однако подлинного социально-психологического единства в этой группе нет, что особенно ярко проявляется в трудных ситуациях, когда группа сталкивается с проблемами. В этих ситуациях возрастает уровень конфликтности, ухудшаются отношения между членами группы, снижается эффективность совместной деятельности.

Следующий уровень в развитии малой группы – *группа-кооперация*. Этот уровень характеризуется четким осознанием членами группы общей цели, стремлением субъектов к сотрудничеству ради ее достижения и выстроенными деловыми отношениями. В этой группе проявляются взаимопонимание и взаимная ответственность при решении целевых вопросов. Однако подлинного психологического единства нет.

В развитии малой группы Л. И. Уманский выделяет уровень *группы-автономии*. Для группы-автономии особую ценность представляют не деловые отношения, опосредованные совместной деятельностью, а непосредственно-эмоциональные, личностные. В группе-автономии гипертрофировано «мы-чувство», что порождает своеобразную болезнь – группоцентризм, стремление противопоставить свою группу как лучшую другим группам. Это приводит к переориентации группы с общественно значимых целей на групповые. Такая переориентация препятствует дальнейшему развитию группы.

Группа-коллектив представляет собой высший уровень развития малой группы. Отличительной особенностью коллектива является его интеграция с другими группами на основе направленности на более широкие социально значимые цели.

Также в школе Л. И. Уманского работал А. Н. Лутошкин, который большое внимание уделял эмоциональной сфере и в обозначении этапов развития групп использовал метафоры: песчаная россыпь – это номинальная группа и конгломерат, мягкая глина –

это ассоциация, мерцающий маяк – кооперация, алый парус – автономия, горящий факел – коллектив.

Психологические механизмы развития малой группы. К числу основных психологических механизмов развития малой группы относятся:

1. *Разрешение внутригрупповых противоречий*: между растущими потенциальными возможностями и реально выполняемой деятельностью, между *растущим стремлением* индивидов к самореализации и усиливающейся тенденцией интеграции с группой, между поведением лидера группы и ожиданиями его последователей.

2. *Психологический обмен* – предоставление группой более высокого психологического статуса индивидам в ответ за более высокий их вклад в ее жизнедеятельность.

3. *Идиосинкразический кредит* – предоставление группой высокостатусным ее членам возможности отклоняться от групповых норм, вносить изменения в жизнедеятельность группы при условии, что они будут способствовать более полному достижению ее целей.

Групповая сплоченность

Первые эмпирические исследования групповой сплоченности начались в западной социальной психологии. Л. Фестингер определял групповую сплоченность как результат влияния всех сил, действующих на членов группы, с тем чтобы удерживать их в ней. В качестве сил, удерживающих индивида в группе, при этом подходе рассматривались эмоциональная привлекательность группы для ее членов, полезность группы для индивида и связанная с этим удовлетворенность индивидов своим членством в данной группе. Уровень сплоченности малой группы определяется частотой и устойчивостью непосредственных межличностных (прежде всего эмоциональных) контактов в ней. Поэтому изучение групповой сплоченности и влияние на нее, исходя из развиваемых Л. Фестингером представлений, должно осуществляться через изучение коммуникативных взаимодействий между членами группы и влияние на коммуникации в группе.

В рамках социометрического направления Д. Морено уровень групповой сплоченности связывается с уровнем взаимной эмоциональной привлекательности членов группы и определяется числом взаимных положительных выборов или позитивных эмоциональных оценок индивидов в группе.

Другой теоретический подход к проблеме групповой сплоченности был предложен Т. Ньюкомом, который связал определение групповой сплоченности как сходство взглядов (мнений, представлений и оценок) членов группы по отношению к значимым для них явлениям, событиям, людям. Основным механизмом формирования групповой сплоченности в соответствии с этим подходом является достижение согласия членов группы, сближение их социальных установок, мнений и т. д., которое происходит в процессе непосредственного взаимодействия между индивидами. Близким к данному подходу представляется понимание сплоченности как *ценностно-ориентационного единства группы*, предложенное А. В. Петровским, под которым понимается сходство, совпадение отношений членов группы к основным ценностям, связанным с совместной деятельностью.

Взаимодействие индивида и малой группы

Исследование взаимодействия индивида и малой группы связано, с одной стороны, с изучением *группового давления*, которое оказывает малая группа на протекание психических процессов, установки и поведение индивида, а с другой стороны – с изучением закономерностей влияния индивида на групповые психологические явления, т. е. изучением феномена *лидерства.*

Первые экспериментальные исследования в этой области были посвящены изучению влияния присутствия группы на протекание психических процессов индивида и его поведение (Н. Триплетт, В. Меде, Ф. Олпорт, В. М. Бехтерев). Результатом этих исследовании было открытие эффектов социальной фасилитации (от англ. *facility* – облегчение) – улучшения индивидуальных результатов деятельности в присутствии других людей и социальной ингибиции (от лат. *Inhibere* – сдерживать, останавливать) – ухудшения этих результатов. В экспериментах американских социальных психо-

логов получены данные, говорящие о феномене «социальной лености» – тенденции прилагать меньше усилий в ситуации совместной деятельности и отсутствия контроля за индивидуальным вкладом каждого участника. Однако, по мнению самих исследователей, проявление этого феномена, а также степень его выраженности существенно зависят от ситуативных и социокультурных факторов [см.: Майерс, с. 134]. Обобщение этих результатов а также последующих специально выполненных исследований позволило Н. Н. Обозову сделать следующие выводы. В условиях присутствия других лиц у индивидов снижаются чувствительность (болевая, слуховая, обонятельная, кинестетическая), объем и концентрация внимания, точность выполнения простых арифметических действий, генерирование оригинальных идей, т. е. характеристики точности (качества) психической деятельности. Повышаются сила мышечного напряжения, продуктивность внимания, показатели долговременной памяти, т. е. скоростные (временные) характеристики психической деятельности. Снижение в группе количества ассоциаций по контрасту и их увеличение по сходству свидетельствует о том, что в группе психические процессы имеют тенденцию к единообразию, *нормообразованию.* В условиях группового взаимодействия у индивидов снижаются точность восприятия сложных объектов при их кратковременном предъявлении и качество (нетривиальное) генерируемых идей. Повышаются точность восприятия простых объектов и времени, точность восприятия сложных объектов при их длительном предъявлении и способность к определению в неодинаковых объектах сходных элементов [см.: Обозов, с. 69].

Экспериментальные исследования М. Шерифа, Н. Н. Обозова показывают, что при высокой определенности и малой сложности перцептивных задач в группе повышается точность восприятия и снижается конвергенция оценок, а при высокой неопределенности и сложности задач – точность восприятия в группе снижается, а конвергенция оценок увеличивается.

Дальнейшие исследования влияния малой группы на протекание психических явлений и поведение индивида связаны с изучением феномена конформизма (от лат. *conformis* – подобный). Явление

конформизма было открыто американским психологом С. Ашем в 1951 г. В его знаменитых экспериментах с подставной группой перед испытуемыми ставилась задача сравнения и оценки длины линий, изображенных на предъявляемых карточках. В контрольных опытах при индивидуальном выполнении задания оно не вызывало у испытуемых каких-либо трудностей. В ходе эксперимента все участники, кроме одного («наивного субъекта»), по предварительной договоренности с экспериментатором давали заведомо неправильный ответ. «Наивный субъект» не знал о сговоре и выполнял задание последним. В экспериментах С. Аша было обнаружено, что около 30 % испытуемых давали вслед за группой ошибочные ответы, т. е. демонстрировали конформное поведение. После окончания экспериментов с его участниками проводилось интервью с целью выяснения их субъективных переживаний. Большинство опрошенных отмечали значительное психологическое давление, которое оказывает мнение большинства группы. В дальнейшем эксперименты с подставной группой неоднократно воспроизводились в различных модификациях. При этом было обнаружено, что за внешне сходным «конформным» поведением могут скрываться принципиально различные по психологическим механизмам его варианты. Одни из испытуемых, давших неправильный ответ, были искренне убеждены в том, что решили задачу правильно. Такое поведение можно объяснить эффектом группового внушения, при котором воздействие группы происходит на неосознаваемом уровне. Другие испытуемые отмечали, что они были не согласны с мнением группы, но не хотели открыто высказывать свое мнение, чтобы не вступать в открытую конфронтацию. В данном случае можно говорить о внешнем конформизме или приспособлении. Наконец, представители третьей группы «конформистов» говорили о том, что у них возникал сильный внутренний конфликт, связанный с расхождением своего мнения и мнения группы, но они делали выбор в пользу группы и были убеждены в правильности группового мнения. Этот тип поведения впоследствии стал обозначаться как внутренняя конформность, или собственно конформность. На степень выраженности конформизма оказывают влияние сле-

дующие факторы: пол индивида (женщины в целом более конформны, чем мужчины), возраст (конформное поведение чаще проявляется в молодом и старческом возрасте), социальный статус (люди с более высоким статусом менее подвержены групповому давлению), психическое и физическое состояние (плохое самочувствие, усталость, психическая напряженность усиливают проявление конформности). Исследования показали, что степень конформности зависит от численности группы. Вероятность конформности возрастает с увеличением численности группы и достигает максимума в присутствии 5–8 человек.

Влияние меньшинства

В реальной жизни проявляются и противоположные феномены, связанные с влиянием меньшинства на изменение группового мнения. Они стали предметом исследования С. Московичи и его сотрудников. По мнению С. Московичи, к числу факторов, повышающих эффект влияния меньшинства, относится последовательность высказываний и поведения, демонстрируемая меньшинством, уверенность в своей правоте и аргументированность высказываний, а также появление среди большинства лиц, принимающих позицию меньшинства. Ч. Немеет и Дж. Уочтлер рассматривают меньшинство как «исходную позицию для развития креативности группы» [Пайнс, Маслач, с. 225]. М. Дойч и Г. Джерард, сравнивая психологические механизмы влияния большинства и меньшинства, обозначили их как два различных вида влияния: *нормативное* (когда мнение большинства воспринимается индивидом как групповая норма) и *информационное* (когда мнение меньшинства выступает лишь информацией для индивида, принимающего решение) [см.: Там же, с. 239].

Лидерство в малых группах

Феномен лидерства привлекает внимание исследователей с точки зрения повышения эффективности управления в различных сферах общественной жизни. Лидерство в малой группе – это феномен воздействия или влияния индивида на мнения, оценки, отношения и поведение группы в целом или отдельных ее членов

[см.: Позняков, с. 139]. Лидерство основано на личных качествах лидера и социально-психологических отношениях, складывающихся в группе. Поэтому лидерство следует отличать от руководства, в основе которого лежит использование организационных методов воздействия [см.: Парыгин, с. 140]. В соответствии с выделением двух основных сфер жизнедеятельности малой группы – деловой и эмоциональной – различают два основных вида лидерства: лидерство в деловой сфере («инструментальное лидерство») и лидерство в эмоциональной сфере («экспрессивное лидерство»). Эти два вида лидерства могут быть персонифицированы в одном лице, но чаше они распределяются между разными членами группы. В зависимости от направленности на ту или иную сферу жизнедеятельности группы можно выделить типы лидеров, ориентированных на решение задач; лидеров, ориентированных на взаимоотношения в группе. Внутри каждой из сфер групповой жизнедеятельности могут быть выделены более дифференцированные роли: лидер – организатор, лидер – специалист, лидер – инициатор идей и т. д.

Наиболее известными стали классификации стилей лидерства К. Левина, описавшего автократический, демократический и либеральный стили, и Р. Лайкерта, выделявшего стиль лидерства, ориентированный на задачу, и стиль лидерства, ориентированный на человека.

Существуют три основных теоретических подхода в понимании происхождения лидерства. «Теория черт» (иногда называется «харизматической теорией», от слова «харизма», т. е. «благодать», которая интерпретировалась как нечто, снизошедшее на человека) концентрирует свое внимание на врожденных качествах лидера. Лидером, согласно этой теории, может быть лишь такой человек, который обладает определенным набором личностных качеств. В 1940 г. К. Бэрд составил список из 79 черт, упоминаемых различными исследователями как «лидерских». Однако, как показывают исследования, взаимосвязь между степенью выраженности отдельных качеств и эффективностью лидерства носит неоднозначный характер, в разных ситуациях эффективные лидеры обнаруживают

разные качества. В результате анализа Р. Стогдилл сделал вывод о том, что не существует такого набора личных качеств, который присутствует у всех эффективных лидеров.

Сторонники *ситуационного подхода* (Ф. Фидлер, Т. Митчел и Р. Хаус, П. Херси и К. Бланшар) пришли к выводу, что эффективность лидерства определяется соответствием качеств лидера и особенностей его поведения в ситуации, в которой находится группа. Ф. Фидлер обнаружил интересную закономерность: стиль лидерства, ориентированный на задачу, чаще эффективен в наиболее и наименее благоприятных ситуациях, а стиль, ориентированный на человека, эффективен в умеренно благоприятных условиях. Функциональный подход понимал лидерство как явление, порождаемое особенностями групповой активности.

Таким образом, в настоящее время лидерство предстает как сложное многоплановое явление, определяемое целым рядом факторов: психологические характеристики личности самого лидера, особенности ситуации, в которой находится группа, и характер решаемых задач.

Принятие группового решения

Наиболее исследованной формой принятия группового решения является групповая дискуссия. На экспериментальном уровне эта проблема, как и другие вопросы групповой динамики, была изучена К. Левиным. Эксперимент был осуществлен в США в годы Второй мировой войны и имел прикладное значение. Цель экспериментального исследования К. Левина состояла в том, чтобы сравнить эффективность воздействия на мнение домохозяек традиционной формы (лекции), и новой формы – выработки собственного группового решения на основе групповой дискуссии. Было создано несколько групп добровольцев-домохозяек. В группах, слушавших лекции, было зарегистрировано 3 % изменения мнений, в группах, где прошли групповые дискуссии, – 32 %. Результаты его исследования можно сформулировать в следующих выводах:

1. Групповая дискуссия позволяет ее участникам чувствовать себя включенными в процесс принятия решений, что ослабляет сопротивление новшеству.

2. Дискуссия позволяет сопоставить противоположные позиции и тем самым помочь ее участникам увидеть разные грани проблемы.

3. Если решение инициировано группой, поддержано всеми присутствующими, его значение возрастает, и оно превращается в групповую норму.

Рассматривая групповую дискуссию как стадию, предшествующую принятию группового решения, психологи стали активно разрабатывать на прикладном уровне различные формы групповой дискуссии. К классическим формам обычно относят две: брейнсторминг и синектику. В управлении широко используется такая форма групповой дискуссии, как совещание. Форма брейнсторминга была разработана А. Осборном и включала два этапа. На первом этапе дискуссии действуют «генераторы идей», задача которых состоит в том, чтобы выдвинуть как можно больше предложений относительно решения обсуждаемой проблемы. Предложения могут быть абсолютно неаргументированными, даже фантастическими, запрещена критика. Таким образом, создавались условия для реализации творческого мышления.

На втором этапе в дело вступают «критики», они начинают сортировать поступившие предложения: отсеивают совершенно непригодные, откладывают спорные, безусловно, принимают очевидные удачи. В конечном итоге группа получает довольно богатый набор различных вариантов решения проблемы [см.: Андреева, с. 238–240]. Другой метод групповой дискуссии, разработанный У. Гордоном, – это метод синектики – метод соединения разнородного.

Для этого в группе выделяются синекторы – своеобразные затравщики дискуссии. Дискуссию ведут именно они, хотя и в присутствии всей группы. Синекторы – это люди, наиболее активно заявляющие о своей позиции в группе. Они начинают дискуссию, впоследствии в нее включаются и другие члены группы, но задача синекторов – наиболее четко формулировать противоположные мнения: группа должна «видеть» две возникшие крайности в решении проблемы, с тем чтобы всесторонне оценить их. В ходе дискуссии отбрасываются эти крайности, принимается решение,

удовлетворяющее всех. В отечественной психологии разработаны этапы проведения организованной групповой дискуссии Л. А. Петровской и Н. Н Богомоловой. Практические рекомендации по проведению делового совещания как формы групповой дискуссии представлены в работах Б. Волгина, Ю. Н. Емельянова.

Менее разработанным является вопрос о механизмах образования группового решения в ходе дискуссии. При проведении исследований были выявлены следующие групповые феномены:

– феномен «нормализации», открытый С. Московиси, который зафиксировал, что группа при принятии решения отбрасывает наиболее крайние решения и принимает своего рода средние от индивидуальных;

– «сдвиг риска», открытый Дж. Стоунером, который зафиксировал факт принятия группой более рискованного решения, чем индивидуальное решение;

– феномен «групповой поляризации», открытый С. Московиси. В ходе групповой дискуссии противоположные мнения вызывают принятие или отвержение их всей массой членов группы. В результате групповым решением становится то, которое и до дискуссии было мнением большинства;

– феномен «группового духа», открытый И. Дженисом. Это высокая степень включенности в систему групповых представлений и ценностей, которая мешает принятию правильного решения. Очевидность правильного решения приносится в жертву единодушию группы.

Взаимоисключающие феномены объяснялись разными факторами:

– риск в некоторых культурах является ценностью общества, а в некоторых ценностью не является;

– на ранних этапах развития группа склонна не рисковать, а на более поздних этапах позволяет себе это;

– в группе человек более защищен и менее ответственен, чем когда он один.

Однако необходимо констатировать следующий факт: какой феномен проявится, предвидеть невозможно, особенно если группа

незнакома психологу. Психолог должен уметь предвидеть данные феномены, анализировать их и осуществлять обратную связь. Он обязан быть ответственным за то, в какой форме он организовывает принятие решения: индивидуальной или групповой, понимая, что качество группового решения может быть разным.

Психология межгрупповых отношений

Психология межгрупповых отношений является одним из наиболее молодых направлений в социальной психологии. В психоанализе внешнегрупповая враждебность и агрессивность рассматриваются как способы разрешения внутриличностных конфликтов и фрустраций.

Т. Адорно показал, что враждебное отношение к представителям других этнических групп связано с определенным набором психологических качеств, характерных для так называемой *авторитарной личности*: установка на неукоснительное почитание внутригрупповых авторитетов, чрезмерная озабоченность вопросами статуса и власти, нетерпимость к неопределенности, склонность подчиняться людям, наделенным властью, и нетерпимость к тем, кто находится на более низком статусном уровне [см.: Позняков, с. 152].

С принципиально иных теоретических позиций подходит к проблеме межгрупповых конфликтов М. Шериф. Истоки межгрупповой враждебности он видит в объективном конфликте интересов различных групп, возникающем в ситуации конкурентного взаимодействия представителей этих групп.

Эксперименты М. Шерифа проводились в середине 1950-х гг. в летнем лагере для подростков на протяжении нескольких лет. Основной целью исследований было изучение влияния характера межгруппового взаимодействия (кооперативного или конкурентного) на характер взаимоотношений, складывающихся между группами и внутри групп. С этой целью администрация лагеря специально организовала взаимодействие между группами подростков по принципу жесткой конкуренции. По результатам наблюдений и опросов исследователи зафиксировали проявление межгрупповой враждебности в отношениях между группами (агрессивность по отно-

шению к представителям других групп, негативные стереотипы в восприятии других групп) и одновременное усиление внутригрупповой сплоченности.

Экспериментальные исследования этих феноменов послужили основой создания оригинальной теории межгрупповых отношений Г. Тэджфелла и Дж. Тернера, получивших в социальной психологии название «эксперименты с матрицами Тэджфелла», или «эксперименты по минимальной межгрупповой дискриминации». В этих экспериментах испытуемые – студенты – случайным образом делились на две группы, при этом отнесение их к той или иной группе проводилось на основе частных, незначимых критериев (например, тенденция к переоценке или недооценке количества точек при их кратковременном предъявлении на тахистоскопе и т. д.). Исследователи специально исключали из ситуации эксперимента все факторы, которые могли бы рассматриваться в качестве объективных причин межгрупповой дискриминации. На втором этапе экспериментов испытуемые индивидуально распределяли плату за участие в эксперименте между двумя другими участниками, о которых им было известно только то, к какой из двух групп те принадлежали. Определение суммы, причитающейся другим участникам, производилось с помощью специально разработанных таблиц. При этом испытуемые могли сделать выбор между различными вариантами распределения: уравнительное (справедливое), максимальная сумма для обоих участников, максимальная выгода для представителя своей группы, максимальное различие в пользу представителя своей группы. В результате этих экспериментов было зафиксировано преобладание у испытуемых стратегии, связанной с установлением максимальных различий между суммами, выделяемыми для представителей своей и другой группы, в пользу первых. Это явление, связанное с тенденцией оказывать предпочтение своей группе в противовес интересам другой группы, получило название внутригруппового фаворитизма (от лат. *favor* – благосклонность). Тенденция к установлению различий в оценках своей и другой группы (как правило, в пользу первой) получила

название межгрупповой дискриминации. По мнению Г. Тэджфелла внутригрупповой фаворитизм и межгрупповая дискриминация являются универсальными феноменами психологии межгрупповых отношений [см.: Позняков, с. 154].

Подводя итоги анализа исследования межгрупповых отношений в западной социальной психологии, можно сказать, что проблема межгрупповых отношений в значительной степени ставится и решается именно как проблема межгрупповой враждебности.

Для исследований, выполненных в отечественной социальной психологии, в качестве главного фактора детерминации межгруппового взаимодействия и восприятия рассматриваются характеристики совместной деятельности групп.

Понятие межгрупповой дифференциации охватывает по меньшей мере два специфичных социально-психологических процесса, связанных с установлением различий между своей и другими группами: во-первых, процесс формирования внутригруппового предпочтения как проявление эмоциональной приверженности к своей группе, являющейся необходимым условием сохранения психологического единства группы; во-вторых, процесс межгруппового сравнения, являющийся необходимым условием и предпосылкой согласованной совместной деятельности и межгруппового взаимодействия.

В. С. Агеев исследовал особенности межгруппового восприятия в условиях разных видов межгруппового взаимодействия. В первом эксперименте исследователь организовывал соревнование между группами учащихся техникума за право получения зачета. По условиям эксперимента победить (т. е. получить зачет по результатам выступлений на семинарском занятии) могла только одна из групп. В группах, где зачет проставлялся не индивидуально, а в группе в целом, было зафиксировано значительно большее проявление реплик и выступлений, направленных на поддержку своей группы и обеспечение ее победы в соревновании. По результатам межгруппового сравнения и оценки отмечалось ярко выраженное предпочтение своей группы по сравнению с группой соперников

по всем критериям (учеба, проведение досуга, взаимоотношения в группе). Одновременно отмечалась более выраженная степень идентификации со своей группой (частота употребления местоимений «мы» и «они»). Во втором эксперименте по просьбе исследователя на первом этапе воспитатели организовывали спортивные соревнования между звеньями одного из отрядов детского лагеря и всячески поддерживали состязательные отношения между детьми, а на втором организовывали их совместную работу, где также проводилось соревнование между звеньями, но без специального акцентирования соревнований. По результатам исследования было обнаружено резкое возрастание проявлений внутригруппового фаворитизма, а на втором этапе – столь же резкое его снижение. На основании полученных данных автор сделал вывод о том, что на выраженность внутригруппового фаворитизма оказывают влияние не столько характер взаимодействия между группами (оно было соревновательным на обоих этапах эксперимента), сколько характер совместной деятельности групп (ограниченный узкогрупповыми целями на первом этапе и имеющий надгрупповую социальную ценность – на втором) [см.: Агеев].

И. Р. Сушков исследовал межгрупповые отношения в производственной организации. В результате проведенного исследования автор делает вывод, что в условиях совместной деятельности в организации у представителей различных групп формируются системы взаимных межгрупповых требований к своей и другим группам как партнерам. На основании этих требований происходят сравнение и оценка своей группы и группы-партнера по совместной деятельности. По результатам межгруппового сравнения была обнаружена тенденция предпочтения своей группы и переоценки ее качеств [см.: Сушков, с. 153]. Однако это, по мнению автора, скорее говорит об активизации межгрупповой дифференциации. Предпочтение группы членства постепенно снижается, что свидетельствует о повышении адекватности межгруппового сравнения и оценки.

Вопросы для самопроверки

1. Охарактеризуйте проблемы определения малой группы, ее границ и специфики изучения в социальной психологии.

2. Перечислите типы малых групп, опишите структуру малой группы. Как решается проблема образования малой группы в социальной психологии?

3. Дайте характеристику теориям развития малой группы.

4. Охарактеризуйте особенности поведения индивида в малой группе.

5. Как соотносится феномен «нормативного давления большинства» и «информационного влияния меньшинства»?

6. Как изучался феномен «принятия группового решения» в социальной психологии?

7. Расскажите об основных феноменах межгруппового взаимодействия.

8. Охарактеризуйте наиболее известные исследования межгрупповых отношений.

9. Приведите примеры внутригруппового фаворитизма и межгрупповой дискриминации в отношениях между группами.

Список рекомендуемой литературы

Основная

Жуков А. М. Эффект «сдвига к риску» и феномен поляризации во время группового принятия решения в профессиональных группах / А. М. Жуков // Армия и общество. 2013. Вып. 3.

Почебут Л. Г. Социальные представления о лидерстве / Л. Г. Почебут, Е. Н. Газогареева // Вестн. Ленингр. гос. ун-та им. А. М. Пушкина. 2014. Т. 5, вып. 1.

Шмаков Б. В. Лидерство в малых группах / Б. В. Шмаков // Вестн. Юж.-Урал. гос. ун-та. 2013. Т. 7. (Сер. Экономика и менеджмент ; Вып. 4).

Дополнительная

Агеев В. С. Межгрупповое взаимодействие : социально-психологические проблемы / В. С. Агеев. М., 1990.

Андреева Г. М. Социальная психология : учебник для высш. учеб. заведений / Г. М. Андреева. 5-е изд. М., 2002.

Андреева Г. М. Зарубежная социальная психология XX столетия : Теоретические подходы : учеб. пособие для вузов / Г. М. Андреева, Н. Н. Богомолова, Л. А. Петровская. М., 2001.

Волгин Б. Н. Деловые совещания / Б. Н. Волгин. М., 1970.

Годфруа Ж. М. Что такое психология / Ж. М. Годфруа. М., 1996.

Емельянов Ю. Н. Активное социально-психологическое обучение / Ю. Н. Емельянов. М., 2005.

Журавлев А. Л. Диагностика межгрупповых отношений в условиях изменения форм собственности / А. Л. Журавлев, В. П. Позняков // Психол. журн. 1992 Т. 13, № 4.

Коломинский Я. Л. Психология взаимоотношений в малых группах : учеб. пособие / Я. Л. Коломинский. Минск, 2000.

Кричевский Р. Л. Социальная психология малой группы : учеб. пособие для вузов / Р. Л. Кричевский, Е. М. Дубовская. М., 2001.

Майерс Д. Социальная психология : интенсив. курс / Д. Майерс. СПб., 2002.

Психология : учебник для техн. вузов / отв. ред. В. Н. Дружинин. СПб., 2000.

Парыгин Б. Д. Социальная психология / Б. Д. Парыгин. СПб., 1999.

Петровская Л. А. Компетентность в общении. Социально-психологический тренинг / Л. А. Петровская. М., 2007.

Петровский А. В. Личность. Деятельность. Коллектив / А. В. Петровский. М., 1982.

Позняков В. П. Межгрупповая дифференциация в сельских общностях в условиях изменения форм собственности / В. П. Позняков // Психол. журн. 1998. Т. 18, № 5.

Психология совместной деятельности малых групп и организаций / отв. ред. А. Л. Журавлев, Е. В. Шорохова. М., 2001.

Робер М. А. Психология индивида и группы / М. А. Робер, Ф. Тильман. М., 2008.

Рогов Е. И. Психология группы / Е. И. Рогов. М., 2005.

Социальная психология / под ред. А. Л. Журавлева. СПб., 2005.

Пайнс Э. Практикум по социальной психологии / Э. Пайнс, К. Маслач. СПб., 2000.

Сушков И Р. Психология взаимоотношений / И. Р. Сушков. М., 1999.

Тема 7
Классификация больших социальных групп. Психология масс

Согласно традиции, сложившейся в отечественной социальной психологии, все многообразие *реальных естественных групп* принято подразделять на большие и малые социальные группы [см.: Андреева, с. 143]. В свою очередь, большие группы могут быть представлены в виде стихийных (неорганизованных) и устойчивых (организованных) социальных групп. Мы остановимся на *больших неорганизованных*, *стихийно возникающих* группах.

Г. М. Андреева дает следующее определение стихийных групп, отмечая при этом, что сам термин «группа» по отношению к ним может быть применен весьма условно: «Это кратковременные объединения большого числа лиц, часто с весьма различными интересами, но, тем не менее, собравшихся вместе по какому-либо определенному поводу и демонстрирующих какие-то совместные действия» [см.: Там же, с. 171–172].

Несмотря на то, что изучение различных стихийных образований имеет довольно длительную историю в мировом сообществе («психология масс» – Г. Лебон, Г. Тард, Ш. Сигеле и т. д. и «психология народов» – М. Лацарус, Г. Штейнталь, В. Вундт), в нашей стране интерес к изучению данных феноменов возродился относительно недавно – в 70-е гг. XX в. Как отмечает ряд авторов, изучение данной проблемы в советские времена было прекращено, находилось под запретом из идеологических соображений [см.: Грушин; Назаретян].

При этом необходимо отметить, что существуют различия как в выделении тех или иных форм стихийного поведения, так и в трактовке данных понятий. В этой связи остановимся более подробно на некоторых концепциях, оказавших, на наш взгляд, существенное влияние на изучение данной проблемы.

Так, *толпа* возникает достаточно стихийно в результате какого-либо события или происшествия. В силу этого время ее существования определяется исчерпанностью инцидента (например,

когда машина, пострадавшая в ДТП, эвакуирована с места происшествия). Толпа – это скорее неорганизованное объединение людей, за исключением тех случаев, когда кто-то готов взять на себя роль лидера. Но даже в этом случае организованность носит весьма нестабильный характер. Как отмечает Г. М. Андреева, «стихия остается основным фоном поведения толпы, приводя часто к его агрессивным формам» [см.: Андреева, с. 171].

Масса – более стабильное и организованное образование, чем толпа. Автор выделяет следующие черты массы:

1) большая осознанность формирования (например, люди, собравшиеся на митинг);

2) часто наличие заранее известного лидера;

3) более четко обозначенные цели и продуманная тактика поведения;

4) гетерогенность состава, что обусловливает столкновение различных интересов и, как следствие, неустойчивость ее существования.

И наконец, третье образование – это *публика*. Г. М. Андреева дает следующее определение публики – это «кратковременное собрание людей для совместного времяпрепровождения в связи с каким-то зрелищем» [см.: Там же, с. 173]. Наряду с понятием публики может использоваться термин «аудитория». Аудитория рассматривается как частный случай публики. Данный термин используется для обозначения собрания людей в закрытых помещениях (например, аудитория слушателей Института повышения квалификации). Главная особенность публики – это наличие общей и определенной цели (например, просмотр кинофильма). В силу этого она должна следовать определенным нормам, правилам поведения, предусмотренным зрелищем. Она более организована и устойчива в своем существовании. Однако, как справедливо отмечает автор, ей свойственны черты вышеназванных социальных групп. В силу этого при возникновении того или иного инцидента публика может выйти из-под контроля, и ее поведение станет социально опасным и неуправляемым.

Особое внимание автор уделяет источникам информации, которые играют существенную роль в формировании стихийного поведения людей. С одной стороны, это официальные источники информации, информация которых преобразуется и зачастую неверно интерпретируется в силу «скученности» людей, с другой стороны, это слухи и сплетни, доверие к которым весьма велико. Вышеназванные источники информации при определенных обстоятельствах могут выступать побудителями к действию.

Также необходимо отметить, что способы воздействия на стихийные образования в условиях непосредственного контакта людей друг с другом достаточно традиционны. В качестве таких способов используются заражение, внушение и подражание.

Обратимся к трактовке схожих форм стихийного поведения, представленной в зарубежной традиции.

Г. Блумер в работе «Коллективное поведение» предлагает классифицировать все формы коллективного поведения на элементарные и организованные. Интересующие нас феномены он относит к элементарным формам коллективного поведения, выделяя среди них *толпу*, *массу* и *общественность*. В центре внимания исследователя находится вопрос о *способе действия* вышеперечисленных форм коллективного поведения. В этой связи остановимся более подробно на описании и способе действия каждой из них.

Толпа

Несомненная заслуга Г. Блумера состоит в том, что он одним из первых стал рассматривать толпу не как одномерное образование, а предпринял попытку ее классификации. Согласно данному автору можно выделить следующие виды толпы:

- случайная;
- обусловленная;
- действующая;
- экспрессивная.

Случайная толпа формируется стихийно в связи с возникновением какого-либо события. Он также называет ее «уличная» толпа. Основными ее особенностями является отсутствие единства,

рыхлая организация и кратковременность существования («существует мгновения»). Примером данного вида толпы могут быть как случайные прохожие, остановившиеся около привлекательно оформленной витрины магазина, так и группа людей, образовавшаяся в связи с аварией на дороге.

Для возникновения *обусловленной толпы* необходимо наличие ряда условий. Основной характеристикой обусловленной толпы является установленная и упорядоченная форма действия. Например, зрители футбольного матча.

Наиболее исследованным является, по мнению автора, такой вид толпы как *действующая*, или *агрессивная*. К ней он относит все виды революционных толп. В отличие от предыдущих толп, она всегда имеет некую цель, направленную вовне (например, направлена на захват того или иного объекта). Также отличительной особенностью данного вида толпы является наличие лидера.

Экспрессивная, или *танцующая*, *толпа* отличается от действующей тем, что объект напряжения находится внутри нее. Возбуждение, возникающее в экспрессивной толпе, требует разрядки через физическое движение людей (например, выполнение ритуальных действий) как формы снятия напряжения, не направленного на какую-либо цель. Все виды религиозных толп могут быть отнесены к данному виду.

Как уже отмечалось ранее, в центре внимания находится вопрос о действии той ли иной формы коллективного поведения. Применительно к толпе Г. Блумер отмечает, что она действует за счет непосредственного физического контакта людей друг с другом («толчеи»). Возникающее в толпе напряжение требует разрядки через действие, чему способствует актуализация таких социально-психологических механизмов, как заражение, внушение и подражание.

Масса

Вторая форма элементарного коллективного поведения, выделяемая Г. Блумером, – это масса. Под массой он понимает, в первую очередь, аудиторию средств массовой информации. Несмотря

на некоторое сходство с толпой, она имеет ряд отличительных признаков:

1) гетерогенность состава (члены массы могут быть из разных слоев общества, занимать различное общественное положение, принадлежать к разным профессиональным, этническим и культурным группам, иметь разный уровень материального благосостояния и т. д.);

2) анонимность индивидов;

3) отсутствие непосредственного взаимодействия и обмена переживаниями между индивидами;

4) рыхлая организация [см.: Андреева, с. 183].

Все вышеперечисленные признаки делают массу неспособной действовать с согласованностью и единством толпы. Самосознание индивида, являющегося членом массы, в отличие от толпы, не только не исчезает, а скорее, наоборот, обостряется. Объект внимания членов массы находится всегда вовне (например, рекламируемый средствами массмедиа товар). Следовательно, от того, насколько привлекателен тот или иной объект для человека, будет зависеть его индивидуальный выбор. Выборы членов массы – это всегда отклик на «позывы» объекта.

Таким образом, отвечая на вопрос о том, как возникает коллективное поведение в массе, Г. Блумер пишет, что масса действует за счет совпадения индивидуальных выборов.

Общественность

Согласно Г. Блумеру общественность – это группа людей, которая: а) сталкивается с какой-то проблемой; б) разделяется во мнениях относительно данной проблемы; в) вступает в дискуссию по поводу решения этой проблемы. Таким образом, возникновение феномена общественности является естественным откликом на определенную ситуацию. В этой связи можно говорить о городской общественности, региональной, международной и т. д. В центре внимания общественности могут находиться как политические, религиозные, так и другие вопросы.

Общественность действует за счет выработки коллективного мнения в ходе организованной обществом дискуссии. Коллектив-

ное мнение – это не обязательно мнение большинства, это некая центральная тенденция, возникающая в борьбе между отдельными мнениями и оформленная соответствующей силой противодействия. Коллективное мнение затем преобразуется в общественное мнение.

В формировании общественного мнения огромную роль играет пропаганда. Г. Блумер дает следующее определение пропаганды: это «умышленно спровоцированная и направляемая кампания с целью заставить людей принять данную точку зрения, настроение или ценность» [Назаретян, с. 562]. Для успешного осуществления пропагандистской кампании необходимо соблюдать ряд практических правил:

1) привлечь внимание людей к той или иной проблеме (например, проблеме курения);

2) объект должен быть представлен в привлекательном свете (привлекательность здорового образа жизни);

3) образы должны быть простыми и отточенными (картинки на печке сигарет, изображающие те или иные поврежденные органы в результате курения);

4) постоянное повторение лозунгов («курение опасно для вашего здоровья»);

5) не спорить, а твердить свое.

Автор отмечает, что для того, чтобы пропаганда была эффективной, могут использоваться следующие приемы:

1) подтасовка фактов или использование откровенной лжи;

2) использование внутригрупповых-внегрупповых установок (актуализация разделения общества на «Мы» и «Они», противопоставление людей друг другу, создание образа «врага»);

3) использование предрассудков, которые уже есть в обществе (например, в американском обществе по поводу афроамериканского населения).

И последнее, что хотелось бы отметить, по мнению Г. Блумера, «пропаганда вредна и опасна только тогда, когда налицо лишь одна пропаганда» [Там же, с. 564] .

Как уже отмечалось ранее, в последние годы интерес к проблематике массового поведения значительно возрос, и это, безусловно, связано с тем, что феномен «толпы» является неотъемлемым атрибутом нашей повседневной жизни. В этой связи обратимся к анализу известного исследователя в области массового стихийного поведения А. П. Назаретяна.

А своей работе «Психология стихийного массового поведения» он дает следующее определение толпы: «Толпа – скопление людей, не объединенных общностью целей и единой организационно-ролевой структурой, но связанных между собой общим центром внимания и эмоциональным состоянием» [Назаретян, с. 16].

А. П. Назаретян выделяет следующие основные виды толпы, некоторые из них имеют свои разновидности:

1. Окказиональная;
2. Конвенциональная;
3. Экспрессивная;
4. Действующая.

Разновидностью экспрессивного вида толпы является экстатическая толпа. Действующая же толпа также имеет несколько разновидностей: агрессивная, паническая, стяжательная и повстанческая.

Рассмотрим более подробно перечисленные виды толпы.

Окказиональная толпа – это неорганизованная общность людей, возникающая в связи с каким-либо неожиданным событием. Такого рода толпа может образоваться в связи с пожаром, дорожно-транспортным происшествием, дракой. Обычно в толпе оказываются случайные прохожие, оказавшиеся на месте возникновения события, часто движимые любопытством, а также, возможно, испытывающие потребность в новых, достаточно острых ощущениях. Возникновение и распад таких толп происходит достаточно быстро. Как отмечает, А. П. Назаретян, склонность к образованию такого рода толп зависит от степени урбанистичности общества: в больших городах по мере развития урабанистической культуры и, как следствие, превалирования индивидуалистических ценностей тенденция к образованию окказиональных толп снижается.

Конвециональная толпа – это общность, поведение которой основано на явных или подразумеваемых нормах и правилах поведения. Под нормами понимаются те или иные действия, которые предусмотрены характером заранее объявленного мероприятия. В качестве мероприятия могут выступать спортивные состязания, митинг, демонстрация, концерт и т. д. В первую очередь в данном случае людьми движет целенаправленный интерес. Однако, как справедливо отмечает автор, при образовании данного вида толпы необходимо учитывать, что она легко может прибрести другие, более опасные формы (например, превратиться в паническую или агрессивную). В этой связи важно отметить, что необходимо отличать данный вид толпы от публики. Публику обычно образуют люди, собравшиеся в оперном, драматическом театре или консерватории, толпу же – люди, собравшиеся на рок-концерт и в силу этого более подверженные механизмам ее перерождения в более опасные виды.

Экспрессивная толпа – это такой вид толпы, когда люди объединены общностью эмоционального состояния. Причем эмоции могут носить различный характер, как положительный (радость, восторг, любовь), так и отрицательный (грусть, горе, гнев, ненависть и т. д.). Примером могут служить зрители футбольного матча, скандирующие лозунги в поддержку своей команды. Главной отличительной особенностью этого вида толпы является ритмичность действий. Достаточно часто данный вид толпы не возникает самостоятельно, а является результатом преобразования конвенциональной или случайной толпы. Также это может быть толпа людей, объединенная эмоциями горя и гнева, например, родственники людей, пострадавших в масштабных чрезвычайных ситуациях (авиакатастрофах, кораблекрушениях), которым вовремя не представляется та или иная информация, что приводит к возникновению слухов и, как следствие, образованию данного вида толпы. Поэтому сотрудникам МЧС особенно важно понимать механизмы возникновения толп, знать способы профилактики их образования, а при необходимости и работы с толпой.

Экстремальная форма экспрессивной толпы получила название *экстатической*. Доминирующее проявление – это экстаз, про-

являющийся в том, что люди доводят себя до исступления в совместных молитвенных, ритуальных или иных действиях. Экстатический вид толпы часто ассоциируется с деятельностью религиозных сект, с верующими, с молодежью на рок-концертах. Иллюстрацией могут служить документальные кадры, где молодые девушки встречают группу The Beatles.

Действующая толпа – общность людей, объединенная неким совместным действием. Как отмечает А. П. Назаретян, этот вид толпы представляет собой наиболее опасный и политически значимый вид толпы, имеющий большое количество разновидностей: агрессивная, паническая, стяжательная, повстанческая, обозначенных нами ранее.

Рассмотрим эти разновидности подробнее.

Агрессивная толпа – это скопление людей, основной доминантой поведения которых является стремление к разрушению, уничтожению, насилию. Эмоциональные реакции носят ярко выраженный негативный характер и проявляются в форме злобы, ярости и агрессии. Зачастую объект, на который направлены действия толпы, носит совершенно случайный характер, не имеющий непосредственного отношения к происходящему. Действия людей носят иррациональный характер и в силу этого обладают высокой степенью опасности для окружающих. Этот вид толпы редко возникает сам по себе, а является трансформацией случайной, конвенциональной или экспрессивной толпы. Например, болельщики футбольного матча в случае проигрыша своей команды могут начать крушить все окружающее.

Паническая толпа – скопление людей, охваченных чувством страха и стремлением избежать реальной или воображаемой опасности. Людьми движет в данном случае мощный инстинкт – к самосохранению, самоспасению, в результате чего возникает паника. Это наиболее опасный вид толпы, так как люди теряют контроль над собственным поведением и ситуацией. Зачастую они погибают не от реально грозящей им опасности (например, пожара), а в результате возникшей в процессе образования толпы давки.

Стяжательная толпа – скопление людей, находящихся в конфликте за обладание некими материальными или нематериальными ценностями. Основной мотив – это жадность, жажда обладания. Причем важно отметить, что удовлетворить потребности и желания всех невозможно в силу того, что количество ценностей (благ) ограничено. Можно привести самые разные примеры стяжательных толп: люди, собравшиеся в магазине в надежде приобрести тот или иной дефицитный товар в советские времена; фанаты, желающие увидеть своего кумира; пассажиры общественного транспорта в час пик и т. д. Ярким историческим примером, имевшим трагические последствия, является раздача подарков на Ходынском поле по случаю коронации Николая II 18 мая 1896 г., где люди собрались в надежде увидеть царя и получить подарки (пакет с пряниками и кружку с вензелем). И когда по толпе пронесся слух, что всем подарков не хватит, началась давка. В результате, как пишет А. П. Назаретян, только по официальным данным погибли 1389 человек и 1300 получили увечья.

Повстанческая толпа – это сообщество людей, охваченных чувством социально-справедливого возмущения. А. П. Назаретян отмечает, что повстанческая и агрессивная толпы являются весьма сходными по ряду признаков, но при этом имеют и некоторые функциональные различия. Во-первых, повстанческая толпа будет и «внешне» и «внутренне» выглядеть более организованно (особенно при наличии лидеров, активистов). Во-вторых, данный вид толпы, в отличие от агрессивной, имеет тенденцию к преобразованию в сплоченную группу. Примером повстанческих толп могут служить митинги, забастовки, стихийные протесты, которые заранее планируются некой «рабочей группой» и имеют назначенного лидера.

На основе обобщения вышеизложенного материала мы можем предложить классифицировать все виды толп *по степени активности* и, как следствие, по степени потенциальной и реальной опасности как для самого человека, находящегося в толпе, так и для окружающих. Таким образом, можно говорить о делении на пассивные и активные виды толпы.

Приведем следующую классификацию в зависимости от этих видов:

Пассивные толпы	Активные толпы
Окказиональная	Агрессивная
Конвенциональная	Паническая
Экспрессивная	Стяжательная
	Повстанческая
	Экстатическая

В контексте данного деления особое значение приобретает центральное свойство толпы – *превращаемость*. Как пишет А. П. Назаретян, «коль скоро толпа образовалась, она способна сравнительно легко превращаться из одного вида (подвида) в другой» [Назаретян, с. 31]. При этом превращения толпы могут быть как сознательно спровоцированы заинтересованными в этом лицами, так и происходить спонтанно.

Большое внимание автор уделяет приемам управления и манипуляции толпой. В этой связи необходимо остановиться еще на одном феномене – *географии* толпы. Любая толпа имеет кольцеобразную форму (если этому не мешает рельеф местности, наличие зданий, деревьев и т. п.). В толпе можно также выделить две зоны – ядро и периферию. *Ядро* толпы обычно отличает высокая степень плотности и, как следствие, большая подверженность эмоциональному заражению, внушению и подражанию. *Периферия* же более разряжена, люди здесь менее склонны контактировать друг с другом и, следовательно, менее подвержены групповым эффектам. В зависимости от того, на какую часть толпы (ядро ли периферию) необходимо оказать воздействие, автор подразделяет способы воздействия на толпу *изнутри* (направленность на «ядро») и *извне* (направленность на «периферию»).

К приемам управления толпой *изнутри* он относит следующие:

1. Находясь непосредственно в ядре толпы, специально обученные люди имитируют испуг и распускают слухи, которые могут

вызвать страх. Эти действия могут быть дополнены имитацией выстрелов. Необходимо отметить, что подобное воздействие должно быть обоснованно и применяться с крайней осторожностью. Такого рода тактика позволяет преобразовать агрессивную толпу в паническую, что в данном случае гораздо лучше.

2. Перенесение внимания агрессивной толпы на нейтральный объект [см.: Назаретян, с. 237].

Приемы управления толпой *извне* более разнообразны, как отмечает А. П. Назаретян. Здесь могут применяться следующие приемы:

1. Переключение внимания на другой объект (например, бесплатная раздача каких-либо товаров либо организация рядом с толпой выступления популярного музыканта).

2. Использование ритмичной музыки, которая позволяет преобразовать действующую толпу в экспрессивную.

3. Приемы деанонимизации. Их задача – вернуть человека к реальности, восстановить его идентичность, снизить влияние феномена «деиндивидуализации». Конкретными приемами может служить установление видеокамер в зоне видимости людей; сообщение из динамиков, установленных в местах массового скопления людей, о том, что ведется видеосъемка и т. п. [см.: Назаретян, с. 238].

Основная задача, которая стоит перед специалистами по работе с толпой – это, используя такое свойство толпы, как превращаемость, преобразовать ее из агрессивной формы в менее опасный вариант.

Подводя итог, можно сказать, что авторы акцентируют свое внимание в большей или меньшей степени, с одной стороны, на различных видах больших социальных групп, с другой стороны, при рассмотрении тех или иных форм стихийных неорганизованных образований более подробно освещают интересующие их аспекты данной проблемы.

Вопросы для самопроверки

1. Какие виды стихийных неорганизованных групп выделяет Г. М. Андреева?

2. Какие формы элементарного коллективного поведения представлены в концепции Г. Блумера? Каков способ действия каждой их этих форм?

3. Дайте определение толпы.

4. Какие виды толпы выделяет А. П. Назаретян?

5. Какие негативные и позитивные последствия имеет такое свойство толпы, как «превращаемость»?

6. Что такое «география» толпы? Каким образом она может быть использована?

7. Перечислите и приведите примеры способов управления толпой «извне» и «изнутри».

Список рекомендуемой литературы

Основная

Психология масс : хрестоматия / под ред. Д. Райгородского. Самара, 2010.

Дополнительная

Андреева Г. М. Социальная психология : учебник для высш. учеб. заведений. 5-е изд., испр. и доп. / Г. М. Андреева. М., 2007.

Грушин Б. А. Массовое сознание : Опыт определения и проблемы исследования / Б. А. Грушин. М., 1987.

Назаретян А. П. Психология стихийного массового поведения : Толпа, слухи, политические и рекламные кампании : учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений. 2-е изд., перераб. / А. П. Назаретян. М., 2005.

ГЛАВА 2
ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ

Тема 8
Специфика исследований массовой коммуникации в социальной психологии

Система средств массовой информации не может развиваться, не опираясь на научные исследования, в том числе и на исследования социальных психологов, поэтому проблематика социально-психологических исследований в этой сфере разрабатывается достаточно активно.

Все компоненты структуры коммуникативного процесса, такие как коммуникатор, сообщение, аудитория, являются объектами прикладных исследований.

Начнем с обзора исследований, посвященных образу коммуникатора. В деятельности СМИ большое значение имеет личность коммуникатора, поскольку восприятие любого сообщения опосредуется образом коммуникатора. Если коммуникатор воспринимается аудиторией положительно, то это в большей степени влияет на положительное восприятие его сообщения и наоборот. Коммуникатор приобретает в системе массовой информации как бы «коллективный» характер, поскольку в подготовке сообщения, его редактировании, оформлении участвует целый коллектив, а сам коммуникатор должен соответствовать стереотипам большой социальной группы. Поэтому аудитория воспринимает коммуникатора не как частное лицо, а как представителя соответствующей социальной группы. При организации прикладных исследований приходится

учитывать специфику канала: одни проблемы возникают при изучении восприятия коммуникатора, если им является диктор телевидения, и совсем другие, если им является диктор радио. Например, при изучении восприятия дикторов радио наиболее важной характеристикой является голос. При восприятии дикторов телевидения особенности внешности занимают одно из первых мест.

В данной области общения четко разграничиваются такие функции коммуникатора, как продуцирование и трансляция сообщения [см.: Матвеева, Аникеева, Мочалова, с. 110]. К тем и другим функциям предъявляются определенные критерии.

Коммуникаторы, выступающие лишь в роли трансляторов чужих идей (например, дикторы радио и телевидения), играют не меньшую роль в процессе воздействия на людей, чем репортеры. Анализ бесед, проведенных с самими коммуникаторами, выявил важность отдельных качеств коммуникатора, таких как преодоление «боязни микрофона» и, как следствие, естественное выступление на публике. Более детальное исследование образа коммуникатора позволило выделить следующие наиболее важные его характеристики: социально-демографические (профессиональные роли, пол, возраст, образование), гендерные (полоролевые) характеристики и индвидуально-личностные (интеллект, эмоциональность, профессиональное мастерство, моральные ценности). Все они свидетельствуют о принадлежности конкретного коммуникатора к определенной большой социальной группе и должны оправдывать стереотипные ожидания этой большой социальной группы [см.: Богомолова, с. 39].

Была также попытка построить социально-психологическую модель коммуникатора, связав все предложенные характеристики с определенным рядом коммуникативных отношений, что позволило упорядочить и систематизировать отдельные качества [см.: Пронина, с. 151]. Так в первый фактор (фактор компетентности – убежденности), отражающий отношения коммуникатор – сообщение, вошли такие качества, как знание сообщаемой действительности (когнитивный аспект), искренность (эмоциональный аспект), умение

довести свои взгляды до аудитории (поведенческий аспект). Второй фактор (уважение – привлекательность), отражающий отношения коммуникатор – аудитория и аудитория – коммуникатор, включает такие качества, как знание своей аудитории, известность среди своей аудитории (когнитивный аспект), искреннее уважение к аудитории и привлекательность коммуникатора для аудитории (эмоциональный аспект), умение общаться с аудиторией и умение адекватно реагировать на обратную связь аудитории (поведенческий аспект). В дальнейшем, несмотря на различные качества, составившие разные факторы, полученные в результате изучения образов ведущих разных программ, модель коммуникатора, основанная на отношениях «коммуникатор – аудитория» и «коммуникатор – сообщение», подтвердилась [см.: Матвеева, Аникеева, Мочалова, с. 39]. Л. В. Матвеева отмечает: «Таким образом, люди, успешно работающие в качестве телеведущих, обладают определенными стилевыми характеристиками, позволяющими формировать в процессе телевизионного взаимодействия такую коммуникативную атмосферу или ситуацию общения, которая вовлекает зрителей в процесс телекоммуникации и отражается в определенной категориальной структуре восприятия образа телекоммуникатора» [см.: Там же, с. 223].

Что касается коммуникатора, продуцирующего идеи, то стоит отметить, что в рамках Йельской школы экспериментальной риторики Г. Келман выделил три ключевые для коммуникативного воздействия характеристики коммуникатора, связав их с определенными психологическими механизмами:

– «кредитность», т. е. способность вызывать к себе доверие благодаря своей компетентности. Этот фактор связан с механизмом внутреннего принятия, «интернационализацией» сообщения коммуникатора;

– «привлекательность» коммуникатора, его способность вызывать у аудитории «чувство комфорта и безопасности» в общении с ним, когда он воспринимается «своим человеком, одним из нас». Эти характеристики связываются с психологическим механизмом идентификации;

– «власть» коммуникатора связана с психологическим механизмом внешнего принятия, когда реципиенты внутренне не принимают его сообщение, но вынуждены в определенной ситуации делать вид, что согласны с ним [см.: Богомолова, с. 99].

Анализируя специфику СМИ, Г. Гольдхабер предлагает рассматривать три типа харизмы на экране: «герой» – идеальный с точки зрения ценностных ориентаций данной культуры образ; «антигерой» – обычный человек, с которым может отождествить себя каждый зритель; «образ мистического типа» – заставляет предполагать за этим лицом какие-то необычные способности и умения. Результаты нашего опроса подтверждают эту модель. Приводя примеры «героя», респонденты чаще называли политических лидеров. В качестве «антигероев» чаще называли ведущих новостных передач, а в качестве примеров «мистических личностей» предлагали ведущих ночных развлекательных передач.

В целом же необходимо учитывать специфику современной массовой коммуникации, близкой к межличностному общению, за счет огромных возможностей современных технических средств. Именно это имел в виду М. Леви, отмечая, что ТВ создает новые формы социальной интеракции и отношения «интимности – дистанции», так как зрители находятся в состоянии общения лицом к лицу с коммуникатором. Для современного ТВ характерно «“социальное взаимодействие”, когда зритель реагирует на человека на телеэкране как на члена своей группы, в которой идет просмотр передачи» [Матвеева, Аникеева, Мочалова, с. 115].

Т. Витран пишет, что в телевизионном общении важно создать атмосферу задушевной и доверительной беседы, где можно использовать такие приемы, как спонтанность, непринужденность, импровизация и уважение к собеседнику [см.: Там же, с. 116]. Основная цель талантливого репортера, по словам М. Фаулера, лестью или угрозами «заставить собеседника раскрыть душу с телеэкрана, т. е. вынудить человека сказать то, чего он не хотел говорить» [Там же]. Венгерский психиатр Б. Буда указывает, что «от диктора зрители ждут теплоты и человечности, от репортера – вежливости по отношению к гостю, от конферансье – высокого вкуса в одежде,

от ученого-комментатора – простоты и доступности» [Там же, с. 117]. Коллективное авторство затрудняет персонификацию коллективного коммуникатора, поэтому любое лицо, предлагающее информацию, потенциально может стать успешным коммуникатором, продуцирующим идеи. Л. В. Матвеева, анализируя такого коммуникатора, отмечает: «Коммуникатор современного СМИ – это “звезда – сплошная харизма в чистом виде”» [Там же, с. 23]. Харизма – это вербализация ожиданий многих людей, сидящих перед телевизором и вступающих или не вступающих в коммуникативное взаимодействие с человеком на экране в зависимости от того, совпадают или не совпадают их ожидания с тем, что он предлагает. Успешность взаимодействия зависит от способности телевизионного партнера выступать от себя лично, т. е. «являть свое лицо в противоположность ролевому общению, когда человек выступает “как бы от организации”, предъявляя с телеэкрана определенным образом организованную личностную маску или “личину”» [Там же, с. 223]. Для образа звезды, который характерен, по ее мнению, современному коммуникатору, продуцирующему идеи, очень важен аспект ослабления социальных обязательств; неоднозначность оценки у представителей разных социальных групп, вплоть до пародийности; а также идентификация аудитории с такой звездой на внешнем уровне («взглядов я не разделяю, а одеваюсь, как К. Собчак»). Это позволяет говорить об инфантильной позиции потребителей массовой коммуникации.

Теперь логично перейти к анализу такого компонента структуры СМИ, как аудитория. Ее составляют группы весьма различного размера и различной степени организованности: от такой малой группы, как семья, до таких больших социальных групп, как молодежь, представители определенного этноса и т. п. Почти при всех условиях (за исключением устного публичного выступления лектора в относительно небольшой аудитории, что представляет собой особый случай) аудитория в массовой коммуникации характеризуется следующими особенностями: массовостью, стихийностью, анонимностью, рассредоточенностью, разобщенностью, непостоянством.

Аудиторию массовой коммуникации составляют отдельные личности, включенные в самые разные большие социальные группы. Однако коммуникатор должен ориентироваться в подаче своей информации на социально-типические особенности ее представителей, так как при внешней неопределенности любая аудитория обладает типическими групповыми характеристиками, знание которых необходимо для эффективного функционирования каналов.

В исследованиях аудитории можно выделить несколько направлений.

Первое направление: исследования социально-демографического состава аудитории, представляющие собой количественные подсчеты аудитории, пользующейся разными каналами и передачами либо с помощью медиаметрии – автоматического фиксирования аудитории с помощью встроенных устройств (наиболее распространенного в 60–80-е г. XX в.), либо с помощью социологических исследований. Это позволяет выявить разные предпочтения каналов и передач СМИ. Наиболее важными социологическими параметрами распределения аудитории являются пол и возраст, уровень образования, профессиональная принадлежность. Так выявлено, что «типично женскими» темами являются темы семьи, детей, моды и здоровья, а «типично мужскими» – спорт, политика, бизнес. Исследования, проведенные в МГУ, показали, что разные социально-демографические по составу группы молодежи по-разному воспринимают новостные передачи: для старшеклассников важна убедительность, для студентов – информативность, для работающих – доступность [см.: Богомолова, с. 105].

Наиболее актуальным является анализ детской аудитории и изучение ее предпочтений. Так, по результатам А. И. Подольского и Т. А. Карабановой [см.: Там же, с. 136] большинство детей 7–8 лет смотрят передачи и мультфильмы, предназначенные для взрослых, такие как «Слабое звено», «Дом-2» и т. д. Р. Харрис отмечал, что американские школьники к окончанию начальной школы просматривали по 8 тыс. убийств и 100 тыс. сцен насилия [см.: Харрис, с. 123]. Когда речь идет о психологической безопасности медиапродукции, то необходимо различать аудиторию, которая заинте-

ресована в демонстрации данного продукта, целевую аудиторию, на которую целенаправленно воздействует данный медиапродукт, и аудиторию, для которой данный медиапродукт является опасным с психологической точки зрения и недопустимым.

Проведя в 2008 г. медиапсихологическую экспертизу реалити-шоу «Дом-2» для Краснопресненского суда г. Москвы, эксперты-психологи Е. Е. Пронина, В. В. Абраменкова и В. И. Слободчиков, отвечая на вопрос судьи: «На какие демографические группы (целевую аудиторию) рассчитана программа “Дом-2”, какое воздействие оказывает программа на демографические группы?», дали следующий ответ: «Существуют два разных критерия в определении целевой аудитории: 1) с позиции интересов и целей производителя продукции (включая коммерческие, политические и проч.) и 2) с точки зрения психологической безопасности продукции для разных категорий населения. В первом случае целевая аудитория – это люди, которые с наибольшей вероятностью купят рекламируемый товар или воспользуются предлагаемой услугой. В контексте этой задачи целевая аудитория определяется числом человек... видевших рекламу или маркетинговую информацию (в данном случае программу) хотя бы один раз. Реалити-шоу как коммерческий проект подпадает под это определение. Подобные программы рассчитаны прежде всего на привлечение зрителей и повышение популярности медиаканалов (в первую очередь с целью продажи рекламного времени). Длительность существования каждого такого шоу обусловлена его рейтингом популярности (если нет иных: политических, идеологических и прочих целей). С этой точки зрения наиболее важную информацию о намерениях производителей и действительной целевой группе телепрограммы дает время ее трансляции, поскольку именно время трансляции определяет объем и состав аудитории, на которую рассчитывают производители медиапродукции и рекламы… Таким образом, с точки зрения намерений и целей создателей телешоу, о чем свидетельствует время и объем трансляции, широкая доступность программы, характер презентации и рекламы, телепрограмма “Дом-2” предназначена для всех категорий населения… Однако если оценивать содержание телепрограммы

“Дом-2” и степень ее психологической безопасности, то… она пропагандирует негативные, отклоняющиеся формы поведения, нарушает моральные нормы, провоцирует агрессивные реакции... и способна нанести вред значительной части аудитории, в особенности несовершеннолетним, и в этом смысле телепрограмма “Дом-2” опасна для детей и подростков» [Пронина, Абраменкова, Слободчиков].

Л. Л. Ефимова, анализируя зарубежный и отечественный опыт экспертизы информационной продукции для детской аудитории с юридической точки зрения, отмечает: «Российской Федерации потребуются значительные усилия для создания соответствующей правовой и организационно-технической базы обеспечения информационной безопасности детей. Необходим закон, который заложил бы правовые основы экспертизы информационной продукции, определил требования к квалификации экспертов, их права и обязанности, способы пересмотра и отмены принятых экспертных заключений, ответственность за заведомо ложные экспертные заключения» [Пронина, 2011, с. 659].

Действительно, в нашей стране недостаточно разработаны критерии возрастных градаций детской аудитории, нет пиктограмм для обозначения характеристик содержания кинофильмов, видеофильмов, электронных игр, не является обязательной экспертиза всех видов массовой коммуникации (например, детских игрушек, зрелищных мероприятий и т. д.), не прозрачен подбор экспертов и экспертиз, недостаточно учитывается специфика влияния различных видов коммуникации на детскую аудиторию (например, просмотр в кинозале и дома). Все это делает прежде всего детскую и подростковую аудиторию более непредсказуемой и уязвимой.

Второе направление изучения аудитории – социально-психологические исследования. К ним относят исследование мотивов обращения к каналам, социальных стереотипов, ценностных ориентаций аудитории.

В основе большинства мотивов обращения к СМИ лежат такие потребности, как потребность в информации, потребность в общении с другими людьми и потребность в развлечении. Сопоставляя разные исследования, мы можем сделать следующие выводы.

Мотивы обусловлены спецификой медиапродукции. Так при просмотре информационной передачи доминирует информационный мотив, при просмотре сериалов – развлекательный и коммуникативный мотивы, при просмотре иллюстрированных журналов – утилитарный мотив, при обращении к Интернету – информационный мотив и мотив развлечения [см.: Богомолова, с. 140].

Можно выявить гендерные различия мотивов пользователей Интернет. У мужчин – пользователей Интернет – доминируют мотивы самоутверждения и познавательные мотивы, а у женщин при пользовании Интернетом доминируют мотивы творческой самореализации и преодоления коммуникативного дефицита [см.: Там же].

Что касается стереотипов, то здесь наиболее богатым для анализа является материал, связанный с такой разновидностью СМИ, как реклама. Известно, что мы подвергаемся воздействию стереотипов. Поэтому рекламисты используют стереотипы и воздействуют ими на потребителя. Особенно большое внимание уделяют гендерным стереотипам. Например, исследования показали, что женщина часто отображается в личной – интимной сфере, а мужчина – в общественной, в семье женщины более активны, мужчины менее самостоятельны. Выявлен ряд стереотипных женских образов в исследовании рекламы: рабыня красоты – ждущая, пассивная, не имеет времени ни на что, кроме себя; женщина, ведущая домашнее хозяйство; суперженщина, у которой деловой успех и успех в личной жизни находятся на одинаково высоком уровне [см.: Грошев, с. 173].

Однако не только готовые стереотипы используются рекламой, реклама часто сама формирует стереотипы и использует их для управления в качестве мишени воздействия. К таким мишеням воздействия можно отнести рекламные кампании, сформировавшие следующие стереотипы: «Пиво – неотъемлемая часть имиджа настоящего мужчина», «90/60/90 – критерии идеального женского тела» и т. д. С помощью таких стереотипов, сформированных рекламой, можно «проталкивать» большое количество различной продукции.

Ценностные ориентации аудитории также формируются современными СМИ. Обратимся еще раз к медиапсихологической экспертизе «Дома-2». Эксперты отмечают, что шоу становится самой удобной, универсальной формой формирования ценностей. Телевизионное шоу «Дом-2» заимствует форму мифа, сказки с целью привлечения всеобщего внимания и проникновения в глубинные пласты ментальности аудитории. Структура телевизионного реалити-шоу «Дом-2» обусловлена использованием архетипических мотивов и символов. Это архетип дома и выбора невесты. Борьба героя за внимание царевны и последующая свадьба являются центральным сюжетом мифа и сказки. Благодаря этому шоу привлекает внимание всех без исключения слоев населения и легко влияет на уровень ценностных ориентаций. По мнению Е. Е. Прониной и других экспертов, «благодаря использованию архетипов медиавирус легко вторгается в ментальные глубины личности и подвергает иронии, глумлению и кощунству те или иные конкретные традиции, ценностные представления или моральные нормы, что угрожает в итоге полной дискредитацией базовых ориентиров личности и принципов цивилизации… Это пропаганда антиценностей, направленная на коррекцию ментальных оснований культуры с использованием “вторжения в архетиптипы”. Содержание образов телешоу “Дом-2” направлено на дискредитацию моральных норм и разрушение ценностей общественной нравственности, общую деморализацию личности, побуждает к совершению девиантных форм поведения практически все возрастные группы в той или иной степени, но особо разрушительное воздействие данная программа оказывает на детскую аудиторию до 18 лет» [Пронина, Абраменкова, Слободчиков]. Все это способствует усвоению агрессивных форм поведения и социальной девиации.

Таким образом, социологическое исследование аудитории с целью ее прогноза, профилактической, юридической и коррекционной работы является очень важным.

Третье направление, возникшее на стыке психологии и социологии, выясняет различные типологические особенности аудитории. К нему стоит отнести результаты комплексного исследования

специфики молодежной аудитории франкоязычных стран, осуществленного в 1986 г. Это исследование показало, что для молодежной аудитории Франции от 15 до 25 лет характерны следующие предпочтения в телевизионных передачах: на первом месте – мультфильмы, на втором – юмористические передачи, затем музыкальные программы и кинофильмы, детективные пьесы, спортивные репортажи и телеигры. В числе наиболее интересных тем назывались такие, как наркомания, сексуальные отношения, мода, музыка. В новостных передачах молодежь предпочитала спортивную хронику, новости науки и техники, а также информацию, непосредственно относящуюся к проблемам молодежи и связанную с безработицей и профессиональным образованием. Среди основных ценностных ориентаций молодежной аудитории обнаружились такие, как прагматизм, отвращение к идеологии, резко выраженный индивидуализм. У молодых людей совершенно не вызывали интерес такие темы, как родина, религия, профсоюзы, политика. Больше всего их привлекали такие ценности, как любовь, дружба, семья, деньги, комфорт. Довольно большой интерес вызывали вопросы, связанные с образованием, профессиональным ростом, развитием и реализацией своих способностей. Выявленные характеристики при интерпретации легко связываются с внекоммуникативной активностью аудитории: ее образом жизни, социально-демографическими характеристиками [см.: Богомолова, с. 145].

Нельзя исключать и различия внутри любой аудитории. С этой точки зрения в рамках Тартуской школы была разработана типология аудитории на примере читателей газет. Модифицированная О. Т. Мельниковой методика Тартуской школы, проведенная среди молодежной телеаудитории, выявила несколько типов ее представителей:

1. Аудитория с пассивно-потребительским отношением к телевидению. Такое отношение молодежи к телевидению обусловлено общей ориентацией, которую принято называть бездуховным потреблением. Круг ценностных ориентаций связан с развлекательными и музыкальными формами.

2. Активная, социально-зрелая аудитория. Для этой группы молодежи было присуще ощущение самостоятельности при принятии

важных решений, высокая оценка собственного опыта, эмоциональная независимость от окружающих. Круг интересов связан с политикой, экономикой.

3. Инфантильная аудитория. Основная характеристика этой аудитории – несформированность интересов и потребностей. У данной молодежи преобладала направленность развлекательно-бытового характера, связанная с вопросами повседневной жизни, брака, семьи, бытовых проблем. Предпочитаемое содержание передач – зрелище, максимально насыщенное событиями и эмоциями, выходящими за рамки повседневной жизни. Информация для данной аудитории должна быть драматизирована, конкретна, эмоционально окрашена.

4. Домашняя аудитория. В этом случае основная характеристика – устойчивость интересов в сфере общения, досуга и трудовой деятельности, стремление к максимальному покою, надежности.

Полученные результаты показали различные требования к телеинформации со стороны различных типов молодежной аудитории. Более подготовленная аудитория – второй тип – отдавала предпочтение оперативности, высокой информативной насыщенности. Остальные три типа аудитории нуждались в формах подачи информации, максимально приближенных к их сферам жизненных интересов, на личностном уровне [см.: Богомолова, Мельникова, с. 183].

Еще одним примером выявления типологических особенностей аудитории стало исследование, проведенное под руководством Л. В. Матвеевой, выявляющее особенности аудитории, просматривающей программы, посвященные классической музыке. В результате исследования ею были выявлены следующие типы зрителей аудитории, просматривающей телепрограммы, посвященные классической музыке.

Зритель с «глубинным восприятием мира» предпочитает общение неформальное, активное, личностно-значимое, на равных. Он ожидает, что в нем будут видеть заинтересованного и задумывающегося собеседника, способного на обсуждение самых серьезных и глубоких вопросов. В телесообщении эти люди видят ценную для себя возможность дальнейшего самопостижения, саморазвития и самореализации.

Зрителя с «визуально-образным восприятием мира не волнует, обращаются ли к нему как к конкретному человеку. Он предпочитает не содержательно-личностный стиль (как зритель первого типа), а формально-игровой. Такому зрителю важно “вжиться” в происходящий на телеэкране процесс через активное наблюдение, сопричастность к “действу”. Обращенная к нему телепередача должна быть яркой, зрелищной, образно-насыщенной, живой, непредсказуемой и через эту форму вовлекающей зрителя в сопереживание» [Матвеева, Аникеева, Мочалова, с. 140].

В классических музыкальных программах, рассчитанных на зрителя с «созерцательным восприятием мира», основное время нужно уделять музыке, к восприятию которой этот зритель уже подготовлен. Телекоммуникация для этого зрителя должна быть направлена на удовлетворение и поддержание этого уже сформированного интереса, организована как ненавязчивое, вдумчивое общение на глубокие темы, включая обсуждение исполнительских трактовок музыкальных произведений.

Зритель с «поверхностным восприятием мира» предпочитает общение, не требующее интеллектуальных усилий и не предполагающее каких-либо взаимных обязательств. Необходимо учитывать стремление этого зрителя к простоте и ясности, потребность строить телекоммуникацию как легкий развлекательный процесс, не требующий концентрации внимания, но способный привнести элемент необычности. Желательно стараться проникнуть в уже сложившийся у этого зрителя мир представлений, чтобы заинтересовать в дальнейшем общении.

Зритель с восприятием «внешне-событийной стороны мира» предпочитает эмоционально-открытое общение. Процесс телекоммуникации должен быть организован так, чтобы четко прослеживалась заинтересованность в зрителе, например, учет мнений зрителей, зачитывание их писем с называнием конкретных имен, приглашение их для участия в программе.

Исследование взаимосвязи выделенных типов с личностными особенностями респондентов показало, что «телевизионную ситуацию в передачах о классической музыке “как вовлекающую

в общение” воспринимают те зрители, которые стремятся к нему, настроены на него. У тех же зрителей, которые в силу своих личностных особенностей не склонны к активному поиску контактов, а, наоборот, стремятся компенсировать их отсутствие “уходом в себя”, “в свой мир”, “вовлечение в общение” не происходит, хотя этим респондентам свойственно развитое эстетическое чувство и любовь к искусству, что и делает их, видимо, частью аудитории классических музыкальных программ. Чтобы вовлечь их в общение, необходимы специальные усилия, а именно усилия по созданию “единой телевизионной среды взаимодействия автора и зрителя”» [Матвеева, Аникеева, Мочалова, с. 140].

В целом можно говорить о необходимости и перспективности всех подходов к исследованию аудитории.

Теперь перейдем к анализу такого структурного компонента средств массовой коммуникации, как сообщение и исследование эффективности его влияния на аудиторию.

Можно выделить несколько теорий массовой коммуникации, которые по-разному интерпретировали процесс влияния СМИ на личность человека.

Теория социального научения

Этот подход возник в недрах бихевиористской психологии, ставящей во главу угла связь между стимулом и реакцией. Люди усваивают модели поведения, глядя, как окружающие ведут себя в определенных ситуациях, а затем имитируя их действия. Роль СМИ приобретает здесь значимость, когда примеры, демонстрируемые в них, становятся источником научения. Чтобы социальное научение имело место, внимание человека должно быть сначала привлечено каким-то примером в СМИ. Мотивация опирается на подкрепление (вознаграждение) того или иного рода, подталкивающее человека к совершению этих действий. К примеру, невыдержанное поведение какого-то человека может быть подкреплено, если оно производит впечатление на других людей, а также, если оно доставляет удовольствие этому человеку или приносит ему определенную финансовую выгоду. Теория социального научения первоначально разрабатывалась в контексте исследований

влияния на поведение демонстрируемых в СМИ примеров проявления насилия, моделирования сексуального, просоциального или покупательского поведения.

Теория культивирования

Этот подход исследует то, как экстенсивное, многократное воздействие СМИ на протяжении продолжительного времени постепенно меняет наше представление о мире и социальной реальности. Зрители узнают «факты» о реальном мире, наблюдая мир, созданный на телеэкране. Отпечатки, остающиеся в памяти после просмотра телепередач, сохраняются «в целом автоматически», затем на основании этой сохраненной информации мы формируем свои представления о реальном мире. В исследованиях культивирования обычно сравнивают между собой заядлых и незаядлых зрителей. Как правило, исследователи обнаруживают, что мир в представлении заядлых зрителей больше напоминает мир, преподносимый нам телевидением. Например, люди, которые часто смотрят телепередачи с элементами насилия, считают, что мир более жесток («синдром плохого мира»), чем это имеет место на самом деле. Но среди тех, кто редко смотрит телевизор, отмечается разнообразие мнений. Это позволяет предположить, что просмотр большого количества телепередач способствует усреднению взглядов. К примеру, люди, которые смотрят много телепередач, реже стоят на крайне либеральных или крайне консервативных позициях, тогда как политические взгляды незаядлых зрителей охватывают весь идеологический спектр. Как правило, в центре внимания теории культивирования находится совокупный эффект многократно повторяемых образов. Однако некоторые образы могут влиять на людей в значительно большей степени, чем другие. Например, какой-нибудь популярный положительный телевизионный персонаж может оказывать намного большее воздействие, чем десяток других персонажей, которых видит и с которыми идентифицирует себя значительно меньшее число зрителей [см.: Харрис, с. 125].

Несмотря на то, что теория культивирования очень популярна, основным ее недостатком считается то, что проверки других социально-демографических и личностных переменных, как пра-

вило, уменьшают или полностью элиминируют культивационные эффекты.

Теория социализации

Используя подход, имеющий много общего с теорией культивирования, различные теории социализации акцентируют внимание на том, как СМИ, благодаря своему продолжительному воздействию, становятся источником наших знаний о мире и нашей роли в нем. Авторы теории утверждают, что в век телевидения дети социализируются и начинают исполнять взрослые роли намного раньше, чем это было несколько столетий назад. Таким образом, влияние телевидения заключается в гомогенизации стадий развития: дети становятся похожими на взрослых, а взрослые – похожими на детей. Кроме того, постулируется и приписывается влиянию СМИ аналогичное «сглаживание» дихотомий маскулинность – фемининность и политик – обыватель, следствием которого становится более андрогинное поведение. Ван Эвра считает, что совокупное влияние СМИ на детей наиболее велико тогда, когда передачи смотрят в развлекательных целях и когда дети воспринимают их содержание как реалистичное, возможно, из-за неспособности «критически мыслить» во время просмотра [см.: Харрис, с. 137]. Социализирующие эффекты особенно сильно сказываются на заядлых телезрителях, которые обладают скудной альтернативной информацией и небогатым релевантным жизненным опытом. Например, вполне вероятно, что СМИ окажут сильное воздействие на мальчика, который часто смотрит комедийные сериалы и воспринимает как реалистичные изображения этнических групп, с которыми он редко сталкивается в жизни. СМИ, особенно телевидение, – это крайне важные источники национальной и культурной социализации. Социализирующая роль телевидения может быть особенно значимой в тех случаях, когда ребенок живет в обществе, отличающемся от того, в котором он родился. Сравнивая американских детей и проживавших в США детей из других стран, Зохури обнаружил, что иностранные дети находят телепередачи более интересными, проводят больше времени за их просмотром, чаще идентифицируют себя с телевизионными персонажами и

используют телевидение в образовательных целях, чем американские дети [см.: Харрис, с. 163]. Теории социализации рассматривают очень широкий спектр последствий воздействия СМИ. Тем самым они помогают нам понять, насколько комплексным и всепроникающим является влияние массмедиа. Однако эту теорию критикуют за недостаток конкретности и внимания к превалирующим социальным и историческим тенденциям.

Когнитивная (конструктивистская) теория

Важным общим принципом является утверждение, что обработка информации носит конструктивный характер, т. е. люди не просто кодируют и затем воспроизводят информацию, которую они прочитали или услышали в СМИ (или где-либо еще). Они скорее усваивают информацию, интерпретируя ее в соответствии с уже имеющимися у них знаниями и представлениями, а также контекстом, в котором получено сообщение. Усвоение продуктов СМИ телевизионной программы предполагает постоянное взаимодействие содержания программы со знаниями, которыми мы уже обладаем. Мы всегда активно осмысливаем то, что видим и слышим, и наши мысли становятся важной частью конструктивного процесса познания. Одним из следствий этого, влияющих на обработку информации, является то, что человек, скорее всего, выйдет за пределы фактически представленной информации и сделает такие умозаключения относительно людей или событий, которые хорошо согласуются с ранее сформированными схемами. Схема, которой могут придерживаться представители какой-то культуры, способна привести к тому, что они станут интерпретировать какую-то историю в совершенно ином ключе, чем представители другой культуры. Культурные различия должны обязательно учитываться создателями телепрограмм, рассчитанных на международную аудиторию. Мы можем говорить об усвоении сценариев, увиденных на телеэкране. Под сценарием здесь подразумевается схема, касающаяся определенного вида деятельности, а не текст с речами действующих лиц. Например, когда мы смотрим телефильм о женщине, у которой обнаруживают рак груди, то можем выучить сценарий того, как нужно действовать в определенной ситуации. Телезри-

тельница может узнать, как следует выполнять какую-то операцию, например, производить осмотр собственной груди, как сообщить мужу о своей болезни, где отыскать информацию о возможных способах лечения и как сохранить позитивные представления о собственной внешности и сексуальности после ампутации молочной железы [см.: Харрис, с. 164].

Теория использования и удовлетворения

Эта теория придает большое значение активной роли аудитории в принятии решений и определении целей при потреблении ею продукции СМИ. Характер воздействия СМИ частично зависит от того, как человек их использует и какое удовлетворение он от них получает. Например, фильм ужасов произведет одно впечатление на человека, глубоко сопереживающего жертве, и совершенно иное – на зрителя, получающего лишь поверхностное удовольствие от напряженной интриги фильма. Мы можем использовать СМИ не только как источник развлечения или информации, но и для множества иных целей, например, для того, чтобы избавить себя от необходимости что-либо изучать или чтобы убежать из реального мира в мир фантазий, или испытать приятное волнение, наблюдая за игрой какой-то сексапильной звезды, или чтобы почувствовать себя менее одиноким. А. Фенигштайн и Р. Хейдук утверждают, что большая часть исследований телевидения посвящена главным образом последствиям его воздействия и в значительно меньшей степени – тому, чем оно привлекательно для своей аудитории. Одной из важнейших задач здесь может стать выяснение того, что заставляет различных людей потреблять различные виды СМИ, например, выявление факторов, побуждающих некоторых людей смотреть жесткую порнографию.

Кроме этих общих теорий, на наш взгляд, интересно выявить несколько частных, к которым относятся теория повестки дня и теория экспериментальной риторики.

Теория повестки дня

Эта теория наиболее применима к информационным передачам. Новостная передача – это передача, формирующая общест-

венное отношение к важным вопросам с помощью информационных сообщений. Причем совсем необязательно, чтобы СМИ говорили, как нам следует думать; они скорее говорят, о чем нам следует думать. Например, путем подробного освещения СМИ внушают нам, что супружеская неверность кандидатов является важным фактором, который мы должны учитывать при голосовании, а позиция кандидатов по налоговому вопросу преподносится менее важным фактором и т. д. К. Джемисон и К. Кэмпбелл определили «важные новости» как любое сообщение о событии, которое произошло или стало достоянием гласности за предшествующие 24 часа и может иметь важные последствия» [см.: Харрис, с. 165]. Противоположностью важным новостям становятся простые человеческие истории, способные растрогать любого из нас и менее привязанные к определенному месту и времени. Новостные передачи помещают много неважных новостей, тем самым заполняя эфир не нужной информацией, а, чередуя важные и неважные новости, снижают уровень аналитичности и критичности аудитории.

В рамках этой теории выделяются также главные признаки важного события, именно наличие или отсутствие таких признаков позволяет объяснить внимание аудитории к одним событиям и почти полное отсутствие интереса к другим. Перечислим эти признаки:

– наличие у новости главного героя, что позволяет зрительской аудитории идентифицироваться с ним, тем самым создавая возможность для более полного восприятия сложной и противоречивой информации;

– драматизм, насилие, которыми должно быть наполнено событие. На события, не содержащие элементов насилия, средства массовой информации могут вовсе не обратить внимания, а о важных проблемах, которые нельзя преподнести эффектно, где нет конфликтующих сторон и отсутствует яркая личность, будут упоминать лишь вскользь;

– активное действие, которое должно содержать значимое событие, приковывающее внимание зрителя. Например, увеличение

инфляции можно представить в виде серии репортажей из магазинов, где конкретные покупатели выражают свое отношение к росту цен на товары;

– новизна и степень отклонения от общепринятых норм в событии. Сообщение должно быть «экстренным» и неожиданным;

– событие лучше сделать привязанным к темам, которые в данный момент уже активно разрабатываются средствами массовой информации.

Помимо этих пяти базовых характеристик существуют некоторые другие, более специфичные и необходимые, чтобы о событии рассказали подробно:

– во-первых, событие не должно никого оскорблять напрямую, иначе о событии не будут говорить вообще;

– во-вторых, событие и репортаж о нем должны быть правдоподобными;

– в-третьих, событие должно быть таким, чтобы о нем можно было рассказать кратко (в новостях или в короткой заметке в газете);

– в-четвертых, событие должно быть значимым для конкретной аудитории. Местная теле- или радиостанция передаст сообщение, имеющее мировое значение, вероятнее всего тогда, когда можно установить связь между этим событием и интересами местных телезрителей и радиослушателей [см.: Харрис, с. 166].

Чем большим набором перечисленных признаков обладает событие, тем более вероятен интерес к нему со стороны средств массовой информации.

Наличие основных признаков позволяет журналистам преподнести своей аудитории любое нужное им событие как важную новость и тем самым управлять нашим сознанием.

Теория «экспериментальной риторики»

В рамках данной теории большую известность получили односторонние и двусторонние сообщения. Односторонние сообщения, т. е. содержащие аргументы пропагандиста, более эффективны, когда аудитория согласна с коммуникатором и отличается низким

уровнем образования. Двусторонние сообщения, т. е. содержащие аргументы пропагандиста и контраргументы противника, эффективны, когда аудитория имеет высокий уровень образования и отличается потребностью в самостоятельном осмыслении. Более того, были выделены формальные характеристики текста, которые важны для коммуникативного воздействия. Наименее эффективным оказалось расположение сильных аргументов в середине текста («пирамидальная модель»). Эффективность текста с аргументами в начале или в конце текста – «кульминационная модель» – зависит от установок аудитории: если у аудитории имеются положительные установки к теме сообщения, то более эффективны тексты, где «сильные аргументы» содержатся в конце, если аудитория относится к теме незаинтересованно, то эффективно расположение «сильных» аргументов в начале сообщения.

Каждому из теоретических подходов, рассмотренных выше, есть что сказать о воспринимаемой реальности, которую мы мысленно конструируем в процессе взаимодействия с СМИ. Теория социального научения исследует, как мы усваиваем поведенческий компонент этой реальности. Теория культивирования акцентирует внимание на формировании нашего мировоззрения. Теория социализации анализирует, как эти знания становятся частью наших представлений об обществе. Когнитивно-конструктивистская теория изучает, как мы структурируем свои знания под влиянием массмедиа. Теория использования и удовлетворения рассматривает то, как мы используем СМИ и какое удовлетворение от них получаем, и увязывает эти исследования с изучением последствий воздействия массмедиа. Согласно теории навязывания повестки дня СМИ указывают, о чем и как нам следует думать в первую очередь. Теория экспериментальной риторики говорит о том, как необходимо выстраивать и подавать сообщение.

Исследование эффективности влияния массовой коммуникации на человека особую актуальность приобретает в случаях показа сцен агрессивности и насилия. Этот вопрос в основном разрабатывался в рамках теории социального научения.

Здесь условно можно выделить два аспекта проблемы:

1. Влияние демонстрируемого средствами массовой коммуникации насилия на изменение уровня агрессивности у потребителей, в первую очередь у детей и подростков.

2. Легитимизация насилия.

В рамках решения первого аспекта проблемы многочисленные исследования старались проанализировать следующие вопросы: обучаются ли зрители (особенно дети и подростки) новым формам агрессивного поведения, как это происходит и каковы последствия этого?

Среди большинства исследователей агрессивного поведения практически нет расхождений при ответе на первый вопрос. Как показали многочисленные работы, дети действительно обучаются новому для них агрессивному поведению при показе такового в кино и по телевидению. Ответы на другие вопросы позволяют выделить следующие модели.

Первую объясняющую модель можно условно назвать «способствующей». Согласно проведенному анализу содержания телевизионных передач большинство персонажей при решении своих проблем прибегают к насилию и редко наказываются за свои действия. Больше половины персонажей применяли насилие к другим людям независимо от того, были ли это «хорошие парни» или «плохие парни». В большинстве случаев агрессивное поведение персонажей приводило к счастливому концу, т. е. насилие являлось действенным средством для достижения желаемой цели. Кроме того, в телепередачах люди редко подвергаются аресту за насильственные действия и сравнительно немногие жертвы насилия испытывают физические страдания или умирают. Насилие, демонстрируемое по телевидению, не только эффективно, но и безболезненно. Таким образом, роль кино и телевидения заключается не только в обучении насильственным действиям, но и в том, что с их помощью у молодежи могут сформироваться такие способствующие насильственным, агрессивным действиям ощущения, как предубеждение, враждебность, подозрительность и т. д.

Вторую модель, существенно отличающуюся от первой, активно разрабатывают С. Фешбах и Д. Сингер. Ее можно назвать моделью катарсиса. С. Фешбах утверждает, что врожденная агрессивная фантазия служит способом контроля над открытым выражением агрессии, и те, кто испытывает недостаток во внутренних ресурсах фантазии, могут использовать внешнюю фантазию агрессивного телевидения для этой цели. Модель катарсиса часто используется защитниками показа сцен насилия. Однако большинство исследователей, пытаясь повторить работы С. Фешбаха, получают результаты, опровергающие концепцию катарсического действия просмотра сцен насилия. В настоящее время нет доказательств того, что наблюдение насилия, боли, ужаса и страдания приводит наблюдателя к катарсису.

Обзор второй проблемы – легитимизации насилия – начнем с определения. Под легитимизацией насилия мы вслед за С. Н. Ениколоповым будем понимать «процесс обоснования социальным субъектом (личностью, группой людей) приемлемости и оправданности различных форм насилия путем приписывания им легитимного статуса на основе соответствия социальным нормам, существующим в обществе (закон, традиции, нормы определенной субкультуры и др.)» [Ениколопов, с. 559]. Проявления насилия наделены легитимным статусом в различных сферах культуры: в спорте (действия боксера на ринге); в СМИ (трансляция насилия); в политической сфере (использование вооруженных сил, закон о смертной казни) и т. д.

Выделение феномена легитимного насилия в самостоятельную исследовательскую задачу обусловлено эмпирически обнаруженными взаимосвязями легитимного насилия в обществе с динамикой численности девиантных, агрессивно-насильственных поступков.

Наиболее яркой иллюстрацией взаимосвязи легитимизируемого насилия и реального агрессивного поведения является лонгитюдное исследование Л. Хьюсмена и Л. Эрона. Данный проект отличался не только своей длительностью (22 года), но и масштабом (исследование проводилось в США, Австралии, Израиле и Польше). В результате была обнаружена значимая связь между временем

просмотра восьмилетними любителями агрессивных телепрограмм и уровнем зафиксированной агрессии в поведении. К 18-летнему возрасту уровень поведенческой агрессии у любителей медианасилия был выше, чем в возрасте восьми лет. Важным результатом является тот факт, что именно пристрастие к просмотру транслируемой по телевидению агрессии в 8-летнем возрасте оказалось предпосылкой к демонстрации высокого уровня поведенческой агрессии в 18 и 30 лет, вне зависимости от изменений пристрастия к «агрессивным» телепрограммам. Л. Эрон предположил, что существует сензитивный период для формирования агрессивных сценариев в возрасте 8–12 лет. К 30 годам на многих из тех, кто любил медианасилие в восьмилетнем возрасте, были заведены криминальные дела [см.: Харрис, с. 168].

Проблема легитимизации насилия стала самостоятельным предметом для изучения в рамках социокультурного и социально-когнитивного подходов.

В социокультурном подходе данная проблема рассматривается в рамках гипотез «культурного излишка» и «мифов о насилии». Гипотеза «культурного излишка» предполагает, что в культуре существуют ценности и нормы, косвенно способствующие использованию человеком таких форм поведения, как агрессия и насилие. Например, легитимное насилие в СМИ, представленное рейтингом популярных телепрограмм, посвященных насилию, или показатель читаемости журналов с агрессивно-насильственной тематикой.

Другие представители социокультурного подхода обратили внимание на существование в обществе культурных представлений («мифов о насилии»), которые легитимизируют различные формы насилия. Например, миф о том, что причины сексуального насилия следует искать в действиях жертвы, которые рассматриваются в качестве провоцирующего фактора.

В рамках социально-когнитивного подхода разрабатывалась модель Л. Хьюсмена и его коллег, базирующаяся на идеях теории социального научения А. Бандуры. По мнению Л. Хьюсмена, процесс научения (первоначальный этап научения) детерминирован

селективностью внимания. Субъект выбирает для себя модели поведения, которые, с одной стороны, могут привести его к намеченной цели, а с другой, не являются порицаемыми в обществе, в первую очередь, в социальных группах, к которым он себя причисляет. Помимо информации о последовательности действий, в сценарии кодируется информация о последствиях данной формы поведения, оценка данной модели поведения и ее последствий в соответствии с нормативными убеждениями субъекта и ключевые характеристики ситуации, где произошло научение. Согласно Л. Хьюсмену далеко не все актуализируемые в сознании сценарии реализуются в реальном поведении. Л. Хьюсмен описывает две группы условий, способствующих формированию и жесткому закреплению агрессивных сценариев [Ениколопов, с. 22].

К первой группе относятся индивидуальные особенности и опыт субъекта:

а) возраст, соответствующий сензитивному периоду формирования сценариев;

б) агрессивность как черта характера;

в) мужской пол;

г) низкий уровень познавательных способностей;

д) идентификация себя с агрессором;

е) неспособность дистанцироваться от транслируемого насилия;

ж) повторение агрессивных моделей поведения на символическом уровне или в реальном поведении.

Вторая группа условий представлена особенностями наблюдаемого материала:

а) реалистичностью транслируемого материала;

б) позитивными последствиями агрессии;

в) доступностью наблюдаемой модели для использования в реальном поведении;

г) высоким уровнем детализации наблюдаемой программы поведения;

д) контекстом, в котором транслируемая агрессия оправдана благой целью.

Современная массовая коммуникация «напичкана» сценами агрессивности и насилия. Все это ставит новую проблему психо-

логически безопасной информации. Решается она психологами в разных прикладных аспектах, применительно к разным видам массовой коммуникации: телевидению (И. Н. Карицкий), детским игрушкам (В. В. Сорокина, Е. О. Смирнова, И. А. Рябкова), рекламе (Е. Е. Пронина).

И. Н. Карицкий отмечает, что на телевидении, в сравнении с реальной жизнью, непропорционально много сцен насилия, что не дает образцов правильной социализации, и реальному воспитателю не на что опираться, любая воспитательная стратегия сталкивается с мощной противостоящей силой массовой информации [см.: Пронина, 2011, с. 451].

Е. О. Смирнова отмечает низкий уровень игры современного дошкольника, ее однообразие, «примитивность сюжета», поскольку сюжет часто берется из мультипликационных фильмов, а игрушка – герой мультфильма – диктует ребенку однотипные повторяющиеся движения. Детские игрушки, являющиеся точной копией оружия, не вписывают ребенка в осмысленность игрового сюжета и провоцируют его на необдуманное агрессивное поведение. Игрушки – монстры и чудовища – погружают его в иррациональный мир, который большинством дошкольников и младших школьников в силу возрастных особенностей не отделяется от реального, и формируют фобии. Новомодные куклы акцентируют внимание на внешней сексуальной привлекательности. В результате дети становятся самым незащищенным объектом манипуляции для получения сверхприбыли в руках глобальных коммерческих структур. Один из выходов из подобной ситуации, который может позволить себе профессиональное сообщество, заключается в проведении экспертизы информационной продукции; причем проведение экспертизы игрушек, мультфильмов, компьютерных игр должно быть обязательным.

Е. Е. Пронина разработала экспертизу психологической безопасности рекламы, выявив два ряда последствий психологически опасной рекламы: развитие патологических состояний нервной системы (психофизиологическая дезадаптаия – нейроневроз) и фрустрация основных целей и ценностей (психосоциальная дезадапта-

ция – метаневроз). Нейроневроз возникает прежде всего в результате определенного стиля подачи информации, а точнее говоря, следующих формально содержательных особенностей рекламы:

– темпа, ритма, яркости, тембра;

– необычных, гиперболических, вычурных фигур;

– информационной плотности;

– неопределенности, двусмысленности, противоречивости.

Следствием этого становится психофизиологическая дезадаптация: стресс, утомляемость, обострение хронических заболеваний.

Метаневроз провоцируется глубинной семантикой следующих образов:

– гиперсексуальными картинами;

– сценами агрессии, жестокости, подавленности;

– лестью или оскорблением личности;

– обращением к национальным, культурным стереотипам. Последствием этого становится психосоциальная дезадаптация: депрессия, страхи, навязчивые идеи.

Однако проведение экспертизы на психологическую безопасность медиапродукции остается пока необязательным условием ее распространеия [Пронина, с. 348].

Даже там, где, казалось бы, не обойтись без сцен жестокости (теракты, военные конфликты, несчастные случаи) влияние СМИ на аудиторию велико, в результате мы можем иметь дело с психологической травмой отдельных представителей этой аудитории. Основная причина травмирующего влияния – способ подачи информации, выбранной журналистом. Во избежание этого психологами считается неприемлемым:

– транслировать съемки людей, застигнутых «врасплох» в момент горя и отчаяния;

– снимать человека в момент, унижающий его человеческое достоинство;

– демонстрировать пытки и издевательства;

– прямо или косвенно оправдывать действия агрессора;

– показывать торжество и безнаказанность насильника;

– предоставлять ему слово в эфире;

– прямо или косвенно обвинять, порицать жертву;

– недопустим сарказм или юмор в адрес жертвы.

Для психологической защиты массовой аудитории психологами рекомендуется:

– конструктивно представлять проблему (показывать людей в состоянии активного сопротивления);

– анализировать возможные способы преодоления трудностей;

– информировать общественность о ходе решения проблемы вплоть до ее окончательного разрешения;

– оказывать психологическую поддержку пострадавшим (демонстрировать социальное одобрение и помощь) [см.: Пронина, с. 89].

Однако погоня за сенсационностью приводит к тому, что журналисты игнорируют рекомендации психологов.

Завершая обзор данной прикладной отрасли социальной психологии, стоит отметить, что современная эпоха, которую многие определяют как эпоху Интернета, информационного, сетевого общества и т. д., не могла не поставить новых проблем и феноменов, требующих переосмысления и дальнейшей разработки следующих проблем:

1. Проблемы определения и классификации средств массовой коммуникации. До недавнего времени термин «массовая коммуникация» подразумевал коммуникацию для широкой рассеянной и анонимной аудитории, которая осуществлялась посредством кино, печати, радио, ТВ. Однако ситуация сильно изменилась за счет Интернета. Поэтому одна из фундаментальных проблем – это проблема того, что называть массовой коммуникацией. Р. Лоример, например, дает следующее трехчастное определение массовой коммуникации: «Массовая коммуникация – передача знаний в пределах страны или международном масштабе – включает:

1) централизованное массовое распространение информации и развлечений (радио, ТВ, печать, книги, музыкальные записи, концерты, реклама, игрушки);

2) децентрализованное распространение информации и развлечений (по Сети);

3) обеспечение условий для децентрализованного взаимодействия в массовом масштабе на основе медиа (телефонная связь, электронная почта, факсы)» [цит. по: Бакулев, с. 6].

2. Проблемы исследований в области массовой коммуникации. Широко обсуждаемая дихотомия массовой и межличностной коммуникации, которая ставилась разными школами, сейчас звучит не столь перспективно. Действительно, на каком-то уровне между массовой и межличностной коммуникацией существуют определенные различия, но гораздо важнее выстроить сейчас интегрированную концептуальную структуру для общего анализа всех видов массовой коммуникации, которая очень активно использует и средства воздействия межличностной коммуникацией за счет новейших технических средств.

3. Проблемы несостыковки прямо противоположных теорий влияния: от теории социального научения до теории использования и удовлетворения, которая показывает неразрешимое в рамках традиционной парадигмы противоречие и разработку новой науки, предполагающей иной подход. Такой наукой, по мнению Е. Е. Прониной, является медиапсихология, которую она определяет «как науку о формах осуществления нелокальных психических процессов в пространстве массовой коммуникации» [Пронина, 2011, с. 113]. Под воздействием информационных технологий наблюдается тенденция выдать фантом за факт, виртуальность за реальность, объект за симулякр, дезинформацию за информацию, как следствие этого психозы, одержимость, зомбирование, промывание мозгов. Переход к реальным фактам, очищение их от медиавирусов с целью их идентификации для коллективной психики, прозрачности и психологической безопасности – основная задача медиапсихологии [см.: Там же, с. 124].

Вопросы для самопроверки

1. Охарактеризуйте специфику исследований образа коммуникатора в средствах массовой коммуникации.

2. Дайте общую характеристику основным направлениям исследования аудитории массовой коммуникации.

3. Каким образом можно разделить все теории СМИ на «медиацентрированные», считающие, что СМИ влияет на человека и формирует его, и «человекоцентрированные», уделяющие личности роль субъекта, использующего СМИ в своих целях?

4. Каковы механизмы влияния сцен агрессивности и насилия на детскую и подростковую аудиторию?

5. Каковы требования к медиапродукции в рамках экспертизы на психологическую безопасность ?

Список рекомендованной литературы

Основная

Бакулев Г. П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции / Г. П. Бакулев. М., 2010.

Ениколопов С. Н. Насилие и массовая коммуникация // Человек как субъект и объект медиапсихологии / С. Н. Ениколопов. М., 2011[Электронный ресурс]. URL: http://рпо.рф/library/pdf/person.pdf (дата обращения: 25.03.2015).

Карицкий И. Н. Эпоха тотального господства СМИ : воспитание и саморазвитие – манипуляция и потребление? // Человек как субъект и объект медиапсихологии / И. Н. Карицкий. М., 2011 [Электронный ресурс]. URL: http://рпо.рф/library/pdf/person.pdf (дата обращения: 26.03.2015).

Пронина Е. Е. Категории медиапсихологии: факты, феномены, фантомы // Человек как субъект и объект медиапсихологии / Е. Е. Пронина. М., 2011 [Электронный ресурс]. URL: http://рпо.рф/library/pdf/person.pdf (дата обращения: 02.04.2015).

Смирнова Е. О. Психологические особенности игровой деятельности современных дошкольников / Е. О. Смирнова, И. Я. Рябкова // Вопр. психологии. 2013. № 2.

Сорокина В. В. Детские игры и игрушки как форма массовой коммуникации // Человек как субъект и объект медиапсихологии / В. В. Сорокина. М., 2011 [Электронный ресурс]. URL: http://рпо.рф/library/pdf/person.pdf (дата обращения: 27.03.2015).

Дополнительная

Богомолова Н. Н. Отношение аудитории к коммуникатору как фактор эффективности коммуникативного воздействия / Н. Н. Богомолова, О. Т. Мельникова // Оптимизация речевого воздействия. М., 1990.

Богомолова Н. Н. Социальная психология массовых коммуникаций / Н. Н. Богомолова. М., 2008.

Грошев И. В. Общественные науки и современность / И. В. Грошев // Рекламные технологии гендера. 2000. № 4.

Матвеева Т. В. Психология телевизионной коммуникации / Т. В. Матвеева, Т. Я. Аникеева, Ю. В. Мочалова. М., 2004.

Нанеишвили Б. Д. Исследование восприятия ведущих телевизионных программ молодежной аудиторией / Б. Д. Нанеишвили // Вестн. Моск. гос. ун-та. 1995. № 3. (Сер. 14. Психология).

Подольский А. И. Психологические особенности восприятия детьми телевизионных передач / А. И. Подольский, Т. А. Карабанова // Информационная и психологическая безопасность в СМИ. М., 2002.

Пронина Е. Е. Категории медиапсихологии / Е. Е. Пронина // Проблемы медиапсихологии : материалы секции «Медиапсихология» : междунар. науч.-практ. конф. «Журналистика в 2000 году. Реалии и прогнозы развития». М., 2001.

Пронина Е. Е. Заключение медиапсихологической экспертизы «Дом-2», 2009 / Е. Е. Пронина, В. В. Абраменкова, В. В. Слободчиков [Электронный ресурс]. URL: http://www.oodvrs.ru (дата обращения: 29.03.2015).

Харрис Р. Психология массовых коммуникаций / Р. Харрис. СПб. ; М., 2002.

Тема 9
Политическая психология как практическое направление социальной психологии

Политические явления имеют сложный характер. В них есть экономическая, социальная, культурная и другие составляющие. Один из важных и интересных компонентов политики – психоло-

гический. В связи с этим в политологии сложилась специфическая область исследований, которую называют психологией политики, или политической психологией.

За рубежом психология политики интенсивно изучается с 70-х гг. XX в. Серьезные отечественные исследования в этой области начались с конца 80-х гг. В 1978 г. основано Международное общество политических психологов, в котором состоит более 3 тыс. человек из 60 стран. В 1993 г. образована Российская ассоциация политических психологов, объединившая психологов, политологов, социологов, историков и других специалистов. Интерес к психологическим факторам политики растет. Это обусловлено не столько потребностями развития научного знания, сколько интересами политической практики. Конкуренция в сфере политики носит острый характер. Без знания психологии здесь не обойтись. Политика – дело ответственное, и политические решения должны проходить психологическую экспертизу.

Учитывая роль психологии в политике, не надо впадать в другую крайность – психологический редукционизм, для которого характерно сведение всего богатства политических отношений к психологическому началу. Этим иногда грешит психоанализ политики.

Положение о том, что вместе с человеком в политику проникает психология, следует уточнить.

Во-первых, на политическое поведение влияют наиболее важные элементы структуры психики. Традиционно изучается роль сознательного и бессознательного в политическом поведении людей, влияние сложившихся установок на различные политические явления, объекты.

Во-вторых, психологический фактор сказывается особенно сильно в деятельности политических лидеров как наиболее активных субъектов политики на личностном уровне.

В-третьих, психология проникает в политику через социально-психологические особенности социальных групп, феномены массового политического поведения.

Многое в политическом поведении зависит от того, как человек осознает, воспринимает те или иные явления или события.

Политическое сознание представляет собой восприятие субъектом той части реальности, которая связана с политикой, вопросами власти и подчинения, государством, его институтами. Вместе с тем одни и те же явления, события осознаются, интерпретируются по-разному в различных обществах, культурах. В понятии «сознание» эти различия трудно выразить, поэтому сейчас все чаще используется понятие менталитета, заимствованное из исторической психологии. Ввели его французские исследователи Л. Леви-Брюль, А. Февр. *Менталитет* означает наличие у людей того или иного общества, принадлежащих одной культуре, определенного общего «умственного инструментария», «психологической оснастки», которая дает им возможность по-своему воспринимать и осознавать свое природное и социальное окружение и самих себя.

В связи с этим речь идет о различном политическом менталитете у россиян, американцев, японцев и т. д. Полученные в результате социализации знания, ценностные ориентации и установки в политической области образуют *политический менталитет*.

Человек выстраивает свое политическое поведение исходя из сложившихся у него представлений о том, что происходит. Он реагирует прежде всего на субъективную картину происходящего, а не на реальное положение вещей, следуя при этом принципу наивного реализма: ситуация на самом деле такова, какой я ее воспринимаю. В политике находится много желающих сыграть на этом противоречии. Мы постоянно видим, как нам предлагаются различные версии политических событий. Кто будет более убедителен в этом стремлении, тот и окажет эффективное влияние на политическое поведение людей. При анализе сознания в политической психологии принято выделять два компонента: мотивационный и познавательный. К мотивационному относятся потребности, ценности, установки, чувства, к познавательному – знание политики, информированность, интерес, убеждение [см.: Политическая психология, с. 55].

Мотивационные компоненты сознания обусловливают психологические причины политического поведения. Рассмотрим их на примере установок. Установка – важный и устойчивый компо-

нент психологической структуры личности. Содержательно политическую установку можно определить как предрасположенность человека или группы к определенному восприятию, реакции по отношению к различным политическим объектам. Политические установки, с одной стороны, тесно связаны с политическими потребностями, с другой – с особенностями ситуации, в которой эти потребности надо реализовывать.

Политические установки – сильный регулятор политического поведения человека или группы. Исходя из потребностей политической практики, изучаются вполне конкретные политические установки: на политическую систему в целом, конкретные политические институты, политических лидеров и даже на те или иные политические события. В установке принято выделять три компонента: когнитивный, эмоциональный, поведенческий.

Когнитивный компонент политической установки связан с наличием предварительных знаний, представлений о политическом явлении.

Эмоциональный компонент политической установки связан с такими настроениями, как нравится – не нравится, приятен – не приятен, доверяю – не доверяю. Он часто выступает основой для политических предрассудков, религиозной, расовой, национальной нетерпимости. Данный компонент обусловливает возможность харизматического типа политического лидерства.

Поведенческий компонент установки – собственно готовность к политическому действию, будь то голосование, участие в митинге или готовность к экстремистскому поведению.

Помимо политического сознания, формирующего картину политической реальности, выявлена и роль бессознательных факторов, влияющих на политическое поведение людей. Под бессознательным обычно понимают те аспекты поведения, которым человек не отдает отчета. В психоанализе различают индивидуальное и коллективное бессознательное. Первое обусловлено индивидуальными особенностями психологического развития человека. Его учитывают при анализе психологических особенностей политического лидерства. Коллективное бессознательное – архетипы, глу-

бинные представления, общие для людей данной культуры. Изучать влияние бессознательного на политический процесс сложно в силу трудности доступа к нему. Вместе с тем известно, что через определенные символы бессознательное в какой-то мере обнаруживает себя.

В исследовании бессознательного уровня восприятия политических лидеров часто используется метод ассоциаций с тем или иным животным, цветом, запахом. В исследовании, проведенном под руководством Е. Б. Шестопал, были изучены значения, которые играют те или иные животные в русском фольклоре, их типичные роли и места обитания. Метод ассоциаций позволил оценить некоторые скрытые аспекты образов политиков [см.: Шестопал, с. 68].

Психологические особенности политических лидеров могут существенно сказываться на их политическом поведении, политических событиях, что особенно заметно в условиях диктаторских режимов, где воля политического лидера мало чем сдерживается. Вместе с тем это важный фактор и для современных демократических обществ. Перечислим эти факторы. В политической психологии прежде всего рассматривается влияние Я-концепции политического лидера, потребности и мотивы, влияющие на его политическое поведение. Я-концепция политического лидера, т. е. осознание человеком, кто он такой, включает в себя образ Я, самооценку, социальную ориентацию [см.: Юрьев, с. 78].

Под социальной ориентацией подразумевается чувство автономности в противоположность чувству зависимости от других людей при самоопределении. Автономизация самооценки окончательно оформляется в подростковом возрасте. Доминирующая ориентация на оценку других людей или на собственную самооценку становится важным показателем личностного развития.

Образ Я, т. е. представление политика о самом себе, имеет несколько аспектов: физическое Я, сексуальное Я, семейное Я, социальное Я, психологическое Я, преодолевающее конфликты Я.

Физическое Я – это представление политического лидера о состоянии своего здоровья, физической силе или слабости; лидер должен быть достаточно здоровым, чтобы недуги не препятство-

вали его деятельности. Вместе с тем важно само отношение политика к этой проблеме. Примеры успешной политической деятельности Ф. Рузвельта и других политиков свидетельствуют об этом.

Сексуальное Я – представления политика о своих притязаниях и возможностях в этой сфере. Достоверных статистических данных о связи сексуального поведения с лидерскими способностями нет. В истории известные тираны отличались патологией сексуальной сферы. Лидером современного развитого государства вряд ли может стать человек с нестандартной сексуальной ориентацией.

Семейное Я – также важный элемент личности политика. Хорошо известно, какое огромное влияние оказывают отношения в родительской семье на поведение взрослого человека. Некоторые политические лидеры преодолевают травмы и конфликты с детства, другие не могут их преодолеть, что и привносит психологические проблемы в их политическую деятельность.

Социальное Я – представление политика о совместной деятельности с другими. Лидер должен научиться тому, как вести переговоры, стимулировать своих коллег к проявлению лучших качеств. Он должен уметь использовать навыки межличностных отношений для эффективной работы с различными, порой враждебными группами.

Психологическое Я связано с представлением о своем внутреннем мире, мечтах, желаниях, страхах, конфликтах. У политиков в силу серьезной нагрузки и ответственности могут возникать психологические проблемы. Страдает ли политик от осознания своих собственных страхов или относится к ним спокойно – это проявляется в его поведении.

Преодолевающее конфликты Я – представление политического лидера о своей способности к творческому разрешению конфликтов, нахождению новых решений старых проблем. Лидер должен обладать достаточными знаниями и интеллектом, чтобы воспринять проблему, быть достаточно уверенным при принятии политических решений, чтобы передать эту уверенность другим. Сюда же можно отнести его представление о своей стрессоустойчивости.

Все эти аспекты образа Я важно учитывать, так как человек обычно ведет себя в соответствии со своей Я-концепцией. Следует учитывать уровень сложности Я-концепции – число аспектов Я, воспринимаемых политическим лидером. Политики со сложной Я-концепцией обычно стремятся к получению большей информации перед принятием решения. Они с большей вероятностью воспримут информацию от других лиц, чем не обладающие сложной Я-концепцией. Они легче усваивают как позитивную, так и негативную информацию.

В то же время чем выше самооценка у политиков, тем хуже они реагируют на ситуацию. Завышенная самооценка зачастую приводит к тому, что политик, переоценивая свои профессиональные и личностные качества, не замечает значимых внешних и внутренних реакций на свои политические решения. Лидеры с адекватной самооценкой – достаточно предсказуемые партнеры в политике. Они уважают себя и других политических лидеров, достаточно чувствительны к обратной связи.

Существует множество различных личностных потребностей, которые так или иначе связаны с политическим поведением лидера. Главными потребностями, мотивирующими политическое поведение лидера, являются следующие потребности: во власти, в личном контроле над событиями и людьми, потребность в достижении, в аффилиации.

Рассмотрим каждую из потребностей подробнее.

Потребность во власти. Можно выделить несколько причин, по которым политический лидер жаждет власти:

• чтобы доминировать над другими или ограничивать действия других;

• чтобы другие люди над ним не доминировали или не вмешивались в его дела;

• чтобы осуществлять политические достижения;

• чтобы компенсировать низкую самооценку.

Понятно, что доминирующие мотивы могут негативно влиять на политическое поведение. Например, компенсаторный мотив. Власть как инструмент осуществления политических достижений – благоприятный психологический фактор эффективной политики.

Потребность лидера в личном контроле над событиями и людьми. Эта потребность является проявлением базовой человеческой потребности в контроле над внешними силами и событиями. Личный контроль имеет два измерения: степень и сферу. Степень личного контроля имеет прямое отношение к убеждению человека в его способности контролировать события и людей. Сфера контроля – это широта жизненного пространства и деятельности, которую политический лидер ищет для своего влияния. Она может варьироваться от очень ограниченной, включающей лишь одну специальную область, до широкой, включающей многие области политики. Чем шире желаемая сфера личного контроля, тем обычно меньше степень контроля. Правильность и успешность выбора политическим лидером сферы своего контроля во многом зависят от адекватности его Я-концепции и самооценки.

Потребность политического лидера в достижении. Люди, стремящиеся к достижениям, нередко ищут власти, чтобы добиться достижения цели. Они ориентированы на задачу. Причем неуспех в начале лишь делает задачу более привлекательной. Эти политики предпочитают быть независимыми и избегают таких межличностных отношений, которые могли бы привести их к зависимости.

Потребность политического лидера в аффилиации. Эта потребность проявляется в заботе политического лидера о близких отношениях с другими. Она подразумевает дружеские отношения с другими людьми. Политики с ярко выраженной данной потребностью могут испытывать сильную привязанность в межличностных отношениях, избирать своими советниками лояльных друзей, а не экспертов. Они будут предпочитать диадические отношения групповым. Лидеры с такой личностной чертой часто оцениваются обществом как менее популярные, чем те, у которых эта потребность менее развита. Индивидуальный профиль потребностно-мотивационной сферы всегда уникален. В каждом конкретном случае он требует специального анализа для понимания поведения и эффективности деятельности политического лидера.

Особое значение в политической психологии отводится имиджу политического лидера. Имидж политика – это специально создаваемый, преднамеренно формируемый с помощью СМИ публич-

ный политический образ для достижения поставленных целей. Имидж политического лидера формируется на основе двух факторов: ожиданий избирателей, касающихся политического лидерства, и индивидуальных особенностей самого лидера. Оба эти фактора предварительно исследуются строгими научными методами.

Имидж, как правило, содержит лидерские качества. Акцент здесь делается на следующие характеристики:

• исключительность, уверенность в себе, своем деле;

• позиция служителя общества, забота о людях, хорошее знание их проблем, стремление изменить жизнь к лучшему;

• проявление энтузиазма, бодрости духа, оптимизма, генерирование положительных эмоций;

• решительность, энергия, воля, напористость в решении поставленных задач;

• высокие моральные качества;

• умение воздействовать на людей.

Имидж – сложное системное образование, представляющее собой комплекс частных имиджей. Различают *личностный* и *профессиональный* имидж. В первом случае лидер должен быть достаточно четко представлен как политик, во втором – как личность.

Выделяются также следующие частные имиджи:

• *габитарный* имидж (от лат. *habitus* – внешность, внешний вид) – привлекательный внешний вид человека; лицо, костюм, прическа, аксессуары, как правило, обеспечивают благоприятное первое впечатление;

• *средовой* имидж создается благодаря среде обитания человека – его жилищу, кабинету, автомобилю;

• *вербальный* имидж создается как результат речевого поведения;

• *кинетический* имидж – элегантность поз, манер, искусство жеста.

Существует так называемый закон сочетания имиджа: частные имиджи не должны противоречить друг другу. В своей совокупности они должны создавать единый, цельный привлекательный образ.

Основное средство создания имиджа политического лидера – *PR* и политическая реклама.

Основные функции политического *PR*:

• создание эффективного публичного имиджа, надежной репутации;

• выстраивание эффективной коммуникации между *PR*-объектом и другими участниками взаимодействия;

• улучшение взаимодействия между политиками и гражданским обществом;

• мониторинг общественного мнения, политических настроений;

• улавливание сигналов о необходимости модификации политики, когда она входит в конфликт с интересами общества или больших социальных групп;

• выявление и ликвидация слухов и других источников непонимания с другими участниками взаимодействия;

• расширение сферы влияния и известности;

• мониторинг поведения в сфере *PR* политических конкурентов.

В отличие от *PR* политическая реклама ограничена во времени и имеет дело с положительной информацией о рекламируемом объекте.

Политическая реклама имеет принципиальное отличие от коммерческой:

• нацелена на конкретный результат, жестко зафиксированный во времени;

• осуществляется в условиях конфронтации или политического противоборства;

• имеет четко зафиксированные ограничения, в том числе финансовые;

• ориентирована на систему оперативных связей с электоратом.

Политическая реклама может быть классифицирована по различным основаниям.

Классификация политической рекламы по каналу восприятия ее адресатом. В соответствии с каналами восприятия рекламного сообщения политическая реклама подразделяется на визуальную, аудиальную, аудиовизуальную (смешанную) рекламу.

Визуальная реклама включает в себя публикации в печатных СМИ, буклеты, уличные щиты, плакаты, листовки, календари. Как правило, такая реклама имеет ограниченную эффективность

в силу своей одномерности с точки зрения каналов восприятия. Иногда, правда, в этом виноваты и кинестетические ощущения за счет гладкости или шероховатости бумаги, ее плотности, которые вызывают дополнительные ассоциации. Визуальная реклама может выполнять практически все функции: привлекать внимание, информировать, убеждать и побуждать.

Следует подчеркнуть важность зрительных символов, фотографий и невербальных сигналов в политической рекламе. Им больше доверяют, чем просто словам.

Существуют и другие виды визуальной политической рекламы: табло «бегущая строка», аэростаты, буклеты, письма, различные брелоки, значки, майки. Однако их роль скорее чисто мобилизационная для сторонников кандидата, нежели информационная или убеждающая.

Аудиальная политическая реклама – это прежде всего радиопередачи. Их преимуществом является доступность для аудитории в то время, когда люди заняты другими делами. Если у говорящего приятный голос и убедительная речь, его обращение к аудитории может быть эффективным даже при невзрачной внешности.

Аудиовизуальная политическая реклама – телевизионная и кинореклама – самая эффективная как по каналам доступа к аудитории, так и по массовости охвата. Телевидение является наиболее популярным среди СМИ, с его помощью можно добиться различного рода психологических специальных эффектов при восприятии сообщения. Важным является время передачи, уровень доверия к рекламному сообщению, уровень доверия к телепередаче.

Классификация А. Дейяна подразделяет рекламу с точки зрения силы воздействия на аудиторию на жесткую и мягкую.

Жесткая политическая реклама ориентирована на краткосрочные цели и предназначена для того, чтобы вызвать быструю реакцию. В этом виде политической рекламы нет места для полутонов, она лаконична и резка.

Мягкая политическая реклама ориентирована на создание определенного ореола, атмосферы вокруг рекламируемого объекта. Под ее воздействием возникают различные ассоциации, которые

приводят адресата сначала к согласию сделать то, к чему его призывает реклама, затем – к готовности к действиям и, наконец, к самим действиям. Примером такой рекламы являются серии роликов под видом социальной рекламы. В каждом ролике показывается репортаж с одного из мест, которыми гордятся жители данного региона. Кандидат мелькает в кадрах многих роликов из этой серии, но при этом отсутствует открытый призыв голосовать за него.

Разновидностью мягкой рекламы является проекционная реклама, которая показывает кандидата в том окружении или на том фоне, который заставляет вспоминать о приятном, мечтать. Нередко это бывает на фоне хорошо известной сентиментальной песни, фотоснимков, вызывающих ностальгию.

Функциональная классификация Ф. Коттлера выделяет виды рекламы по ее функциям.

Информативная реклама предназначена для создания первичного интереса к рекламируемому политическому объекту. Это реклама по типу: «9 декабря 1996 г. состоятся выборы губернатора такой-то области. Основными кандидатами от демократических сил являются X и Z».

Увещевательная реклама формирует избирательный спрос, она доказывает, например, что Z является более приемлемым для группы молодежи.

Сравнительная реклама показывает преимущества одного объекта перед другим: «Кандидат X гораздо компетентнее, чем Z, он подходит группам населения от 25 лет и старше, ориентированным на экономические реформы».

Напоминающая реклама заставляет вспомнить о кандидате или партии.

Подкрепляющая реклама уверяет в правильности сделанного выбора. Как правило, если речь идет об избирательной кампании, то такая реклама появляется в последние дни перед голосованием. Часто она бывает в виде выступления кандидата с прямым призывом голосовать за него.

Классификация Л. Девлина выделяет несколько типов рекламы.

Примитивная реклама. К ней относятся ролики или передачи, в которых кандидат произносит какие-то слова в ответ на вопросы журналиста или телезрителей.

«Говорящая голова». Кандидат выступает в связи с какой-то проблемой. Запись делается в студии или в рабочей обстановке. Такое выступление предназначено для того, чтобы убедить население, что кандидат способен решить обсуждаемую проблему.

Негативная реклама. Ее целью является снижение привлекательности оппонента в глазах населения. В основе негативной рекламы, как правило, заложена несложная схема: создание или вызов из памяти страха, увязывание его с оппонентом и указание на освободителя от страха. Одним из тезисов негативной рекламы образца 1996 г. являлся плакат «Купи еды в последний раз», который увязывался с кандидатом от КПРФ Г. Зюгановым. Подразумевалось, что освободить людей от этого страха должен был Б. Ельцин.

Концептуальная реклама. Ее основная задача – внушить избирателям важные идеи кандидата. В ней сосредоточиваются не на личных достоинствах, а на «большой идее», с которой выступает кандидат.

«Правдивое кино». В данном виде рекламы кандидат как бы в реальной жизни общается с людьми. Однако это сценарий, а не документальные кадры. Данная реклама должна убедить в том, что кандидат любит людей, своих избирателей, умеет с ними общаться и может отвечать их надеждам.

Личные свидетельства. Люди с улицы, простые жители города свидетельствуют о достоинствах политика. Как правило, снимается блицопрос на улицах города, и из всех ответов выбираются те, в которых содержатся добрые слова о кандидате.

Нейтральный репортер. Репортер приводит факты о кандидате, сопровождая их фактами об оппоненте, предлагая избирателям самим делать выводы. Он не навязывает свое мнение, но за счет формы подачи материала подталкивает зрителя к нужному решению.

Обратим внимание на некоторые социально-психологические аспекты политического поведения. Оценки, реакции на политические события, предрасположенность к определенному поведению

проявляются в ряде социально-психологических явлений. Одно из них – *массовые политические настроения* – устойчивые эмоциональные состояния общностей, переживания комфорта или дискомфорта, отражающие удовлетворенность или неудовлетворенность общими социально-политическими условиями жизни. Массовые настроения обычно порождаются в результате заметного расхождения ожиданий людей и реальных условий их жизни. Доминирующие переживания могут быть прямо противоположными. Их полюса – ненависть, подавленность и восторг, эйфория. Вспомним, как эйфория в начале современных российских реформ сменилась на подавленные настроения по мере обнаружения больших социальных издержек, трудностей.

Пассивность, безразличие, апатия – особая форма политических настроений, когда массы не верят в способность политической власти реализовать их ожидания. С таким настроением экономические и политические реформы далеко не продвинешь. Поэтому современной российской власти приходится, с одной стороны, не провоцировать появление завышенных ожиданий, с другой, показывать социальные перспективы реформируемого общества, вселять в людей надежду и оптимизм. Массовые настроения как психологический фактор влияют на социально-политическую реальность в обществе. К основным функциям политических настроений следует отнести:

а) формирование отношения к политической реальности, способ ее восприятия;

б) инициирование и регулирование политического поведения;

в) формирование субъектов потенциальных политических действий.

Массовые настроения часто выступают серьезным источником угроз для власти или ее политических планов. Поэтому важно прогнозирование массовых политических настроений. Часто оно идет по методу разработки политико-психологических сценариев возможного развития политической ситуации. Иногда для диагностики настроений используются слухи.

Слухи в политике – интересное социально-психологическое явление. Под слухами обычно понимают недостоверные или частично достоверные сообщения. За основу в психологии слухов обычно берут две характеристики: информационную и экспрессивную. Первая характеристика представляет собой объективную степень достоверности сообщения, а вторая определяет тип эмоциональной реакции, на которую рассчитан и которую вызывает слух при его восприятии.

В соответствии с информационной характеристикой слухи условно можно разделить на четыре типа:

1) абсолютно недостоверные;

2) недостоверные с элементами правдоподобия;

3) правдоподобные;

4) достоверные с элементами неправдоподобия.

По экспрессивным характеристикам слухи можно разделить на слух-желание, слух-пугало, агрессивный слух.

Все эти виды слухов встречаются в области политики. Но важно учесть, что по происхождению они бывают стихийными или умышленно сфабрикованными. Сила слухов обычно прямо пропорциональна интересу к явлению и дефициту надежной информации о нем. В недемократических режимах слухи порождаются плохой информированностью населения, отсутствием свободы СМИ. В демократических системах они часто фабрикуются и используются в политических кампаниях для дискредитации конкурентов в борьбе за власть. Демократическое общество предполагает активность граждан в политическом процессе и предоставляет для этого реальные возможности. Вместе с тем активность широких масс населения ставит вопрос о социально приемлемых ее формах. Здесь очень важно формирование на психологическом уровне адекватных представлений о нормах допустимого и недопустимого в политической активности.

Деструктивные формы политической активности – не редкость в современном мире. Одна из актуальных проблем политической психологии – психология политического насилия. Насилие – принуждение людей вопреки их воле к определенному поведению.

В политике насилие было, есть и будет, однако в современном обществе зоны, где оно считается необходимым и приемлемым, сужаются. Вместе с тем в ряде стран на уровне государственной политики и массового сознания насилие рассматривается не как вынужденная экстраординарная мера, а как норма жизни. Помимо истории, культуры, традиций данного общества, существенную роль здесь играют социально-психологические факторы – деструктивные представления и установки. Обозначим некоторые из них:

1. Деструктивные представления о природе человека как существе злом, агрессивном, склонном нарушать социальные нормы, не способном к разумному самоконтролю за своим поведением.

2. Представления об особой исторической миссии той или иной группы или народа. Если только мы (коммунисты, демократы, христиане, мусульмане и т. п.) знаем истину и путь к ней, а другие этого недопонимают, то ответ на вопрос о допустимости насилия по отношению к этим другим не вызывает сомнений.

3. Ориентация не на реализацию повседневных проблем, а на некий идеальный мир, на «светлое будущее». Это приводит к недооценке настоящего, актуальных потребностей людей. Если сегодняшний день не самоценен, а является лишь этапом на пути к дню завтрашнему, то нет особых преград для того, чтобы ради скорейшего достижения цели использовать любые формы насилия.

4. Недостаток толерантности – терпимости к взглядам и позициям других людей. Это эгоцентричная позиция человека или групп, неспособность видеть проблемы с позиций, отличных от своих.

В последние годы особенно тревожит нарастание радикализма в политике. Радикализм – приверженность к крайним средствам достижения политических целей. Он проявляется в разных формах. Наиболее известны такие формы радикализма, как экстремизм и терроризм. Существование терроризма вызвано комплексом причин, среди которых есть и психологические:

1. Как правило, данные политические силы «загнаны в угол», не видят других способов решения социально-политических проблем.

2. У террористов обычно гипертрофированно выражена идентификация себя с группой (этнической, религиозной и т. п.), отсутствует самоидентификация на общечеловеческом уровне. Недостаточное осознание себя как представителя всего человеческого рода приводит к игнорированию базисных общечеловеческих норм.

3. Часто для террористов, религиозных фанатиков характерен феномен сужения сознания. Действительность отражается фрагментарно, по жестким схемам восприятия. Информация воспринимается очень избирательно, в основном та, которая соответствует сложившимся упрощенным стереотипным представлениям, иная информация просто игнорируется.

Мы рассмотрели лишь некоторые аспекты взаимовлияния психологии и политики. В целом учет психологических аспектов политики должен служить гуманизации сферы политических отношений, делать политику более цивилизованной.

Вопросы для самопроверки

1. Как можно определить предмет политической психологии?
2. В чем вы видите основные отличия лидерства в малой группе и политического лидерства?
3. Какова структура Я-концепции политического лидера?
4. Как соотносятся понятия политический *PR* и политическая реклама?
5. Какие массовые социально-психологические явления играют существенную роль в политике?

Список рекомендуемой литературы

Основная

Букреев В. И. Человек агрессивный. (Истоки международного терроризма) / В. И. Букреев. М., 2011.

Галумов Э. А. Международный имидж России : стратегия формирования / Э. А. Галумов. М., 2011.

Гринберг Т. Э. Политические технологии. PR и реклама : учеб. пособие / Т. Э. Гринберг. М., 2012.

Забурдаева Е. В. Политическое консультирование в США и России / Е. В. Забурдаева. М., 2010.

Одайник В. Психология политики : Политические и социальные идеи К. Г. Юнга / В. Одайник. М., 2010.

Попова О. В. Политический анализ и прогнозирование : учеб. пособие / О. В. Попова. М., 2011.

Просветов Г. И. Пиар : учеб.-практ. пособие / Г. И. Просветов. М., 2011.

Ракитянский Н. Н. Личность политика. Теория и методология психологического портретирования / Н. Н. Ракитянский. М., 2011.

Селентьева Д. О. Политический имидж : учеб. пособие / Д. О. Селентьева. СПб., 2010.

Смыр Е. И. Политическое консультирование : технологический анализ / Е. И. Смыр. Ростов н/Д, 2011.

Юханов Н. С. PR-технологии и политическое консультирование в российской политике / Н. С. Юханов. М., 2010.

Дополнительная

Ольшанский Д. В. Основы политической психологии / Д. В. Ольшанский. Екатеринбург, 2001.

Политическая психология : учеб. пособие для вузов / под общ. ред. А. А. Деркача и др. М., 2001.

Почепцов Г. Г. Имиджелогия / Г. Г. Почепцов. М., 2000.

Психология и психоанализ власти : в 2 т. Самара, 1999.

Сознательное и бессознательное в социально-политических процессах современного российского общества. М., 1997.

Шестопал Е. Б. Психологический профиль российской политики 1990-х / Е. Б. Шестопал. М., 2000.

Тема 10
Власть как социально-психологический феномен

В научной литературе имеет место разнообразие представлений о власти, обусловленное ее многозначностью. В частности, А. Конфисахор выделяет следующие:

– сложный феномен, многогранное общественное явление;

– сфера активной деятельности, приложения сил, талантов, мастерства;

– возможная, желанная, но трудная профессия;

– область карьеры и карьеризма, реализации авантюрных наклонностей и тщеславия, воплощения милости, покровительства и жестокости;

– одно из всепоглощающих и вместе с тем тягостных человеческих влечений;

– широкий круг общения, взаимодействия, а вместе с тем и сфера соперничества, споров, конфликтов, тайной и явной острой борьбы, вражды; личных и коллективных побед и торжеств, неудач и поражений;

– нередко тяжелая ноша и бремя [см.: Конфисахор, с. 122].

В любом обществе наиболее полными формами осуществления власти могут быть названы господство, руководство, управление, организация и контроль:

• господство проявляется в подчинении (полном или частичном) одних людей другим;

• руководство осуществляется путем воздействия (прямого или косвенного) на людей в определенной сфере;

• управление использует предоставленные полномочия для поддержания задуманного (заданного) режима в конкретной сфере деятельности (по горизонтали или вертикали);

• организация обеспечивает регулирование, функционирование, субординацию и координацию элементов системы.

• контроль позволяет в соответствии с установками, принципами, нормами проверять и корректировать деятельность людей и областей, объектов жизни общества [см.: Платонов, с. 144].

В зависимости от проявления власть может классифицироваться:

– на основанную на нормах закона; принуждающую (насилием, наказанием или угрозой);

– вознаграждающую (системой поощрений, одобрения, покровительства и ненаказуемости);

– коммуникационную (опирающуюся на информирование, средства информации для регулирования отношений между людьми и их поведения);

– компетентную (влияющую профессионализмом, авторитетом).

В реальной жизни указанные формы, как правило, не выступают в чистом виде, а проявляются через их сочетание и взаимодействие. Особое значение имеет определение конкретных задач власти, т. е. проблем, подлежащих внимательному изучению, анализу и решению. Как пишет Ю. П. Платонов, в практике различают следующие задачи власти: политические, экономические, социальные, военные, культурные; внутренние и внешние; общегосударственные, региональные, местные; краткосрочные, долговременные, перспективные; стратегические, тактические, оперативные; правовые, организационные и т. д. [см.: Платонов, с. 145]. Важно учитывать, что многие виды власти имеют свою инфраструктуру, т. е. комплекс социально-политических и правовых органов, учреждений, силовых, информационных и иных структур, на которых базируется власть и которые содействуют ее существованию, функционированию и развитию. В их числе общественные движения, политические партии, государственный аппарат, средства массовой информации и т. д. В реальной жизни всегда в центре внимания стоит искусство власти, т. е. степень мастерства носителей власти и властных органов. Как ни различны группы и объединения, как ни разнообразны их масштабы, во всех без исключения сообществах людей можно найти сближающие, объединяющие их признаки (стремления к господству со стороны лиц, ставших лидерами, руководителями, организаторами и т. д.). Все сказанное позволяет говорить о многообразном, многоликом, универсальном феномене власти.

В литературе наиболее широко представлены следующие концепции и подходы к рассмотрению власти: биологический, антропологический, психологический, социологический и философский.

Биологический подход рассматривает власть как естественное состояние в обществе, предопределяемое самой природой. Власть не является специфичной только для человека, а имеет

предпосылки в биологической структуре, общей у человека и животных. Основа власти заключена в природе человека.

Антропологический подход имеет некоторые общие черты с биологическим подходом. В антропологическом подходе распространение власти происходит на все социальные образования. Все действия, опирающиеся на власть и авторитет, признаются политическими, и на этом основании говорится о существовании политической власти во всяком обществе. Носителями политической власти являются вожди, советы старейшин, собрания общины и т. д.

Психологический подход исследует власть под углом зрения восприятия ее человеком. Субъективное восприятие основывается либо на особых качествах непосредственного носителя власти, либо вытекает из особенностей психологической природы человека, которая у одних людей проявляется в чувстве слепого повиновения, а у других, наоборот, в чувстве неповиновения и непокорности всяким атрибутам внешнего воздействия. Власть понимается и как общественное, и как психологическое явление. В качестве общественного явления она подчиняется объективным законам, независимым от человеческих представлений и стремлений, и исходит из процесса общественного развития. Как психологическое явление власть существует в сфере переживаний и восприятий личности. Восприятие власти зависит от сложных, формируемых как под воздействием общества, его экономики и культуры, так и под воздействием всего уклада жизни, черт личности людей, над которыми власть осуществляется.

Социологический подход состоит в сведении власти к политическому влиянию одной социальной группы на другую. В его рамках выделяются следующие направления исследований:

• бихевиористское – власть является особым типом поведения, основанным на возможности изменения поведения других людей;

• телеологическое – власть толкуется как достижение определенных целей, получение намеченных результатов;

• инструменталистское – власть трактуется как возможность использования определенных средств, в том числе насилия;

• структуралистическое характеризует власть как особого рода отношение между управляющим и управляемым;

• функционалистское рассматривает власть под углом зрения осуществляемых ею функций;

• конфликтологическое определяет власть с точки зрения форм и методов разрешения политических конфликтов.

Философский подход во многом включает и объединяет в себе вышеуказанные подходы. Власть есть способность и возможность субъекта (личности, партии, класса, государства и т. д.) осуществлять свою волю, оказывать определенное воздействие на деятельность людей с помощью авторитета, права, насилия и других средств.

В философском подходе наиболее полно раскрываются основные методы осуществления власти: организация, убеждение, воспитание, контроль и принуждение. Согласно данному подходу власть – категория общественная, это волевое отношение между людьми; истоки власти лежат в условиях материальной жизни общества, в системе его экономических отношений. Политическая власть является особой разновидностью власти, одним из ее наиболее важных элементов; сущность политической власти образует господствующая воля того или иного класса или социальной группы; ядром политической власти служит власть государственная, определенным образом организованная и закрепленная в правовых и иных социальных нормах [см.: Конфисахор; Платонов].

В философской, психологической, социологической и политологической литературе проводится структурный анализ власти, выявляющий следующие аспекты:

• *Социальный.* Власть есть силовое отношение, выражающее реальное доминирование. Власть означает способность проявлять свободу действий согласно своим целям и своей воле, что в отношении объектов власти создает определенную систему ущемлений;

• *Психологический.* Власть есть отношение лидерства, оно устанавливается в межличностном взаимоотношении и взаимодействии, при котором обосабливаются ведущая и ведомая стороны, субъект и объект власти;

• *Гносеологический.* Власть есть целенаправленный способ проявления и реализации знаний. Основой ее служат знание и воля. В знании проявляется сознательный расчет действий и всех возможных последствий в заданных обстоятельствах. В воле оформляется жесткая подчиненность действий целям, целеустремленность и настойчивость. Знание и воля являются непременными атрибутами власти. Знание наделяет власть осмотрительностью, предсказуемостью и обоснованностью, а воля обеспечивает необходимую для достижения поставленных целей активность;

• *Организационный.* Власть есть ресурс, воплощающийся в наращивании порядка, уровня организации, организованности и регламентации жизни по всем параметрам. Порядок сковывает творчество и инициативу людей. Инициатива, не утвержденная властью, ищет собственные обходные пути, не получая на это санкции власти;

• *Политический.* Власть есть способ осуществления влияния, подчинения, принуждения в соответствии с фактическим или предполагаемым балансом сил в обществе, направленным на сохранение существующего положения вещей или его изменение.

Для власти необходимо рассмотрение проблемы морали, которая может определяться естественно-исторической обоснованностью и пониманием морали на уровне человека и общества, традициями, воспитанием, историей [см.: Конфисахор; Платонов].

Е. Вятр отмечает, что общее определение власти должно включать в себя следующие элементы:

1) в отношениях власти должно быть не менее двух партнеров, причем этими партнерами могут быть как отдельные граждане, так и группы граждан;

2) приказ субъекта власти, т. е. выражение им воли по отношению к объекту власти, сопровождается угрозой применения санкций в случае неповиновения выраженной таким образом воле;

3) подчинение того, над кем осуществляется власть, тому, кто ее осуществляет, т. е. подчинение приказу субъекта власти;

4) должны быть общественные нормы, устанавливающие, что отдающий приказы (субъект власти) имеет на это право, а тот, кого

эти приказы касаются (объект власти), обязан ему подчиняться [см.: Вятр, с. 112].

Рассматривая последовательно основные элементы этого определения, Е. Вятр отмечает, что власть – это возможность приказывать в условиях, когда тот, кому приказывают (объект власти), обязан повиноваться. Приказыванию и исполнению соответствует свой тип воздействия на поведение: если в отношениях нет элемента приказа и подчинения, то нет и элемента власти. Но сам факт отдачи приказа еще недостаточен для того, чтобы можно было судить о наличии отношений власти. Должно существовать убеждение, причем обоснованное, того, что приказание будет выполнено, что оно встретит повиновение. Власть не существует без повиновения, несмотря на то, что повиновение – явление относительное [см.: Там же, с. 114].

Лишь при наличии этих четырех элементов, необходимых для возникновения общественного отношения, считает Е. Вятр, можно говорить о власти и наблюдать данные отношения в самых различных случаях (в семье, на работе, в армии, школе и т. д.). Сформулированное определение Е. Вятр называет общим определением власти, охватывающим все общественные отношения, о которых можно сказать, что они имеют характер отношений, в основе которых лежит власть. Суть отношений власти составляет использование правомочий власти при организации групповых действий для достижения общей цели.

О власти как психологическом феномене, отмечает Е. Вятр, можно говорить в том смысле, что и осуществляющий власть, и подчиняющийся ей имеют определенные, общественно сформированные предпочтения [см.: Там же, с. 116]. Это приводит к следующему:

а) эти лица в большей или меньшей степени хотят занять положение в обществе, которое обеспечит им власть или позволит сохранить максимально возможную автономию по отношению к власти или, наконец, подчинит их чьей-либо власти;

б) они в большей или меньшей степени приспособлены к тому месту в иерархии власти, которое они занимают, и вследствие этого лучше или хуже выполняют функции, вытекающие из по-

литической роли, предписанной им (с их участием или без него) обществом.

Определяя таким образом психологическую природу власти, подчеркивается связь между психологической и общественной природой власти. Стремление к власти или уход от нее, лучшее или худшее приспособление к ней – это психологические явления. Фактический же доступ к власти, характер отношений власти, методы ее осуществления – это социальные явления, определяемые общественной системой в целом.

Е. Вятр отмечает, что согласно некоторым теоретическим концепциям принято считать, что всем людям свойственно стремление к власти, материальным благам, престижу и образованию. Неравный доступ к ним принимается за основу различий исходя из того, что каждая из ценностей служит объектом практически всеобщих стремлений. Власть в отличие от других ценностей возбуждает как положительные сильнейшие ощущения, выражающиеся в страстном стремлении к ней, так и не менее сильное отвращение, выражающееся в отрицании и уклонении от любых функций ее осуществления.

Рассмотрение системы мотивов, склоняющих людей добиваться власти и участвовать в ее осуществлении, приводит к их следующей классификации. Мотивы, лежащие в основе стремления к власти, могут быть эгоцентрическими и социоцентрическими (общественными). Под эгоцентрическими понимаются мотивы, которые концентрируются на собственной личности, под социоцентрическими – на благе широкой группы людей: нации, класса, человечества. Эти мотивы не обязательно должны исключать друг друга, хотя (как мы видим в повседневной жизни) достаточно часто исключают.

Необходимо выделять отношение человека к власти, которую он осуществляет и/или к которой стремится, как инструментальное и автономное.

Различие между этими видами состоит в том, что власть может цениться в силу либо ее собственных достоинств (автономное отношение) или исходя из того, чего можно достичь, обладая ею

(инструментальное отношение). Если при социоцентрических мотивах подход к власти всегда инструментален, то при эгоцентрическом подходе к мотивам стремления к власти проявляется как автономное, так и инструментальное к ней отношение.

Автономная мотивация проявляется в том, что власть ценят как таковую, а не из-за того, что она может что-то дать, отмечает Е. Вятр.

В то же время А. Г. Конфисахор считает данное утверждение несколько неточным, так как достижение власти ради господства над другими – это уже не автономная мотивация, а именно инструментальная, так как именно получение власти дает возможность господствовать над другими, т. е. соответствует понятию инструментальной мотивации [см.: Конфисахор, с. 111–115].

В дополнение к предложенной психологической классификации необходимо использовать классификацию Б. Рассела. Он считал, что без власти не может обойтись ни отдельный человек, ни общество в целом. Общественная жизнь нормально функционирующего общества невозможна без устойчивой и предсказуемой системы отношений между ее членами и социальными группами.

Власть носит естественный характер и должна определяться как производство намеченных результатов. Б. Рассел полагал, что в природе каждого человека заложено стремление к власти и к славе, и предложил классификацию людей по типам отношений к власти:

1) имеющих такие определяющие черты характера, как настойчивость в достижении цели, вера в собственные силы, целеустремленность, и открыто проявляющих свое стремление к власти;

2) обладающих робостью, склонностью к подчинению другим, неуверенностью в себе, в своих силах и возможностях;

3) ведущих себя ситуативно: в одних случаях стремящихся к власти, в других – к подчинению другим;

4) имеющих мужество отказаться от подчинения другим, не желающих командовать, стремящихся уйти от политики и не участвующих в ней. Они ищут и находят приложение собственным силам в науке, искусстве, творчестве [см.: Конфисахор, с. 172].

Мотив власти может быть связан со стремлением использовать власть ради нее самой. В этом случае мотивирующим является не столько чувство власти, сколько желание сделать ее ощутимой для другого, оказать влияние на его поведение. Простое обладание источниками власти и сообщаемое ими ощущение власти может быть конечной целью, достижение которой само по себе, без всякого применения власти к другому человеку, приносит удовлетворение. С точки зрения получения удовлетворения от власти чувство обладания ею более значимо, чем воздействие на других людей. Стремление к власти ради власти без ее использования может быть одной из форм компенсаторного мотива, хотя и не доведенного до полного развития. С другой стороны, потребность во власти предполагает, что она может быть не только компенсаторной, но и инструментальной, т. е. власть может быть желанна для удовлетворения и других личностных потребностей, таких как потребность в достижении, потребность в аффилиации, принадлежности к группе и получении одобрения, потребность в контроле над событиями и людьми.

Каждый человек, по мнению Б. Рассела, изначально наделен двумя связанными, но не тождественными страстями: стремлением к власти и славе. Обе страсти ненасытны и бесконечны и играют важнейшую роль в политической истории. Поэтому, как пишет Б. Рассел, человеческий мотив должен быть включен в исследование причинных законов развития общества, так как страстное желание является главным мотивом, производящим изменения, которые должна изучать общественная наука. Б. Рассел не утверждает, что человеческая страсть к власти и славе является единственным главным законом, объясняющим социально-политический процесс. Исследуя одну часть властных отношений, а именно индивидуальную мотивацию, он стремится раскрыть «психологию власти», которая в индивидуальном измерении может пролить свет на психологию лидерства [см.: Хекхаузен, с. 162].

Бюрократия – власть уполномоченных над неуполномоченными. Бюрократов ругают всегда и везде. Но все прекрасно понимают, что без аппарата – чиновного люда, сосредоточившего в своих

руках обслуживание и распоряжение механизмами власти, прожить в обществе нельзя. Но в соответствующей обстановке возникают условия перерождения аппарата, утрачивающего вторичный, обеспечивающий характер и приобретающего первичный статус. К таким условиям можно отнести:

а) формализм, т. е. следование в первую очередь букве инструкции без учета реальных обстоятельств и жизненных интересов;

б) волокиту, т. е. затягивание всяких дел либо в силу несостоятельности, либо умышленного вымогательства;

в) казенщину, т. е. наблюдение за работой по видимости, с соблюдением всяких абсолютно несущественных мелочей в ущерб практическому делу;

г) волюнтаризм, мздоимство, лихоимство, коррупцию.

Невозможно не сослаться при описании бюрократии и чиновников на С. Н. Паркинсона (1988). Он, в частности, пишет, что количество служащих и объем работы не связаны между собой. По закону Паркинсона, число служащих возрастает независимо от того, уменьшилось, увеличилось или вообще исчезло количество дел. И далее он приводит два аксиоматических положения:

1) чиновник множит подчиненных, но не соперников;

2) чиновники работают друг для друга.

Наукократия – власть знающих над незнающими. Как отмечалось выше, человечеству и человеку на протяжении всей истории приходится бороться за свое существование. От природы человек практически не приспособлен для жизни в физической среде обитания, не в состоянии защититься от враждебного животного мира, добывать пищу, строить качественное жилье. Но природа дала ему одно преимущество – понимать существо закономерностей окружающего мира. Изощренная приспособляемость человека к выживанию в мире достигается за счет мощных компенсационных механизмов, приспосабливающих для достижения своих интересов сильные и слабые стороны противников. Вся история взаимоотношений человека с окружающей действительностью – подтверждение тезиса Дж. Лассуэлла о том, что власть – это компенсация неполноценности. И это положение не должно рассматри-

ваться как оскорбление. Компенсация неполноценности – стремление достичь поставленной цели за счет специально организованного поведения, используя то, что природа дала человеку, и находя новые алгоритмы действий.

Технократия – власть умеющих над неумеющими. Влияние технократов присутствует во всех сферах политической и общественной жизни. И зачастую в опосредованных формах. Власть технократов и их влияние иногда даже не осознаются. Приведем пример: США создали атомную бомбу и провели ее испытание, доказав этим превосходство своих технократов и наукократов над всеми остальными. Как это повлияло на процессы, происходящие в СССР, на жизнь простых людей? Повлияло таким образом, что на многие десятилетия политика нашей страны была направлена на достижение научного, интеллектуального, технического и технологического уровня, обеспечивающего достижение военного паритета. И это, естественно, существенно изменило всю структуру общественных отношений, сказалось на уровне жизни, позволило раскручивать идеологическую работу, проводить антиамериканскую политику. Влияние наукократов и технократов на политические процессы, происходящие в обществе, необходимо рассматривать в паре, так как зачастую технократы претворяют в жизнь то, над чем работают наукократы.

Демократия – власть большинства над меньшинством. Традиционно принято считать, что демократия есть лучшее устройство государства. Но еще Б. Рассел отмечал, что не следует надеяться на то, что меньшинство, представляющее интересы большинства, будет о нем (большинстве) заботиться. Существует вполне реальная опасность индивидуальной власти, за которой стоят льстецы, интриганы, вокруг лидеров находятся менее заметные люди, оказывающие на лидеров непосредственное влияние. Будут ли они заботиться об интересах большинства? Вряд ли. Тем более сейчас прекрасно известно, что выборы сопряжены с огромными финансовыми затратами и зачастую победу обеспечивают именно финансовые возможности.

Можно отметить и то, что в периоды политических инноваций, изменения существующего строя и политического курса государства демократия приводит к анархии, нарушению вертикальной структуры властных отношений и в конечном счете к разрушению государства вплоть до потери государственной целостности.

Это положение отмечает и К. Г. Юнг, который считает, что демократия пригодна не для любых условий и не является идеальной формой государственного устройства. Для него ближе точка зрения на взаимоотношения между индивидом, обществом и государством, согласно которой неразумно насаждать демократию декретами там, где для нее нет исторической, социальной и политической базы.

Автократия – власть сильных над слабыми. Как мы уже неоднократно отмечали, власть не является насилием, хотя именно с ним ассоциируется в первую очередь. В природе человека заложено не только стремление властвовать над другими, но и быть необходимым для других людей, помогать им, становиться полезным. Эта тенденция заставляет искать другого человека, того, кого надо слушаться, кому подчиняться, кем руководствоваться.

Плутократия – власть имеющих над неимеющими. Общественное мнение вынуждает плутократов избегать явных и открытых попыток завоевать политическую власть. Но влияние плутократов на политические процессы, происходящие в обществе, очень велико. Наиболее известные методы – лоббирование интересов банкиров, промышленников, представителей ВПК. Финансовую поддержку на выборах своим кандидатам обеспечивают плутократы. Власть плутократов чрезвычайно велика, хотя и проявляется достаточно часто в неявной, скрытой форме.

Партократия – власть организованных над неорганизованными. Политические партии являются носителями моделей устройства власти, и избежать партийности, самого факта появления и существования партий, их влияния на жизнь общества невозможно. Эти структуры берут на себя функции проектировать механизмы власти, производить их и эксплуатировать. Отношения к поли-

тическим партиям простираются от полнейшего пренебрежения ими до абсолютного почитания.

Райтократия – власть пишущих над читающими. В настоящее время общество перешло из века постиндустриального в информационный. Вся информационная среда, в которой находится человек, является на 100 % искусственной. Люди знают и понимают только то, что было заранее подготовлено и предъявлено им райтократами. Это же положение относится и к политическим лидерам. Они также находятся во власти райтократов, используя ту информацию и те сведения, которые подготовили для них райтократы. В книге «Введение в политическую психологию» А. И. Юрьев описал механизмы искажения информации райтократами, в результате чего становится возможной полная дезориентация субъектов и объектов власти [см.: Юрьев, с. 166–169].

Для обладания и осуществления власти субъект должен обладать необходимыми ресурсами и источниками и быть способным использовать их для достижения своих целей. Также в качестве условий реализации политической власти должны выступать возможность мобилизации ресурсов и готовность применить их в нужный момент. Эти условия относятся прежде всего к возможности реализации политической власти.

В настоящее время существует классификация источников власти, предложенная Х. Хекхаузеном и принятая в отечественной психологии [см.: Хекхаузен, с. 128]. Выделяются следующие источники власти и даются их характеристики:

1. *Власть вознаграждения*. Ее сила определяется ожиданием объекта власти того, в какой мере субъект в состоянии удовлетворить один из его (объекта) мотивов и насколько субъект поставит это удовлетворение в зависимость от желательного для него поведения объекта власти. Власть, основанная на вознаграждении, оказывает влияние через положительное подкрепление с целью добиться желаемого поведения. В контексте мотивационной теории ожидания объект представляет, что имеется вероятность получения прямого или косвенного вознаграждения, которое удовлетворит активную потребность, и что объект способен сделать то, чего

ждет от него субъект. Вознаграждение должно восприниматься субъектом как достаточно ценное и значимое для него, а задачей субъекта является создание мнения о том, что он обладает именно этим ресурсом. Власть вознаграждения в политике практически не применяется, хотя использование этого источника власти является одним из самых эффективных в управлении поведением человека.

К недостаткам использования власти вознаграждения необходимо отнести сложность выявления ведущего мотива объекта власти со стороны субъекта. На этом недостатки заканчиваются.

К достоинствам необходимо отнести то, что при правильном определении ведущего мотива затрачиваемые субъектом ресурсы могут быть минимальными. При использовании власти вознаграждения объект стремится находиться в поле действия субъекта вплоть до полной идентификации себя с ним. Широко известное выражение «Ничто не стоит нам так дешево и не ценится так дорого, как вежливость» относится как раз к власти вознаграждения.

2. *Власть принуждения*. Определяется ожиданием со стороны объекта той меры, в какой субъект способен наказать его за нежелательные для него действия, фрустрацией того или иного мотива и того, насколько субъект сделает неудовлетворение мотива зависящим от нежелательного поведения объекта власти. Принуждение заключается в том, что пространство возможных действий объекта власти в результате угрозы наказания суживается, создается угроза фундаментальным потребностям: выживанию или защищенности, потере любви и уважения. Страх является причиной того, почему люди – сознательно или бессознательно – позволяют на себя влиять. Это самый часто применяемый и в политике, и в повседневной жизни источник власти. Традиционное выражение «Не пора ли власть употребить?» подразумевает в первую очередь применение силы или угрозу ее применения по отношению к оппонентам.

К достоинствам власти принуждения можно отнести, во-первых, возможность получения субъектом быстрого результата и, во-вторых, использование власти принуждения соответствует

нашим представлениям о власти, является ее естественным проявлением.

Недостатков использования власти принуждения значительно больше. Во-первых, оно предрасполагает к ответным действиям со стороны объекта. При этом необходимо правильно рассчитать ресурсы на случай того, если объект не будет вести себя должным для субъекта образом. Если ресурсы окажутся недостаточными, то больше потеряет (авторитета, влияния) именно субъект, при том что независимость и самоуважение объекта могут существенно вырасти. Объект принуждения постоянно будет стремиться выйти из поля действия субъекта. Использование власти принуждения требует от субъекта больших ресурсов, так как необходимо контролировать все сферы жизни объекта: деятельность и поведение, чувства и эмоции, отношение и т. д.

3. *Нормативная власть.* Субъект власти имеет право контролировать соблюдение определенных правил поведения и в случае необходимости настаивать на них. Нахождение в иерархии властных отношений подразумевается должностным положением самого носителя власти и обязательным подчинением, установленным правилам и нормам объекта власти. В литературе иногда используется термин «влияние через традиции». Субъект власти пользуется традицией для удовлетворения потребности объекта в защищенности и принадлежности. Нормативная власть имеет специфическое преимущество, в отличие от других источников власти, – безличность. Объект власти реагирует не на конкретного человека, а на должность, и это обстоятельство повышает стабильность системы, так как она не зависит от жизни и способностей конкретного субъекта власти. Другой особенностью являются быстрота и предсказуемость влияния с помощью норм, законов, единых и принятых для всех членов общества алгоритмов поведения.

К недостаткам этого вида власти можно отнести то, что следование некогда установленным традициям без учета происходящих изменений может привести к застою. Отметим также, что эффективное функционирование нормативной власти присуще обществам с установившимися традициями и демократической историей.

Для современной России, к сожалению, нормативная власть не стала эффективной, в чем вина, в первую очередь, субъектов власти. Законы не работают, не соответствуют ожиданиям людей и зачастую направлены не на улучшение условий жизни.

4. *Власть эталона.* Основана она на идентификации объекта с субъектом, желании объекта быть похожим на субъект власти по различным параметрам и характеристикам (основания могут быть различными – личностными и психологическими, профессиональными и моральными и т. д.). Власть эталона соответствует понятию харизматической власти. Харизма – власть, построенная не на логике, не на нормах и традициях, а на силе личностных качеств или способностей лидера. Харизматическая власть определяется отождествлением объектов власти с лидером, влечением к нему, а также потребностью объекта в принадлежности и уважении. Харизматическая власть, в отличие от нормативной, в своей основе имеет психологические особенности и качества субъекта.

Приведем некоторые характеристики харизматической личности:

1) обмен энергией: харизматическая личность излучает энергию и заряжает ей окружающих;

2) внешность: харизматический лидер не обязательно красив, но привлекателен, обладает обаянием, прекрасно держится;

3) независимость характера: в своих стремлениях он не полагается на других, уверен в себе, в своей миссии, не оглядывается на традиции и устоявшееся общественное мнение;

4) хорошие риторические способности: умеет хорошо говорить, обладает высокой способностью к межличностному общению, чрезвычайно убедителен, способен заразить своими идеями, увлечь за собой;

5) восприятие восхищения своей личностью: чувствует себя комфортно, когда другие выражают ему свое восхищение, он буквально питается восхищением окружающих, что является для него огромным стимулом;

6) достойная и уверенная манера держаться: всегда выглядит собранным, владеющим ситуацией, не теряется при различных изменениях и наступлении неожиданных событий.

5. *Власть знатока.* Ее сила зависит от величины приписываемых субъекту власти со стороны объекта особых знаний, умений, навыков, относящихся к сфере того поведения, о котором идет речь. При реализации власти знатока решающую роль имеют эмоциональные отношения, сложившиеся между субъектом и объектом власти. Если они имеют положительную или нейтральную окраску, то в этом случае становится возможным использование этого источника власти для влияния на объект. При отрицательном отношении, несмотря даже на то, что субъект власти будет по объективным данным обладать особыми знаниями, умениями и навыками, из-за негативного отношения к субъекту власть знатока реализована не будет. К достоинствам власти знатока необходимо отнести то, что возможно быстрое достижение необходимого для субъекта результата без затрат ресурсов.

6. *Информационная власть.* О ее наличии можно говорить в том случае, когда субъект владеет информацией, способной заставить объект власти увидеть последствия своего поведения в новом свете. В повседневной жизни примером информационной власти выступают шантаж, компромат и т. д.

Как видно из вышеизложенного, список Х. Хекхаузена дополняет и углубляет классификацию, предложенную Дж. Френч в 1960 г. и Б. Рейвеном в 1991 г. Приведенный список источников власти является полным и включает в себя классификации, предложенные другими исследователями.

Изучение властных отношений связано со значительными трудностями, которые обусловлены в первую очередь тем, что власть может относиться к индивиду, группе и организации в целом. Поэтому в работе С. С. Фролова выделаются три основных подхода к определению сущности власти [см.: Фролов]:

1. Признание власти как неотъемлемого, имманентного личностного атрибута, существование которого обусловлено особенностями внутренней структуры личности.

Этот подход основывается на теории З. Фрейда, в соответствии с которой основания власти определяются особенностями подсознания человека – взаимодействиями активного сознания (Я или эго),

бессознательного (Оно) и культурного влияния на человеческое Я (сверх-Я). Основу этого психологического подхода к пониманию власти составляет стремление индивида к удовольствию, что заставляет его с неизбежностью идти на уступки другим людям для удовлетворения своих потребностей и желаний.

2. Трактовка власти как специфического типа межличностных отношений.

Исследователи концентрируют внимание на взаимодействующих личностях, составляющих специфические отношения. Наиболее характерно для данного подхода определение власти, данное Р. Далем, который считает, что власть – это такие отношения между социальными единицами, когда поведение одной или более единиц (ответственные единицы) зависит при некоторых обстоятельствах от поведения других единиц (контролируемые единицы). Здесь внимание акцентируется на социальных единицах, затем на отношениях между ними, а влияние социальных структур на эти отношения практически не учитывается.

3. Признание власти только как свойства социальной системы, когда она рассматривается в качестве необходимого атрибута структуры организации, представляемой в виде социальной системы.

В рамках этих концепций наиболее распространено определение власти М. Вебера, который рассматривал власть как «возможность волевого преобразования социальных отношений субъектом вопреки сопротивлению независимо от того, в чем эта возможность выражается» [цит. по: Вятр, с. 112]. При таком подходе из поля зрения полностью выпадает то влияние на отношения власти, которое оказывает культура организации и многие другие факторы.

Анализ управленческой литературы показывает, что власть – это возможность влиять на поведение других [см.: Там же, с. 115].

Изучая роль власти в развитии или деформации личности руководителя, необходимо рассмотреть психологические механизмы власти и то, каким образом она влияет на поведение людей. Определяя критерии власти и раскрывая ее многозначность, выделяют следующие специфические признаки власти:

• способность, право и возможность распоряжаться кем-либо и/или чем-либо;

• оказание решающего воздействия на судьбы, поведение и деятельность, нравы и традиции людей с помощью различного рода средств – закона, права, авторитета, воли, суда, принуждения;

• политическое господство над людьми, их общностями, организациями; над странами и группировками; создание системы государственных органов;

• лица, органы, облеченные соответствующими государственными и административными полномочиями или обладающие разного рода влиянием, полномочиями по обычаю и/или присвоившие их себе.

Рассматривая психологические функции власти, А. И. Юрьев отмечает, что психологическая природа власти такова, что субъект власти (как и объект) живет в условиях одновременного и совместного воздействия на него разнородных ее факторов [см.: Юрьев, с. 128].

Дж. Лассуэлл в 1960 г. разработал гипотезу, согласно которой отдельные люди обладают необычайно сильной потребностью во власти и/или других личностных ценностях как средствах компенсации неудовлетворенных базовых потребностей. По мнению автора, проявляющаяся во все более сильной форме потребность во власти имеет компенсаторное происхождение: обладание властью психологически компенсирует ущербность, фрустрацию, испытываемую личностью [см.: Конфисахор, с. 143].

Проблема компенсации реальных и воображаемых дефектов личности была рассмотрена А. Адлером, который сделал центральным объяснительным принципом своего учения о личности «волю к власти». Согласно «индивидуальной психологии» стремлением к совершенству, превосходству и социальной власти субъект пытается компенсировать обусловленный своей конституцией дефицит власти, воспринимаемый как недостаточность своих способностей и переживаемый как комплекс неполноценности. При этом неудовлетворение базовых потребностей может компенсироваться определенным образом:

• чувство собственной незначительности (потребность в самоуважении) замещается чувством уникальности;

• чувство моральной неполноценности (потребность в социальных связях и самоуважении) вытесняется чувством превосходства;

• чувство слабости (потребность в безопасности и самоуважении) компенсируется чувством обладания высшей силой;

• чувство посредственности (потребность в самоактуализации) заглушается чувством обладания высшими способностями;

• чувство интеллектуальной неадекватности (потребность в самоуважении и в самоактуализации) нивелируется чувством интеллектуального превосходства и компетентности [см.: Конфисахор, с. 147–149].

В порядке компенсации политический лидер старается найти себе сферу деятельности, в которой он может продемонстрировать свою компетенцию и достоинство. Важность таких процессов для лиц, страдающих от низкой самооценки, очевидна. Достижение компенсации в данной сфере деятельности создает для личности «поле», в котором политический лидер функционирует достаточно продуктивно и автономно (это «поле» свободно от вмешательства других), возможно, агрессивно и самонадеянно, чтобы достичь личностного равновесия.

Политики, воплощающие компенсаторную мотивацию в «чистом», законченном виде, обычно легко распознаются общественным мнением (или хотя бы наиболее проницательной его частью) и как бы выделяются им в особую категорию. Таких деятелей отличают явные черты поведения: цинизм, вероломство, неразборчивость в средствах, жестокость. В политологии и политической психологии их относят к «макиавеллическому» типу лидеров. Современные американские исследователи разработали коэффициент измерения уровня макиавеллизма, основанного на таких показателях, как слабая роль эмоций в межличностных отношениях, пренебрежение конвенциональной моралью, отсутствие идеологических убеждений, наслаждение от манипулирования другими людьми.

Можно сказать, что любая из базовых потребностей может привести к формированию потребности более высокого порядка –

специфической потребности во власти, хотя этот факт и не всегда осознается самим человеком. Но, наблюдая за его поведением, можно обнаружить такое скрытое стремление к власти.

Мотив власти может быть связан со стремлением использовать власть ради нее самой. В этом случае мотивирующим является не столько чувство власти, сколько желание сделать ее ощутимой для другого, оказать влияние на его поведение. Простое обладание источниками власти и сообщаемое ими ощущение власти может быть конечной целью, достижение которой само по себе, без всякого применения власти к другому человеку, приносит удовлетворение. С точки зрения получения удовлетворения от власти чувство обладания ею более значимо, чем воздействие на других людей. Стремление к власти ради власти без ее использования может быть одной из форм компенсаторного мотива, хотя и не доведенного до полного развития. С другой стороны, потребность во власти предполагает, что она может быть не только компенсаторной, но и инструментальной, т. е. власть может быть желанна для удовлетворения и других личностных потребностей, таких как потребность в достижении, потребность в аффилиации, принадлежности к группе и получении одобрения, потребность в контроле над событиями и людьми.

Например, люди могут не воспринимать свою или чужую деятельность как прямое и явное стремление к власти, считает Дж. Лассуэлл (1960), а просто хотят чего-либо – выиграть схватку, сделать карьеру, принять и осуществить решение, но за всем этим стоит стремление к власти. При этом нет неудовлетворения основных базовых потребностей, поэтому не требуется компенсация. Здесь, скорее всего, идет количественное развитие базовых потребностей, и обладание властью позволяет удовлетворить эти возросшие потребности. Именно поэтому такое стремление к власти может быть только осознанным (хотя и не требует осознания самих потребностей). Если же человек сознательно не декларирует свою настойчивость как стремление к власти, то это можно определить по уже упомянутым нами шести признакам.

Отметим, что как бы ни классифицировались мотивы стремления к власти, все они, как правило, не являются взаимоисключающими; все или почти все могут сочетаться в психике одного и того же человека.

Одна из исследуемых проблем мотивации власти – роль общественных убеждений человека, т. е. мировоззренческого или идеологического фактора, а также причин, не сводимых к личным, эгоистическим базовым побуждениям. Соотношение личных и общественно-политических мотивов в психике и деятельности политиков носит ярко выраженный индивидуальный характер.

С. Каверин отмечает, что потребность власти является обязательно и необходимо присущей каждому человеку. Если человек не может обойтись без материально необходимых средств жизнеобеспечения, без ориентировки в среде и свободы действий, без механизма социального сравнения, без применения вариантов поведения через «играние» ролей и, наконец, без мыслей о результатах этих «примерок» и их последствиях для жизненного пути, то и потребность власти как интегратор этих необходимых тенденций должна быть признана всеобщей. Интенсивность потребности власти неодинакова у разных людей и зависит от различных факторов, в том числе от типа нервной системы.

Получить, завоевать и добиться власти намного проще, чем ею распоряжаться и удержать. Необходимо встраиваться в высокий темп жизни, ее изменений, формировать инструменты контроля, осуществлять прямую и косвенную регуляцию взаимодействия людей и системы общественных отношений, поддерживать оптимальный режим общественного существования.

Э. Канетти в 1997 г. дал наглядный пример выражения действий власти, проводя параллель с действиями дирижера. Дирижер стоит в одиночестве. Он находится на возвышении, хорошо видимый оркестру и залу. Все – и оркестранты, и слушатели – подчиняются его движениям, приказания отдаются движениям руки или руки и палочки. Дирижер – вождь всех собравшихся в зале. Он видит весь оркестр, и каждый, в свою очередь, чувствует и знает, что он его видит и слышит. Дирижер всеведущ, ибо каждый из музы-

кантов знает лишь свою партию, а дирижер – всю партитуру. Он точно знает, что позволено каждому в определенный момент и что делает каждый в данный момент. Он видит и слышит каждого в любой момент, что дает ему свойство вездесущности. Он управляет всеми сторонами морального мира, мановением руки разрешает то, что должно произойти, и запрещает то, что не должно. Он «разворачивает» весь сценарий (партитуру) в его одновременности и последовательности, становясь владыкой мира [см.: Платонов, с. 148].

Отношение к власти, ее восприятие людьми субъективно и зависит от того, в каком образе власть и властители будут представлены в сознании человека, с чем ассоциироваться, какие вызывать эмоции и т. д. От сложившегося отношения к власти зависит ее эффективность, устойчивость, успешность и в конечном итоге возможность власти добиться поставленных целей. Решить эти и многие другие задачи возможно только тогда, когда наряду с другими средствами будут реализовываться «принципы эффективности» политической власти.

Э. Тоффлер выделяет постулаты власти и отмечает, что власть является не конкретным явлением, а выступает необходимым аспектом всех без исключения отношений между людьми. Она неизбежна и нейтральна, в ней нет ни хорошего, ни дурного. Властные отношения присущи всем общественным отношениям и человеческим взаимоотношениям. В действующую «систему власти» включены все, и никто от нее не свободен. Власть, в отличие от любой другой области человеческой деятельности, имеет определенную особенность – когда один человек утрачивает власть, ее не обязательно получает другой. В любом сообществе система власти последовательно дробится на все меньшие и меньшие подсистемы. Они связаны между собой и с более крупными системами, частью которых они являются, а люди входят во многие различные, хотя и связанные между собой подсистемы власти. Отношения между людьми постоянно меняются, то же происходит и с властными отношениями. У людей есть потребности и желания, и тот, кто может их удовлетворить, обладает властным потенциалом. Социальная власть используется для обеспечения людей жела-

тельными или нужными ценностями и впечатлениями, равно как и для отказа в таковых [см.: Конфисахор, с. 147].

Реализация властных функций является необходимым условием управленческой деятельности, что со временем может приводить либо к профессиональному развитию руководителя, либо к изменению структуры личности и деятельности и развитию у него профессиональных деформаций. Рассмотрим это на примере личности руководителя образовательного учреждения.

Влияние власти на профессиональное развитие руководителя обусловлено самим содержанием его деятельности и выполнением целого ряда управленческих функций [см.: Адлер, с. 221].

Административная функция является наиболее важной в деятельности руководителя, так как направлена на координацию профессиональной деятельности каждого члена коллектива в рамках одной общей, коллективной деятельности. Специфика этой функции заключается в структурированности и целостности усилий членов коллектива организации в достижении общих целей. Реализация административной функции развивает способность и готовность руководителя самостоятельно организовывать профессиональную деятельность коллектива на основе ее планирования и оценки.

Целеполагающая функция связана с определением приоритета оперативных и тактических целей коллективной деятельности, определения методов и средств их достижения. Реализация этой функции требует от руководителя умения учитывать особенности современного управления, способности находить правильное и адекватное решение в конкретной ситуации. Неспособность руководителя к выполнению этой функции приводит к дезорганизации деятельности коллектива. Поскольку целеполагающая функция руководителя заключается в планировании и прогнозировании коллективной деятельности, наиболее эффективным руководителем оказывается тот, кто способен осуществлять оптимальный выбор из ряда возможных решений на основе прогностической оценки ситуации.

Дисциплинарная функция связана с необходимостью поддержания в коллективе в процессе совместной профессиональной дея-

тельности должной результативности выполнения каждым работником своих функционально-ролевых обязанностей, а также следования принятой в организации корпоративной культуре. В выполнении дисциплинарной функции наиболее отчетливо проявляется ориентация на единоначальное или коллегиальное решение вопросов; мера применения тех или иных методов воздействия характеризует личность руководителя. В процессе выполнения этой функции востребованной становится не только способность руководителя к самостоятельному выбору методов и способов решения профессиональных задач, но и принятие ответственности за свои действия.

Экспертно-консультативная функция связана прежде всего с профессиональной компетентностью руководителя. В процессе реализации профессиональной деятельности руководитель обычно является тем лицом, к которому чаще всего обращаются сотрудники (или должны обращаться) как к источнику достоверной и надежной информации или как к наиболее знающему человеку, ведь именно руководитель является проводником корпоративной информационной политики в своей среде. Таким образом, активная работа с информацией различного характера, ее отбор, оценка и систематизация инициируют активное развитие познавательной компетенции руководителя.

Коммуникативно-регулирующая функция предполагает регулирование через систему коммуникативных связей в коллективе функционально-ролевых взаимоотношений. Реализация этой функции требует от руководителя давать необходимые разъяснения тем или иным управленческим решениям, развивая способность к сотрудничеству, ведению дискуссий, восприятию критики, готовность к согласованным действиям, направленным на достижение поставленных целей.

Функция представительства. Важную роль в жизнедеятельности любого коллектива играет представительство его руководителя во внешних организациях, участие в экспертных советах, вхождение в состав жюри различных профессиональных конкурсов, выставок и т. д. Важную роль в осуществлении этой функции играют

профессиональная компетентность, опрятный внешний вид, спокойная манера поведения, уважительное отношение к своим товарищам, сдержанность в общении, четкое и ясное изложение своих мыслей. Успешное осуществление функции представительства является одним из условий авторитета руководителя организации.

Важнейшим условием выполнения *воспитательной функции* руководителем является формирование и развитие коллегиальности в деятельности, максимальной включенности каждого члена коллектива в деятельность, создание морально-психологического климата, основанного на деловом сотрудничестве и взаимопомощи. Успешное осуществление данной функции инициирует развитие у руководителя социально-коммуникативной компетентности, что проявляется в высоком уровне развития межличностных отношений в коллективе и их положительной эмоциональной окраске.

Психотерапевтическая функция раскрывает умение руководителя предотвращать и оперативно решать возникающие в коллективе конфликтные ситуации и устранять стресс-факторы. Эта сторона руководства в значительной степени влияет на результативность деятельности, повышая ее управленческо-воспитательный потенциал, предотвращая развитие в коллективе деструктивных конфликтов.

Таким образом, реализация всех управленческих функций обеспечивает развитие личности руководителя: формируется управленческая компетентность, развиваются профессионально важные качества – организованность, ответственность, целеустремленность, формируется профессиональная позиция руководителя.

Вместе с тем Р. М. Грановская пишет, что «характер деформации может определять не только профессия, но и высокое должностное положение. Обладание властью может приводить к деформации, когда отсутствуют действенные обратные связи – общественный контроль и критика. Руководящий работник, постоянно отдающий приказы, подвержен опасности возникновения чувства превосходства, высокомерия, несамокритичности, отсутствия чувства юмора и понимания шуток в свой адрес; исчезает простота в общении, появляется спесь. Административная деятельность, строгая приверженность к правилам и распорядкам, часто доста-

точно формальным, способствуют иногда общему обеднению их эмоциональной сферы, формализму, сухости в личных взаимоотношениях» [Грановская, Крижанская, с. 116]. Следовательно, реализация властных полномочий может оказывать и деформирующее воздействие на личность руководителя.

Власть выступает в качестве психологического барьера при условии манипулятивного использования руководителем образовательного учреждения управленческих ресурсов. В этом случае целью управленческого воздействия становится подчинение своей власти, руководитель начинает получать удовлетворение не от достижения образовательным учреждением высокого качества образования, а от самого процесса подавления воли своих сотрудников.

Рассмотрим управленческие ресурсы с точки зрения их манипулятивного потенциала.

Реализация всех управленческих функций предполагает использование в качестве мотивационного средства вознаграждение, которое может выступать в различных формах: зарплаты, премий, повышения в должности, награждения статусными символами (народный учитель РФ, заслуженный учитель РФ), похвалы, выражения признательности со стороны руководства, предоставления возможностей для учебы, улучшения условий труда и т. д. Мотивом подчинения в этом случае является удовлетворение разнообразных потребностей и интересов педагогов. Заинтересованность побуждает подчиненных к добровольному выполнению распоряжений, делает излишним контроль и применение негативных санкций. Вознаграждение выступает ведущим основанием власти в организации, поскольку оно связано с главной целью трудовой деятельности: получением средств для удовлетворения важнейших потребностей человека. Соответствующий вид власти, а именно власть через вознаграждение, обладает максимальной эффективностью в том случае, если награда воспринимается как заслуженная и справедливая.

Наряду с вознаграждением в арсенале руководителя образовательного учреждения имеется ресурс наказания в форме снижения зарплаты, лишения премий, понижения в должности, перевода

на другое место работы с худшими условиями труда, выговор, порицание, критика, увольнение и др. Власть через наказание основана на страхе перед санкциями. Наказание обычно действует как потенциальная угроза или возможность его применения. Сила власти, базирующейся на страхе, прямо пропорциональна тяжести наказания и обратно пропорциональна вероятности избежать его в случае непослушания. Такая власть имеет тенденцию к ослаблению вследствие естественного стремления людей избавиться от этого неприятного эмоционального состояния. Работа, мотивированная наказанием, обеспечивает только минимальную производительность труда и результаты, достаточные лишь для того, чтобы избежать санкций. Педагогическая деятельность выполняется только в рамках должностных инструкций, инновационная активность практически отсутствует. На наш взгляд, наказание эффективно только тогда, когда оно воспринимается педагогами как справедливое и опирается на авторитет общепринятых норм и ценностей.

Следующим управленческим ресурсом выступает доступ к информации. Информационная власть может иметь не только личный, но и позиционный характер, т. е. может быть связана как с индивидуальным обладанием определенными сведениями, так и с контролем над средствами их получения и передачи, над информационными потоками в целом в силу занимаемых позиций (должности). В случае информационной власти основанием подчинения служит не только деловой авторитет, но и обеспечение необходимой информацией или ограничение доступа к ней. Информационная власть способна служить не только распространению объективных сведений, но и манипулированию, т. е. управлению сознанием и поведением людей вопреки их интересам, а нередко и воле, путем использования специальных методов обмана.

В ряде случаев власть базируется на подражании и идентификации сотрудников и руководителя. Это преимущественно эмоциональная связь субъекта и объекта власти, которая проявляется в формировании у них чувства единства, в стремлении сотрудников понравиться руководителю, брать с него пример, копировать поведение. В этом случае достигается максимальная сила власти,

руководитель воспринимается подчиненными как их представитель и защитник, а его распоряжения – как общее, важное для всех дело. Максимальный уровень подражания и идентификации с руководителем приводит к беспрекословному повиновению. Чаще всего это проявляется в стабильных педагогических коллективах с длительным стажем работы руководителя и сотрудников. Здесь распоряжения руководителя, часто даже выходящие за рамки его прав и компетенций, могут длительное время выполняться по привычке, без каких-либо рассуждений и сомнений. Привычка – надежный фактор стабильности власти до тех пор, пока она не приходит в противоречие с новыми требованиями. Власть, основанная лишь на повиновении, быстро разрушается, как только люди замечают, что «король-то – голый», т. е. что власть изжила себя и руководитель недостоин повиновения.

Важную роль в профессиональной деятельности играют условия труда, которые также находятся в распоряжении руководителя, который сознательно их формирует с целью исключить нежелательные формы его поведения, а также повлиять на него в целом. Это проявляется в форме контроля над рабочей ситуацией и влияния, благодаря этому, на сознание и поведение сотрудников, за счет ухудшения условий и обеднения содержания труда.

Таким образом, реализация властных функций является необходимым условием и педагогической, и управленческой деятельности, что со временем приводит к изменению структуры личности и деятельности специалиста и развитию у него профессиональных деформаций. Получить, завоевать и добиться власти намного проще, чем ею распоряжаться и удержать. Необходимо встраиваться в высокий темп жизни, ее изменений, формировать инструменты контроля, осуществлять прямую и косвенную регуляцию взаимодействия людей и системы общественных отношений, поддерживать оптимальный режим общественного существования.

Таким образом, власть наряду с другими особенностями управленческой деятельности становится условием возникновения профессиональной деформации личности руководителя образовательного учреждения.

Деформирующее влияние власти и властных полномочий на личность руководителя обусловливает особые типы поведения, связанные с нежеланием:

1) разрешить коллегам или подчиненным разделить с ним действительную или предполагаемую власть;

2) получать советы относительно своих функций при осуществлении действительной или предполагаемой власти;

3) делегировать коллегам или подчиненным решение задач, которые, как убежден руководитель, принадлежат к его прерогативе власти;

4) консультироваться относительно собственных действий с теми, кто хотел бы разделить с ним власть;

5) информировать других относительно своего функционирования при осуществлении действительной или предполагаемой власти;

6) играть по чужим правилам, а, наоборот, желанием изобретать и навязывать организационные системы функционирования другим действующим лицам [см.: Платонов, с. 421].

Таким образом, руководитель зачастую использует власть для удовлетворения своих потребностей в доминировании, превосходстве. Выполнение управленческих функций подчинено одной цели – добиться повиновения своих сотрудников, «встать над другими». В этом случае конструктивное профессиональное развитие руководителя невозможно, а сама власть обусловливает возникновение профессиональных деформаций.

Вопросы для самопроверки

1. Охарактеризуйте основные подходы к рассмотрению власти. В чем специфика психологического подхода?

2. Какие классификации власти вы знаете? Дайте им характеристику.

3. В чем вы видите управленческие функции власти?

4. Охарактеризуйте специфику власти в профессиональной деятельности личности руководителя образовательного учреждения.

Список рекомендуемой литературы

Основная

Конфисахор А. Г. Психология власти / А. Г. Конфисахор. 3-е изд., перераб. и доп. СПб., 2014.

Сыманюк Э. Э. Власть : развитие или деформация личности руководителя образовательного учреждения : монография / Э. Э. Сыманюк, И. В. Девятовская ; под ред. Э. Э. Сыманюк. Екатеринбург, 2013.

Дополнительная

Адлер А. Практика и теория индивидуальной психологии / А. Адлер. М., 1993.

Вебер М. Избранные произведения / М. Вебер. М., 1990.

Вятр Е. Социология политических отношений / Е. Вятр. М., 1979.

Грановская Р. М. Творчество и преодоление стереотипов / Р. М. Грановская, Ю. С. Крижанская. СПб., 1994.

Греллер М. Старение и работа : человеческий и экономический потенциал / М. Греллер // Иностр. психология. 1996. № 7.

Грошев И. В. Организационная культура : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061100 «Менеджмент организации» / И. В. Грошев, П. В. Емельянов, В. М. Юрьев. М., 2004.

Платонов Ю. П. Социальная психология власти / Ю. П. Платонов. СПб., 2010.

Фролов С. С. Социология организаций : учебник / С. С. Фролов. М., 2001.

Хекхаузен Х. Мотивация и деятельность / Х. Хекхаузен. СПб. ; М., 2003.

Юрьев А. И. Психология власти / А. И. Юрьев. СПб., 1995.

Безносов С. П. Профессиональная деформация личности / С. П. Безносов. СПб., 2004.

Зеер Э. Ф. Психология профессий / Э. Ф. Зеер. М., 2002.

Зеер Э. Ф. Психология профессиональных деструкций : учеб. пособие для вузов / Э. Ф. Зеер, Э. Э. Сыманюк. М. ; Екатеринбург, 2005.

Маркова А. К. Психология профессионализма / А. К. Маркова. М., 1996.

Юрьев А. И. Системное описание политической психологии / А. И. Юрьев. СПб., 1996.

СПИСОК БИБЛИОГРАФИЧЕСКИХ ССЫЛОК

Агеев В. С. Межгрупповое взаимодействие : социально-психологические проблемы. М., 1990.

Адлер А. Практика и теория индивидуальной психологии. М., 1993.

Андреева Г. М. Социальная психология : учебник для высш. учеб. заведений. 5-е изд., испр. и доп. М., 2007.

Андреева Г. М., *Богомолова Н. Н.*, *Петровская Л. А.* Зарубежная социальная психология XX столетия : Теоретические подходы : учеб. пособие для вузов. М., 2001.

Андриенко Е. В. Социальная психология : учеб. пособие для студентов учреждений высш. проф. образования / под ред. В. А. Сластенина. М., 2012.

Бакулев Г. П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции. М., 2010.

Бендлер Р., *Лавалль Дж.* Искусство убеждать. Киев ; София, 2002.

Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. М., 1998.

Богомолова Н. Н., *Мельникова О. Т.* Отношение аудитории к коммуникатору как фактор эффективности коммуникативного воздействия // Оптимизация речевого воздействия. М., 1990.

Богомолова Н. Н. Социальная психология массовых коммуникаций. М., 2008.

Бодалев А. А. Личность в общении. М., 1983.

Братусь Б. С. Общая психология на фоне знаков современности // Вестн. Моск. гос. ун-та. 2007. № 3.

Вятр Е. Социология политических отношений. М., 1979.

Гаврилова Т. П. Понятие эмпатии в зарубежной психологии // Вопр. психологии. 1974. № 5.

Готтсданкер Р. Основы психологического эксперимента. М., 1982.

Годфруа Ж. М. Что такое психология. М., 1996.

Грановская Р. М., *Крижанская Ю. С.* Творчество и преодоление стереотипов. СПб., 1994.

Греллер М. Старение и работа : человеческий и экономический потенциал // Иностр. психология. 1996. № 7.

Грошев И. В. Общественные науки и современность // Рекламные технологии гендера. 2000. № 4.

Грушин Б. А. Массовое сознание : Опыт определения и проблемы исследования. М., 1987.

Доценко Е. Л. Психология манипуляции. М., 2000.

Дружинин В. Н. Экспериментальная психология : учебник для вузов. СПб., 2006.

Ениколопов С. Н. Насилие и массовая коммуникация // Человек как субъект и объект медиапсихологии. М., 2011 [Электронный ресурс]. URL: http://рпо.рф/library/pdf/person.pdf (дата обращения: 25.03. 2015).

Журавлев А. Л. Роль В. М. Бехтерева в становлении общественной (социальной) психологии России (к 155-летию со дня рождения) // Психол. журн. 2012. Т. 33, № 3.

Журавлев А. Л. Современные тенденции развития социальной психологии в России // Гуманитарные науки : теория и методология. 2011. № 4.

Журавлев А. Н. Основные тенденции развития социально-психологических исследований в Институте психологии РАН // Личность. Культура. Общество. 2008. Т. 10, вып. 1.

Конфисахор А. Г. Психология власти. 2-е изд., перераб. и доп. СПб., 2004.

Корнилова Т. В. Экспериментальная психология : учебник для студентов высш. учеб. заведений, обучающихся по направлению и специальностям психологии. М., 2012.

Крижанская Ю. С., *Третьяков В. П.* Грамматика общения. М., 1999.

Кричевский Р. Л., *Дубовская Е. М.* Социальная психология малой группы : учеб. пособие для вузов. М., 2001.

Куницына В. Н., *Казаринова Н. В.*, *Погольша В. М.* Межличностное общение. СПб., 2001.

Кэмпбелл Д. Модели экспериментов в социальной психологии и прикладных исследованиях. СПб., 1996.

Лебон Г., *Тард Г.* Психология толп. СПб., 1998.

Леонтьев А. А. Психология общения. Тарту, 1974.

Майерс Д. Социальная психология : интенсив. курс. СПб., 2002.

Матвеева Т. В., *Аникеева Т. Я.*, *Мочалова Ю. В.* Психология телевизионной коммуникации. М., 2004.

Обозов Н. Н. Межличностные отношения. Л., 1979.

Назаретян А. П. Психология стихийного массового поведения: Толпа, слухи, политические и рекламные кампании : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. 2-е изд., перераб. М., 2005.

Панасюк А. Ю. Психология риторики: Теория и практика убеждающего воздействия. М., 2007.

Пайнс Э., *Маслач К.* Практикум по социальной психологии. СПб., 2000.

Парыгин Б. Д. Социальная психология. СПб., 1999.

Петровская Л. А. Компетентность в общении. Социально-психологический тренинг. М., 2007.

Петровский А. В. Личность. Деятельность. Коллектив. М., 1982.

Платонов Ю. П. Социальная психология власти. СПб., 2010.

Подольский А. И., *Карабанова Т. А.* Психологические особенности восприятия детьми телевизионных передач // Информационная и психологическая безопасность в СМИ. М., 2002.

Позняков В. П. Межгрупповая дифференциация в сельских общностях в условиях изменения форм собственности // Психол. журн. 1998. Т. 18, № 5.

Пронина Е. Е. Категории медиапсихологии // Проблемы медиапсихологии : материалы секции «Медиапсихология»: междунар. науч.-практ. конф. «Журналистика в 2000 году. Реалии и прогнозы развития». М., 2001.

Пронина Е. Е. Категории медиапсихологии : факты, феномены, фантомы // Человек как субъект и объект медиапсихологии. М.: МГУ имени М. В. Ломоносова / Ин-т человека; Изд-во Моск. ун-та, 2011 [Электронный ресурс]. URL: http://рпо.рф/library/pdf/person.pdf (дата обращения: 02.04.2015).

Пронина Е. Е., *Абраменкова В. В.*, *Слободчиков В. И.* Заключение медиапсихологической экспертизы «Дом-2». 2009 [Электронный ресурс]. URL: http://www.oodvrs.ru (дата обращения: 29.03.2015).

Социальная психология / под ред. А. Л. Журавлева. СПб., 2005.

Политическая психология : учеб. пособие для вузов / под общ. ред. А. А. Деркача и др. М., 2001.

Почепцов Г. Г. Имиджелогия. М., 2000.

Резников Е. Н. Межличностное восприятие и понимание // Современная психология : справ. руководство / под ред. В. Н. Дружинина. М., 1999.

Семяшкин А. А. Социальная психология в России и за рубежом : современное состояние, сфера взаимодействия, тенденции и перспективы развития // Автоматизация и управление в технических системах. 2012. № 2.

Смирнова Е. О., *Рябкова И. А.* Психологические особенности игровой деятельности современных дошкольников // Вопр. психологии. 2013. № 2.

Соковнин В. М. Общение интердиктивное и фасциногенное. Екатеринбург, 2011.

Соловьева О. В. Обратная связь в межличностном общении. М., 1992.

Солсо Р. Л., *Джонсон Х. Х.*, *Бил Н. К.* Экспериментальная психология : практ. курс. СПб., 2002.

Соснин В. А., *Лунев П. А.* Учимся общению : взаимопонимание, взаимодействие, переговоры, тренинг. М., 1993.

Стефаненко Т. Г. Этнопсихология. М., 1993.

Сушков И. Р. Психология взаимоотношений. М., 1999.

Фролов С. С. Социология организаций : учебник. М., 2001.

Хекхаузен Х. Мотивация и деятельность. СПб. ; М., 2003.

Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб., 2002.

Шостром Э. Человек-манипулятор. М., 1999.

Шестопал Е. Б. Психологический профиль российской политики 1990-х. М., 2000.

Юрьев А. И. Системное описание политической психологии. СПб., 1996.

Ярошевский М. Г. История психологии от античности до середины XX в. М., 1996.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие 3

Глава 1. Основные направления социальной психологии 6

Тема 1. Теоретические предпосылки социальной психологии как самостоятельной науки (60-е гг. XIX в. – 20-е гг. XX в.) 6

Тема 2. Тенденции развития современной российской социальной психологии 15

Тема 3. Основные направления современной зарубежной социальной психологии 29

Тема 4. Эксперимент – основной метод социальной психологии 64

Тема 5. Общение как классическая проблема социальной психологии 82

Тема 6. Психология малых групп и межгрупповых отношений 106

Тема 7. Классификация больших социальных групп. Психология масс 131

Глава 2. Прикладные аспекты социальной психологии 144

Тема 8. Специфика исследований массовой коммуникации в социальной психологии 144

Тема 9. Политическая психология как практическое направление социальной психологии 174

Тема 10. Власть как социально-психологический феномен 191

Список библиографических ссылок 223

Учебное издание

Макерова Вера Владимировна
Боднар Эльвира Львовна
Любякин Анатолий Александрович
Оконечникова Любовь Викторовна
Вильгельм Анжелика Мартиновна
Сыманюк Эльвира Эвальдовна

Под общей редакцией Л. В. Оконечниковой

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ: СОВРЕМЕННАЯ ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Учебное пособие

Заведующий редакцией *М. А. Овечкина*
Редактор *В. И. Попова*
Корректор *В. И. Попова*
Компьютерная верстка *Г. Б. Головиной*

План изданий 2016 г. Подписано в печать 19.02.2016.
Формат 60×84/16. Бумага офсетная. Гарнитура Times.
Уч.-изд. л. 11,8. Усл. печ. л. 13,25. Тираж 100 экз. Заказ 31.

Издательство Уральского университета
620000, Екатеринбург, ул. Тургенева, 4

Отпечатано в Издательско-полиграфическом центре УрФУ
620000, Екатеринбург, ул. Тургенева, 4
Тел.: + (343) 350-56-64, 350-90-13
Факс +7 (343) 358-93-06
E-mail: press-urfu@mail.ru