

СОЦІАЛЬНА ПСИХОЛОГІЯ



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
імені ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»

Н. Ю. Волянчук, Г. В. Ложкін, О. В. Винославська,
І. О. Блохіна, М. О. Кононець, О. В. Москаленко,
О. І. Боковець, Б. В. Андрійцев

СОЦІАЛЬНА ПСИХОЛОГІЯ

*Рекомендовано Методичною радою КПІ ім. Ігоря Сікорського
як навчальний посібник для здобувачів ступеня бакалавра*

Київ
КПІ ім. Ігоря Сікорського
2019

**УДК 316.6 (075.8)
С 69**

Рецензенти:

Лушин П. В. – доктор психологічних наук, професор, завідувач кафедри психології та особистісного розвитку Навчально-наукового інституту менеджменту та психології ДВНЗ «Університет менеджменту освіти»;

Кокун О. М. – доктор психологічних наук, професор, член-кореспондент НАПН України, заступник директора Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України з науково-інноваційної роботи

Гриф надано Методичною радою КПІ ім. Ігоря Сікорського (протокол №8 від 25. 04. 2019 р.) за поданням Вченої ради Факультету соціології і права (протокол №8 від 01. 04. 2019 р.)

С 69 Соціальна психологія : навч. посіб. для здобувачів ступеня бакалавра / Н. Ю. Волянчук, Г. В. Ложкін, О. В. Винославська, І. О. Блохіна, М. О. Кононець, О. В. Москаленко, О. І. Боковець, Б. В. Андрійцев ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 254 с.

Навчальний посібник підготовлено відповідно до програми курсу «Соціальна психологія» для студентів усіх спеціальностей університету очної та заочної форм навчання.

Навчальний посібник відображає в узагальненому вигляді сучасні уявлення про соціальну психологію як одного з напрямів психологічної науки.

Навчальний посібник призначений для студентів, аспірантів, викладачів і всіх читачів, які цікавляться різними аспектами психологічної науки.

УДК 316.6 (075.8)

© Н. Ю. Волянчук, Г. В. Ложкін, О. В. Винославська,
І. О. Блохіна, М. О. Кононець, О. В. Москаленко,
О. І. Боковець, Б. В. Андрійцев, 2019

© КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019

ЗМІСТ

Вступ	8
--------------------	---

Розділ 1 ПРЕДМЕТ, ОБ'ЄКТ І СТРУКТУРА СОЦІАЛЬНОЇ ПСИХОЛОГІЇ (Андрійцев Б. В.).....

1.1 Предмет і об'єкт соціальної психології.....	11
1.2 Структура соціальної психології та її зв'язок з іншими науками.....	13
1.3 Методи соціальної психології.....	17

Розділ 2 СОЦІАЛЬНА ПСИХОЛОГІЯ

ОСОБИСТОСТІ (Москаленко О. В.).....	41
2.1 Особистість як предмет вивчення.....	41
2.2 Соціальна установка особистості.....	44
2.3 «Я-концепція» як соціально-психологічний феномен.....	49
2.4 Соціалізація особистості: механізми, умови, фази (стадії), адаптація	56

Розділ 3 ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА МІЖОСОБИСТІСНОГО

СПІЛКУВАННЯ (Винославська О. В.).....	67
3.1. Спілкування та його функції	67
3.2 Спільнота, мова, мовлення	72
3.3 Види міжособистісного спілкування.....	78
3.4 Вербальне спілкування	82
3.5 Невербальне спілкування.....	87
3.6 Техніки і прийоми спілкування.....	93

Розділ 4 ПСИХОЛОГІЯ МІЖОСОБИСТІСНОЇ

ВЗАЄМОДІЇ (Ложкін Г. В.).....	98
4.1 Міжособистісна взаємодія у сумісній діяльності.....	98
4.2 Комунікативна сторона спілкування (обмін інформацією, зворотній зв'язок, бар'єри, вплив).....	106
4.3 Перцептивна сторона спілкування (механізми соціальної перцепції, формування першого враження, стереотипи).....	115

4.4 Інтерактивна сторона спілкування (стратегії взаємодії, структура взаємодії, структура конфліктної взаємодії).....	129
---	-----

Розділ 5 СОЦІАЛЬНА ПСИХОЛОГІЯ

МАЛОЇ ГРУПИ (Волянчук Н. Ю.).....	138
5.1 Мала група та її основні характеристики.....	138
5.2 Соціометрична структура малої групи.....	143
5.3 Комунікативна структура малої групи.....	151
5.4 Характеристика групових явищ (лідерство та керівництво, груповий тиск, міжособистісне спілкування, згуртування).....	154
5.5 Міжособистісні відносини в малій групі.....	170

Розділ 6 СОЦІАЛЬНА ПСИХОЛОГІЯ МІЖГРУПОВИХ

ВІДНОСИН (Блохіна І. О.).....	175
6.1. Характеристика міжгрупових відносин у соціальній психології.....	175
6.2. Соціальна ідентичність і порівняння.....	184
6.3. Процеси міжгрупової інтеграції та диференціації.....	191

6.4 Міжгрупова ворожість.....	197
-------------------------------	-----

Розділ 7 ПСИХОЛОГІЯ ВЕЛИКИХ

ГРУП (Кононець М. О.).....	203
7.1. Класифікація, структура, загальні ознаки та рівні розвитку великих соціальних груп.....	203
7.2. Психологічні явища у великих соціальних групах.....	208
7.3. Психологія натовпу.....	215
7.4 Психологія чуток та паніки.....	227

Висновки	235
-----------------------	-----

Література (Боковець О. І.).....	237
---	-----

Глосарій (Боковець О. І.).....	242
---------------------------------------	-----

Вступ

Соціальна психологія – це галузь психологічного знання, яка вивчає закономірності спілкування та сумісної діяльності людей, залучених у різні соціальні групи, а також характеристики самих груп.

Соціальна психологія намагається знайти відповідь на низку важливих психологічних питань: що таке людське спілкування, які його особливості та механізми? Що відбувається з людиною, як змінюється її поведінка й особистісні структури, коли вона спілкується з іншими людьми, стає членом певної соціальної групи? Що визначає поведінку людини у групі: її внутрішні психічні особливості або характеристики тієї групи, до діяльності якої долучилась людина? Що таке група: це просто сума включених до неї людей, або це цілісна система, що живе й розвивається за своїми законами? Як співвідносяться різні групи між собою, що визначає правила й закономірності міжгрупової взаємодії?

Соціальна психологія – це і загальнонаукове знання про закономірності соціальної поведінки людей і цілих груп, і методи емпіричного дослідження цієї поведінки, і набір ефективних засобів і технологій соціального впливу на таку поведінку. Соціальна психологія має широке прикладне значення, позаяк уся сфера людського життя пронизана спілкуванням, внутрішньо- і міжгруповою взаємодією.

У пропонованому студентам навчальному посібнику автори прагнули систематизувати досить складну систему взаємовідносин у групах.

Навчальний посібник знаходиться в руслі тенденцій до впорядкування й синтезу накопичених знань. Автори зробили спробу охопити основну проблематику сучасної соціальної психології, у той же час, усвідомлюючи різноманіття тих важливих і актуальних питань, що залишилися за рамками цього видання.

Композиція навчального посібника багато в чому обумовлена традиціями, які склалися у виданнях із соціальної психології.

Перший розділ навчального посібника присвячено визначенню предмета й завдань соціальної психології. Розглянуто її структуру, зв'язок з іншими науками. Містяться загальні відомості про методи, які застосовуються в дослідженнях соціально-психологічних процесів і явищ.

Другий розділ навчального посібника починається із проблеми особистості, тобто з того рівня, на якому зазвичай закінчується загальна психологія. Розглянуто механізми й умови соціалізації особистості, феномен «Я»-концепції.

Третій розділ присвячено загальній характеристиці міжособистісного спілкування. Розглянуто функції спілкування як однієї з базових категорій психології. Показано роль і місце вербального й невербального спілкування, а також техніки спілкування в соціальній сфері.

Четвертий розділ містить матеріал, пов'язаний із психологією міжособистісної взаємодії в соціальних спільнотах. Розглянуто комунікативну, перцептивну й інтерактивну сторони спілкування.

П'ятий розділ присвячено соціальній психології малої групи. Наведено характеристики малої групи, її соціометрична й комунікативна структура. Проаналізовано групові процеси й міжособистісні відносини.

Шостий розділ присвячено соціальній психології міжгрупових відносин. Розглянуто процеси інтеграції й диференціації, соціальну ідентичність і порівняння.

У завершальному сьомому розділі розглянуто актуальні проблеми соціальної психології великих груп. Особливу увагу приділено таким психологічним явищам, як натовп, паніка, чутки.

Автори віддали перевагу саме такому порядку викладу матеріалу з метою кращого розуміння студентами сутності поведінки людей, які взаємодіють один з одним як соціальні суб'єкти.

Авторами навчального посібника є:

Розділ 1 Андрійцев Б. В.

Розділ 2 Москаленко О. В., канд. психол. наук, ст. викл.

Розділ 3 Винославська О. В., канд. психол. наук, проф.

Розділ 4 Ложкін Г. В., доктор психол. наук, проф.

Розділ 5 Волянчук Н. Ю., доктор психол. наук, проф.

Розділ 6 Блохіна І. О., канд. психол. наук, доц.

Розділ 7 Кононець М. О., канд. психол. наук, доц.

Глосарій, література Боковець О. І.

Автори висловлюють вдячність співробітникам кафедри Гладковій К. В., Скороход Т. О. за допомогу в роботі над навчальним посібником.

Розділ 1

ПРЕДМЕТ, ОБ'ЄКТ І СТРУКТУРА СОЦІАЛЬНОЇ ПСИХОЛОГІЇ

Андрійцев Б. В.

1.1 Предмет і об'єкт соціальної психології

Спілкування, рольові, міжособистісні та міжгрупові відносини, конфлікти, плітки, мода, паніка, конформізм – такі різні і важливі явища супроводжують нас у повсякденному житті. В основі цих і подібних їм явищ лежить насамперед психічна діяльність і поведінка людей, які взаємодіють один з одним як соціальні суб'єкти. Іншими словами, ідеться про явища, породжувані взаємодією як окремих особистостей, так і їх об'єднань – соціальних груп: це і сім'я, і виробнича бригада, і компанія друзів, і спортивна команда, і політична партія, і народ, який складає населення тієї або іншої країни.

Будь-який зі згаданих соціальних суб'єктів (певна особистість або певна соціальна група) взаємодіє з іншим соціальним суб'єктом (суб'єктами) відповідно до чітких закономірностей, які мають психологічну й одночасно соціальну природу. Однак психічне настільки

тісно поєднане із соціальним, що спроба розмежувати їх під час певної взаємодії людей виявляється невдалою.

Соціальна психологія вивчає не тільки соціально-психологічні явища. Як прикладна наука вона досліджує соціально-психологічний аспект (або сторону) усіх сфер життя та діяльності людей: економіки, політики, права, релігії, національних відносин, освіти, сім'ї тощо.

Кожна зі згаданих сфер багатоаспектна та вивчається різними гуманітарними науками. При чому певні науки специфічні для певної сфери, як-от педагогіка або політологія. Інші ж науки мають досить універсальний характер і свій чітко виражений аспект у більшості сфер людської діяльності. Серед універсальних гуманітарних наук насамперед варто назвати філософію, соціологію, етику, психологію і, звичайно, соціальну психологію.

Предметом соціальної психології є закономірності психічної діяльності, поведінки та взаємодії людей як представників соціальних груп, психологічні характеристики самих цих груп та психологічні аспекти будь-яких інших явищ соціального життя. При цьому об'єктом досліджень соціальної психології можуть бути особистість, соціальна група (від діади – пари індивідів, до нації або масового суспільного руху), їх поведінка та діяльність, процеси розвитку особистості й певної групи, процеси міжособистісної та міжгрупової взаємодії тощо.

1.2 Структура соціальної психології та її зв'язок з іншими науками

Структура соціальної психології визначається насамперед об'єктами, сферами людської діяльності та методами дослідження.

Відповідно до основних об'єктів дослідження в соціальній психології виокремлюють такі розділи (А. Журавльов, 2011):

- соціальна психологія особистості – у цьому розділі вивчають проблеми соціалізації особистості, соціально-психологічної регуляції її поведінки, соціальних установок тощо;
- психологія міжособистісної взаємодії у сумісній діяльності (спілкування та відносини) – у цьому розділі вивчають структури і функції спілкування, проблеми міжособистісного пізнання, невербального спілкування, динаміку розвитку міжособистісних відносин, психологічний вплив, вплив міжособистісних відносин на процес спілкування та результативність групи тощо;
- психологія малих груп – цей розділ стосується проблем вивчення процесів групової динаміки, соціально-психологічних проблем референтності, лідерства, групової згуртованості, взаємодії індивіда та малої групи, внутрішньогрупових конфліктів тощо (Я. Коломинський, 2014)
- психологія міжгрупового впливу – у цьому розділі здійснюється вивчення процесів міжгрупової диферен-

ціації й інтеграції, чинників детермінації міжгрупових відносин, проблем міжгрупових конфліктів тощо;

- психологія великих соціальних груп і масових явищ – у цьому розділі вивчають чинники психологічної спільності груп, динаміку розвитку великих соціальних груп, специфіку внутрішньогрупового та міжгрупового спілкування, проблеми внутрішньо- і міжгрупових конфліктів, психологію пліток, психологію натовпу тощо (А. Юрєвич, 2014).

Залежно від певної сфери соціальної діяльності одне й те ж соціально-психологічне явище набуває специфічних рис. Одна справа – спілкування друзів, інша – спілкування продавця та покупця, і зовсім інша – спілкування керівника з підлеглим. Зрозуміло, що в кожному з цих випадків проявлятимуться деякі спільні закономірності спілкування, однак багато чого у їх змісті та характері перебігу буде визначатися саме особливостями певної людської діяльності. Зважаючи на це, соціальна психологія диференціюється на такі галузі:

- соціальна психологія праці – галузь соціальної психології, яка вивчає соціально-психологічні проблеми трудової діяльності, зокрема, соціально-психологічний клімат у трудовому колективі, людський чинник сумісної діяльності, особливості спілкування в автономних виробничих колективах, соціально-психологічні механізми адаптації до професійної діяльності та інші проблеми (Г. Ложкін, Н. Волянчук, 2013);

- соціальна психологія управління – галузь соціаль-

ної психології, яка вивчає соціально-психологічні проблеми управлінської діяльності, у тому числі соціальні позиції та ролі особистості в системі управлінських відносин, психологічну сумісність як чинник ефективності управління, соціально-психологічні аспекти виробничих конфліктів, ефективність різних стилів керівництва, соціально-психологічну компетентність керівника тощо (В. Позняков, 2017);

- економічна психологія – галузь соціальної психології, що вивчає соціально-психологічні аспекти господарської діяльності суспільства, економічної поведінки та відносин суб'єктів господарювання. У рамках цієї галузі досліджують такі проблеми, як: психологічні чинники ефективності підприємницької діяльності, соціально-психологічні особливості суб'єктів власності, соціально-психологічна регуляція їх ділової активності, психологічний вплив реклами на поведінку споживачів, динаміка соціально-психологічних феноменів в умовах економічних змін тощо (Г. Ложкін, В. Комаровська, 2009);

- політична психологія – галузь соціальної психології, яка вивчає психологічні компоненти політичного життя суспільства, політичну свідомість та поведінку суб'єктів політичних процесів. У рамках цієї галузі досліджують соціально-психологічні умови формування суспільно-політичних інтересів молоді, психологічні чинники впливу на поведінку виборців, характерні психологічні особливості політичних діячів та інші проблеми;

- етнічна психологія – галузь соціальної психології, яка вивчає психологічні особливості національних груп, народів (етносів). У її рамках досліджують етнопсихологічні характеристики певних національних груп, проблеми міжнаціональних відносин та спілкування, вплив етнічних стереотипів та установок на процес спільної діяльності, проблеми соціально-психологічної адаптації мігрантів, психологічні умови виникнення міжетнічних конфліктів та можливості їх подолання тощо.

Також можна говорити й про інші галузі соціальної психології, зокрема, соціальну психологію науки, культури, освіти, релігії, права, сім'ї та шлюбу, мистецтва, торгівлі, спорту тощо.

Соціально-психологічні дослідження об'єктів у різних сферах життя та діяльності людей можуть проводитися на теоретичному, емпіричному та практичному рівнях. У першому випадку йдеться про аналіз і узагальнення теоретичного матеріалу (концепції, теоретичні положення, гіпотези, висновки щодо тих або інших соціально-психологічних явищ). У другому випадку дослідження спрямовані на виявлення, опис та аналіз певних фактів реальності – соціально-психологічних особливостей досліджуваного явища. При цьому найбільшу цінність мають, як правило, емпіричні дані, отримані експериментальним шляхом. У третьому випадку дослідження спрямовані на вирішення певного практичного завдання на основі аналізу, врахування всієї (теоретичної, емпіричної) інформації щодо її соціально-психологічної складової частини.

Інакше кажучи, соціальна психологія, як й інші науки, розділена на теоретичну соціальну психологію, емпіричну (у тому числі, експериментальну) та практичну (прикладну) соціальну психологію. Тому, коли виникає запитання про доцільність соціально-психологічного дослідження певного явища соціального життя, необхідно одразу ж визначити його межі. Наприклад, якщо при одному й тому ж об'єкті вивчення зробити акцент на теоретичне осмислення проблеми, то неодмінно виникнуть труднощі з розробкою ефективних психологічних рекомендацій щодо їх практичного вирішення. І навпаки, навіть досить успішно вирішене практичне завдання соціально-психологічного плану не завжди є цінним для теоретичної соціальної психології.

1.3 Методи соціальної психології

Методи соціальної психології є міждисциплінарними та застосовуються в інших науках: соціології, психології, педагогіці. Розвиток і вдосконалення соціально-психологічних методів відбувається нерівномірно, що й зумовлює складність у їхній систематизації. Усі методи зазвичай поділяють на дві групи: методи збору інформації та методи їх опрацювання (Г. Андрєєва, 2000). Проте, існують й інші класифікації методів. Наприклад, в одній з класифікацій виокремлюють три групи методів, а саме: методи емпіричного дослідження (спостереження, аналіз документів, опитування,

групова оцінка особистості, соціометрія, тести, апаратні методи, експеримент); методи моделювання; методи управлінсько-виховного впливу (В. Семенов, 1977).

Найчастіше в соціальній психології використовують наступні методи збору емпіричних даних.

Метод спостереження – метод збору інформації шляхом безпосереднього, цілеспрямованого й систематичного сприйняття та реєстрування соціально-психологічних явищ (чинник поведінки та діяльності) у природних або лабораторних умовах. Метод спостереження може використовуватися як один з основних, самостійних методів дослідження.

Самоспостереження (інтроспекція) та спостереження вважаються психологічними методами, які відомі здавна. Спостереження застосовують там, де втручання дослідника може порушити процес взаємодії людини із середовищем. Цей метод незамінний у випадку, коли необхідно отримати цілісну картину ситуації та відобразити поведінку індивідів або їх груп. Основними особливостями методу спостереження є: безпосередній зв'язок спостерігача та спостережуваного об'єкта; оцінний характер (емоційна забарвленість) спостереження; складність (інколи неможливість) повторного спостереження.

Класифікують спостереження за різними ознаками. Залежно від ступеня стандартизації техніки спостереження виокремлюють два види цього методу: стандартизоване та нестандартизоване.

Стандартизована техніка передбачає наявність: розробленого списку ознак (схеми спостереження), які потрібно зафіксувати; визначення умов і ситуацій спостереження; інструкцій для спостерігача, уніфікованого кодифікатора для реєстрування спостережуваних явищ. Збір даних при цьому передбачає їхнє кількісне опрацювання й аналіз за допомогою прийомів математичної статистики.

Нестандартизована техніка спостереження визначає лише загальні напрями спостереження, де результат фіксують у довільній формі, безпосередньо в момент сприйняття або по пам'яті. Дані цієї техніки зазвичай представлені в довільній (якісній) формі, можлива їхня систематизація за допомогою процедур формалізації.

Залежно від спостерігача в досліджуваній ситуації розрізняють включене та невключене спостереження (*Соціальна психологія, 1989*).

Включене спостереження передбачає взаємодію спостерігача із досліджуваною групою як повноправного її члена. Дослідник імітує своє входження в соціальне середовище, адаптується до нього та спостерігає події в ньому ніби «зсередини». Існують різні види включеного спостереження залежно від ступеня поінформованості членів досліджуваної групи про цілі та завдання дослідника (від повної поінформованості про спостерігача до абсолютної прихованості цілей і намірів спостерігача від членів колективу).

Невключене спостереження реєструє події «збоку»,

без взаємодії та встановлення відносин із досліджуваною особою або групою. Спостереження може проводитися відкритим способом та інкогніто, коли спостерігач приховує свої дії.

Основний недолік спостереження пов'язаний із впливом на спостерігача цінностей і норм досліджуваної групи. На результати спостереження впливає і рівень досвіду та кваліфікації спостерігача. Дослідник ризикує втратити необхідну нейтральність і об'єктивність під час відбору, оцінки й інтерпретації даних.

Типові помилки: зменшення кількості спостережень та спрощення їхнього трактування, реконструкція подій до середнього (тобто, прагнення усереднити оцінки спостережуваних процесів, оскільки межові ознаки поведінки проявляються значно рідше, ніж якості середньої інтенсивності). Крім того, труднощі цього методу зумовлені трудомісткістю й організаційною складністю.

За ознакою «умови організації» спостереження поділяють на польові (спостереження у природних умовах) і лабораторні (спостереження в умовах експерименту). Об'єктом спостереження є окремі люди, малі групи і великі соціальні спільноти (як-от натовп), соціальні процеси, які відбуваються в них, наприклад, паніка. Предметом спостереження зазвичай слугують вербальні й невербальні акти поведінки індивіда або групи в цілому в певній соціальній ситуації. До типових вербальних і невербальних характеристик належать: мовні акти (їх зміст, спрямованість і послідовність, ча-

стота, тривалість, інтенсивність, експресивність); виразні рухи (експресія очей, обличчя, тіла тощо); фізичні дії (дотики, поштовхи, удари, спільні дії тощо). Інколи спостерігач фіксує події, які відбуваються, використовуючи узагальнені риси, якості людини або найбільш типові тенденції її поведінки, наприклад, домінування, підпорядкування, дружелюбність, аналітичність, експресивність тощо.

Питання про зміст спостереження завжди конкретне й залежить від цілі спостереження й теоретичних позицій дослідника стосовно досліджуваного феномену. Основне завдання дослідника на стадії організації будь-якого спостереження – визначити, у яких актах поведінки, доступних спостереженню й фіксації, проявляється прогнозоване психологічне явище або властивість, та обрати найсуттєвіші – ті акти, які найбільш повно й достовірно характеризують його ознаки. Обрані характеристики поведінки (одиниці спостереження) та їх кодифікатор утворюють «схему спостереження».

Складність або простота схеми спостереження впливають на надійність методу. Надійність схеми залежить від кількості одиниць спостереження (чим їх менше, тим вона більш надійна), їх конкретності (чим ознака абстрактніша, тим складніше її фіксувати), складності умовиводів спостерігача під час класифікації виявлених ознак. Надійність схеми спостереження зазвичай перевіряють за допомогою контролю даних іншими спостерігачами, а також іншими методами (наприклад,

використання подібних схем спостереження, експертна оцінка) і повторним спостереженням.

Результати спостереження фіксуються відповідно до спеціально підготовленого протоколу спостереження. Найбільш поширені такі способи реєстрування даних спостереження:

- фактологічний – фіксація всіх випадків прояву одиниць спостереження;
- оціночний, коли прояв ознак не тільки фіксується, але й оцінюється з використанням шкали інтенсивності та шкали часу (наприклад, тривалості акту поведінки).

Результати спостереження повинні бути перевірені кількісним і якісним аналізом та інтерпретовані.

Основними недоліками методу є: а) високий суб'єктивізм спостерігача під час збору даних (ефект ореолу, контрасту, поблажливості, моделювання тощо) і спостережуваних (ефект присутності спостерігача); б) переважання кількісного характеру висновків спостереження; в) відносна обмеженість в узагальненні результатів дослідження.

На якість результатів спостереження можуть впливати іррелевантні (другорядні, неістотні) чинники:

- настроїв спостерігача;
- соціальний статус спостерігача стосовно спостережуваного;
- упередження спостерігача (викривлення сприйняття подій тим сильніше, чим більше спостерігач прагне підтвердити свою гіпотезу);

- комплексність спостережуваних ситуацій;
- втомлюваність спостерігача (внаслідок чого спостерігач робить помилки у записах);
- адаптованість спостерігача до того, що відбувається (внаслідок чого спостерігач не помічає важливі зміни) і низка інших.

Шляхи підвищення надійності результатів спостереження пов'язані з використанням надійних схем спостереження, технічних засобів фіксації даних, із мінімізацією ефекту присутності спостерігача та залежать від досвіду дослідника.

Метод аналізу документів є різновидом методу аналізу продуктів людської діяльності. Як основний метод дослідження у соціальній психології він уперше застосований У. Томасом і Ф. Знанецьким під час вивчення феномену соціальної установки.

Документом називають будь-яку інформацію, зафіксовану у друкованому або рукописному тексті, на магнітних або фотоносіях. Документи розрізняються за способом фіксації інформації (рукописні, друковані, кіно-, фото-, відеодокументи); за цільовим призначенням (цільові, звичайні); за ступенем персоніфікації (особисті та безособові); залежно від статусу документа (офіційні та неофіційні). Залежно від джерела інформації документи поділяють на первинні (документи на основі безпосереднього реєстрування подій) та вторинні документи. Надання переваги тому або іншому виду документа як носієві соціально-психологічної інформації обумовлене

ціллю дослідження й місцем документів у загальній програмі досліджень. Усі методи аналізу документів поділяють на традиційні (якісні) і формалізовані (кількісно-якісні). В основі будь-якого методу лежать механізми розуміння тексту, тобто інтерпретація дослідником інформації, яка міститься в документі. Контент-аналіз – один з найбільш відомих методів кількісно-якісного аналізу документів.

Контент-аналіз (англ. content analysis від content – зміст) – формалізований метод вивчення текстової і графічної інформації, який полягає в переведенні досліджуваної інформації в кількісні показники та її статистичне опрацювання. Цей метод характеризується значною чіткістю й систематичністю.

Процедура контент-аналізу передбачає декілька етапів: виокремлення одиниць аналізу (якісних і кількісних), складання інструкції кодування, кодування пілотажного та всього масиву досліджуваних текстів, розрахунок кількісного співвідношення одиниць аналізу в досліджуваному документі та інтерпретацію отриманих даних.

Якісні (сміслові) одиниці: а) категорії – найбільш загальні, ключові поняття, складові частини концептуальної схеми дослідження; б) підкатегорії – окремі поняття, які розкривають сенс одиниць аналізу досліджуваного тексту. До кількісних одиниць аналізу належать: а) одиниці контексту – частини тексту (речення, відповідь на запитання, абзац тексту), у яких рахують частоту й обсяг вживання категорій; б) одиниці рахун-

ку й обсягу – просторові, частотні, часові характеристики наявності в тексті смислових одиниць аналізу. Процедура проведення контент-аналізу потребує розробки інструкції кодування – описання прийомів кодування тексту, способів фіксації й опрацювання даних.

Основна методологічна складність контент-аналізу – знаходження в тексті відповідних смислових одиниць аналізу досліджуваного явища, а також адекватне їх описання. Існують певні процедури для обґрунтування повноти виокремлених одиниць аналізу, зокрема: метод «грудки снігу», метод експертних оцінок (судді), метод незалежного критерію тощо. Контент-аналіз може використовуватися як самостійний метод, наприклад, у дослідженні соціальних установок аудиторії на той чи інший суб'єкт комунікації.

Основні сфери застосування контент-аналізу в соціально-психологічних дослідженнях:

- вивчення соціально-психологічних особливостей авторів (комунікаторів) на підставі аналізу змісту повідомлень;
- вивчення реальних соціально-психологічних явищ (об'єкта, субстанції повідомлень), які відображені у змісті повідомлень, зокрема й тих явищ, які недоступні для дослідження за допомогою інших методів;
- аналіз змісту повідомлень з метою виявлення соціально-психологічної специфіки різних засобів комунікації, а також особливостей форм і прийомів організації змісту, зокрема пропагандистського;
- дослідження змісту повідомлень задля оцінки со-

ціально-психологічних аспектів впливу комунікації на реципієнтів як представників різних мікро- й макрогруп, а також вивчення успішності спілкування.

Проте, найбільш успішно метод використовують у поєднанні з іншими методами, наприклад, спостереженням, опитуванням тощо. Техніка контент-аналізу використовується також у допоміжних цілях як техніка опрацювання даних у низці психологічних тестів (тематичний апперцептивний тест, тести мотивації досягнень тощо), для опрацювання й уточнення даних, отриманих іншими методами в соціально-психологічних дослідженнях. У соціальній психології контент-аналіз використовується для вивчення процесів спілкування й суб'єктів як представників мікро- й макрогруп. Останнім часом для вирішення практичних завдань активно використовують автоматизовані методики контент-аналізу та його різновиди.

Метод опитування полягає в отриманні інформації про об'єктивні або суб'єктивні (думки, настрої, мотиви, відносини тощо) факти зі слів опитуваних. Найбільш поширеними є два види опитування: а) опитування «обличчя до обличчя» – інтерв'ю, очне опитування, яке проводиться дослідником у формі питань-відповідей з опитуваним (респондентом); б) заочне опитування – анкетування за допомогою опитувальника (анкети), який респонденти заповнюють самостійно.

Сфера застосування опитування в соціальній психології: а) на ранніх стадіях дослідження з метою збору попередньої інформації або пілотажного випробу-

вання методичного інструментарію; б) опитування як засіб уточнення, розширення й контролю даних; в) як основний метод збору емпіричної інформації.

Джерелом інформації під час опитування є усне або письмове судження опитуваного. Глибина, повнота відповідей, їх достовірність залежать від уміння дослідника грамотно побудувати конструкцію опитувальника. Існують спеціальні техніки та правила проведення опитування, спрямовані на забезпечення надійності та достовірності інформації. У них відображені алгоритми визначення показовості вибірки й мотивації участі в опитуванні, конструювання питань і композиції опитувальника, процедури проведення опитування.

Основні види інтерв'ю в соціально-психологічному дослідженні – стандартизовані та нестандартні. У першому випадку інтерв'ю передбачає наявність стандартних формулювань питань та їх послідовності, визначених заздалегідь. При цьому дослідник не має змоги їх змінити. Методика нестандартного інтерв'ю характеризується гнучкістю і варіюванням у широких межах. Інтерв'юер при цьому бере до уваги тільки загальний план опитування, формулюючи питання відповідно до конкретної ситуації і відповідей респондента. Для успішного інтерв'ювання слід враховувати техніку проведення бесіди. Вона вимагає від інтерв'юера уміння встановлювати тісний контакт з респондентом, зацікавлювати його в щирій бесіді, «активно» слухати, а також володіти навичками постановки й реєстрування відповідей, подолання «спротиву»

опитуваного. При цьому інтерв'юер має уникати нав'язування («підказок») опитуваному можливих варіантів відповідей, суб'єктивного трактування його висловлювань.

Складність проведення інтерв'ю пов'язана із завданням підтримання необхідної глибини контакту із респондентом протягом усього часу бесіди. Існує чимало різних прийомів стимулювання активності (відповідей) опитуваного, зокрема вираження згоди (уважний погляд, кивок, посмішка), використання коротких пауз, часткова незгода, уточнення шляхом неправильного повторення сказаного, вказівка на протиріччя у відповідях, повторення останніх слів, вимога пояснень, додаткової інформації тощо.

Виокремлюють також інші види інтерв'ю, наприклад, сфокусоване й терапевтичне. Ці види інтерв'ю характеризуються певними обмеженнями, обумовленими як сферою їхнього застосування, так і характером отримуваної інформації.

З-поміж різних видів інтерв'ю особливе місце відведене для фокус-групи. Метод фокус-групи є різновидом групового інтерв'ю, яке проводиться у формі групової дискусії та спрямоване на отримання від її учасників первинної інформації про характер їхнього сприйняття (відношення до) різних об'єктів (наприклад, повідомлення ЗМІ, реклама подій, контурних товарів і послуг). Цей метод належить до групи якісних методів аналізу інформації, які дають змогу досліднику зрозуміти глибинні механізми процесів сприйняття в ін-

дивідуальній свідомості, а також мотивації поведінки респондентів. Техніка проведення фокус-груп зазвичай має напівстандартизований характер: вона об'єднує цільову сфокусованість питань щодо конкретних проблем, обговорюваних групою та довільну форму висловлювань опитуваних.

Метод фокус-груп полягає у запрошенні невеликої групи – від 6 до 12 осіб (точка зору яких з обговорюваного питання є цікавою), які відібрані за спеціальним критерієм, на зустріч, під час якої ведучий проводить дискусію (обговорення) за заздалегідь сформованим сценарієм фокус-групи. Під час дискусії ведучий (названий також «модератором») «фокусує» увагу учасників на запитаннях, які цікавлять дослідників, з метою отримання від них глибинної інформації на задані теми. Дієвість методу фокус-групи полягає в ефекті, який створює ситуація групового обговорення. У груповій дискусії інтерв'ювана особа опиняється в ситуації спілкування з собі подібними. Результативність застосування методу пов'язана зі створенням у фокус-групі атмосфери доброзичливості, умов для спонтанного вираження думок, прояву уваги до думок кожного її члена.

Застосування цього методу охоплює різні сфери соціально-психологічної експертизи: освітніх програм, обслуговування населення, охорони здоров'я, культури. Обмеженість методу пов'язана із неможливістю перенесення даних фокус-групи на великі соціальні спільноти, а також високими вимогами до кваліфіка-

ції модератора (інтерв'юера) і організаційною трудомісткістю.

Критерії ефективності інтерв'ю: повнота – воно має дозволити опитуваному повно охарактеризувати різні аспекти обговорюваної проблеми; конкретність – під час інтерв'ю мають бути отримані точні відповіді із кожного значимого для опитуваного аспекту проблеми; глибина – інтерв'ю має виявити емоційний, когнітивний, ціннісний аспекти відношення респондента до обговорюваної ситуації; особистісний контекст – інтерв'ю має виявити характеристики особистості опитуваного і його життєвий досвід.

Види анкетування поділяють залежно від кількості опитуваних (індивідуальне і групове), місця проведення, способу поширення анкет (роздаткове, поштове, пресове). Недоліками анкетування є низький відсоток повернення анкет, відсутність контролю за якістю їх заповнення, обмежена можливість використовувати анкети зі складною структурою і великою кількістю запитань.

Вибір виду опитування обумовлений цілями дослідження, його програмою, рівнем вивченості проблематики. Основна перевага анкетування пов'язана із можливістю масового охоплення значної кількості респондентів і його професійною доступністю. Інформація, отримана в інтерв'ю, є більш змістовною і глибокою порівняно з анкетною. Проте, під час інтерв'ю важко контролювати вплив особистості та професійного рівня інтерв'юера на опитуваного, що може

призвести до викривлення об'єктивності й надійності отриманих даних.

Метод соціометрії належить до інструментарію соціально-психологічного дослідження структури малих груп, а також особистості як члена групи. Сфера вимірювання соціометричною технікою – діагностика міжособистісних і внутрішньогрупових відносин. За допомогою соціометричного методу вивчають типологію соціальної поведінки в умовах групової діяльності, оцінюють згуртованість, сумісність членів групи. Метод розроблений Дж. Морено як спосіб дослідження емоційно безпосередніх відносин у малій групі (Дж. Морено, 1958). На основі опитування кожного члена групи виявляють тих учасників групи, із якими цей член групи захотів або не захотів би брати участь у певному виді діяльності або ситуації. Процедура вимірювання включає в себе такі етапи: а) визначення варіантів (кількості) виборів; б) вибір критеріїв (запитань) опитування; в) організація і проведення опитування; г) опрацювання й інтерпретація результатів із використанням кількісних (соціометричні індекси) і графічних (соціограми) методів аналізу.

Зазвичай складають декілька колективних соціограм для однієї групи: взаємних виборів, взаємних відторгнень, перших двох (п'яти) виборів тощо. Індивідуальні соціограми дозволяють більш детально проаналізувати положення конкретного члена у групі: відрізнити позицію лідера від позиції «популярних» членів групи. Лідером часто вважають того, кому нада-

ли перевагу у своїх виборах «популярні» члени малої групи.

Надійність вимірювань у соціометрії залежить від «впливовості» соціометричного критерію, віку опитуваних, виду індексів (персонального або групового). У соціометричному тесті можливе викривлення відповідей опитуваного, приховання його справжніх почуттів. Гарантією відвертості опитуваного можуть виступати: особистісно значима мотивація участі в дослідженні, вибір значимих для членів групи критеріїв опитування, довіра до дослідника, добровільний характер тестування тощо.

Стійкість соціометричного вимірювання підтверджують, як правило, методом паралельного тесту та взаємної кореляції результатів. Встановлено, що стабільність соціометричних результатів обумовлюється динамічною природою соціально-психологічних явищ, зокрема, міжособистісних відносин, і з плином часу знижується, що фіксується в повторних вимірюваннях. Для визначення валідності соціометричного методу застосовують порівняння результатів вимірювання із зовнішнім критерієм, зазвичай – із думкою експертів. Соціометричний метод має бути доповнений іншими прийомами, які спрямовані на більш глибокий аналіз обґрунтування міжособистісних уподобань, мотивів міжособистісних виборів, зроблених членами групи; їхніх ціннісних орієнтацій, змісту й типу здійснюваної спільної діяльності.

Суттєвими недоліками цього методу вважають:

складність виявлення мотивів міжособистісних виборів; можливість викривлення результатів через нещирість спостережуваних та внаслідок впливу психологічного захисту; соціометричне вимірювання має значення тільки під час дослідження малих груп, які мають досвід групової взаємодії.

Метод групової оцінки особистості – спосіб охарактеризувати людину в конкретній групі на основі взаємного опитування її членів один про одного. Розробка методу пов'язана із прикладними дослідженнями у промисловій та організаційній психології, де на їх основі намагаються вирішити питання відбору й розстановки кадрів (Е. Чугунова, 1986). Цей метод дозволяє оцінити і ступінь вираженості (розвитку) психологічних якостей людини, які проявляються в поведінці і діяльності, у взаємодії з іншими. Метод групової оцінки особистості застосовують у прикладних і дослідницьких цілях, що пов'язано з його простотою і доступністю для дослідників, можливістю діагностувати ті якості людини, для яких відсутній надійний інструментарій (тести, опитувальники) тощо.

Психологічною основою методу групової оцінки особистості є соціально-психологічний феномен групових уявлень про кожного з членів групи як результат взаємного пізнання людей під час спілкування. На методичному рівні цей метод є статистичною сукупністю індивідуальних уявлень (образів), які фіксуються у формі оцінок. Психологічна сутність методу визначає

межі його практичного застосування як прийому фіксації певних відображених якостей особистості, рівня прояву якостей особистості спостережуваної особи в певній групі.

Процедура методу групової оцінки особистості передбачає оцінку людини за певною низкою характеристик (якостей) із використанням прийомів прямої бальної оцінки, ранжирування, попарного порівняння тощо. Зміст оцінки, тобто сукупність оцінюваних якостей, залежить від цілі використання отриманих даних. Кількість якостей варіюється в різних дослідників у широкому діапазоні: від 20 до 180. Якості можуть групуватися в окремі смислові групи (наприклад, ділові й особистісні якості).

Для отримання надійних результатів кількість суб'єктів оцінювання має бути 7-12 осіб. Адекватність вимірювання за допомогою методу групової оцінки особистості залежить від трьох моментів пізнавальних здібностей суб'єктів оцінки (експертів); особливостей об'єкта оцінки: позиції (рівні, ситуації) взаємодії суб'єкта й об'єкта оцінки.

Тести – короткі, стандартизовані, обмежені в часі випробування. За допомогою тестів у соціальній психології визначаються міжіндивідуальні або міжгрупові відмінності.

Широкий спектр використовуваних соціально-психологічних методик діагностики особистості та групи, міжгрупової взаємодії дозволяє говорити про тести як про самостійний засіб емпіричного дослідження.

Сфери застосування тестів у соціальній психології: діагностика груп, вивчення міжособистісних і міжгрупових відносин і соціальної перцепції, соціально-психологічних якостей особистості (соціальний інтелект, соціальна компетентність, стиль лідерства тощо).

Процедура тестування передбачає виконання спостережуваним (групою спостережуваних) спеціального завдання або отримання відповідей на низку питань, які не мають безпосереднього відношення до тесту. Смысл подальшого опрацювання полягає в тому, щоб за допомогою «ключа» співвіднести отримані дані з певними параметрами оцінки, наприклад, з характеристиками особистості. Підсумковий результат вимірювання виражається в тестовому показнику. Тестові показники відносні. Їх діагностичне значення зазвичай визначають за співвіднесенням із нормативним показником, отриманим статистично на основі значної кількості досліджуваних. Основна методична проблема вимірювання в соціальній психології за допомогою тестів полягає у визначенні нормативної (базової) шкали оцінки під час діагностики груп. Вона пов'язана із системною, багатofакторною природою соціально-психологічних явищ та їх динамічністю.

Класифікація тестів можлива за кількома критеріями: за об'єктом дослідження (міжгрупові, міжособистісні, особистісні), за предметом дослідження (тести сумісності, групової згуртованості тощо), за структурними особливостями методик (опитуваль-

ники, апаратурні, проєктивні тести), за вихідною точкою відліку оцінки (методики експертної оцінки, уподобань, суб'єктивного відображення міжособистісних відносин).

Особливе місце серед тестів, які використовуються у соціальній психології, відведене для методик (шкал) вимірювання соціальних установок, які застосовують для прогнозування соціальної поведінки особистості. Вони призначені для кількісного вимірювання спрямованості й інтенсивності поведінкових реакцій людини стосовно різних категорій соціальних стимулів. Шкали установок використовують для різних цілей. Найбільш відомі такі напрями їх застосування: вивчення суспільної думки, ринку споживання, вибір ефективної реклами, вимірювання відношення до праці, до інших людей, до політичних, соціальних, економічних проблем тощо.

Установка часто визначається як готовність сприятливо або несприятливо реагувати на певні соціальні стимули. Особливістю прояву установок є те, що вони не можуть безпосередньо спостерігатися, але можуть бути визначені за результатами зовнішньої поведінки, зокрема, із відповідей людини на спеціально відібрану сукупність суджень, висловлювань (шкалу установки), у якій фіксується точка зору стосовно певного соціального об'єкта або стимулу, наприклад, відношення до релігії, війни, місця роботи тощо. Шкала установок на відміну від опитування дозволяє виміряти установку як одновимірну змінну, визначити спеціальну про-

цедуру її побудови та передбачає єдиний, підсумковий показник.

Експеримент у соціальній психології – це спеціально організована (у природних і лабораторних умовах) процедура, спрямована на встановлення причинно-наслідкових зв'язків між досліджуваними явищами, хоча б один з яких належить до категорії соціально-психологічних.

Специфічними ознаками експерименту є: моделювання явищ і умов досліджень (експериментальна ситуація); активний вплив дослідника на явища (варіювання змінних); вимірювання реакцій спостережуваних на цей вплив; відтворюваність результатів.

Становлення соціальної психології як науки пов'язане із залученням методу експерименту в дослідження людських відносин. Із розвитком соціальної психології цей метод набував усе більшого значення у прикладних дослідженнях, вдосконалювалася його техніка.

Як правило, проведення експерименту передбачає наявність чотирьох етапів. Теоретичний етап – визначення вихідної концептуальної схеми аналізу досліджуваного явища (визначення предмета й об'єкта дослідження, формування гіпотези). Методичний етап дослідження передбачає вибір загального плану експерименту, вибір об'єкта й методів дослідження, визначення незалежних і залежних змінних, визначення процедури дослідження, а також прийомів опрацювання результатів. Експериментальний етап – створення експериментальної ситуації, управління процесом ек-

перименту, вимірювання реакцій спостережуваних, контроль змінних, які є неорганізованими, тобто входять до числа досліджуваних чинників. Аналітичний етап – кількісне опрацювання й інтерпретація отриманих чинників відповідно до вихідних теоретичних положень.

Виокремлюють різні типи експерименту: за специфікою завдань – наукові та практичні; за характером експериментального плану – паралельні (наявність контрольної та експериментальної груп) і послідовні (експеримент «до і після»); за характером експериментальної ситуації – польові й лабораторні; за кількістю досліджуваних змінних – однофакторні й багатфакторні експерименти.

У соціальній психології застосовується апаратурний груповий експеримент – метод, який ґрунтується на лабораторних процедурах дослідження соціально-психологічних особливостей індивіда, малої групи, із використанням апаратурних способів моделювання групової діяльності. Конструювання апаратурних методів та їх класифікація потребує дотримання низки принципів: технічного (особливості конструкції, функціональні можливості моделі, здатність реєстрування різних компонентів діяльності), загальнопсихологічного (залучення різних психічних процесів у діяльність, яка моделюється), соціально-психологічного (характер, тип, рівень взаємопов'язаності дій учасників під час виконання групового завдання).

Апаратурні методи ефективні для вирішення прикладних завдань соціально-психологічної діагностики, прогнозування, комплектування малих груп (від 2 до 8 осіб).

Питання для самоконтролю

1. У чому полягає предмет соціальної психології?
2. Назвіть основні галузі (розділи) соціальної психології.
3. Назвіть основні методи соціальної психології.
4. Які основні переваги та недоліки методу спостереження?
5. Які основні переваги та недоліки методу опитування?

Література

1. Платонов К. К. Что изучает общественная психология. М. : Знание, 1981. 46 с.
2. Социальная психология / под ред. Е. С. Кузьмина, В. Е. Семенова. Л. : Изд. ЛГУ, 1989. 277 с.
3. Журавлев А. Л., Соснин В. А., Красников М. А. Социальная психология. М. : Форум, 2011. 496 с.
4. Ложкин Г. В., Волянчук Н. Ю., Солтик О. О. Психология праці. Хмельницький : ХНУ, 2013. 191 с.
5. Волянчук Н. Ю., Ложкин Г. В. Личность как субъект организации времени. *Журнал практикующего психолога*. 2011. № 8. С. 45–55.

6. Позднишев Є. В. Імідж у спорті: психологічний ракурс аналізу. Київ : ІП ім. Г. С. Костюка, 2018. 412 с.

7. Москальова А. С., Москальов М. В. Методи психодіагностики. Київ : Ун-т ім. Б. Грінченка, 2014. 312 с.

8. Москаленко В. В. Соціальна психологія : підручник. Вид. 2-ге, перероб. та доп. Київ : Центр учбової літератури, 2008. 688 с.

Розділ 2

СОЦІАЛЬНА ПСИХОЛОГІЯ ОСОБИСТОСТІ

Москаленко О. В.

2.1 Особистість як предмет вивчення

Людина як об'єкт пізнання перебуває в центрі дослідження низки наукових дисциплін, таких як філософія, педагогіка, психологія тощо. Вона пов'язана із навколишнім світом системою різноманітних відносин і зв'язків, які конкретизуються через поняття «індивід», «індивідуальність», «особистість».

«Людина» є найбільш загальним поняттям – це біосоціальна істота, якій притаманні свідомість, мова, вищі психічні функції. Поняття «індивід» позначає конкретну людину, носія загальних спадкових якостей роду *Homo sapiens*.

«Індивідуальність» – сукупність особливостей і певних властивостей людини, які характеризують її неповторність і виражаються в рисах характеру, у специфіці інтересів, якостей. Індивідуальність може виявлятися в інтелектуальній, емоційній, вольовій сфері чи одразу в усіх сферах психічної діяльності. Індивідуальність є найяскравішою ознакою особистості.

Поняття «особистість» розкриває соціально-психологічну сутність людини, яка формується в результаті засвоєння індивідом суспільних форм свідомості й поведінки, суспільно-історичного досвіду людства. Особистістю ми стаємо під впливом суспільства, у процесі виховання, навчання, взаємодії, спілкування. Насамперед, особистість – соціальна істота, суб'єкт пізнання, активний діяч суспільного розвитку.

Таким чином, «особистість» є інтегральним поняттям, яке характеризує людину як об'єкта й суб'єкта біосоціальних відносин і об'єднує в ньому загальнолюдське, соціально специфічне та індивідуально-неповторне. Її змістовними (ключовими) ознаками є: цілісність, унікальність, активність, відкритість, саморозвиток і саморегуляція (С. Максименко, 2007).

Оскільки соціальна психологія виникла на перетині психології й соціології, то важливим аспектом дослідження особистості є виявлення яким чином, у яких конкретних групах особистість, з одного боку, засвоює соціальні впливи, а з другого – як вона реалізує свою соціальну сутність. Щоб з'ясувати особливості формування властивостей особистості, у тому числі й соціально-психологічних, необхідно розглядати її життя в суспільстві, її рух у системі суспільних відносин.

Наукове бачення взаємозв'язку особистості й суспільства пов'язане із розумінням її як цілісної системи із професійними, національними, сімейно-побутовими, психологічними та іншими ознаками, які формуються у процесі взаємин людини з іншими людьми,

соціальними групами, суспільством. При цьому в поняття «соціальне» входять умови життєдіяльності людини, особливості суспільних відносин, виробництва, соціальних інститутів, специфіка системи виховання, поширення інформації, які визначають поведінку людини і водночас самі зумовлені її соціальною активністю та творчою діяльністю. Отже, особистість у своєму розвитку відтворює досягнення історії людської культури та цивілізації.

Утверджуючи свою індивідуальність і неповторність у цій взаємодії, виявляючи активність, особистість намагається реалізувати себе як професіонала у діяльності та соціальних відносинах.

Соціально-психологічна компетентність особистості – сукупність спеціальних комунікативних, перцептивних та інтерактивних знань, які дають змогу орієнтуватися в соціальних ситуаціях, міжособистісних відносинах (взаємодія, відображення соціальних оцінок, регуляція поведінки тощо), приймати правильні рішення та досягати визначених цілей.

Розвиток соціально-психологічних властивостей відбувається у єдності внутрішньої психічної та зовнішньої практичної діяльності: з одного боку, соціально-психологічні властивості особистості виявляються, формуються й розвиваються в соціумі, з другого – соціальне середовище, володіючи багатьма рівнями свободи, значною мірою визначається особистісними комунікативними якостями та перцептивно-інтерактивними можливостями людини.

Особистість не тільки цілеспрямована, але й самоорганізуюча система. Об'єктом її уваги й діяльності є не лише зовнішній світ, а і вона сама, що виявляється у почутті «Я», яке є уявленнями про себе, самооцінкою, програмою самовдосконалення, здатністю до самоспостереження, самоаналізу й саморегуляції (В. Москаленко, 2008). Бути особистістю – значить мати активну життєву позицію, здійснювати вибір, оцінювати наслідки прийнятого рішення і відповідати за них перед собою й суспільством, у якому живеш.

Отже, особистість як предмет дослідження необхідно розглядати як цілісне утворення, унікальну систему, результат взаємодії сукупності зовнішніх та внутрішніх факторів, що впливають на людину в процесі її становлення й розвитку в соціумі.

2.2 Соціальна установка особистості

Особливості реагування людини на оточуюче середовище та різноманітні події й ситуації, пов'язані з дією соціальних установок, які є одними з основних соціально-психологічних характеристик особистості.

Соціальна установка – стійке, фіксоване утворення особистості, що надає стабільності та спрямованості її діяльності, поведінці, уявленням про світ і саму себе. Установка свідчить про готовність людини діяти певним чином, що зумовлює швидкість її реагування на ситуацію та деякі ілюзії сприймання.

У західній соціальній психології для позначення соціальних установок використовується термін «атитюд», який у 1918 р. запропонували У. Томас і Ф. Знанецький. Атитюд визначається як «психологічне переживання індивідом цінності, значення, сенсу соціального об'єкта». У якості соціального об'єкта можуть виступати особи, групи, соціальні норми, соціальні явища, організації, соціальні інститути (економіка, шлюб, політика), країни тощо. Атитюд також розумівся як певний стан свідомості та нервової системи, що виражає готовність до реакції на основі попереднього досвіду. Атитюд є латентним (прихованим) ставленням до соціальних ситуацій та об'єктів і характеризується модальністю.

Значний внесок в розробку теорії установки здійснив грузинський психолог Д. Узнадзе (2000). Він визначив її як цілісний динамічний стан готовності людини до певної активності. Важливими ознаками установки є інтенсивність позитивного чи негативного афекту, тобто ставлення до певного психологічного об'єкта та її латентність або недоступність для прямого спостереження.

Структуру соціальної установки або атитюду утворюють такі компоненти (М. Сміт, 1942):

- 1) когнітивний компонент включає знання, думки, твердження стосовно об'єкта установки;
- 2) афективний компонент характеризує ставлення до об'єкта, виражене в емоціях (почуттях, переживаннях), які він викликає;

3) конативний компонент характеризує готовність до певної поведінки.

Проте низка науковців наголошує на суперечності між зазначеними компонентами структури, доводячи, що когнітивний компонент включає певну оцінку об'єкта як позитивного чи негативного, а конативний – містить оцінку дії стосовно предмета установки. У реальному житті дуже важко відокремити когнітивний та конативний компоненти від афективного. Крім того, установки людини не завжди збігаються з її реальними вчинками.

Таким чином, у структурі соціальної установки, зазначені компоненти можуть бути як узгодженими (мають однакову спрямованість), так і неузгодженими (суперечать один одному). Узгоджена соціальна установка викликає послідовні, позитивні чи негативні дії. Неузгоджена, навпаки, породжує амбівалентні почуття й непослідовні дії.

Основними функціями соціальної установки є регулятивна та випереджувальна.

Інтегруючи різні підходи, Г. Андреева (2003) виділяє також наступні функції:

- 1) пристосувальна (утилітарна, адаптивна) – спрямовує суб'єкта до тих об'єктів, які слугують досягненню мети;
- 2) функція знання – атитюд дає спрощені вказівки відносно способу поведінки щодо конкретного об'єкта;
- 3) функція вираження (функція цінності, самореалізації) – атитюд виступає засобом звільнення суб'єкта від внутрішньої напруженості;

4) функція захисту – атитюд сприяє розв'язанню внутрішніх конфліктів особистості.

Значний вплив на розвиток теорії соціальної установки здійснив В. Ядов (2009) – автор установчо-позиційного (диспозиційного) підходу до структури особистості. У його концепції, диспозиція – це комплекс зафіксованих у соціальному досвіді схильностей, готовності до певного сприйняття та оцінки умов діяльності, власної активності та дій інших, а також готовність до певної поведінки за цих умов. Тобто, диспозиція значною мірою зближується із поняттям установки (атитюдом).

Диспозиційна концепція розглядає диспозиції особистості як ієрархічно організовану систему із кількома рівнями:

- перший (нижчий) – елементарні фіксовані установки без модальності (переживання «за» чи «проти») та когнітивних компонентів формуються на основі вітальних потреб у найпростіших ситуаціях;
- другий – соціальні фіксовані установки або атитюди – складніші диспозиції, які формуються на основі потреби людини у спілкуванні, що здійснюється в малій групі;
- третій – базові соціальні установки або загальна спрямованість інтересів особистості на конкретну сферу соціальної активності мають трьохкомпонентну структуру і виражають ставлення не стільки до певного об'єкта, скільки до певних більш значущих соціальних сфер;

• четвертий (вищий) – система ціннісних орієнтацій особистості щодо цілей життєдіяльності та засобів досягнення цих цілей формується на основі вищих соціальних потреб особистості й детермінована загальними соціальними умовами, типом суспільства, системою її економічних, політичних, ідеологічних і культурних принципів.

Головна функція диспозиційної системи – психічна регуляція діяльності та поведінки суб'єкта в соціально-середовищі.

Кожен із рівнів диспозиції відповідає за регуляцію певного рівня поведінки. Перший рівень регулює «поведінкові акти», тобто безпосередні реакції суб'єкта на актуальну предметну ситуацію. Другий – регулює вчинки особистості. Вчинок є елементарною соціально значущою «одиницею» поведінки. Доцільність вчинку виражається у встановленні відповідності між простою соціальною ситуацією й соціальними потребами суб'єкта. Третій рівень регулює деякі системи вчинків, що утворюють поведінку в різних сферах життєдіяльності, де людина переслідує більш віддалені цілі, досягнення яких забезпечується системою вчинків. Четвертий – регулює цілісність поведінки або власне діяльність особистості. Цілепокладання на цьому рівні являють собою «життєвий план», важливим елементом якого є віддалені цілі, пов'язані з головними соціальними сферами діяльності людини. Така ієрархічна система є результатом попереднього досвіду і впливу соціальних умов. Вищі рівні здійснюють загальну саморегуляцію поведінки, нижчі є

відносно самостійними – вони забезпечують адаптацію особистості до конкретних мінливих умов.

Отже, залежно від того на який об'єктивний чинник діяльності спрямована установка, виокремлюють три рівні регуляції поведінки смислові, цільові та операційні атитюди. Смислові атитюди містять інформаційний (світогляд людини), емоційний (симпатії, антипатії щодо іншого об'єкта), регулятивний (готовність діяти) компоненти. Вони допомагають сприймати систему норм і цінностей у групі, зберігати цілісність поведінки особистості в ситуаціях конфлікту, визначати лінію поведінки індивіда тощо. Цільові атитюди зумовлені цілями і визначають стійкість перебігу певної дії людини. Операційні атитюди виявляються у процесі розв'язання конкретних завдань на підставі врахування умов ситуації та прогнозування їх розвитку. Виражаються у стереотипності мислення, конформній поведінці особистості тощо.

Таким чином, соціальна установка – це особистісне утворення, що на основі досвіду виявляється в готовності людини до певної поведінки стосовно конкретних об'єктів, до вироблення суб'єктивних орієнтацій як члена групи суспільства щодо соціальних цінностей, об'єктів тощо.

2.3 «Я-концепція» як соціально-психологічний феномен

Усвідомлене ставлення людини до своїх потреб і здібностей, потягів і мотивів поведінки, переживань і думок називають самосвідомістю особистості.

В основі самосвідомості лежить здатність відокремлювати себе від власної життєдіяльності. Ця здатність виникає у спілкуванні при формуванні свідомості, мислення, розуміння, ставлення до свого буття, вона опосередкована спільною діяльністю, що сприяє формуванню певного уявлення про себе, свою здатність до суспільно значущих дій та вчинків.

Уявлення про себе або суб'єктивний образ свого «Я», виникає під впливом оцінного ставлення інших людей при співвіднесенні мотивів, мети й результатів своїх вчинків та дій із соціальними нормами поведінки, які прийняті в конкретному суспільстві.

Результатом процесів самосвідомості є «Я-концепція» особистості.

«Я-концепція» – це динамічна система уявлень людини про себе, яка включає усвідомлення своїх фізичних, інтелектуальних та інших особливостей; самооцінку та суб'єктивне сприймання зовнішніх чинників, які впливають на особистість.

«Я-концепція» складається із трьох структурних елементів:

- пізнавальний (когнітивний) компонент – характеризує зміст уявлень особистості про себе;
- емоційно-оцінний (афективний) компонент – відображає ставлення до себе загалом чи до окремих сторін своєї особистості, діяльності й проявляється в системі самооцінок. Самооцінка породжує такі підструктурні складові як: самоставлення (позитивне чи негативне), самоповага чи самозневага, почуття власної цінності чи комплекс неповноцінності тощо.

- поведінковий (конативний) компонент – характеризує поведінкову реакцію, яка виникає в результаті взаємодії перших двох компонентів. Його підструктурними елементами є: 1) саморегуляція; 2) самоконтроль.

Когнітивна схема Я-концепції включає в себе дві підсистеми: особистісну ідентичність і соціальну ідентичність.

Особистісна ідентичність – це самовизначення людиною своїх фізичних, інтелектуальних і моральних рис.

Соціальна ідентичність складається з окремих ідентифікацій і визначається належністю людини до різних соціальних категорій: раси, національності, класу, статі, соціальної групи, до виконання певних соціальних ролей. Поряд з особистісною соціальна ідентичність є важливим регулятором самосвідомості й соціальної поведінки.

Я-концепція являє собою певну систему і зміна одного аспекту може повністю змінити природу цілого.

Відомий психолог К. Роджерс відзначав, що Я-концепція – це складна структурована картина, яка існує у свідомості індивіда. У рамках структури Я-концепції він виділяє три основні модальності:

- 1) «реальне Я» – установки, пов'язані з тим, як людина сприймає свої актуальні здібності, ролі, статус, тощо;
- 2) «дзеркальне (соціальне) Я» – установки, пов'язані з уявленнями людини про те, як її сприймають інші;
- 3) «ідеальне Я» – установки, пов'язані з уявленнями

людини про те, якою б вона хотіла стати. «Ідеальне Я» містить цілі, пов'язані з майбутнім, образ того, якою людина прагне або сподівається стати для досягнення адекватності та досконалості.

Якщо «реальне Я» і «ідеальне Я» різко відрізняються, то їх низька конгруентність (збіг) породжує низьку самооцінку, високу тривожність, ознаки депресії. Такі розбіжності можуть призводити до спотвореного сприйняття реальності, породжувати різні психологічні труднощі. Якщо виникає неузгодженість між реальним досвідом і «реальним Я», то може виникати психологічна дезадаптація, як результат спроб захистити сформовану Я-концепцію від загрози зіткнення з таким досвідом, що з нею не узгоджується. Це призводить до викривлення у сприйнятті досвіду або до ігнорування досвіду у формі невірної його інтерпретації.

Центральним компонентом «Я-концепції» є самооцінка особистості. Самооцінка – це та цінність, значущість, якої надає собі індивід загалом (відображає рівень самоповаги, прийняття чи неприйняття себе) та окремим рисам своєї особистості, діяльності, поведінки.

Самооцінка може мати різний рівень усвідомлення.

Охарактеризувати її можна за такими параметрами:

- 1) за рівнем виділяють високу, середню та низьку самооцінку;
- 2) за співвіднесенням з реальними успіхами – адекватну та неадекватну (завищену та занижену);
- 3) за особливостями будови – конфліктну та безконфліктну.

Для розвитку особистості ефективною є досить висока загальна самооцінка, що співвідноситься з адекватними частковими самооцінками різного рівня. Стійка й разом з тим досить гнучка самооцінка, яка за необхідності може змінюватися під впливом нової інформації, набутого досвіду, оцінок інших людей, є оптимальною як для особистісного зростання, так і для продуктивної діяльності. Негативно впливає на них надмірно стійка, ригідна самооцінка, а також надто нестійка, така, що змінюється за найменших впливів.

Самооцінка формується на основі оцінок навколишніх, оцінки результатів власної діяльності, а також на основі співвіднесення реального та ідеального уявлення про себе.

Самооцінка виконує регуляційну й захисну функції, впливає на поведінку, діяльність і розвиток особистості, її стосунки з іншими людьми. Відображаючи рівень задоволення чи незадоволення собою, вона створює основу для сприймання власного успіху чи неуспіху в діяльності, досягнення мети певного рівня, тобто рівня домагань особистості.

Рівень домагань особистості – це прагнення до досягнення мети тієї складності, на яку людина вважає себе здатною.

Отже, «Я-концепція» особистості є результатом тривалого процесу розвитку, який починається з моменту народження і триває протягом усього життя.

Виділяють такі стадії формування «Я-концепції»:

Перша стадія – відчуття свого тіла. Протягом пер-

шого року життя дитина починає розуміти що її тіло існує незалежно від зовнішнього світу і належить тільки їй.

Друга стадія – відчуття самоідентичності, коли дитина усвідомлює себе як конкретну і важливу особу. Відправною точкою для виникнення почуття цілісності й безперервності «Я» стає власне ім'я дитини. Вивчивши своє ім'я, дитина починає усвідомлювати, що незважаючи на всі зміни у зрості та взаємодії із зовнішнім світом, вона залишається однією й тією ж людиною.

Третя стадія – формування самоповаги. Спочатку почуття самоповаги проявляється як почуття гордості, яке відчуває дитина, коли виконує щось самостійно. Таким чином, самоповага залежить від успішного виконання дитиною певного завдання. Пізніше самоповага набуває відтінків змагальності. Визнання однолітків є важливим джерелом нових самооцінок протягом усього дитинства.

На четвертій стадії відбувається розширення власних меж. Дитина починає усвідомлювати, що їй належить не тільки власне тіло, а також і інші елементи навколишнього світу, включаючи людей. Протягом цього періоду діти навчаються досягати значення «мій».

На п'ятій стадії починає формуватися образ «Я». Дитина починає дізнаватися чого від неї очікують батьки, родичі, вчителі та інші люди, яким вони хочуть її бачити. Саме в цей період дитина починає розуміти різницю між «Я – хороша» і «Я – погана».

Шоста стадія (між 6 і 12 роками) характеризується усвідомленим раціональним управлінням собою. Індивід на цій стадії використовує абстрактну аргументацію й застосовує логіку для вирішення повсякденних проблем. Дитина ще не довіряє собі настільки, щоб бути морально незалежною, тому думки інших відіграють важливу роль. Ця стадія розвитку відображає сильний конформізм, моральну й соціальну слухняність.

На сьомій стадії в підлітково-юнацькому віці відбувається оформлення «Я-концепції», цілісного почуття «Я» (постановка перспективних цілей, наполегливість в пошуку шляхів вирішення намічених завдань, відчуття того, що життя має сенс). Однак і в зрілому віці це прагнення розвивається, тому що розгортається новий етап пошуку самоідентичності, нової самосвідомості.

Восьма стадія у формуванні «Я-концепції» пов'язана з унікальною здатністю людини до самопізнання й самооцінки. Важливі події життя змушують особистість переглядати ставлення до себе. Якщо новий життєвий досвід узгоджується з існуючими уявленнями про себе, він легко асимілюється, входить всередину Я-концепції. Якщо новий досвід не вписується в існуючі уявлення, то «оболонка» Я-концепції спрацьовує як захисний екран.

Таким чином, важливою функцією Я-концепції є забезпечення внутрішньої узгодженості людини, відносної сталості поведінки, незважаючи на безперервний тиск навколишнього світу. Розвиток особистості в усіх її формах (спілкування, поведінка, діяльність) пе-

ребує під визначальним ситуативним впливом Я-концепції. Її інтегральне значення полягає в забезпеченні гармонії психічного світу людини, збалансованого становлення її особистості.

Отже, Я-концепція відіграє потрійну роль: вона сприяє досягненню внутрішньої узгодженості особистості, визначає інтерпретацію досвіду та є джерелом очікувань.

2.4 Соціалізація особистості: механізми, умови, фази (стадії), адаптація

Соціалізація (від лат. *socialis* – суспільний) у широкому розумінні означає розвиток людини як соціальної істоти, становлення її як особистості. Соціалізація – це процес входження індивіда в суспільство, активного засвоєння ним соціального досвіду, соціальних ролей, норм, цінностей, необхідних для успішної життєдіяльності в певному суспільстві.

У процесі соціалізації в людини формуються соціальні якості, знання, вміння, навички, що дає їй змогу стати дієздатним учасником соціальних відносин. Людина долучається до групи, намагаючись стати її частиною, осягнути почуття «Ми» і почуття «Я» серед «Ми», що позбавляє самотності, дає відчуття сили і впевненості, спонукає до впливу на соціальне життя у групі в процесі міжособистісних контактів, сприяє набуттю індивідуального досвіду (*Л. Орбан-Лембрик, 2003*).

Соціалізація починається з перших хвилин життя людини і реалізується у трьох основних сферах (*Г. Андреева, 2003*): діяльність, спілкування та самосвідомість.

Характерною особливістю кожної з цих сфер є розширення, примноження соціальних зв'язків індивіда із зовнішнім світом. Так, у сфері діяльності соціалізація пов'язана із засвоєнням нових видів активності, людина виражає себе як суспільний індивід, проявляє особистісні смисли, виявляє самостійність, ініціативу, творчість та професіоналізм. У сфері спілкування відбувається розширення кола спілкування за рахунок розуміння себе та інших учасників комунікативного процесу, відбувається збагачення змісту взаємодії та розвиток комунікативних навичок. У сфері самосвідомості відбувається становлення «Я-концепції» індивіда, осмислення свого соціального статусу, засвоєння соціальних ролей, формування соціальної позиції, самооцінки, моральних орієнтирів тощо.

Формами реалізації процесу соціалізації є соціальна адаптація та інтеріоризація.

Соціальна адаптація (лат. *adaptatio* – пристосовувати) – вид взаємодії особи із соціальним середовищем, у процесі якого відбувається узгодження вимог та сподівань обох сторін. Цей процес вказує на пристосування індивіда до рольових функцій, соціальних норм, спільностей, до умов функціонування різних сфер суспільства.

Інтеріоризація (лат. *interior* – внутрішній) – процес

формування внутрішньої структури людської психіки за допомогою засвоєння соціальних норм, цінностей, ідеалів, процес переведення елементів зовнішнього середовища у внутрішнє «Я».

Таким чином, процес соціалізації є двостороннім і передбачає засвоєння індивідом соціального досвіду шляхом входження в соціальне середовище, систему соціальних зв'язків і активне їх відтворення. Тобто людина не тільки адаптується до умов соціуму, елементів культури, норм, що формуються на різних рівнях життєдіяльності суспільства, а й завдяки своїй активності перетворює їх на власні цінності, орієнтації, установки.

Соціалізація здійснюється через низку умов, які після їхнього групування можна назвати «факторами». Такими факторами соціалізації є: цілеспрямоване виховання, навчання і випадкові соціальні впливи в діяльності та спілкуванні. Соціалізуючись, дитина не пасивно приймає різні впливи (зокрема виховні), а поступово переходить від позиції об'єкта соціального впливу до позиції активного суб'єкта. У процесі соціалізації індивід бере участь у соціальних відносинах, змінюється його психіка.

Отже, соціалізація відбувається як за стихійного впливу на особистість різних обставин життя, так і за цілеспрямованого її формування.

Стихійна (або ненаправлена) соціалізація відбувається, нібито, «автоматично» в результаті перебування індивіда в певному соціальному оточенні. Су-

купність різноманітних груп, що оточують індивіда, їх особливості, неоднаковість рівня соціального розвитку, відмінності рівня домагань, поглядів, практики соціальних зв'язків і відношень, висувають різні вимоги до особистості.

Цілеспрямована соціалізація являє собою спеціально розроблену певним суспільством систему засобів впливу на людину, з метою формування її особистості у відповідності з інтересами цього суспільства. Сутність цілеспрямованої соціалізації значною мірою переплітається з поняттям «виховання», у якому акцентується увага на ролі зовнішнього впливу в розвитку особистості, тобто односторонній дії. Поняття ж «соціалізація» передбачає взаємодію індивіда й соціальних умов життя людини й суспільства, внаслідок чого відбувається розвиток як індивіда, так і людства в цілому, тобто соціалізація є процесом двостороннім.

Важливу роль у процесі соціалізації відіграють соціальні інститути, тобто системи спеціально створених або таких, що природно склалися, установ і органів, функціонування яких спрямоване на розвиток індивідів, насамперед, шляхом освіти і виховання. Розрізняють формальні, тобто офіційні установи суспільства (держави), призначення яких полягає у вихованні і навчанні кожного нового покоління (дошкільні установи, школи, вузи, культурні установи тощо) і неформальні соціальні інститути, тобто такі, що мають соціально-психологічне підґрунтя – малі і великі групи, в які включений певний індивід (сім'я, клас, од-

нолітки студентська група, трудовий колектив, етнічна спільнота, референтна група тощо). Ефективність соціалізації зумовлюється їх моральним, культурним та економічним станом.

Інститути соціалізації – це відносно стійкі типи і форми соціальної практики, завдяки яким організується процес соціалізації особистості в рамках соціальної системи суспільства. Функціонування цих інститутів визначається: 1) системою норм, які регулюють певну поведінку індивіда; 2) наявністю засобів і умов, що забезпечують успішне виконання нормативних наказів і здійснення соціального контролю; 3) інтеграцією інституту в соціально-політичні, ідеологічні і ціннісні структури суспільства, що дозволяє узаконити формально-правову основу функціонування того чи іншого інституту.

Отже, соціалізація є результатом взаємодії низки обставин, сукупний вплив яких вимагає від людини певної поведінки й активності (В. Москаленко, 2008).

Залежно від низки обставин, таких як вік людини, соціальний прошарок тощо соціалізація здійснюється за допомогою широкого набору засобів. Наприклад, методи заохочення й покарання дітей в сім'ї, у групах ровесників, у навчальних і професійних групах; різноманітні види і типи відносин в навчанні, спілкуванні, грі, спорті тощо.

Виокремлюють наступні групи способів соціалізації:

1. Традиційний – через сім'ю, найближче оточення. Відбувається на ранніх етапах соціалізації (від народ-

ження до 5-6 років) і називається «просоціалізацією» або «усною ідентифікацією». Дитина набуває перших навичок взаємодії, осягнення соціальних ролей (у тому числі формування рис маскулінності та фемінінності), осмислює норми і цінності. Саме тип поведінки батьків значною мірою впливає на формування образу «Я» дитини.

2. Інституційний – через певні інститути: дитячий садок, школа, засоби масової інформації – преса, радіо, телебачення, Інтернет тощо. У процесі взаємодії людини з різними інститутами соціалізації, під час накопичення досвіду відбувається формування соціально прийнятної поведінки.

3. Міжособистісний – у процесі спілкування з суб'єктивно значущими особами. Реалізується через механізми імітації та ідентифікації.

4. Рефлексивний – спосіб, подібний до внутрішнього діалогу, у якому людина розглядає, оцінює, приймає або не приймає ті чи інші цінності, включаючи їх до своєї поведінки як результат перетворення суспільних відносин. Він реалізується через такий механізм як почуття сорому і провини.

5. Стилізований – діє в рамках певної субкультури. Субкультуру прийнято розглядати як комплекс морально-психологічних рис і поведінкових проявів, які типові для людей певного віку, професійного або культурного прошарку, що загалом створює певний стиль життя.

Кожному способу соціалізації властивий певний механізм.

Механізми соціалізації – це соціально-психологічні впливи середовища, що безпосередньо сприяють інтеріоризації зовнішніх групових норм і цінностей.

Усі механізми соціалізації сучасні науковці поділяють на три групи:

- 1) неусвідомлювані – навіювання, зараження, наслідування, ідентифікація;
- 2) усвідомлювані – референтна група, авторитет, популярність;
- 3) окрема група механізмів, до якої належать санкції заохочення й покарання, що застосовуються в суспільстві.

Основними механізмами соціалізації є:

- ідентифікація – ототожнення індивіда з іншою людиною або групою, що відбувається на основі засвоєння властивих ним властивостей, стандартів, цінностей, соціальних установок і ролей.
- імітація («imitation» – наслідування) розуміється як усвідомлюване прагнення дитини копіювати певну модель поведінки.
- навіювання – процес неусвідомленого відтворення індивідом внутрішнього досвіду, думок, почуттів і психічних станів тих людей, з якими він спілкується;
- соціальна фасилітація («facilitate» – полегшувати) виявляється у підвищенні активності суб'єкта, внаслідок присутності інших людей (наявність соціального оточення).

Соціалізація є тривалим процесом, у своєму розвитку вона долає кілька стадій. Стадійність процесу пояснюється співвідношенням розвитку людини і специфікою соціальної ситуації, у яку вона потрапляє в різні періоди життя. Варто зазначити, що соціалізація дітей відрізняється від соціалізації дорослих. Основними відмінностями є те, що:

- 1) соціалізація дорослих виявляється головним чином у зміні внутрішньої поведінки, тоді як дитяча соціалізація коригує базові ціннісні орієнтації;
- 2) дорослі можуть оцінювати норми, а діти здатні тільки засвоювати їх;
- 3) соціалізація дорослих передбачає неоднозначне розуміння добра і зла, водночас як соціалізація в дитинстві будується на повному підкоренні дорослим і строгому виконанні правил;
- 4) соціалізація дорослих спрямована на те, щоб допомогти людині оволодіти певними навичками, а соціалізація дітей формує головним чином мотивацію їхньої поведінки.

Виокремлено ознаки, за допомогою яких визначають стадії соціалізації, а саме:

- залучення індивіда до діяльності (міра засвоєння знань, умінь і навичок та способи їх відтворення);
- рівень розвитку самосвідомості людини;
- провідні інститути соціалізації, що здійснюють домінуючий вплив на процес становлення та розвитку індивіда на певній стадії;
- способи соціалізації (опосередковані провідною

діяльністю стосунки з іншими людьми, котрі визначають соціальний розвиток особистості на відповідному віковому етапі);

- соціально-психологічні механізми соціалізації.

Стадії соціалізації – етапи, періоди становлення особистості, засвоєння нею соціального досвіду.

За участю у трудовій діяльності Г. Андреева (2003) виокремлює дотрудову, трудову і післятрудова стадії. Дотрудова стадія охоплює дитячий, підлітковий та юнацький вік, включаючи два самостійні етапи, 1) рання соціалізація, де провідною є ігрова діяльність, а її засвоєння відбувається шляхом імітації дій дорослих; 2) навчання. Трудова стадія соціалізації пов'язана зі зрілістю особистості, реалізацією та поглибленням нею соціального досвіду. Післятрудова стадія пов'язана з реалізацією потенціалу осіб пенсійного віку. Процес соціалізації людини невід'ємний від засвоєння нею соціальних ролей. Коли людина реалізує свої права та обов'язки відповідно до соціальних сподівань, то вона виконує певну соціальну роль. Роль означає соціальну функцію конкретної людини, певну модель поведінки. Вона залежить від певних соціальних норм, очікувань, стосунків і взаємозв'язків між людьми в процесі спільної діяльності. Індивідуальне виконання ролі має певну особистісну ознаку, зумовлену передусім знаннями та уміннями перебувати в певній ролі.

Таким чином, процес соціалізації є тривалим і багатоаспектним явищем. Основним критерієм її успішного перебігу є ефективна адаптація особистості до

суспільства з одночасною здатністю до саморозвитку, вияву ініціативи, самостійності і незалежності.

Питання для самоконтролю

1. Чому дослідження особистості повинно здійснюватися нерозривно від суспільства, у якому вона існує?
2. Розкрийте поняття «Я-концепція» особистості та назвіть її структурні компоненти.
3. Яку роль відіграє самооцінка в процесі розвитку самосвідомості особистості?
4. Надайте характеристику поняття «установка», назвіть її функції.
5. Розкрийте сутність поняття «соціалізація» та визначте її основні етапи.

Література

1. Андреева Г. М. Социальная психология : учебн. для высших учеб. заведений. М. : Аспект Пресс, 2003. 364 с.
2. Ефимова Н. С. Социальная психология : учебн. для СПО. М. : Юрайт, 2016. 442 с.
3. Коваленко А. Б., Корнев М. Н. Социальная психология : підручник. Київ : Геопринт, 2006. 400 с.
4. Максименко С. Д., Максименко К. С., Папуча М. В. Психология личности : підручник для студ. ВНЗ. Київ : ТОВ «КММ», 2007. 296 с.

5. Москаленко В. В. Соціальна психологія : підручник. Вид. 2-ге, перероб. та доп. Київ : Центр учбової літератури, 2008. 688 с.

6. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія : посібник. Київ : Академвидав, 2003. 448 с.

7. Роджерс К. Р. Взгляд на психотерапию. Становление человека / Пер. с англ. М. : Прогресс, 1994. 480 с.

8. Скрипченко О. В., Долинська Л. В., Огороднійчук З. В. Загальна психологія : підручник. Київ : Либідь, 2005. 464 с.

9. Столяренко Л. Д., Столяренко В. Е. Социальная психология : учеб. пособ. для приклад. бакалавриата. Изд. 4-е, перераб. и доп. М. : Юрайт, 2016. 219 с.

10. Томас У., Знанецкий Ф. Методологические заметки. *Американская социологическая мысль*. М. : Изд-во МГУ, 1994. С. 182–194.

11. Узнадзе Д. Н. Установка у человека. Проблема объективации. Психология личности в трудах отечественных психологов. СПб. : Питер, 2000. С. 87–91.

12. Ядов В. А. О диспозиционной регуляции социального поведения личности. *Методологические проблемы социальной психологии*. М., 1975.

13. Smith M. B. Attitude. *International Encyclopedia of the Social Sciences* / Ed. by D. L. Sills. Crowell, 1968.

Розділ 3

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА МІЖОСОБИСТІСНОГО СПІЛКУВАННЯ

Винославська О. В.

3.1. Спілкування та його функції

У широкому розумінні спілкування – це та сторона людської діяльності, що вказує на зв'язок, взаємодію та взаємовплив людей у процесі матеріального та духовного виробництва, спосіб реалізації соціальних відносин, що здійснюється через безпосередні чи опосередковані контакти, в які особистості та групи вступають у процесі їхньої соціальної життєдіяльності. Саме через спілкування люди та групи вступають у матеріальні, політичні, релігійні та інші відносини один з одним. (А. Коваленко, М. Корнєв, 2006). Метою спілкування є зміна взаємовідносин між людьми, встановлення взаєморозуміння, вплив на знання, думки, відносини, почуття й інші прояви спрямованості особистості; засобом – різні форми самовираження особистості. Контакти, між людьми в спілкуванні є необхідною умовою існування індивіда.

В останні десятиліття в науці поряд з поняттям «спілкування» використовується поняття «комуніка-

ція» (від англ. «communication» – спілкування, зв'язок, комунікація). У наукових, публікаціях можна зустріти різне розуміння співвідношення понять «комунікація» і «спілкування».

Комунікація – зв'язок, взаємодія двох систем, у процесі якого від однієї системи до іншої передається сигнал, що несе інформацію. Наприклад, два комп'ютери з'єднані через локальну або телекомунікаційну мережу. Кожний працює по закладеній у нього програмі. Якщо вони обмінюються інформацією, можна говорити, що між ними існує комунікація. У ситуаціях, коли людина здійснює управління певним об'єктом за допомогою регулювання приладів, має місце комунікація «людина – машина». Проте, у цих прикладах немає зв'язку між людьми, впливу однієї особистості на іншу. В силу цього в них не відображена специфіка спілкування.

Спілкування є обміном інформацією між людьми. Людина може спілкуватися з іншими людьми не тільки в безпосередньому контакті, але й за допомогою інтернету, телефону, листів.

Отже, поняття «спілкування» є більш вузьким порівняно з поняттям «комунікація». Водночас, у соціальній психології комунікацію часто розглядають як окремий випадок спілкування, пов'язаний з обміном інформації.

Міжособистісне спілкування – це процес інформаційної і предметної взаємодії між людьми, у якому формуються і реалізуються їхні міжособистісні стосунки. Виявляючись у безпосередніх контактах, ці стосунки

визначаються і регулюються всією системою суспільних відносин, умовами суспільного виробництва, а також інтересами особистостей і груп під час здійснення ними своїх соціальних функцій.

Міжособистісне спілкування передбачає встановлення прямих контактів між двома людьми, які спілкуються віч-на-віч, що уможливорює безпосереднє реагування та вплив на дії й висловлювання іншого, сприймання один одного як конкретну особистість. Вихідною і головною одиницею міжособистісного спілкування є діада – парний соціально-психологічний зв'язок (у малій групі кожний спілкується з кожним, без посередників). Сукупність діад утворює систему міжособистісних зв'язків на рівнях групового й міжгрупового спілкування. Але людина не може одночасно перебувати у безпосередньому спілкуванні з великою кількістю людей і тому зв'язки між групами відбуваються через їх окремих представників.

Змістом спілкування виступають наукові та життєві знання. На лекціях викладачі повідомляють студентам наукові факти із загальнонаукових та спеціальних дисциплін.

У спілкуванні можуть бути передані навички та вміння. На заняттях з інформатики викладач формує в студентів навички пошуку та використання інформаційних ресурсів, проведення певних розрахунків тощо.

Змістом спілкування може виступати людина: її зовнішній вигляд, особливості характеру, манера поведінки тощо.

Змістом спілкування є колективне (групове) вирішення завдання, діяльність. Бригада студентів виконує лабораторну роботу з електротехніки, метрології, хімії тощо. Група інженерів працює над створенням нової моделі літака. У таких випадках змістом спілкування є спільна справа, завдання, їх виконання і рішення.

Своєрідним змістом спілкування вважають відносини і взаємовідносини, що наповнюють спілкування, надають йому своєрідну забарвленість, диктують засоби, манеру спілкування. Від того, як складаються взаємовідносини, може залежати вся система спілкування даної людини.

Конкретних тем для спілкування у кожної людини багато, і чим більше різноманітних тем, тим у більш широке коло спілкування вона включена, тим більш багатою і змістовною є її особистість.

У психології виділяють три рівні спілкування.

Перший рівень (макрорівень): спілкування розглядається як найважливіша сторона способу життя особистості, в якому чітко виділяються переважний зміст діяльності, коло людей, з якими вона переважно контактує. Усе це обумовлено суспільними відносинами, соціальними умовами життя особистості. Крім того, розглядаючи цей рівень, слід враховувати, яких правил, традицій, прийнятих норм дотримується особистість, спілкуючись з іншими. Інтервал часу для такого розгляду спілкування – усе попереднє й майбутнє життя особистості.

Другий рівень (мезарівень) передбачає контакти

на певну тему. Причому реалізація спілкування може закінчитися в одну зустріч або вимагатиме декількох зустрічей, актив спілкування. Як правило, у людини кілька тем, які вона реалізує послідовно або паралельно. І в тому і в іншому випадку партнерами по спілкуванню можуть бути окремі особистості і групи.

Спілкування в межах конкретної теми має початок, середину і закінчення, тобто воно є процесом. Залежно від теми, картина кожної ситуації спілкування може бути вельми своєрідною за своєю формою, засобами.

Третій рівень (мікрорівень) передбачає акт спілкування, який виступає в ролі своєрідної елементарної одиниці. Таким актом спілкування можна вважати «запитання – відповідь», рукостискання, багатозначний погляд – мімічний рух у відповідь та ін. Через елементарні одиниці реалізуються теми, з яких складається вся система спілкування особистості в певний період її життя.

Отже, спілкування – це обмін інформацією між людьми, зумовлений потребами спільної діяльності.

Під функціями спілкування розуміють ті ролі або завдання, які виконує спілкування у процесі соціального буття людини.

За своїм змістом спілкування багатфункціонально. Б. Ломов (2006) виділив у спілкуванні три функції: інформаційно-комунікативну, регуляційно-комунікативну і афективно-комунікативну.

Перша функція – інформаційно-комунікативна – охоплює процеси формування, передачі й прийому ін-

формації. Її реалізація має кілька рівнів: на першому здійснюється вирівнювання відмінностей у вихідній інформованості людей, які вступають в психологічний контакт; другий рівень передбачає передачу інформації й прийняття рішень; третій рівень пов'язаний із прагненням людини зрозуміти інших.

Друга функція – регуляційно-комунікативна – полягає в регуляції поведінки. Завдяки спілкуванню людина здійснює регуляцію не тільки власної поведінки, але й поведінки інших людей, а також реагує на їхні дії, тобто відбувається процес взаємного узгодження дій. За таких умов проявляються сумісність людей, їх компліментарність (вдале доповнення людини людиною), здійснюється взаємна стимуляція і корекція поведінки.

Третя функція – афективно-комунікативна – характеризує емоційну сферу людини, в якій виявляється ставлення індивіда до навколишнього середовища, в тому числі й соціального оточення.

Саме у єдності цих трьох функцій спілкування виступає як спосіб організації спільної діяльності і взаємовідносин людей, які включені у неї.

3.2 Спільнота, мова, мовлення

У спілкуванні й через спілкування формується соціально-психологічна спільнота – МИ. У соціальній психології поняття «спільнота» означає сукупність людей, які здатні до спілкування один з одним і від-

чувають потребу в спільних діях. Як реально існуюче об'єднання людей соціальна спільнота характеризується: а) будь-якими однаковими об'єктивними ознаками (мовою, працею, проживанням, формою прибутку тощо); б) спільністю психології, поглядів, ментальності; в) певною роллю в суспільстві (С. Соколов, 2001).

Спільнота може виконувати такі функції: закріплювати групові особливості; відокремлювати одну групу від іншої; виражати й затверджувати специфічні групові інтереси й ціннісні орієнтації.

Умовою консолідації спільноти є збіг групових інтересів, цілей, цінностей, а також визнання факту приналежності до даної групи, відчуття своєї особистої причетності до діяльності групи. Ефект спільності залежить від того, якою мірою її інтереси співзвучні інтересам людей, що входять у цю спільноту. Спільність звичайно проявляється в: ідентифікації людей один з одним; узгодженості дій, думок, почуттів людей, що входять у дану спільноту; взаєморозумінні; симпатії й емпатії; кооперації діяльності.

Отже, спільність – це характеристика стану соціальної спільноти як сукупного суб'єкта спілкування.

Мова – це система знаків, що функціонують як засіб спілкування між членами спільноти, засіб взаємного розуміння, обміну думками, знаннями. Мовлення – процес користування мовою, тобто процес спілкування, обміну думками, взаємного розуміння. Отже, мовлення є такою психічною діяльністю, яка проявляється

як процес спілкування людей за допомогою мови.

Мова – об'єктивно існуюче явище в духовному житті соціальної спільноти, зумовлене національними особливостями. Вона включає слова з їхніми значеннями (відношення слова до об'єкта, що позначається ним у реальній дійсності, незалежно від того, який образ представляє це слово у свідомості) й синтаксис (набір правил, за якими будуються речення). Засобами, з яких будується мовне повідомлення, є фонемі (усне мовлення) і графеми (письмова мова). Із цих соціально відпрацьованих звуків і графічних знаків будуються слова й речення (А. Степанов, 1981).

Граматичні категорії мови поєднуються з логічними. Логічні категорії є загальнолюдськими. Вираження логічних категорій через відповідні граматичні побудови є специфічним для кожної мови. При перекладі з однієї мови на іншу думка залишається інваріантною, а мовні засоби вираження змінюються. На відміну від поняття (логічної категорії), що має строго визначений зміст, слово, що виражає поняття, асоціюється в мові з різними значеннями і свою визначеність здобуває в контексті фрази (порівняйте «корінь квадратний» і «корінь дерева»). У словниковому запасі мови збережені знання про світ даної спільноти людей, які користуються ними.

Мовлення є основою людського мислення й вираженням розумової діяльності особистості. Але, щоб відбулося мовне спілкування, необхідною є наявність загальних, однакових засобів і правил передачі дум-

ки. Цим загальним, системою правил і є мова. Разом з тим, мислення як узагальнене відображення дійсності, здійснюється за допомогою мови. Мислення – це узагальнене відображення реальності, опосередковане словом. У цьому полягає органічний зв'язок мислення і мови.

Мовлення – це загальнолюдське явище, разом з тим у кожному окремому випадку мовлення є строго індивідуальним. Це пояснюється різним рівнем володіння мовою (словниковим запасом, граматику, фонетикою). Індивідуальність мовлення проявляється в її побудові, вимові.

У соціальній психології виділяють три основні функції мовлення. Перша функція мовлення – сигніфікативна (для того, щоб слово могло щось повідомляти, воно має позначати предмет, дію тощо). У людини із словом пов'язане уявлення про предмет або явище, а взаєморозуміння в процесі спілкування базується на єдності сигніфікації.

Друга функція мовлення – функція узагальнення. Слово позначає не тільки окремий певний предмет, але й цілу групу подібних предметів і завжди є носієм їхніх суттєвих ознак.

Третьою функцією мовлення є функція комунікації – передача знань, відносин, почуттів. У комунікативній функції можна виділити три сторони: інформаційну (проявляється у передачі знань і є тісно пов'язаною з функціями позначення і узагальнення); виразну (пов'язана з передачею почуттів і відношення

людини, що говорить, до предмету повідомлення); волевиявлення (спрямована на пряме підпорядкування дій слухача задуму того, хто говорить) (А. Степанов, 1981).

Розрізняють дві основні форми мовлення: зовнішнє й внутрішнє. Зовнішнє мовлення включає кілька видів мовлення: усне, яке залежно від певних умов спілкування воно може бути діалогічним або монологічним, і письмове.

Діалогічне мовлення є найдревнішим видом спілкування між людьми. У процесі спільної праці й життя люди відчули й відчують потребу в узгодженні спільних дій, обміні один з одним думками із приводу подій, що відбуваються, тощо. Діалог – безпосереднє спілкування двох або кількох людей. Як правило, зміст, характер діалогічного мовлення визначається безпосередніми умовами розмови, її конкретним змістом. Діалог ведеться при емоційно-експресивному контакті співрозмовників в умовах їхнього взаємного сприймання один одного. Особи, що розмовляють впливають одна на одну жестами, мімікою, тембром і інтонацією голосу, часто спільно спостерігають за предметом, що обговорюється.

Монологічне мовлення – тривале, послідовне викладення системи думок, знань однією особою. Монологічні виступи вимагають попереднього продумування й планування. Оскільки монолог є безперервним, особа, що говорить, здійснює на слухачів експресивно-мімічний вплив та вплив жестів, і по їхній

реакції може судити, наскільки зрозумілим для них є мовлення.

Письмове мовлення, як у плані історичного розвитку, так і в житті конкретної людини виникає пізніше усного мовлення. Письмове мовлення не має ніяких додаткових засобів впливу на того, хто його сприймає, крім самого слова й організуючих речення розділових знаків. Сприймання письмового мовлення обов'язково передбачає роботу уяви. Специфічною рисою письмового мовлення є те, що воно спрямоване до відсутнього читача, що живе часом на десятки й сотні років пізніше того, хто пише. Завдяки письмовому мовленню людина пізнає історичний досвід розвитку людства, оскільки у ньому зафіксовані історичні досягнення в галузі науки, мистецтва, всієї культури людства.

Внутрішнє мовлення – діалог людини із самою собою. Цей вид мовлення дозволяє людям мислити, міркувати навіть тоді, коли вони не говорять вголос, коли вони думають. Часто внутрішнє мовлення передує такій же за змістом письмово або усно вираженій думці. Причому думка, недостатньо оформлена у внутрішньому мовленні, так само нечітко виражається й у зовнішньому (письмовому або усному) мовленні.

Таким чином:

- спілкування є необхідною умовою існування соціальної спільноти;
- засобом спілкування у соціальній спільноті є мова;
- мовлення – це процес спілкування за допомогою мови;

• предметом соціально-психологічного вивчення є мовлення, а не мова.

3.3 Види міжособистісного спілкування

Розподіл спілкування на види можливий за різними параметрами: контингенту учасників, тривалості стосунків, міри опосередкування, завершеності, використанню засобів спілкування, бажаності тощо.

Залежно від контингенту учасників виділяють міжособистісне, особистісно-групове й міжгрупове спілкування.

Міжособистісне спілкування є найбільш вираженим у первинних групах, де кожна людина безпосередньо спілкується з кожною. У процесі такого парного спілкування реалізуються як групові цілі й завдання, так і особисті. Якщо ж учасники спілкування є представниками груп, то вибір ними засобів комунікації буде обмежений, оскільки вони мають піклуватися про престиж спільнот, які представляють.

При особистісно-груповому спілкуванні одною стороною спілкування є особистість, іншою – група. Таким є спілкування між менеджером і групою працівників, викладачем і академічною групою.

Міжгрупове спілкування припускає участь у цьому процесі двох спільнот. Такими є контакти під час змагання спортивних команд й академічних груп, конкурсів наукових і творчих колективів та ін. У процесі

міжгрупового спілкування кожна особистість виступає носієм колективного змісту, відстоює його, керується ним. Відповідно до цього, особистість обирає засоби спілкування, що найкраще виражають позицію групи.

Спілкування може бути безпосереднім і опосередкованим. Безпосереднє спілкування – це спілкування «віч-на-віч», при якому кожна сторона сприймає іншу й здійснює контакт, використовуючи всі наявні в її розпорядженні засоби. У безпосередньому спілкуванні існує більше каналів для зворотного зв'язку, через які учасники спілкування отримують інформацію про міру прийняття змісту іншою стороною, реакції на нього.

Опосередковане спілкування – здійснюється через проміжну ланку – третю особу, технічний засіб або матеріальну річ. Опосередкованість може бути мінімальною й значною. Якщо, наприклад, дві людини розмовляють через Skype, то її можна вважати мінімальною: вони бачать, чують одна одну, але не можуть відчутти присутність співрозмовника іншими каналами сприймання. Коли ж одна людина надсилає іншій лист або передає інформацію через третіх осіб, опосередкованість є значною.

Час, протягом якого триває спілкування, впливає на його характер і є своєрідним каталізатором змісту й засобів спілкування. Короткочасне спілкування (у межах однієї теми й відрізка часу в кілька годин) з незнайомою людиною відрізняється від акту спілкування зі знайомою. Так, спілкування з незнайомою особою, з одного

боку, спрямовано на вирішення поставленого завдання, а з іншого – на пізнання цієї особи. У короткочасному спілкуванні зі знайомими, друзями завдання на пізнання їхньої особистості відходить на другий план порівняно із завданнями, які потрібно вирішувати спільно.

Довготривале спілкування в межах однієї або декількох тем, переривчасте або безперервне, пропускає не тільки вирішення поставлених завдань, але й самовиявлення кожної зі сторін і краще пізнання одна одну. Досвід показує, що тривалий термін спілкування створює передумову або для виникнення й зміцнення позитивних ділових і дружніх взаємин, або для конфронтації, протиставлення. Показником завершеності спілкування є вичерпаність змісту теми, спільної дії.

У процесі незавершеного спілкування зміст теми або спільної дії виявляється не доведеним до кінця, до результату, що переслідувала кожна зі сторін. Незакінченість спілкування може бути обумовлена об'єктивними (роз'єднання у просторі, заборона, зникнення засобів спілкування тощо) й суб'єктивними (взаємне або однобічне небажання продовжувати спілкування, розуміння необхідності припинення його й ін.) причинами. Незавершене спілкування приводить до збереження напруженості, що виникла на початку спілкування, і людина починає відчувати бажання продовжити його до вичерпаності теми.

Особливим видом спілкування є масова комунікація. Вона є процесом поширення професійно підготов-

леної інформації (наукових знань, духовних цінностей, моральних і правових норм тощо) через Інтернет, пресу, радіо, телебачення та інші канали на масову, розташовану в різних місцях, неоднорідну й анонімну аудиторію. Зворотній зв'язок у масових комунікаціях є відтермінованим – із затримкою в часі інформація може піти у зворотному напрямку у вигляді листів, sms-повідомлень, телефонних розмов. Метою масової комунікації є утвердження духовних цінностей та здійснення ідеологічного, політичного, економічного й організаційного впливу на оцінки, думки і поведінку людей. Під впливом масової комунікації можуть відбуватися зрушення у свідомості людей і в їхній поведінці. При цьому проявляється наступна закономірність: безперервний потік інформації як вираження її кількості в певний момент викликає якісне зрушення у свідомості людей.

Спілкування завжди є соціальним. Воно відбувається між людьми й у присутності людей. Навіть тоді, коли дві людини спілкуються без свідків, вони спілкуються як носії соціального досвіду, як представники спільнот. Міра соціальності спілкування визначається кількістю людей, що беруть у ньому участь, або є обізнаними з його цілями, змістом, результатами. У випадках, коли контакти потрапляють в поле уваги десятків, сотень, мільйонів людей (наприклад, зустріч глав урядів) соціальна ситуація спілкування є широкою. Коли про зустріч двох студентів відомо тільки їм, тоді соціальна ситуація спілкування є вузькою.

3.4 Вербальне спілкування

Вербальне спілкування за допомогою слова є основною й найдосконалішою формою спілкування людей. Рівень володіння мовою, багатство і культура мовленнєвого висловлювання визначають можливості та ефективність спілкування кожної конкретної особистості.

Розглядаючи вербальне спілкування з точки зору його соціальної заданості (система суспільно-історичних, соціально-економічних і культурних особливостей середовища, у якому воно відбувається), виділяють такі його види як міжособистісне і рольове. Дійсно, ступінь соціальної заданості спілкування є різним, він може коливатись від досить низького (міжособистісне спілкування) до дуже високого ступеня (рольове спілкування) і навіть до повного підпорядкування форм і змісту спілкування соціальним канонам (В. Москаленко, 2008).

Міжособистісне спілкування виникає на основі тих відносин, на які соціальні норми і правила здійснюють невиразний, опосередкований вплив. У терміні «міжособистісне» акцентується увага на емоційному характері спілкування. Вступаючи в міжособистісне спілкування, люди орієнтуються на свої внутрішні цілі й цінності. Відношення до партнера формується в процесі безпосереднього контакту, на основі поведінки, яку він демонструє. Міжособистісне спілкування надає своїм партнерам значну свободу у виборі «режиму»

спілкування, у прийнятті рішення про його тривалість.

У рольовому спілкуванні людина обмежена у виборі стратегії своєї поведінки, в сприйманні партнера й самої себе. Усе це залежить від соціальної позиції, яку вона займає, виконуючи ту чи іншу соціальну роль. У поняттях «соціальна позиція» і «соціальна роль» відбивається вибіркоче відношення людей один до одного в процесі спілкування.

Рольове спілкування допомагає людям створювати і підтримувати стосунки, що побудовані на ділових, формально-соціальних контактах, наприклад, воно забезпечує комунікацію в соціальних діадах «викладач-студент» й ін. При цьому саме роль, рольові очікування партнерів визначають, як людина буде сприймати партнера, розуміти його поведінку і будувати власну.

У соціальній психології існує класифікація видів спілкування, згідно з якою виділяються ритуальне, монологічне і діалогічне спілкування.

Ритуальне спілкування, по суті, є рольовим, людина підтверджує в ньому свої соціальні ролі. Відмінною рисою ритуального спілкування є його безособистісність, оскільки партнери сприймають себе в ньому формально, як носія ролі, як елемент ритуалу (ритуали привітання, вибачення, ритуали, що пов'язані зі святом тощо). У міжособистісному спілкуванні ритуалам приділяється небагато місця, хоча вони є. Значення ритуалів стає очевидним, коли вони не виконуються (людина, з якою перестали вітатись).

Монологічне спілкування – передбачає позиційну

нерівноправність партнерів. Виділяють два різновиди монологічного спілкування: імператив і маніпуляцію.

Імперативне спілкування – це авторитарна, директивна форма впливу на партнера по спілкуванню з метою досягнення контролю за його поведінкою, примус його до певних дій. Особливість імперативу в тому, що кінцева мета спілкування – примус партнера – не є завуальованою. Для здійснення впливу використовують такі засоби як накази, вказівки, розпорядження й вимоги.

Існують соціальні види діяльності, в яких використання імперативного виду спілкування є цілком виправданим як з цільової, так і з етичної точок зору. До них відносяться військові уставні відносини, відносини «керівник-підлеглий», відносини у складних й екстремальних умовах.

При імперативному спілкуванні суб'єкт спілкування керується сукупністю установок, правил і конкретних прийомів реагування, спрямованих на здійснення прямого психологічного впливу на партнера для досягнення своїх цілей, зокрема:

- відкрите, пряме і ясне висловлення своїх позицій, намірів і цілей;
- відкрита, активна поведінка й дії з досягнення своїх цілей;
- ефективний і рішучий захист себе від агресивної поведінки партнера;
- досягнення своїх цілей з урахуванням інтересів і цілей партнера;

- пряма й відкрита відмова виконувати дії, що не служитимуть вашим інтересам (В. Крисько, 2014).

Водночас, можна назвати й ті сфери міжособистісних відносин, де застосування імперативу є недоречним й навіть неетичним. Насамперед мова йде про інтимно-особистісні, подружні й дитячо-батьківські відносини. Відомо, що за допомогою команд, наказів і безперечних заборон можна домогтися зовнішньої слухняності й виконання будь-яких вимог. Проте вони не стають частиною внутрішніх особистісних переконань людини.

Маніпуляція – це розповсюджена форма міжособистісного спілкування, що передбачає вплив на партнера з метою досягнення своїх прихованих намірів. Як імператив так і маніпулятивне спілкування мають на меті вплив на партнера з метою досягнення своїх цілей. Основна ж відмінність між ними полягає в тому, що при маніпулятивному спілкуванні партнер не інформується про справжні цілі спілкування. Вони або приховуються від нього, або підмінюються іншими.

Сферою «дозволеної» маніпуляції є бізнес і ділові відносини взагалі. Маніпулятивний стиль спілкування широко розповсюджений і в області пропаганди. Разом з тим, володіння й використання засобів маніпулятивного впливу на інших людей у діловій сфері, як правило, закінчується для людини переносом таких навичок в інші сфери взаємовідносин. Сильніше за усе руйнуються від маніпуляцій відносини, що побудовані на любові, дружбі й взаємній прихильності. При

маніпулятивному спілкуванні партнер сприймається не як цілісна унікальна особистість, а як носій певних «відомих» маніпулятору властивостей і якостей.

Маніпулятора характеризує брехливість і примітивність почуттів, апатія до життя, стан нудьги, надмірний самоконтроль, цинізм і недовіра до себе й інших. Самого себе він теж починає сприймати фрагментарно, переходячи на стереотипні форми поведінки, керується помилковими мотивами й цілями (С. Кара-Мурза, 2015).

Реальною альтернативою монологічному спілкуванню є діалогічне спілкування, яке дозволяє перейти до установки на співрозмовника, особистість якого сприймається як цінність, як унікальна індивідуальність.

Діалогічне спілкування впливає на виявлення і формування здібностей індивідів, посилюючи чи послаблюючи їх психічну і фізичну енергію. Окрім того, діалогічне спілкування є важливим джерелом творчості індивіда, оскільки в процесі нього виникає щось нове порівняно з дією кожного окремого індивіда, розкриваються психічні якості, внутрішній світ особистості, виявляються нові сторони предметів культури, які є посередниками спілкування (В. Москаленко, 2008).

Діалог будується на принципово інших засадах, аніж монологічне спілкування. Продуктивний діалог є можливим лише у випадку дотримання таких установок і правил взаємодії:

- психологічне налаштування на актуальний психологічний стан співрозмовника й свій власний.
- безоцінне сприймання партнера, апріорна довіра до його намірів;
- сприйняття партнера як рівного, що має право на власну думку й власне рішення;
- персоніфікація спілкування – розмова від свого імені, без посилення на авторитети, презентація своїх щирих почуттів і бажань;
- узгодженість (конгруентність) власної поведінки при взаємодії з партнером.

Діалогічне спілкування – це спілкування, що виводить індивіда на рівень єдності з родом, групою, спільнотою. Взаємодія у ньому завжди є діяльністю із залучення до загальних цілей і цінностей. Отже важливою є практична організація форм і засобів діалогічного спілкування, завдяки яким передаються культурні цінності, способи діяльності, моральні норми від покоління до покоління.

3.5 Невербальне спілкування

Невербальне спілкування – вид спілкування, для якого характерне використання безсловесних засобів передачі інформації. До основних невербальних засобів слід віднести: жестикуляція, міміка, пантоміміка розташування партнерів у просторі, візуальний контакт, зображення та ін. Усі невербальні засоби спілкування діляться на 6 груп: кінесичні; паралінгвістичні; екстралінгвістичні;

проксемічні; тактильні; ольфакторні.

Кінесика вивчає закономірності рухів людини, що застосовуються у процесі спілкування. До кінесичних засобів спілкування відносяться: жестикуляція, міміка, пантоміміка, напрямок погляду, візуальний контакт, почервоніння й збліднення шкіри, стереотипи моторики.

Жестикуляція є системою рухів тіла людини, що супроводжують або заміняють вербальне спілкування. За існуючою класифікацією жести, діляться на 4 групи: загальноприйняті жести; емоційні жести (залежать від культури країни); індивідуальні жести (властиві конкретній людині); ритуальні жести (наприклад, вітання).

Міміка – виразні рухи м'язів обличчя, одна з форм прояву почуттів людини – радості, смутку, задоволення й ін. Розрізняють два типи міміки: – мимовільна (рефлекторна) міміка; довільна (свідома) міміка.

Пантоміміка – сукупність виразних рухів голови, кінцівок і тулуба, що супроводжують мовлення й емоції. Вірогідність пантоміміки ґрунтується на тому, що більшість її проявів є спонтанними й не контролюються свідомістю людини. Знання пантоміміки дозволяє зрозуміти більше, ніж говорить співрозмовник.

Візуальний контакт – це засіб взаємної регуляції процесу спілкування. Коли ми дивимося на співрозмовника, нам легше зосередити увагу на тому, що він говорить. Погляд може бути діловий, соціальний, інтимний та ін.

Важливо зазначити, що використання кінесичних засобів спілкування досить жорстко обмежено національними, культурними й релігійними традиціями того чи іншого етносу. Наприклад, широко відкриті очі для японця – ознака гніву, для європейця – привітності і подиву.

Сигнал	Трактування
Жести	
Руки, зчеплені на грудях	Оборонна позиція
Легке постукування по столі	Нетерпіння
Молитовно складені долоні, пальці злегка розставлені	Почуття переваги, співрозмовник вважає, що він хитрий за вас
Руки під столом	Не готовий до розмови, або боїться видати невпевненість, нервозність
Руки на столі (позиції різноманітні, але не зчеплені)	Готовність вступити в соціальний контакт
Посмішка, легкий нахил голови, ритмічне кивання головою	Розуміння, готовність до контакту
Легкий нахил голови вбік	Спокій, задоволення
Погляд і супутні рухи	
Підйом голови й погляд нагору або нахил голови із зосередженим виразом	Партнер не готовий до контакту, міркує
Довгий нерухливий погляд в очі співрозмовникові	Хочу підкорити собі
Погляд убік	Зневага
Погляд у підлогу	Страх і бажання втекти

Таблиця
Трактування деяких невербальних сигналів
за А. Пізом (2017)

До паралінгвістичних засобів спілкування відносяться: інтенсивність; тембр; інтонація, тональність голосу. Істотна зміна голосових характеристик характеризує ступінь внутрішнього хвилювання. Монотонне мовлення часто свідчить про скутість партнера по спілкуванню. Солодко-лілейний голос означає нещирість, що висловлюється, а «металеві нотки» говорять про енергію, твердість, рішучості співрозмовника.

Екстралінгвістичні засоби являють собою нетипові індивідуальні особливості вимови. До них відносяться: паузи; темп мовлення; зв'язність мовлення; сміх; покашлювання; заїкання.

Паузи під час розмови роблять для того, щоб надати партнерові можливість висловитися; надати сили словам, що слідує за паузою; перечекати відволікання партнера; виграти час. Якщо людина не звертає уваги на те, що її переривають, виходить, вона більше орієнтується на себе, а якщо їй складно тримати паузи в розмові, вона більше орієнтується на міжособистісну взаємодію. Уміння тримати паузу часом є незамінним засобом ведення розмови.

До проксемічних засобів спілкування відносять дистанцію між партнерами, а також їхнє взаємне розташування у просторі.

Виділено чотири дистанції між співрозмовниками: інтимна, особиста, соціальна, публічна. Перші дві дистанції свідчать про те, що спілкуються близькі друзі або родичі; соціальної дистанції дотримуються люди, що вступають в офіційні контакти; публічна має місце

між чужими людьми. Змінюючи відстань, людина може здійснювати додатковий вплив на партнера, оскільки цим змінюється характер відносин між ними. Не менше значення в спілкуванні має розміщення партнерів. Наприклад, спілкування між людьми, що вступають вперше в контакт, проходить успішніше, якщо стільці, на яких вони сидять, розставлені вільно навколо невеликого столика.

Під тактильними засобами спілкування розуміють контакти співрозмовників, що здійснюються руками, головою, тулубом й іншими частинами тіла. Найбільший інтерес представляють контакти рук: рукостискання; обійми; поцілунки; поплескування; поштовхи; погладження; торкання; ляпаси; удари.

Використання людиною в спілкуванні динамічних дотиків визначається багатьма факторами: статусом партнерів, їхнім віком, статтю, ступенем знайомства. Неадекватне використання особистістю тактильних засобів може спричинити конфлікт у спілкуванні (наприклад, обійми є можливими тільки за умови близьких відносин).

Ольфакторними засобами називають природні й штучні запахи людини, запахи навколишнього середовища.

До невербальних засобів спілкування відносять також обмін речами, предметами. Цей спосіб бере свій початок в далекому минулому, коли у спільноті обмін продуктами, знаряддями праці був чи не єдиним способом спілкування між людьми. Сучасну лю-

дину важко уявити поза матеріальною діяльністю, вона має здійснювати взаємодію, використовуючи предмети, речі. Наприклад, багато операцій на конвеєрі здійснюються без мовленнєвого супроводу (приймання-передавання деталей, інструментів). Святкування ювілеїв, входин тощо може супроводжуватися врученням відповідних подарунків.

Зображення – фотографії, реклама, блог – також є засобами спілкування, але це вже не прямі засоби контакту, а їхнє поширення здійснюється через розповсюдження друкованої продукції, Інтернет, Viber тощо.

Інформація, що надходить по невербальних каналах, може, як підкріплювати, так і суперечити повідомленню, що передане за допомогою слів. Невербальні засоби спілкування менш контролюються свідомістю, аніж мовлення, і тому вони є більш достовірними. Досягнення єдності вербальних і невербальних засобів комунікації – конгруентності – також є важливою умовою ефективності спілкування, оскільки її відсутність сприяє виникненню недовіри у співрозмовника.

Ми продовжуємо спілкуватися один з одним, незважаючи на те, що в XXI столітті живе спілкування усе більше витісняють мобільні телефони й Інтернет. Але проблема невербального спілкування завжди буде актуальною, оскільки при одночасному сприйманні мовлення і невербальних проявів партнера ми можемо вірити або не вірити у його щирість, «влов-

лювати» його реальні інтереси і наміри, що робить спілкування більш продуктивним.

3.6 Техніки і прийоми спілкування

Техніка спілкування – це способи попереднього налаштування людини на спілкування з людьми, її поведінку в процесі спілкування, а її прийоми – бажані засоби спілкування, включаючи вербальні і невербальні (А. Морозов, 2000).

Перш ніж вступити в спілкування з іншою людиною, необхідно визначити свої інтереси, співвіднести їх з інтересами партнера по спілкуванню, оцінити його як особистість, вибрати найбільш доречні техніку і прийоми спілкування. Потім, вже в процесі спілкування, необхідно контролювати його процес і результати, вміти правильно завершити акт спілкування, залишивши у партнера сприятливе або несприятливе враження про себе і зробивши так, щоб в подальшому у нього виникло або не виникло (якщо цього бажання немає) прагнення продовжувати спілкування.

На початковому етапі техніка спілкування включає такі елементи, як прийняття певного виразу обличчя, пози, вибір початкових слів, тону висловлювання, рухів і жестів, що принадають партнера, виконання дій, що спрямовані на його попереднє налаштування, на певне сприймання повідомлення (інформації, що передається). У процесі спілкування застосовуються

техніки і прийоми розмови, засновані на використанні зворотного зв'язку.

Основними параметрами ефективності спілкування є вміння й навички людей у використанні двох технік спілкування: техніки спілкування, заснованого на розумінні, й техніки директивного спілкування (В. Крисько, 2014).

До прийомів спілкування, заснованого на розумінні, у соціально-психологічній літературі відносять наступні:

- прості фрази, що підтверджують наявність контакту (прояв уваги й інтересу);
- перефразовування висловлень і почуттів партнера, що виражаються відкрито, (прояв уваги й перевірка правильності розуміння);
- з'ясування думок і почуттів партнера, що не проявляються відкрито;
- зондування не повністю усвідомлюваних емоційних станів співрозмовника («переведення» у поле свідомості партнера причин емоційних станів);
- усвідомлене використання мовчання в процесі бесіди;
- невербальні реакції (усвідомлене використання «мови тіла»);
- інтерпретація (варіант зондування переживань партнера, що не повністю усвідомлені);
- резюмування (варіант розширеного перефразовування логічно завершеного фрагмента розмови);
- підбадьорення й підтвердження того, що ви хоче-

те зрозуміти й прийняти без оцінювання думки й почуття співрозмовника;

– питання, що прояснюють позицію співрозмовника.

Однак оволодіння цими прийомами до рівня професійних навичок вимагає систематичних зусиль.

Уміння й навички спілкування, заснованого на розумінні, безперечно є важливими професійними якостями ділової людини. Разом з тим професійна діяльність вимагає вмінь і навичок іншого роду, а саме – вмінь і навичок використання прийомів директивного спілкування в роботі з людьми.

Прийоми директивного спілкування включають: директивні питання (орієнтація партнера на проблему, яку, на вашу думку, доцільно обговорювати відповідно до ваших цілей); відкрите з'ясування протиріч у позиції партнера (орієнтація партнера на усвідомлення протиріч у міркуваннях й аргументах); висловлювання сумнів, згоди або незгоди (схвалення, несхвалення) щодо повідомлень співрозмовника; порада, пропозиція, роз'яснення (рекомендації співрозмовникові щодо реалізації його цілей); переконання; примус (прихована або пряма погроза партнерові, якщо він відмовиться діяти відповідно до ваших намірів).

Питання для самоконтролю

1. Порівняйте змістовне навантаження понять «спілкування» і «комунікація».
2. Поясніть, що таке рівні спілкування?

3. Назвіть і проаналізуйте функції спілкування.
4. Проаналізуйте співвідношення понять «спільнота», «спільність» і «спілкування».
5. Розкрийте змістовне навантаження понять «мова» і «мовлення».
6. Назвіть і проаналізуйте різновиди мовлення.
7. Який зміст ви вкладаєте у поняття «вербальне» і «невербальне» спілкування?
8. Охарактеризуйте різновиди вербального міжособистісного спілкування.
9. Дайте характеристику засобів невербального міжособистісного спілкування.
10. Розкрийте особливості техніки спілкування, заснованого на розумінні.

Література

1. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. Век XXI. М. : Эксмо, 2015. 464 с.
2. Коваленко А. Б., Корнев М. Н. Соціальна психологія : підручник. Київ : Геопринт, 2006. 400 с.
3. Крысько В. Г. Социальная психология: учебник для бакалавров. Изд. 4-е, перераб. и доп. М. : Юрайт, 2014. 553 с.
5. Ломов Б. Ф. Психическая регуляция деятельности М. : ИП РАН, 2006. 624 с.
6. Морозов А. В. Деловая психология. Курс лекций : Учебник для высших и средних специальных учебных заведений. СПб. : Союз, 2000. 576 с.

7. Москаленко В. В. Соціальна психологія : підручник. Вид. 2-ге, перероб. та доп. Київ : Центр учбової літератури, 2008. 688 с.

8. Пиз А., Пиз Б. Язык телодвижений. Как читать мысли окружающих по их жестам. М. : Эксмо, 2017. 448 с.

9. Соколов С. В. Социальная конфликтология: учеб. пособие для вузов. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. 327 с.

10. Степанов А. А. Речь и язык. Общая психология: учеб. пособие / под ред. В. В. Богословского и др. Изд. 3-е, перераб. и доп. М. : Просвещение, 1981. С. 258–270.

Розділ 4

ПСИХОЛОГІЯ МІЖСОБИСТІСНОЇ ВЗАЄМОДІЇ

Ложкін Г. В.

4.1 Міжособистісна взаємодія у сумісній діяльності

Проблема сумісної діяльності починає активно вивчатись у середині ХХ ст. Практичні потреби суспільства спричиняють сплеск інтересу науковців до змісту, структури та соціально-психологічної діяльності. У той момент сумісна діяльність розглядалась переважно як детермінуюче середовище та як передумова існування групи.

Вирізняють наступні основні ознаки сумісної діяльності:

- цілеспрямованість (спрямованість до здійснення загальної мети);
- оптимальний рівень мотивації (ділова спрямованість до вирішення сумісних завдань);
- інтегрованість (єдність і цілісність групи);
- узгодженість (взаємообумовленість дій усіх суб'єктів процесу);
- керованість (ієрархічність і підпорядкованість процесу діяльності);

- результативність (спрямованість на досягнення результату спільної діяльності) (А. Журавльов, 2002).

Найсуттєвішими ознаками сумісної діяльності постає взаємодія між суб'єктами у процесі її виконання, а також діями, особистісними змістами й психічними станами.

Взаємодія між людьми – суттєва особливість структури сумісної діяльності, її основна ознака відмінності від індивідуальної діяльності. Під взаємодією варто розуміти таку систему дій, за якої дії однієї людини чи групи осіб обумовлюють конкретні дії інших, а дії останніх, у свою чергу, визначають дії перших. Сумісна відрізняється від індивідуальної форми діяльності не стільки наявністю взаємодії між учасниками, скільки характером включення взаємодії у психологічну структуру самої діяльності.

За такою ознакою (або критерієм), як спрямованість, взаємодія між людьми в колективі може диференціюватись на декілька видів, основними серед яких є такі:

- взаємодія, спрямована на зміну предмета сумісної праці (предметно-спрямована);
- взаємодія, спрямована на зміну характеристик суб'єкта, як індивідуального, так і колективного (суб'єктно-спрямована);
- взаємодія, спрямована на зміну організаційно-управлінських характеристик життєдіяльності групи, наприклад, форм організації спільної життєдіяльності, особливостей управління нею тощо (організаційно-спрямована).

Усі ці три види взаємодії можуть мати місце у сумісній діяльності, однак лише предметно-спрямована взаємодія є основною ознакою спільної діяльності колективу. Суб'єктно й організаційно-спрямовані види взаємодії існують у таких спільнотах (групах), які реально не виконують сумісну діяльність, але при цьому функціонують як спільноти. У них наявні спільні завдання, пов'язані з формуванням суб'єкта й з організацією життя групи, однак їхнє рішення автоматично не призводить до сумісної діяльності, обов'язковою умовою виникнення якої є наявність предметно-спрямованої взаємодії.

Взаємодія між людьми (або спілкування як одна з конкретних її форм) наявна й під час виконання відносно незалежних індивідуальних діяльностей, однак при цьому вона не входить до структури цієї діяльності та не вносить у неї принципових структурних змін. У такому випадку взаємодія, образно кажучи, «знаходиться поруч» з індивідуальною діяльністю, супроводжуючи її у формі спілкування. Така взаємодія не є предметно-спрямованою та не змінює структуру діяльності. Навпаки, діяльність перестає бути індивідуальною, вона стає сумісною.

Взаємодія та спілкування, за словами Б. Ломова (2006), «ніби пронизує сумісну діяльність, виконуючи організуючу роль». Структура сумісної діяльності фактично утворюється, функціонує та розвивається саме за рахунок взаємодії між окремими її учасниками.

Безпосередня або опосередкована взаємодія учас-

ників уможливорює об'єднання, розподіл і узгодження індивідуальних діяльностей «всередині» сумісної, при чому взаємодія «пронизує», а також всі її компоненти, тобто цілі, мотиви, способи здійснення, етапи та результати.

Проблема психологічної структури сумісної діяльності тісно пов'язана з важливим питанням, яке стоїть перед нами: чи є детальний опис та більш глибоке вивчення «одиниць» її психологічного аналізу.

Сумісна діяльність як єдина, цілісна система виникає, перш за все, у результаті встановлення різних видів соціальних зв'язків між індивідами та реалізації через них суспільних відносин. Суспільні відносини реалізуються у сумісній діяльності, головним чином у процесах об'єднання, функціонального розподілу та узгодження діяльності індивідів, які у свою чергу, стають можливими завдяки їхній взаємодії один з одним.

Відтак цільову або предметно-спрямовану взаємодію між учасниками сумісної діяльності (а отже, і між індивідуальними діяльностями) доречно обрати у якості «одиниці» психологічного аналізу, яка відображає її сутнісну специфіку так само предметна дія складає специфіку індивідуальної. Цільова взаємодія в сумісній діяльності як один з проявів суспільних зв'язків та відносин між індивідами зумовлює виникнення певної їхньої спільності. Завдяки взаємодії колективний суб'єкт зберігає свою цілісність та підтримує свою здатність до сумісного функціонування.

Для досягнення цілей сумісної діяльності її учасники фактично виступають активними суб'єктами впливу один на одного.

У сумісній діяльності, як правило, використовується декілька найбільш типових стратегій поведінки її учасників по відношенню до партнерів:

а) підтримка як дієва допомога іншим, активне сприяння досягненню спільних цілей сумісної діяльності;

б) протидія досягненню цілей іншими учасниками сумісної діяльності, здійснення неузгоджених з ними дій всупереч ідеям партнерів по взаємодії;

в) ухиляння від взаємодії, тобто активна втеча, уникнення взаємодії з партнерами навіть у тих випадках, коли ситуація та обставини не тільки сприяють, але і потребують взаємодії учасників сумісної діяльності для досягнення спільних цілей.

Залежно від співвідношення трьох вищезначених стратегій виокремлюють певні типові ситуації взаємодії людей. Якщо розглянути діадну взаємодію як найбільш простий і показовий її варіант, то можна виокремити низку соціально-психологічних типів взаємодії, які умовно позначимо наступним чином:

1. Співробітництво: партнери по взаємодії сприяють один одному в досягненні індивідуальних цілей кожного та спільних цілей сумісної діяльності.

2. Протиборство: партнери протидіють один одному та перешкоджають досягненню індивідуальних цілей кожного.

3. Ухиляння від взаємодії: партнери намагаються уникнути активної взаємодії.

4. Односпрямоване сприяння, коли один з учасників сумісної діяльності створює умови для досягнення індивідуальних цілей іншого, а той у свою чергу, уникає взаємодії з ним.

5. Односпрямована протидія: у випадку коли один з партнерів перешкоджає досягненню цілей іншим, а той, у свою чергу, уникає взаємодії з ним.

6. Контрасна (чи поляризована) взаємодія: один з учасників намагається сприяти іншому, а інший обирає стратегію активної протидії першому (у подібних випадках така протидія може маскуватися в ту чи іншу форму).

7. Компромісна взаємодія, коди обидва партнери проявляють окремі елементи, як сприяння, так і протидії.

Діадна форма взаємодії є хоч і поширеною, втім лише окремим елементом у тій системі взаємодії, яка виникає в реальній сумісній діяльності та яка потребує спеціальних емпіричних досліджень. Значення ж діадної взаємодії особливо зростає в управлінській діяльності, коли реалізується принцип індивідуального підходу керівника до виконавця. За таких умов суб'єкт управління може бути де факто включений у будь-який із виділених вище типів взаємодії, кожен із них має різну ефективність у досягненні цілей сумісної діяльності, а тому потребує використання специфічних методів і прийомів управлінської взаємодії. Ефек-

тивність взаємодії залежить не тільки від керівника, але і від стратегії виконавця як партнера по взаємодії. Різні соціально-психологічні стратегії і типи взаємодії важливо враховувати під час практичної організації та управління сумісною діяльністю колективу.

Таким чином, цільову або предметно-спрямовану взаємодію учасників сумісної взаємодії варто розглядати в якості необхідної «одиниці» психологічного аналізу, однак тут виникає питання про її самодостатність, відповісти на яке поки що неможливо. Якщо розглядати можливі «одиниці» аналізу сумісної діяльності, то предметно-спрямована взаємодія має певні переваги порівняно з, наприклад, індивідуальною діяльністю і зокрема дією як основним її компонентом, а також спілкуванням. Предметна дія, а в цілому індивідуальна діяльність людини характеризується, насамперед, своєю спрямованістю на об'єкт і включає в себе суб'єкт-об'єктні відносини. Спілкування між людьми передбачає, у першу чергу, аналіз суб'єкт-суб'єктних відносин, за винятком низки випадків, коди спілкування є самостійним видом діяльності. Цільова взаємодія людей одночасно передбачає і їхнє ставлення один до одного як суб'єктів, і сумісне їхнє ставлення до спільного об'єкта діяльності. Саме взаємодія учасників сумісної діяльності забезпечує трансформацію сукупності індивідуальних діяльностей у єдину систему. Предметна спрямованість суб'єктів, які взаємодіють, – обов'язкова умова формування колективного суб'єкта діяльності.

Психологічний аналіз процесуального характеру

сумісної діяльності повинен включати вивчення певної сукупності процесів. У зв'язку з цим предметом спеціального аналізу є процеси групового цілеутворення та цілепокладання, мотивоутворення й мотивування, розподіл та інтеграція (об'єднання) індивідуальних діяльностей (і дій) у групі, процеси їх узгодження й координації, керування впливів (управління), а також групової оцінки індивідуальних внесків і спільних кінцевих результатів сумісної діяльності. Таким чином, перераховані групові процеси відповідають виокремленим раніше ознакам відмінності спільної діяльності від індивідуальної.

Деякі з виокремлених процесів (наприклад, цілеутворення, мотивоутворення та оцінка результатів) наявні і в індивідуальній діяльності, однак така примітка як «групові» означає виникнення їхньої нової якості.

Групове цілеутворення та мотивоутворення, а також групове оцінювання результатів, як і інші соціально-психологічні процеси, обумовлюються взаємодією людей не тільки з предметом діяльності (тобто, предметністю), але й один з одним (тобто, суб'єктністю).

Реальні соціально-психологічні процеси тісно взаємопов'язані. Більше того, структурні компоненти сумісної діяльності можуть вважатися однією з підстав виокремлення певних соціально-психологічних процесів: наприклад, групова ціль – цілеутворення й цілепокладання, груповий мотив – мотивоутворення й мотивування, загальний кінцевий результат – групове оцінювання тощо. Якщо в основі лежить один елемент

цієї діяльності, можна говорити про перший різновид або первинні соціально-психологічні процеси (процеси першого порядку). Другий різновид складають ті процеси, які мають відношення до всіх без винятку структурних компонентів. До нього відносять процеси розподілу й об'єднання індивідуальних діяльностей, узгодження, організації, управління, тобто вторинні соціально-психологічні процеси, або процеси другого порядку. Виокремлення первинних і вторинних процесів реалізує системний принцип багаторівневості й ієрархічності щодо соціально-психологічних явищ у трудовому колективі.

4.2 Комунікативна сторона спілкування (обмін інформацією, зворотній зв'язок, бар'єри, вплив)

У процесі спілкування люди обмінюються різними ідеями, інтересами, настроями, почуттями й т. д. Усе це може бути розглянуто як різна інформація, і в цьому випадку спілкування є комунікативним процесом. Важливо пам'ятати, що комунікативні процеси між людьми суттєво відрізняються від інформаційного обміну в технічних пристроях; міжособистісна комунікація і за своїм змістом, і за своєю формою має важливі специфічні риси. Специфіка міжособистісної комунікації розкривається, перш за все, у таких процесах і феноменах: процес зворотного зв'язку, наявність комунікативних бар'єрів, феномен комунікативного впливу та існуван-

ня різних рівнів передачі інформації (вербального й невербального). Проаналізуємо ці особливості детальніше.

Перш за все, варто зазначити, що інформація у спілкуванні не просто передається від одного партнера до іншого (особу, яка передає інформацію прийнято називати комунікатором, а ту, яка отримує цю інформацію – реципієнтом), а саме обмінюється. Відповідно до цього, основним завданням інформаційного обміну у спілкуванні є не просто надходження інформації у прямому чи зворотному напрямку, а вироблення спільного сенсу, єдиної точки зору та згоди з приводу тієї чи іншої ситуації чи проблеми спілкування. Для вирішення цього завдання в межах спільного інформаційного процесу працює особливий механізм, характерний виключно для міжособистісного спілкування, – механізм зворотного зв'язку.

Суть цього механізму полягає в тому, що в міжособистісній комунікації процес обміну інформацією ніби подвоюється, і крім змістовних аспектів інформація, що надходить від реципієнта до комунікатора, містить відомості про те, як реципієнт сприймає й оцінює поведінку комунікатора. Таким чином, зворотний зв'язок – це інформація, що містить реакцію реципієнта на поведінку комунікатора. Мета надання зворотного зв'язку – допомога партнеру по спілкуванню в розумінні того, як сприймаються його вчинки, які почуття вони викликають в інших людей. Передача комунікатору зворотного зв'язку може здійснюватися

різними шляхами. Перш за все, мова йде про прямий та непрямий зворотній зв'язок. У першому випадку, інформація, що надходить від реципієнта, у відкритій і недвозначній формі містить реакцію на поведінку того, хто говорить. Це можуть бути відкриті висловлення на зразок «Мені неприємне те, що ти говориш», «Мені складно зрозуміти, про що зараз іде мова» і т. д., а також різні жести та прояви почуття жалю, роздратування, радості тощо. Такий зворотний зв'язок забезпечує адекватне розуміння його комунікатором, створює умови для ефективного спілкування.

Непрямий зворотний зв'язок – це завуальована форма передачі партнеру психологічної інформації. Для цього часто використовують різні риторичні запитання, насмішки, іронічні зауваження, неочікувані для партнера емоційні реакції. У цьому випадку комунікатор має самостійно здогадатися, що саме хотів сказати йому партнер по спілкуванню, яка ж насправді його реакція та його ставлення до комунікатора. Зрозуміло, що здогадки не завжди правильні, і це значно ускладнює як процес обміну інформацією, так і процес спілкування.

Отже, окреслено першу ознаку відмінності міжособистісної комунікації – наявність психологічного зворотного зв'язку.

У процесі комунікації перед учасниками спілкування постає завдання не стільки обмінятися інформацією, скільки добитися її адекватного розуміння партнерами. Тобто в міжособистісній комунікації виникає

особлива проблема – інтерпретування повідомлення, що надходить від комунікатора до реципієнта. Щонайперше, форма і зміст повідомлення суттєво залежать від особистісних особливостей самого комунікатора, його уявлень про реципієнта та ставлення до нього, до всієї ситуації, у якій відбувається спілкування. По-друге, відправлене ним повідомлення не залишається незмінним: воно трансформується, змінюється під впливом індивідуально-психологічних особливостей особистості реципієнта, ставлення останнього до автора, самого тексту, ситуації спілкування. Одні й ті ж слова, почуті людиною від начальника та власного сина можуть зумовити різні психологічні реакції: зауваження високостатусної особи буде вислухане з особливою увагою, а зауваження сина, навіть коректне за своєю формою, неочікувано зумовить у душі роздратування. Одну й ту ж передачу різні люди по-різному сприймають залежно від своїх політичних уподобань, культурних звичок, переваг тощо. Одну й ту ж репліку вчителя один учень сприйме як вказівку до дії, а інший як несправедливу придирку, один – візьме до уваги, а інший – навіть не почує.

Від чого ж залежить адекватність сприймання інформації? Можна назвати декілька причин, найголовнішою з яких є наявність або відсутність у процесі спілкування комунікативних бар'єрів. У загальному розумінні комунікативний бар'єр – це психологічна перешкода на шляху адекватної передачі інформації між партнерами по спілкуванню. У випадку виникнення

бар'єру інформація викривлюється або втрачає першопочатковий сенс, а в низці випадків – взагалі не надходить до реципієнта. Можна говорити про існування бар'єрів нерозуміння, соціально-культурних відмінностей і бар'єрів відносин.

Виникнення бар'єру нерозуміння може бути пов'язане з низкою причин як психологічного, так і іншого характеру. Так, він може виникати через недоліки в самому каналі передачі інформації; це так зване фонетичне нерозуміння. Перш за все, воно виникає, коли учасники спілкування говорять різними мовами чи діалектами, мають суттєві дефекти мовлення та дикції, викривлену граматичну будову мови. Бар'єр фонетичного нерозуміння зумовлюється також невиразною швидкою мовою: мова – скоромовка та мова із значною кількістю слів-паразитів.

Існує також семантичний бар'єр нерозуміння, пов'язаний, перш за все, з відмінностями в системах значень (тезаурусах) учасників спілкування. Це, перш за все, проблема жаргонів і сленгу. Відомо, що навіть у рамках однієї й тієї ж культури є багато мікро-культур, кожна з яких породжує своє «поле значень», характеризується своїм специфічним розумінням різних понять, явищ, що їх виражають. Так, у різних мікро-культурах не однаково розуміють сенс таких цінностей, як «краса», «почуття обов'язку», «пристойність» тощо. Крім того, кожне середовище створює свою міні-мову спіл-

кування, свій сленг, у кожної з них свої улюблені цитати та жарти, висловлювання та звороти мови. Усе це разом може суттєво ускладнювати процес спілкування, створюючи семантичний бар'єр спілкування. Для низки професій зняття такого виду бар'єру є досить актуальною проблемою, так як їхня успішність безпосередньо пов'язана зі створенням адекватних міжособистісних відносин з іншими людьми. Це, перш за все, стосується педагогів, лікарів, психологів, спеціалістів у галузі обслуговування, реклами тощо. Для них важливо засвоювати чужі семантичні системи, щоб говорити з людьми на «їх мові», не провокуючи власною специфічною мовою виникнення семантичних бар'єрів.

Не меншу роль у руйнуванні нормальної міжособистісної комунікації може відігравати стилістичний бар'єр, що виникає при невідповідності стилю мови комунікатора та ситуації спілкування чи стилю мови та актуального психологічного стану реципієнта тощо. Так, партнер по спілкуванню може не сприйняти критичне зауваження, через те, що воно буде висловлене у невідповідній панібратській манері, чи діти не сприймуть цікаву розповідь через суху, емоційно не насичену чи науково-образну мову дорослого. Комунікатору необхідно тонко відчувати стан своїх реципієнтів, враховувати відтінки ситуації спілкування, з тим щоб привести у відповідність до неї стиль свого спілкування.

Нарешті можна говорити про існування логічного бар'єру нерозуміння. Він виникає у тих випадках, коли логіка роздумів, що пропонується комунікатором, або занадто складна для сприйняття реципієнтом, або здається йому не правильною, суперечить наявній йому манері доказів. У психологічному плані можна говорити про існування множини логік та логічних систем доказів. Для одних людей логічно й доказово те, що не протирічить розуму, для інших те, що відповідає почуттю обов'язку та моралі. Можна говорити про існування «жіночої», «чоловічої» психологічної логік, про «дитячу» логіку і т. д. Від психологічних схильностей реципієнта залежить, сприйме він пропоновану йому систему доказів чи оцінить її як не переконливу. Для комунікатора ж вибір адекватної для конкретного моменту системи доказів завжди є актуальною проблемою (М. Корнєв, 1995).

Як зазначалося вище, причиною психологічного бар'єру можуть бути соціально-культурні відмінності між партнерами по спілкуванню. Це можуть бути соціальні, політичні, релігійні та професійні відмінності, що призводять до різної інтерпретації тих чи інших понять, які використовуються у процесі комунікації. Як бар'єр може виступати й самосприймання партнера по спілкуванню як особи певної професії, певної нації, статі чи віку. Наприклад, велике значення для виникнення бар'єру має авторитетність комунікатора в очах реципієн-

та. Чим вищий авторитет, тим менше перешкод на шляху засвоєння пропонованої інформації. Саме небажання прислухатися до думки тієї чи іншої людини часто пояснюється її низькою авторитетністю (наприклад, відоме «яйця курицю не вчать»). Цим легко пояснити ту ретельність, з якою люди збирають усі авторитетні думки, що можуть послужити підтвердженням їхньої особистої позиції (різноманітні посилання на авторитетні джерела, відома формула «є думка», цитування класиків і т. д.).

Бар'єри відносин – це вже суто психологічний феномен, що виникає у процесі спілкування комунікатора й реципієнта. Йдеться про виникнення почуття неприязні, недовіри до самого комунікатора, що поширюється й на передану ним інформацію.

Будь-яка інформація, що надходить до реципієнта, має той чи інший елемент впливу на його поведінку, думку, установки, бажання з метою їх часткової або повної зміни. Тобто, міжособистісна комунікація завжди передбачає комунікативний вплив та спробу видозміни поведінки партнера по спілкуванню. У цьому сенсі комунікативний бар'єр – це форма психологічного захисту від чужого психологічного впливу, здійснюваного в процесі обміну інформацією між учасниками спілкування.

Звернемося до аналізу форм та умов комунікативного впливу. Прийнято виокремлювати два типи комунікативного впливу, що істотно відрізі-

няються й за завданнями, і за засобами впливу комунікатора на реципієнта, – авторитарна та діалогічна комунікація. Їх розгляд доцільно провести у формі порівняння за низкою важливих параметрів.

Перш за все, ці два типи комунікації відрізняються характером психологічної установки, що виникає в комунікатора стосовно реципієнта. Така установка в більшості випадків не усвідомлюється автором повідомлення, проте визначає стиль його комунікативного впливу. У випадку авторитарного впливу це установка «зверху – вниз», у випадку діалогічного – рівноправність. Установка «зверху – вниз» передбачає не тільки позицію реципієнта як підкорення, підлеглості, а й сприймання його комунікатором як пасивного об'єкта впливу: комунікатор говорить, слухач сприймає й некритично засвоює інформацію. Імовірно, що в реципієнта немає стійкої думки щодо питання, а якщо і є, то він може її змінити в потрібному комунікатору напрямі. У випадку рівноправної установки слухач сприймається як активний учасник комунікативного процесу, що має право відстоювати або формувати в процесі спілкування власну думку. Відповідно розрізняються й позиції реципієнта в комунікативному акті авторитарного й діалогічного типу. У першому випадку слухач виступає як пасивний спостерігач, у другому – змушений активно займатися внутрішнім пошуком власної позиції щодо обговорюваного питання.

4.3 Перцептивна сторона спілкування (механізми соціальної перцепції, формування першого враження, стереотипи)

Виникнення та успішний розвиток процесу міжособистісного спілкування можливе лише в тому випадку, якщо між його учасниками існує взаєморозуміння. Те, у якій мірі люди відображають риси та почуття один одного, сприймають та розуміють інших, а через них і самого себе, багато в чому визначає й сам процес спілкування, і відносини, що між ними виникають, і способи, з допомогою яких люди реалізують сумісну діяльність. Таким чином, процес сприймання однією людиною іншої під час спілкування як обов'язковий складник може бути названий перцептивною стороною спілкування.

Розглянемо на гіпотетичному прикладі, як у загальному вигляді відбувається процес сприйняття одним партнером (назвемо його спостерігачем) іншого (спостережуваного). У спостережуваному йому доступні для сприйняття тільки зовнішні фізичні ознаки, серед яких найбільш інформативними є зовнішній вигляд (фізичні якості плюс зовнішність) та поведінка (дії та експресивні реакції). Сприймаючи ці якості, спостерігач певним чином оцінює їх та робить певні умовиводи (інколи несвідомо) про внутрішні психологічні властивості партнера по спілкуванню. Сума властивостей, приписуваних спостережуваному,

у свою чергу, дає змогу спостерігачу сформувати певне ставлення до нього (це відношення часто має емоційний характер та знаходиться в межах континууму «подобається – не подобається»). На основі передбачуваних у спостережуваного психічних властивостей спостерігач робить певні висновки щодо того, якої поведінки можна очікувати по відношенню до спостерігача, а потім, зважаючи на ці питання, вибудувати власну стратегію поведінки стосовно спостережуваного.

Отже, під соціальною перцепцією розуміють сприймання зовнішніх властивостей людини, співвіднесення їх з її особистісними характеристиками, інтерпретацію, прогноз на цій основі її вчинків. Соціальну перцепцію неможливо розглядати за аналогією з перцептивними психічними процесами як суто когнітивний, «раціональний» акт фіксації зовнішніх властивостей спостережуваного. У ній обов'язково має бути й оцінка іншого та формування ставлення до нього в емоційному та поведінковому плані. На основі зовнішньої сторони поведінки ми ніби «читаємо» внутрішній світ людини, намагаємося зрозуміти його та виробити власне емоційне ставлення до сприйнятого. У цілому, під час соціальної перцепції здійснюється емоційна оцінка іншого, спроба зрозуміти причини його вчинків та спрогнозувати його поведінку, створити власну стратегію поведінки.

Можна також виокремити чотири основні функції соціальної перцепції: пізнання себе, пізнання партнера по спілкуванню, організація спільної діяльності на основі взаєморозуміння та встановлення емоційних відносин.

Якщо знову звернутися до схеми соціальної перцепції, то можна виокремити в ній так звані «слабкі місця», тобто ті вузлові точки процесу, у яких з найбільшою вірогідністю будуть відбуватися викривлення в об'єктивному сприйманні іншої людини. Нескладно помітити, що такими «слабкими місцями» є, перш за все, психологічні особливості та установки самого спостерігача, характеристики спостережуваного, доступні для сприймання (наскільки вони адекватно відображають об'єктивні психологічні властивості певної особи) та адекватність (правомірність) оцінок, на основі яких вибудовується ставлення спостерігача до об'єкта спостереження. Інакше кажучи, виокремлюють два головні аспекти вивчення процесу соціальної перцепції. Один з них пов'язаний з дослідженням психологічних і соціальних особливостей суб'єкта та об'єкта сприймання, а другий – з аналізом механізмів міжособистісного відображення. Детальніше проаналізуємо їх.

Дослідження психологічних особливостей спостерігача, що впливають на процес соціальної перцепції, – досить популярна та вивчена галузь соціальної психології. Так, у сприйманні та оцінці людьми один одного були зафіксовані індивідуальні, статеві, вікові, професійні та статево-рольові відмінності. Так, виявлено, що діти вчать спочатку розпізнавати експресію за мімікою, потім їм доступний аналіз емоцій через жести та взаємовідносини інших людей. У цілому, діти більше ніж дорослі орієнтовані на зовнішній вигляд (одяг, зачіска, наявність яскравих

ознак у зовнішності, уніформа, окуляри тощо). Емпіричним шляхом було виявлено, що вчителі та викладачі помічають і оцінюють у своїх учнях інші якості та риси, ніж ті ж учні та студенти у своїх педагогів. Аналогічні неспівпадиння мали місце і при сприйманні та оцінці керівником підлеглих і навпаки. Значно впливає на процес сприймання професія спостерігача. Так, при оцінці людей педагоги сильно орієнтовані на мову спостережуваного, а наприклад, хореографи, спортивні тренери, перш за все, звертають увагу на фізичну будову тіла людини.

Хоча названі вище характеристики спостерігача відіграють певну роль у формуванні оцінки партнера по спілкуванню, однак найбільше значення мають психологічні якості людини та наявна в неї система установок. Внутрішні психологічні та соціальні установки суб'єкта сприймання ніби «запускають» певну схему соціальної перцепції. При цьому інколи результат сприймання іншої людини досить жорстко запрограмований цією схемою. Особливо значна робота установок таких перцептивних схем під час формування першого враження про незнайому людину. Детальніше розглянемо це.

У соціальній психології існує багатовікова традиція дослідження психологічних властивостей об'єкта сприймання, тобто спостережуваної особи. При цьому більшість досліджень є спробою віднайти відповідь на запитання: які психологічні та інші властивості спостережуваного є найбільш важливими та

інформативними для процесу його пізнання спостерігачем, на що першочергово звертають увагу люди, оцінюючи партнерів по спілкуванню?

До таких найбільш суттєвих властивостей спостережуваного можна віднести: вираз його обличчя (міміка), способи вираження експресії (почуттів), жести та пози, хода, зовнішність (одяг, зачіска) та особливості голосу й мови. При цьому дослідження показують, що можна виокремити як широко розповсюджені, «інтернаціональні» жести, пози й інші ознаки, що мають майже однакову інтерпретацію в різних культурах, так і досить специфічні засоби, які помічають і оцінюють тільки люди певної національності чи культурної групи.

Можна навести приклади експресивних жестів, що мають універсальне трактування в європейській культурі: пальці, зведені кінчиками разом, – сором, покірність; палець, затиснутий долонею іншої руки, – самохвалення; різні «почісування» голови – нерішучість, неготовність.

Таким чином, виховуючись у певному культурному та національному середовищі, дитина засвоює набір експресивних засобів, з допомогою яких дорослі виражають свої стани та бажання, й одночасно навчається «зчитувати» з поведінки та зовнішності інших людей ознаки, за допомогою яких можна їх зрозуміти та оцінити.

Разом з тим можна виокремити низку універсальних психологічних механізмів, що забезпечують сам

процес сприймання та оцінки іншої людини, що дозволяє здійснювати перехід від зовні сприймаючого до оцінки, ставлення й прогнозу. Опишемо роботу механізмів соціальної перцепції.

Можна говорити про існування трьох груп механізмів, що забезпечують пізнання й розуміння іншої людини, самої себе в процесі спілкування з нею, і таких, що забезпечують прогнозування вчинків партнера по спілкуванню.

До механізмів першої групи слід віднести, перш за все, ідентифікацію, емпатію, атракцію.

Ідентифікація – це такий спосіб пізнання іншого, при якому уявлення про його внутрішній стан будується на основі спроби поставити себе на місце партнера по спілкуванню. Тобто, відбувається уподібнення себе іншому. При ідентифікації з іншим засвоюються норми, цінності, поведінка, смаки і звички. Людина поводиться так, як на її думку вибудовував би в даній ситуації свою поведінку інший. Ідентифікація має особливе особистісне значення на певному віковому етапі, приблизно у старшому підлітковому та юнацькому віці, коли людина багато в чому визначає характер своїх відносин із значущими для неї дорослими чи однолітками (наприклад, ставлення до кумира).

Емпатія (грец. *empathia* – співпереживання, співчуття) – осягнення емоційних станів іншої людини; психічний процес, який дає змогу зрозуміти переживання іншої людини (механізм пізнання); дія індивіда, що допомагає йому по-особливому вибудувати спілку-

вання (особливий вид уваги до іншої людини); здібність, властивість, здатність проникати в психічний стан іншої людини (характеристика людини, тобто емпатійність).

Емпатія в соціально-психологічному контексті є основною навичкою, яка набувається у процесі соціалізації; передбачає здатність приймати соціальні ролі й установки інших, уявляти себе у соціальній позиції іншого і передбачати його реакції.

Через емоційний відгук людина досягає розуміння внутрішнього стану іншого. Емпатія заснована на умінні правильно уявляти собі, що відбувається всередині іншої людини, що вона відчуває, як оцінює довколишній світ. Відомо, що емпатія тим вища, чим краще людина здатна уявити собі, як одна й та ж подія буде сприйнята різними людьми й наскільки вона допускає право на існування таких різних точок зору. Емпатія, емпатійність у стосунках з партнером по спілкуванню може розглядатися як одна з найбільш важливих професійних якостей психолога, педагога, соціального працівника. У низці випадків розвиток здатності до емпатії є особливим завданням для людей, пов'язаних з такого роду діяльністю, і вирішується з допомогою активної самоосвіти, участі в різних групах професійного розвитку.

Атракція (від лат. *attrahere* – притягувати до себе, приваблювати, схиляти) розглянута як особлива форма пізнання іншого, заснована на формуванні по відношенню до нього стійкого позитивного відчуття. У цьому випадку розуміння партнера по спілкуванню

виникає завдяки формуванню по відношенню до нього прив'язаності, товариського чи ще більш глибокого інтимно-особистісного ставлення.

Механізм другої групи отримав назву соціальної рефлексії, під якою розуміють здатність людини уявляти, як вона сприймається партнером по спілкуванню. Інакше кажучи, це знання того, як інший знає мене. Важливо зауважити, що повнота уявлень людини про саму себе значною мірою визначається багатством її уявлень про інших, широтою й різноманіттям її соціальних контактів, що дозволяють проаналізувати ставлення до себе зі сторони різних партнерів по спілкуванню. Крім того, і це особливо важливо для психолога, запорука пізнання себе – це відкритість іншим людям.

Таким чином, розкриваючи іншим у процесі спілкування свій внутрішній світ, ми самі отримуємо доступ до багатств власної душі.

Звертаючись до третьої групи механізмів соціальної перцепції, що забезпечують прогнозування поведінки партнера по спілкуванню, слід виокремити найбільш важливий універсальний механізм інтерпретації вчинків та почуттів іншої людини – механізм каузальної атрибуції або причинної інтерпретації.

У процесі спілкування людина ніколи або майже ніколи не володіє повною інформацією про причини поведінки партнера. В умовах дефіциту такої інформації індивіду нічого не залишається як формувати свій прогноз на основі уявлень про можливі причини та почуття іншої людини, інакше кажучи, здійснювати при-

писування їй певних мотивів і підстав тих або інших дій і реакцій. Не зважаючи на те, що таке приписування – процес суто індивідуальний, різносторонні його дослідження дозволили виокремити низку закономірностей у відповідності до яких відбувається каузальна атрибуція.

Передбачається, що існує два основних види каузальної атрибуції: інтернальна (внутрішня) і екстернальна (зовнішня). Інтернальна каузальна атрибуція – це приписування причин поведінки власним психологічним властивостям і особливостям людини, а екстернальна каузальна атрибуція – приписування причин поведінки людини зовнішнім, незалежним від неї обставинам. Людина для якої характерна інтернальна каузальна атрибуція, сприймаючи поведінку інших людей, вбачає її причини у їхній власній психології, а той кому властива екстернальна каузальна атрибуція, вбачає ці причини в навколишньому середовищі. Можлива також і комбінована, інтернально-екстернальна атрибуція. З погляду на те, учасником події чи її спостерігачем є суб'єкт сприймання, виокремлюють такі типи атрибуції (В. Москаленко, 2008):

- особистісна атрибуція. Причина приписується особисто тому, хто здійснює вчинок;
- об'єктна атрибуція. Причина приписується об'єкту, на який спрямована дія;
- атрибуція, пов'язана з обставинами. Причина приписується обставинам.

Спостерігач частіше вдається до особистісної атри-

буції, учасник більш схильний пояснювати те, що відбувається, обставинами.

При дослідженні процесу каузальної атрибуції виявлено багато різних закономірностей приписування. Наприклад, успіх люди частіше всього приписують собі, а невдачу – обставинам. Характер приписування залежить також від міри участі людини в обговорюваній події. Оцінка буде різною у випадках, якщо вона була учасником (співучасником) чи спостерігачем. Особливе питання – приписування спостережуваному відповідальності за здійснені дії. Загальна закономірність полягає в тому, що по мірі зростання проблемності того, що трапилося, люди схильні переходити від екстернальної до інтернальної атрибуції (тобто, шукати причину того, що трапилося, в усвідомлених діях особистості).

У цілому вивчення феномену каузальної атрибуції дозволяє краще уявити собі сам процес формування оцінки та ставлення до партнера по спілкуванню.

Говорячи про соціальну перцепцію, необхідно зазначити, що це досить розвинена галузь соціально-психологічного знання, особливо в питаннях, пов'язаних з формуванням першого враження про людину. Відомо, що в процесі тривалого спілкування відносини людей стають досить індивідуалізованими, важко піддаються схематизації, у той час як на перших етапах основна роль відводиться різним стійким схемам сприймання вчинків і почуттів, значну роль відіграють стереотипи, сформовані на основі попереднього життєвого досвіду.

У літературі описані три найбільш типові схеми формування першого враження про людину. Кожна схема «запускається» певним чинником, що так чи інакше є в ситуації знайомства: фактором переваги, фактором привабливості партнера та фактором ставлення до спостерігача.

Перша схема соціального сприйняття починає працювати в ситуації нерівності партнерів (точніше, коли спостерігач відчуває перевагу партнера за якоюсь ознакою – розум, зріст, матеріальний статок тощо). Суть такої ситуації далі в тому, що людина, що домінує над спостерігачем за важливою ознакою, оцінюється ним значно вище й за іншими значущими параметрами. Інакше кажучи, відбувається його загальна особистісна переоцінка. При цьому, чим не впевненіше почуває себе спостерігач у цей момент, у конкретній ситуації, тим менш потрібно часу для запуску цієї схеми. Так, в екстремальній ситуації люди часто готові довіряти тим, кого б не стали слухати у спокійній обстановці.

Друга схема пов'язана зі сприйняттям партнера як надзвичайно привабливого зовні. Помилка привабливості полягає в тому, що зовні привабливу людину люди схильні також переоцінювати за іншими важливими для них психологічними чи соціальними параметрами. Так, експериментами доведено, що більш красивих на фотографіях людей оцінюють як більш успішних, щасливих та щирих, а красивих жінок чоловіки схильні вважати більш турботливими та порядними.

Третя схема сприйняття партнера запускається його

ставленням до нас. Помилка сприйняття тут полягає в тому, що людей, які добре до неї ставляться або поділяють важливі ідеї, особа схильна оцінювати вище й за іншими показниками.

В основі всіх типових схем формування першого враження про людину лежить механізм стереотипізації. Основу цього важливого механізму соціальної перцепції утворює несвідоме структурування особистості.

Стереотипізація (грец. *streos* – твердий і *typos* – відбиток) – процес формування враження про людину на основі вироблених стереотипів.

Сукупність якостей, котрі людина приписує іншій людині, називають оцінними стереотипами. Найчастіше формування стійких образів соціального об'єкта (людини, групи, події, явища тощо) відбувається непомітно для індивіда. Імовірно, у зв'язку з недостатньою усвідомленістю стереотипи утверджуються як стійкі еталони, які виступають в якості регуляторів поведінки особистості. Формуються вони як наслідок недостатньої поінформованості, результат узагальнення особистістю власного досвіду, доповненого відомостями, отриманими з книг, кінофільмів, висловлюваннями інших людей. Стереотип допомагає швидко і досить надійно спрощувати, оформлювати у певні категорії та еталони соціальне оточення людини.

Когнітивною основою стереотипізації є такі операції, як селекція, обмеження, категоризація соціальної інформації.

Стереотипи є регуляторами соціальних відносин,

своєрідним «захистом» (виправданням власної поведінки), способом вивільнення групової напруженості, їм притаманні економія мислення, стійкість.

Різноманітність особливостей, функцій стереотипів є передумовою багатьох їх класифікацій. За критерієм змісту виокремлюють такі їх види:

- професійні стереотипи. Йдеться про персоніфікований образ професії, тобто узагальнений образ типового професіонала;
- фізіогномічні стереотипи. Основою їх є визнання взаємозв'язку рис зовнішності і внутрішніх якостей особистості;
- етнічні стереотипи. Фіксують взаємини між етнічними групами, є частиною самосвідомості і менталітету нації, пов'язані з національним характером.

Сформувавшись з недостатньої поінформованості про об'єкт сприймання, стереотипи можуть виконувати консервативну, іноді реакційну роль, формуючи неправильні уявлення про людей, деформуючи процес міжособистісної взаємодії. Нерідко стереотипізація породжує упередження у сприйманні іншої людини. Якщо судження про іншу людину вибудовується на основі попереднього негативного досвіду, то нове сприймання представника тієї самої групи буде також неприязним.

Більшість стереотипів формується буденною свідомістю, тому вони часто бувають не тільки сумнівними, але й помилковими. Перевірити істинність чи хибність стереотипу можна лише в процесі аналізу конкретної ситуації.

Один з важливих результатів педагогічної стереотипізації – формування у свідомості викладача моделі ідеального студента. Це такий студент, який готовий до співпраці, прагне до знань, дисциплінований. Студентів, які схожі на цей ідеал, викладач сприймає не тільки як хороших учнів, але й у цілому як хороших людей, приємних у спілкуванні, порядних і розвинених. Студенти, які підходять під протилежний образ «поганих» студентів, сприймаються у цілому як байдужі, агресивні, погані люди, що є джерелом негативних емоцій викладача.

«Стереотип очікування» є реально дієвим чинником педагогічного процесу. Пов'язано це з тим, що він проявляється не тільки в установках та очікуваннях педагога, але й досить активно – у його поведінці. Розглянемо реальні прояви стереотипу очікування в педагогічній практиці.

1. Стереотип проявляється у відношенні до відповідей студентів. Хороших учнів, як правило, викликають частіше й активніше підтримують. «Поганому» студенту викладач через свої жести та фрази з самого початку дає зрозуміти, що нічого хорошого він від нього не чекає. Виникає цікавий парадокс: об'єктивно на опитування «поганих» студентів педагог витрачає менше часу, аніж на опитування «хороших», однак у його свідомості, що підвладна «стереотипу очікування», ситуація суб'єктивно змінюється, і він щиро вважає, що витрачає левову частку навчального часу на невстигаючих студентів.

2. Стереотип зумовлює і характер допомоги при

відповідях. Непомітно для себе викладач підказує й допомагає «хорошим», щоб підтвердити свої очікування.

3. Стереотип породжує характерні висловлювання на адресу успішних і неуспішних студентів. «Поганих» – критикують більше й різкіше з використанням узагальнень на кшталт «знову не вивчив», «як завжди ти...» тощо.

У цілому, стереотип очікування може мати й позитивні наслідки, якщо по відношенню до слабкого студента викладач сконструював позитивні очікування.

4.4 Інтерактивна сторона спілкування (стратегії взаємодії, структура взаємодії, структура конфліктної взаємодії)

Інтерактивна сторона спілкування – це умовний термін, що характеризує ті аспекти міжособистісного спілкування, що пов'язані, перш за все, із взаємодією людей. Під час спілкування його учасникам важливо не тільки обмінюватися інформацією та налагоджувати взаєморозуміння, але й організувати обмін діями, спланувати спільну діяльність, виробити форми та норми спільних дій (М. Бітянова, 2001).

Характеризуючи цю сторону спілкування, звернемося до аналізу видів міжособистісної взаємодії, а також тієї мотивації, що може спонукати учасників спілкування обрати той чи інший вид взаємодії.

Перш за все, зазначимо, що в різних досліджен-

нях виявлено декілька важливих видів соціальних мотивів (тобто, мотивів, з якими людина вступає у взаємодію з іншими людьми):

1. Мотив максимізації спільного виграшу (інакше – мотив кооперації).
2. Мотив максимізації власного виграшу (інакше – індивідуалізм).
3. Мотив максимізації відносного виграшу (конкуренція).
4. Мотив максимізації виграшу іншого (альтруїзм).
5. Мотив мінімізації виграшу іншого (агресія).
6. Мотив мінімізації відмінностей у виграшах (рівність).

Поза сумнівом, що до цієї схеми можуть бути в загальному вигляді віднесені всі можливі стимули, детермінуючі соціальну взаємодію людей. Характер соціальної мотивації учасників взаємодії визначає і засоби спілкування, і результат взаємодії, і відносини між партнерами по спілкуванню. Можна припустити, що особливо важливим є співвідношення мотивів спілкування, що наявні в учасників взаємодії: якщо вони співпадають чи природно взаємодоповнюють один одного, можна прогнозувати більшу успішність цих контактів. Можна також виокремити ті мотиви, які з більшою вірогідністю будуть призводити до «програшних» з точки зору успішності спілкування стратегій взаємодії. До них відносять другий і п'ятий мотив, що зумовлюють ігнорування інтересів партнера по спілкуванню, що у свою чергу активізує, імовірно, й захисні стратегії з його сторони.

Які в цілому можна виокремити стратегії взаємодії, виходячи з особливостей мотивації, що визначають вибір стратегії? Для відповіді на це питання уявімо собі взаємодію як процес, що відбувається в такій системі координат.

На осі У розташовані стратегії взаємодії, орієнтовані на досягнення його учасниками власних цілей. На осі Х – стратегії, орієнтовані на досягнення цілей партнера по спілкуванню.

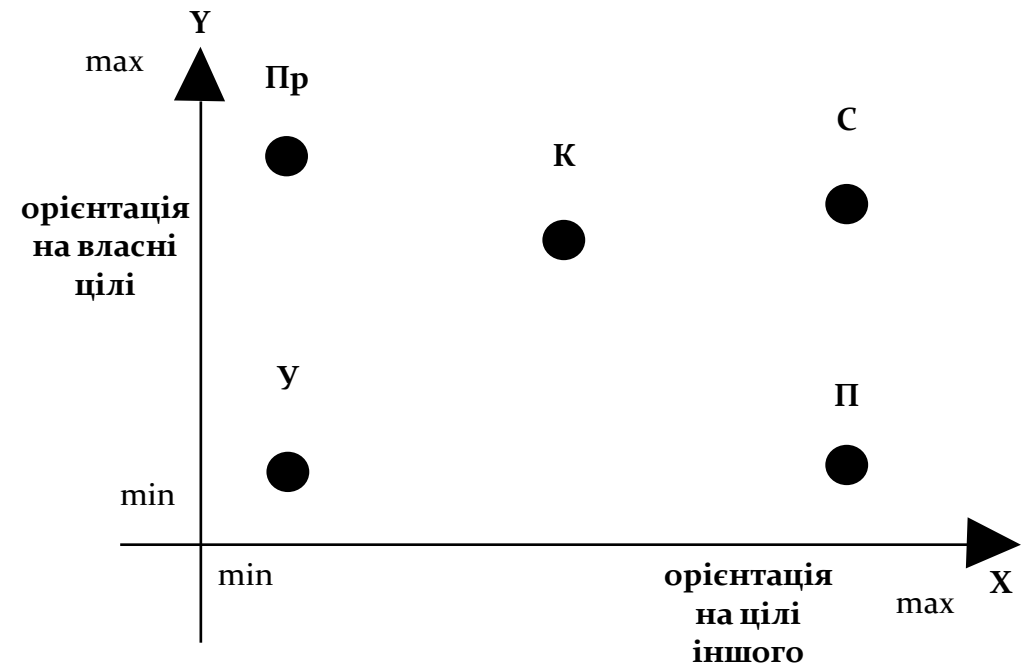


Рис. Типові стратегії взаємодії

Відповідно на кожній шкалі можна виділити точку мінімуму й точку максимуму (як крайні форми прояву тієї чи іншої орієнтації). У відповідності до вихідної соціальної мотивації учасників спілкування, можна позначити п'ять основних стратегій їх поведінки у процесі взаємодії:

Точка Пр відповідає мотиву максимізації власного виграшу і стратегії поведінки, що отримала назву «протидія». У цьому випадку індивід демонструє повну орієнтацію на свої цілі без урахування цілей партнера по спілкуванню.

Точка У – стратегія «уникнення» – відповідає мотиву мінімізації виграшу іншого. Смысл стратегії уникнення – у втечі від контакту, істинної взаємодії, втрата власних цілей заради виключення виграшу іншого.

Точка П символізує стратегію «поступливості», орієнтовану на реалізацію мотиву альтруїзму. У цьому випадку людина жертвує власними цілями заради досягнення цілі партнером.

Точка К – стратегія «компромісу», що дозволяє реалізувати мотив мінімізації відмінностей у виграшах. Суть цієї стратегії в неповному досягненні цілей партнерами заради умовної рівності.

Точка С символізує стратегію «співробітництва», спрямовану на повне задоволення учасниками взаємодії своїх соціальних потреб. Ця стратегія дозволяє реалізувати один з двох мотивів соціальної поведінки людини – мотиву кооперації чи мотиву конкуренції.

Остання з названих стратегій може бути розглянута як найбільш продуктивна з точки зору ефективності взаємодії та як найбільш успішна з точки зору самопочуття учасників спілкування та їх взаємовідносин. Разом з тим, вона складна в реалізації, так як потребує від партнерів по спілкуванню значних психологічних зусиль зі створення позитивного клімату, вирішення виникаючих протиріч у дусі взаєморозуміння, поваги до інтересів іншого. У багатьох випадках, навчання людей навичкам поведінки співпраці – самостійне психологічне завдання, що вирішується частіше за все методами активного соціально-психологічного навчання.

Співпраця – найбільш ефективна стратегія педагогічної взаємодії. Вона проявляється в тому, що викладач, не відмовляючись від свого прагнення ефективно викладати свій предмет, може знайти такі форми взаємодії, які б не ставили студента в позицію приниженого, не змушували його під тиском відмовлятися від своїх інтересів і схильностей, а створювали умови для успішної реалізації і викладача як професіонала, і дитини як особистості.

Стратегія співпраці повинна знайти своє вираження в поведінці викладача, його невербальних реакціях і тих словах, з якими він звертається до студентів, у його відповідях на їхні висловлювання, його умінні слухати і відповідати на питання, у способах прояву своїх почуттів. Звичайно ж реалізація цього способу взаємодії неможлива, якщо педагог внутріш-

ньо не готовий виявляти виважене та зацікавлене ставлення до інтересів і поглядів студентів, їх потреб і бажань.

Окремого обговорення заслуговує питання про важливі характеристики процесу взаємодії. Воно завжди виникає перед дослідником, психологом-практиком, які стикаються з необхідністю спостерігати реальну міжособистісну взаємодію. Які характеристики спостережуваного обміну діями між партнерами по спілкуванню є справді важливими для аналізу всього процесу спілкування, а які відіграють другорядну роль? Відповідь на це запитання залежить від типу спостережуваного спілкування, його спрямованості, а також цілей спостереження. Разом з тим можна виокремити низку інваріантних характеристик взаємодії, фіксація й аналіз яких важливі в найрізноманітніших ситуаціях спостереження. Увесь спектр міжособистісних взаємодій може бути в інтересах вивчення описаний за допомогою чотирьох категорій: сфера позитивних емоцій, сфера негативних емоцій, сфера вирішення проблем і сфера постановки проблем. У свою чергу, кожна категорія розкривається через декілька важливих проявів, утворюючи таку схему реєстрування взаємодії (М. Бітянова, 2001):

Категорія аналізу взаємодії	Важливі поведінкові прояви
Сфера позитивних емоцій	Солідарність
	Зняття напруженості
	Згода
Сфера вирішення проблем	Пропозиції, накази
	Думки, точки зору
	Орієнтація інших
Сфера постановки проблем	Прохання надати інформацію
	Прохання висловити думку
	Прохання про вказівку
Сфера негативних емоцій	Неузгодженість
	Створення напруженості
	Демонстрація антагонізму

Реєструючи частоту і форму прояву тих або інших категорій під час взаємодії, можна зрозуміти її особливості. Наприклад, у якій саме сфері відбувається спілкування, на що воно спрямоване, чи була поведінка учасників конструктивною та чи спрямовувалася на емоційне відторгнення інших учасників тощо.

Отже, у процесі міжособистісної взаємодії важливою є точність міжособистісної перцепції. На її основі у процесі сумісної діяльності та спілкування формуються образи, уявлення, знання, які полегшують або ускладнюють міжособистісні відносини.

Питання для самоконтролю

1. Дайте визначення поняттю «взаємодія».
2. Яку роль виконує механізм зворотного зв'язку?
3. Що таке «соціальний стереотип»?
4. У чому полягає суть комунікативних бар'єрів?
5. Розкрийте сутність інтерактивної сторони спілкування.

Література

1. Битянова М. Р. Социальная психология: наука, практика и образ мыслей : учеб. пособ. М. : ЭКСМО-прес, 2001. 576 с.
2. Горелов И. Н., Зюзько М. В. Умеете ли вы общаться? М. : Просвещение, 1991. 160 с.
3. Журавлев А. Л. Психология совместной деятельности. М. : ИП РАН, 2005. 640 с.
4. Корнев М. Н., Коваленко А. Б. Соціальна психологія. Київ : Самміт-книга, 1995. 304 с.
5. Ложкін Г. В., Сьомін С. В., Кисельова Т. В. Конфлікти у сумісній діяльності. Київ : Сфера, 1997. 95 с.
6. Ложкін Г. В., Пов'якель Г. В. Психологія конфлікту: теорія і сучасна практика. Київ : Професіонал, 2006. 416 с.
7. Ломов Б. Ф. Психологическая регуляция деятельности. М. : ИП РАН, 2006. 624 с.

8. Москаленко В. В. Соціальна психологія : підручник. Вид. 2-ге, перероб. та доп. Київ : Центр учбової літератури, 2008. 688 с.

9. Социальная психология : учеб. пособ. / отв. ред. А. Л. Журавлев. М. : ПЕР СЭ, 2002. 351 с.

10. Парыгин Б. Д. Основы социально-психологической теории. Л. : Изд-во ЛГУ, 1981. 279 с.

11. Коломинский Я. Л. Психология взаимоотношений в малых группах. М. : ТетраСистемс, 2001. 432 с.

Розділ 5

СОЦІАЛЬНА ПСИХОЛОГІЯ МАЛОЇ ГРУПИ

Воляннюк Н. Ю.

5.1 Мала група та її основні характеристики

Проблема групи як важливої форми соціального об'єднання людей під час спільної діяльності та спілкування – одна з основних у соціальній психології. Інтерес до групи обумовлений низкою обставин. З одного боку, особистість, її самосвідомість, цінності та норми, система уявлень про світ формуються під час включення людини в діяльність різних груп. Її психічний склад, особистісний зміст формуються під впливом різних групових процесів. Неможливо зрозуміти людину, дослідити процес її розвитку, не звертаючись до аналізу тих груп, у які вона входить. Вступаючи у взаємодію з іншими людьми, особистість виконує певні ролі, володіє соціальним статусом. Оточуючі очікують від неї тих або інших дій, тобто мають рольові очікування (експектації). Соціально-психологічні властивості особистості дозволяють їй грати ці ролі в суспільстві і займати певне положення в групі.

Беззаперечним є той факт, що група сама по собі не є простою сумою учасників, які входять до її складу, а з

моменту свого психологічного виникнення є самостійним цілісним утворенням, із власними характеристиками учасників, власною історією розвитку та закономірностями життєдіяльності.

Мала група як самостійний суб'єкт діяльності може бути розглянута з точки зору своїх властивостей, процесів і структур (М. Бітянова, 2001).

Охарактеризуємо основні емпіричні референти (реальні ознаки, параметри), за допомогою яких може бути здійснено соціально-психологічний аналіз групи. Уся сукупність цих параметрів може бути поділена на власні характеристики групи та характеристики, які визначають місце людини у групі.

До перших параметрів належать: композиція групи, структура, групові процеси.

Композиція групи, або її склад – це сукупність характеристик членів групи, які є важливими з точки зору аналізу групи як цілого. Наприклад, чисельність групи, її віковий чи статевий склад, національність або соціальне положення учасників групи тощо.

Таких характеристик багато, вибір найбільш значущих здійснюється з урахуванням певних завдань, які поставлені дослідником. Так, якщо метою дослідника є проаналізувати студентський колектив як малу групу, серед особливостей композиції мають бути вказані: співвідношення студентів різної статі, соціальні відмінності між ними, успішність навчання учасників групи тощо.

Структура групи розглядається крізь призму тих функцій, які виконують окремі її учасники, а також з точки зору міжособистісних відносин у ній. Виокремлюють структури уподобань (соціометрична структура), влади та комунікацій.

До групових процесів доцільно, перш за все, віднести такі показники динаміки групи, як: процес розвитку та згуртування групи, процес групового тиску, прийняття рішень.

До другої сукупності параметрів соціально-психологічного аналізу групи відносять: систему групових очікувань, систему статусів і ролей членів групи. Положення особистості в системі групових відносин залежить насамперед від її статусу та виконуваних нею ролей.

Фундаментальним елементом соціальної структури є соціальний статус, який визначає місце особи в групі або суспільстві. Саме за допомогою статусів відбувається ідентифікація суб'єктів у різних соціальних групах.

Директор, президент, студент – усе це є статуси.

Поняття «статус» вперше ввів у науковий обіг у 30-ті рр. ХХ ст. американський антрополог Р. Лінтон. Найбільш ґрунтовно статусно-рольова структура особистості була описана в рольовій теорії (Дж. Мід, Р. Лінтон).

Рольова теорія особистості описує її соціальну поведінку за допомогою 2-х основних понять: «соціальний статус» і «соціальна роль». Кожна людина в соціальній системі займає декілька позицій. Кожна з цих позицій передбачає певні права й обов'язки, і називається статусом.

Людина може мати декілька статусів, але зазвичай лише один визначає її положення в суспільстві. Цей статус називають головним або інтегральним.

Соціальний статус знаходить своє відображення як у зовнішньому вигляді, поведінці (одязі, манері), так і у внутрішніх позиціях (в установках, ціннісних орієнтаціях тощо).

Згідно із статусно-рольовою теорією, соціальна поведінка індивіда є виконання ним певної соціальної ролі.

Соціальна роль – модель поведінки, орієнтована на певний статус. Її ще називають динамічною стороною статусу. Якщо статус вказує на позицію індивіда всередині групи, то роль – на поведінку, властиву цьому статусові. Статус реалізується через систему ролей, тобто різних функцій, які людина має виконувати відповідно до свого положення у групі.

По відношенню до кожного члена у групі виникає система очікувань щодо його поведінки. Поведінка, що відповідає очікуванню, заохочується, а щодо тієї, яка не відповідає очікуванням, – застосовують превентивні заходи. Тобто, система очікувань будується на основі групових норм і правил та контролюється за допомогою групових санкцій.

Спілкування, взаємодія людей відбувається в різноманітних групах. Виокремлюють декілька різновидів груп.

Реальні групи, які вивчає соціальна психологія, можуть бути поділені на великі та малі.

До великих за чисельністю груп відносять, з одного боку, стихійні, короткочасно існуючі, випадково утворені спільності на кшталт натовпу, публіки, аудиторії, а з іншого – тривалого існування, історично обумовлені, стійкі утворення, такі як етнічні, професійні чи соціальні групи.

Аналіз великих груп, особливо другого типу, є необхідною умовою для розуміння сенсу та закономірності багатьох соціальних процесів. Крім того, саме під впливом тих чи інших великих груп формуються норми, цінності та напрям розвитку різних малих груп. Тобто, великі групи опосередковано, через малі соціальні утворення, впливають на формування мікросоціуму та самої особистості. Втім, ця галузь соціальної психології нині є досить слабо розвиненою, особливо якщо порівнювати із психологією малих груп, які є традиційним предметом дослідження багатьох напрямів і шкіл у соціальній психології.

До великих соціальних груп відносять нації, народності, соціально-професійні групи, статеві-вікові групи, масові політичні організації (Б. Паригін, 1981).

У соціальній психології нині не існує єдиної точки зору щодо того, яку за чисельністю групу можна вважати малою. «Малочисельність» малої групи розуміють по-різному. У цілому, найбільш поширений підхід, згідно з яким, мінімальний обсяг малої групи – три учасники, а максимальний обсяг визначається тією кількістю людей, які можуть бути об'єднані у єдину спільну діяльність (наприклад, 12 осіб у груповій терапії або 35 осіб у шкільному класі).

Отже, під малою групою розуміють порівняно стійкі, нечисленні за складом, пов'язані спільною метою об'єднання людей, у яких здійснюється безпосередній контакт між їхніми членами.

Для розуміння малої групи як цілого важливо, перш за все, проаналізувати структуру малої групи, соціометричну та комунікативну, а також структуру влади.

5.2 Соціометрична структура малої групи

Соціометрична структура – сукупність супідрядних позицій учасників групи в системі внутрішньогрупових міжособистісних уподобань. Іншими словами, це система уподобань та відторгнень, емоційних симпатій і антипатій між учасниками групи. Свою назву структура отримала відповідно до основних методів її діагностики – соціометричної та аутосоціометричної методик.

Зазначимо важливі характеристики, які описують систему внутрішньогрупових уподобань. По-перше, це соціометричні статуси членів групи. Відповідно до результатів соціометрії, статус розглядається як сума відторгнень та уподобань, які отримує член групи. Статуси мають різну вагу залежно від частки в них позитивних виборів. Сукупність статусів усіх членів групи утворюють статусну ієрархію, у якій виокремлюють:

- соціометричні «зірки» – найбільш бажані члени групи, які знаходяться на вершині ієрархії;

- високостатусні, середньостатусні й низькостатусні члени групи визначаються за кількістю позитивних виборів і не мають великої кількості відторгнень;
- ізольовані члени групи, у яких немає ні позитивних, ні негативних виборів;
- зневажені/відторгнені – члени групи, які за результатами соціометрії не мають позитивних виборів, а лише негативні;
- відторгнені/ізгої – члени групи, що не мають за результатами соціометрії позитивних виборів, лише негативні.

Однак, знання величини соціометричного статусу не є достатнім для чіткого уявлення про систему емоційних відносин у групі.

Друга характеристика системи – взаємність емоційних уподобань членів групи. Так, у студента в групі може бути лише один позитивний вибір, проте, якщо він взаємний, студент буде відчувати себе в групі значно впевненіше, ніж у випадку, якщо його обирають декілька одногрупників, а він сам орієнтований на інших, які не помічають його. У свою чергу, і для «зірок» важливо не тільки мати значну кількість виборів, але й значну кількість взаємних виборів, які забезпечать стійкість їх положення в групі та комфортне в ній перебування.

Третя характеристика соціометричної структури – наявність стійких мікрогруп міжособистісних уподобань. Важливо проаналізувати не тільки наявність або відсутність таких міні-груп, але й дослідити взаємовід-

носини між ними, зрозуміти, за яким принципом вони утворилися. Має значення, на які групи орієнтовані відторгнені та ізольовані члени та які стосунки в осіб з різними статусами. Міні-об'єднання, які виникають у групі, можуть бути досить різними за своєю внутрішньою будовою, єдністю, можуть мати або не мати у своїй структурі членів групи, які відторгають один одного, що також важливо для загальної характеристики групи.

Четверта характеристика структури – система відторгнення у групі.

Соціометрична матриця дає можливість зрозуміти, як розподіляються відторгнення у групі. Наприклад, у студентській групі може бути «цап відбувайло», якого не люблять усі, або навпаки, майже в усіх можуть бути відторгнення, але ні в кого з них вони значно не переважають над уподобаннями (Я. Коломінський, 2001).

Більшість дослідників зазначають, що соціометричний статус члена групи – величина досить стійка. Вона не лише зберігається в певній групі, але дуже часто «переходить» з людиною в іншу групу. Пояснення цього досить просте. Хоча статус – категорія групова і поза групою не існує, людина звикає виконувати ролі, приписані їй постійним статусним положенням. У поведінці людини закріплюються певні звичні форми реагування на слова, вчинки інших. Міміка, пози, невербальні реакції – усе це підлаштовано під роль. Переходячи з однієї групи в іншу, людина продовжує грати звичні ролі. Члени групи сприймають пропонований нею образ і підіграють їй (або не підіграють).

На статус особистості впливають психологічні та соціальні чинники. Серед найважливіших з них доцільно виокремити: зовнішній вигляд (фізична привабливість); успіхи у провідній діяльності (у юнацькому віці – навчання, спілкування, спорт); розумові задатки; деякі властивості темпераменту (комунікабельність, низька тривожність, стабільність нервової системи). Крім того, у кожній групі є система якостей, які важливі для цієї групи, і високий статус отримує той, хто має ці якості в достатній мірі.

Цікаво, що статус людини в певній групі часто залежить від її положення в інших групах, успіхів її внутрішньогрупової діяльності. Так, студент, який успішний у спорті, мистецтві може за рахунок цих успіхів покращити свої позиції у групі. З цієї точки зору більшу перевагу в досягненні високого стійкого положення в системі групових уподобань отримують ті студенти, які мають значний досвід соціального спілкування у різних сферах, з різними людьми.

Зазначимо, що у вищій школі система уподобань у групі та статус конкретного студента залежить від багатьох чинників. Особливості студентів як суб'єктів спілкування можуть бути проінтерпретовані з точки зору соціальної ситуації розвитку. Студентський період характеризується зміною провідної діяльності, зміною соціального статусу, входженням у нову соціальну роль.

Студентський вік – це особливий життєвий етап, який знаменує перехід людини у доросле життя.

Перебування у статусі студента вищого навчально-

го закладу передбачає набуття нових компетенцій, нових домінуючих, незалежних поведінкових стратегій. Для студентів властиве прагнення в спілкуванні контролювати все, що відбувається навколо них, впливати на те, що роблять, відчувають або думають про них оточуючі. Цей період характеризується інтенсивністю міжособистісної взаємодії, розширенням кола спілкування. Особливо значущим для студентів є неформальне спілкування, яке оптимізує емоційний стан особистості, забезпечує підтримку у складних життєвих ситуаціях. Яскраво вираженою є потреба у визнанні, у самоствердженні, у самоприйнятті.

Загальним для студентів з високим соціометричним статусом, незалежно від його модальності (емоційний, діловий, «психотерапевтичний»), є те, що вони є успішними комунікаторами. Для високостатусних студентів характерна адекватна самооцінка, тобто співвідношення намірів і можливостей.

У цілому до найбільш значущих детермінант, що впливають на статус студента у групі слід віднести:

- зовнішній вигляд;
- успіхи в учбовій діяльності;
- емоційна стійкість;
- манера спілкування;
- інтелект;
- визнання в інших групах.

Доцільно відмітити, що для сучасних студентських груп характерна роз'єднаність її учасників (у порівнянні з попередніми десятиліттями). У якості причин такої

роз'єднаності називають: збільшення часу на самотійну роботу, можливість використання інтернет-ресурсів в учбовому процесі, велика кількість студентів, які працюють та ін. Проте, студентська група є важливим інститутом соціалізації молоді і здійснює вплив на розвиток їх особистості.

Соціометричний статус члена групи є важливою складовою в процесі професіоналізації, оскільки репрезентує собою відносно стійку величину й характеризує систему ставлень особистості, є критерієм вміння людини виробляти гнучкі стратегії поведінки у групі.

Статус – величина, яка тяжіє до стійкості. Разом з тим, з точки зору розвитку особистості людині доцільно «змінювати» свій статус, позаяк це забезпечить їй більшу соціальну гнучкість, надасть змогу «приміряти» на себе різні соціальні ролі. У такий спосіб людина формує більш гнучкі та більш продуктивні стратегії своєї соціальної поведінки, пізнає людей та сенс своїх вчинків. Якщо говорити про негативний аспект статусної ієрархії, то необхідність зміни статусу є вкрай важливою як для низько статусних, так і тих членів групи, які впевнено займають позицію на вершині групової статусної піраміди.

Тривале перебування у зірковому статусі робить людину ригідною, вразливою, беззахисною перед змінами. Крім цього, людина стає ніби «соціально-сліпою», якщо не прислухається й не приглядається до інших людей. Небезпечним є також і постійне знаходження

людини в ролі відторгненого й ізольованого, що забарвлює її досвід взаємодії з людьми в незмінно негативну модальність.

Виникає закономірне запитання: чи можна впливати на статус члена групи, забезпечуючи його позитивну динаміку. Можна запропонувати декілька способів, проте вони не вичерпують увесь арсенал психолого-педагогічних засобів, які може застосовувати досвідчений педагог.

Головна умова, яка забезпечує динаміку статусів членів групи – створення різноманітних форм групової діяльності, які б змусили виконавців перерозподілити функції та обов'язки, форми керівництва, розкриття та реалізацію різних особистісних можливостей і ресурсів учасників групи. Це надало б змогу всім учасникам групи знайти діяльність, яка підвищила б їхню групову роль та змінила ставлення інших учасників групового спілкування.

Для підвищення статусу відторгненого чи ізольованого учасника групи може бути використаний прийом «відблиску від зірки». Суть його полягає в тому, що авторитетному учаснику групи доручається співробітництво з низькостатусним. При виконанні завдання частина успіху належатиме й помічнику.

Підвищенню статусу учасника групи сприяє і своєчасне інформування про його успіхи поза звичною діяльністю. Завдання педагога – активно інформувати групу про успіхи її учасника в позанавчальній сфері.

Розуміння причин відторгненості та ізольованості

певних учасників групи потребує системного психологічного аналізу. Співвіднесення сумарних величин сприятливих і несприятливих статусних категорій є істотним діагностичним показником, який кваліфікується як «рівень благополуччя взаємин» (Я. Коломінський, 2001). Важливо зрозуміти, у чому причина: у певних особистісних особливостях студента, особливостях і традиціях сімейного виховання, у низькій самооцінці, зумовленій негативним минулим досвідом спілкування з однокласниками тощо.

Інтерес викликає й питання про сприймання членами групи своїх статусів, тобто свого об'єктивного положення в системі групових уподобань. Як правило, найменш адекватно сприймають і оцінюють свою групову роль полярні статусні категорії: «зірки» та «ізгой». Високо- та середньостатусні члени групи зазвичай не мають утруднень щодо відповідей на питання аутосоціометрії, проте хто на їх думку обирає їх і хто відторгає. Неадекватне сприйняття, очевидно, можна пояснити захистом цих учасників групи від негативної інформації, а також низькою соціальною рефлексією тих, хто стабільно знаходиться в полярних статусних категоріях.

Нарешті заслуговує уваги питання про ставлення людини до свого статусу. Упевненість у тому, що людина з низьким статусом почувається некомфортно, а з високим – комфортно, – безпідставна. У різних групах можна зустріти й «зірок», які оцінюють своє положен-

ня в групі як незадовільне, й «ізгой», які цілком задоволені своїм положенням. Останній факт може мати різні причини. Наприклад, «ізгой» може бути незацікавленим у групі, мати іншу групу, де його цінять і розуміють, поділяють його цінності. Він може займати певне місце й не намагатиметься витратити сили на завоювання іншого. У будь-якому випадку слід бути обережним, приймаючи рішення щодо необхідності впливу на статус того чи іншого члена групи в будь-якому напрямі.

5.3 Комунікативна структура малої групи

Положення особистості в підсистемі особистісних взаємовідносин визначається не лише її статусом, а й взаємністю, симетричністю відносин з іншими членами групи. Феномен взаємності симпатій / антипатій, емоційних виборів, міжособистісних установок, взаємних виборів / відторгнень у взаєминах створює комунікативну структуру малої групи.

Комунікативна структура малої групи – це сукупність позицій членів групи в системах інформаційних потоків, що зв'язують членів групи між собою й зовнішнім середовищем, а також концентрація в них того або іншого обсягу групової інформації. Володіння інформацією – важливий показник положення члена групи. З одного боку, доступ до отримання, зберігання інформації забезпечує людині в групі особливу роль і

«привілеї». У низці випадків людину, яка є інформаційним центром групи, називають «комунікативним лідером», адже її можливості схожі до лідерських.

З іншого боку, інформація адресується, як правило, високостатусним членам групи, тобто володіння інформацією пов'язане з величиною статусу людини. Характер повідомлюваної інформації також залежить і від групової позиції людини: чим вище статус, тим більш доброзичливий характер надається інформації, що передається. Аналізуючи інформаційні зв'язки у групі, часто використовують термін «комунікативна мережа» та виокремлюють два типи таких мереж: централізованого та децентралізованого типу.

Централізовані комунікативні мережі характеризуються тим, що в них один з членів групи знаходиться в центрі інформаційних потоків та відіграє основну роль в організації обміну інформацією та міжособистісної взаємодії. Через цю людину здійснюється спілкування інших учасників діяльності, які безпосередньо між собою контактувати не можуть. Є різні варіанти централізованої мережі: фронтальна, радіальна, ієрархічна (М. Бітянова, 2001).

Фронтальна структура специфічна тим, що її учасники, не контактуючи один з одним, усе ж знаходяться поруч та бачать один одного. Цей факт багато в чому й допомагає їм, позаяк дозволяє враховувати реакції та поведінку інших учасників взаємодії.

Радіальний варіант відрізняється тим, що вся інформація передається учасниками групи лише через

центральною особою. Це утруднює отримання зворотного зв'язку від партнерів, яких неможливо побачити чи почути, проте забезпечує можливість працювати повністю самостійно, повноцінно реалізуючи власну позицію.

В ієрархічній структурі виокремлюють два й більше рівнів підпорядкування членів групи, при чому частина з них може бачити один одного під час спільної діяльності, а частина – ні.

Існують різні варіанти децентралізованих мереж. Їх відмінність від мереж першого типу полягає в «комунікативній рівності» всіх учасників, тобто кожний учасник цієї мережі володіє однаковими можливостями приймати, передавати та обробляти інформацію, безпосередньо спілкуючись з учасниками спільної діяльності.

Ланцюговий варіант децентралізованої мережі передбачає, що спілкування та взаємодія між членами групи здійснюється по ланцюжку. Така система комунікації працює в конвеєрних виробництвах.

Кругова система передбачає, що інформація може безкінечно довго циркулювати між членами групи, доповнюючись та уточнюючись. Крім того, вона передбачає контакт «обличчя до обличчя» всіх учасників спільної діяльності.

Під час організації взаємодії у групі може використовуватися повна або необмежена мережа комунікації. У ній немає будь-яких перешкод для вільного міжособистісного спілкування учасників, і кожний член групи може вільно взаємодіяти з іншим.

На практиці вибір тієї або іншої комунікативної мережі залежить від виду та мети взаємодії. Необхідність аналізу комунікативних мереж, що існують у групі, виникає у випадках, коли спілкування між її членами стає неефективним щодо вирішуваних завдань або зростає негативний емоційний фон у відносинах.

Застосування централізованих комунікативних мереж доцільне для вирішення групою певних завдань, а також у випадках, коли необхідно простимулювати розвиток лідерства та організаційне згуртування групи.

У той же час, використання децентралізованих мереж доцільне під час вирішення нестандартних, не лімітованих часом складних завдань, а також у випадках, коли організаційна діяльність має слугувати розвитку міжособистісних відносин, підвищенню задоволеності членів групи груповим членством.

5.4 Характеристика групових явищ (лідерство та керівництво, груповий тиск, міжособистісне спілкування, згуртування)

Однією з найважливіших умов існування групи є її цілісність. Вона проявляється в поведінковій, емоційній та когнітивній єдності, що досягається за рахунок певних соціально-психологічних явищ та їх всебічних зв'язків. Цементуючі зв'язки спонукають членів групи до співпраці, регулюють їх життєдіяльність, забез-

печують сприятливі умови для сумісної діяльності. До таких явищ відносяться: лідерство, груповий тиск, міжособистісні відносини, згуртованість.

Лідерство у групі – це процес стійкого домінування окремих членів групи, які реалізують свій соціально-рольовий статус. Лідера породжують не стільки особисті якості або їх поєднання, стільки структура взаємовідносин у конкретній групі. Система міжособистісних зв'язків формується і визначається цілями групи, цінностями, нормами. На цій основі і висувається конкретний лідер, який виражає цінності й реалізовує їх. Лідером стає той, чиї установки й орієнтації є референтними, тобто вихідними еталонами для всіх. За лідером визнається право вести за собою, бути останньою інстанцією в оцінці різних групових ситуацій і обставин.

На практиці лідер часто визначається через систему соціометричних виборів як найбільш емоційно вподобаний член групи. Проте, це не завжди виправданий підхід. У соціальній психології відомо, що соціометрична зірка не завжди є лідером, хоча він у певних групах може бути одночасно і «зіркою», і комунікативним центром групи. В основі лідерської позиції та високого соціометричного статусу лежать різні механізми, ці фігури створюються або висуваються групою для вирішення різних завдань, мають різну природу. Так, «зірка» може бути охарактеризована як «душа групи», центр її емоційного тяжіння. Це людина, до якої тягнуться під час спілкування, по-

чуваються поруч з нею комфортно. Лідер – це особа, наділена владою, має авторитет і право на вплив та оцінку.

Лідерство у групі – процес досить багатогранний. Ось чому виділяють види лідерства, які досить близькі за своїми завданнями до соціометричної «зірки».

Позаяк лідерство тісно пов'язане з вирішенням тих чи інших групових завдань, його можна типологізувати відповідно до видів групової діяльності. Розрізняють групові діяльності інструментального та експресивного виду. Інструментальні діяльності спрямовані на виконання її цільових функцій, заради яких вона була створена. Експресивні діяльності спрямовані на підтримку групи як єдиного цілого, її подальший розвиток та згуртування. Відповідно, інструментальне лідерство має на меті забезпечення керування групою під час вирішення її цільових завдань, а роль експресивного лідерства – у забезпеченні позитивного внутрішнього клімату групи, її стабільності.

Цікаво, що зважаючи на свою спрямованість на певну сферу життєдіяльності групи той або інший лідер завжди знаходиться начебто в опозиції або до членів групи, орієнтованих на спілкування, або до завдань і цілей групи. Лідер, орієнтований на ефективність виконання групової цілі, має йти на погіршення взаємовідносин з членами групи, котрі повністю або частково не сприймають загально групові цілі. Лідер експресивного типу, спрямований на задоволення інтересів окремих осіб та їх взаємовідносин, на шкоду

загальним цілям і завданням. Наприклад, викладач, орієнтований на гарні стосунки зі студентами, може дещо знизити вимоги під час навчання, виставляючи їм завищені оцінки.

У будь-якій реальній групі можуть одночасно існувати декілька різнопланових лідерів, займаючи в ній власні «екологічні ніші» та не вступаючи один з одним у серйозні протиріччя. Це можливо завдяки тому, що в кожній групі з двох виокремлених сфер може відбуватися більш глибока диференціація лідерських ролей. Так, серед інструментального лідерства можна виявити лідера-організатора, лідера-ініціатора, лідера-ерудита, лідера-майстра, лідера-скептика тощо. А серед експресивних лідерів – лідера емоційної напруженості (соціометрична «зірка»), лідера-генератора емоційного настрою тощо.

У цілому, чим вищий рівень розвитку групи, тим більше в ній може бути різних проявів процесу лідерського впливу.

Керівництво – інша форма реалізації соціального керування в малій групі. Керівництво можна визначити як процес управління групою, що здійснюється керівником як посередником соціального контролю і влади на основі правових повноважень й норм більш широкої соціальної спільноти, у яку входить мала група.

Тобто, з одного боку, керівництво й лідерство вирішують однопорядкові завдання пошуку засобів для ефективного вирішення завдань. З іншого боку, лі-

дерство є психологічною характеристикою поведінки окремих членів групи, а керівництво є соціальною характеристикою відносин у групі з точки зору розподілу ролей керування – підпорядкування.

Проте, не слід спрощувати психологічну сутність феномену керівництва. У керівництві малою групою завжди існує два аспекти: формально-правовий аспект влади, який можна назвати адмініструванням, і психологічний аспект, що наближає керівництво до неформальних лідерів за способами впливу на членів групи. Хоча за своєю психологічною сутністю феномени керівництва та лідерства досить близькі, невірною є позиція, що в ідеальному випадку у групі керівник і лідер мають суміщатися в одній особі. Проти такого поєднання існує декілька аргументів. По-перше, найчастіше керівник і лідер мають різну орієнтацію. Перший на завдання, другий – на інтереси групи. У цьому випадку, якщо експресивний лідер стає формальним керівником, він або руйнує групову діяльність, або змушений переорієнтуватися на інструментальні функції, вступаючи в конфлікт з групою. Тобто, він або не стає керівником, або перестає бути лідером. По-друге, існують специфічні групи, де поєднуються в одній особі і керівник, і лідер. Наприклад, наукові групи, продуктивність яких підвищується в тому випадку, якщо керівник здатен лідирувати у провідній науковій діяльності групи. По-третє, існують соціальні групи, де поєднання неможливе через суттєві вікові або статусні відмінності керівника та членів групи.

Таким чином, основним інструментом психологічного впливу керівника на групу є його авторитет.

Авторитет – соціально-психологічне явище, що характеризує положення й роль особистості в групі, а також ставлення до неї на основі довіри, поваги й визнання моральних, професійних та інших переваг.

Виникає запитання: від чого залежить величина, міра авторитетності керівника? Виокремимо низку психологічних чинників, які визначають міру авторитетності керівника. До них можна віднести певні особистісні особливості, організаційний і мотиваційний потенціал (здатність лідирувати як лідер-організатор та лідер-мотиватор), ціннісну привабливість особистості керівника для членів групи (готовність поділяти його принципи та ідеали), і найбільш суттєвий чинник – стиль керівництва.

Прийнято виділяти дві основні моделі керівництва, які відрізняються за важливими складниками стилю управління – директивну й кооперативну модель. В основі директивної моделі лежить беззаперечне виконання одноосібних розпоряджень керівника, а в основі кооперативної – можливість активного комунікативного взаємообміну між членами групи та їх керівником.

Дві моделі керівництва порівнюють і за проявом основних управлінських функцій. Можна сказати, що управління групою здійснюється з певною метою або забезпечує виконання цією групою низки функцій, на кшталт: цілепокладання (вироблення групою близь-

ких та віддалених цілей своєї діяльності), інформування (передача членам групи необхідного для їх роботи обсягу інформації та збір інформації, що надходить від них), прийняття рішень (функція забезпечує створення єдиної думки групи щодо важливих питань та реалізацію прийнятого рішення), контроль за діяльністю групи у важливих сферах її активності (перш за все, в інструментальній та експресивних сферах), зворотній зв'язок (потік інформації, що забезпечує взаєморозуміння членів групи з важливих для групи проблем). Крім того, моделі порівнюються за характером комунікативних зв'язків у групі, можливістю делегування керівних обов'язків і, що важливо, за віддаленими наслідками реалізації кожної з моделей.

У якості віддалених наслідків директивної моделі можна виокремити такі особливості розвитку групи: виникають і закріплюються відносини у вигляді зірки (фронтальна та радіальна мережа) між керівником і підлеглими, які обмежують ділову ініціативу членів групи, виникає небезпека постійного збільшення кількості проміжних ступенів в управлінні групою, які перешкоджають співпраці всіх членів групи в досягненні цілей спільної діяльності. Збільшується необхідність контролю за виконавцями, виникають неформальні групи спілкування, автономні від системи влади і побудовані на принципах рівноправності.

Серед важливих віддалених наслідків кооперативної моделі виокремлюють такі, як: створення розгалуженої групової структури, яка не обмежує інфор-

маційні можливості й ініціативу членів групи, висока задоволеність груповим членством, зменшення кількості ієрархічних ступенів в управлінні, зростання відповідальності та самоконтролю з боку членів групи. Доречно зауважити, що реалізація кооперативної моделі потребує високої емоційної зрілості і керівника, і членів групи.

Розглянемо переваги та недоліки кожної з описаних моделей. Переваги директивної моделі полягають у її структурній простоті та можливостях оперативного використання, а також у тому, що вона захищає керівника у психологічному плані. Суттєвими недоліками цієї моделі є пасивність підлеглих, їх лицемірство стосовно цілей діяльності та керівника. Крім того, директивна модель, внутрішньо конфліктна, позаяк ґрунтується на тисковій та диктатурі, що час від часу буде розривати групу зсередини через бурхливі, складно вирішувані конфлікти.

Безперечними перевагами кооперативної моделі є її прогресивність, економічність та гуманність, які полягають у можливості вирішувати складні групові завдання малою кількістю підлеглих, які мають високу кваліфікацію, у гарному взаєморозумінні між керівником та підлеглими, низькою конфліктністю групи та керованістю її конфліктів, вільним розвитком групи в цілому та її окремих членів. Складно визначити недоліки такої моделі, логічніше відмітити, що у своїй реалізації вона стикається з низкою труднощів. По-перше, необхідність затрачувати багато зусиль,

високі вимоги до психологічної готовності учасників. Крім цього, ця модель погано працює в умовах, які потребують оперативних рішень, позаяк для її реалізації потрібно досить багато часу (спільне прийняття рішень, обмін повною інформацією тощо).

Відомо, що під час групового життя виникають та закріплюються певні групові норми та цінності, які тією чи іншою мірою повинні поділяти всі учасники.

Групові норми – це навички та звички членів групи, за допомогою яких вирішуються певні внутрішньо групові проблеми. Основним призначенням групових норм є збереження і забезпечення нормального функціонування групи як організованої цілісності. Групові норми і правила формують стереотипи поведінки, наказують, дають змогу чи забороняють ті чи інші зразки поведінки в групі. Виконання індивідом групових норм заохочується, порушення засуджується, часом карається.

Частина групових норм формалізується в кодексах, статутах, інструкціях, правилах поведінки.

Санкції можуть мати заохочувальний та заборонний характер. У першому випадку, група заохочує своїх членів, які виконують вимоги групи – підвищується рівень їхнього емоційного сприйняття, зростає статус, практикуються інші психологічні заходи заохочення. У другому випадку, група здебільшого орієнтована на покарання тих членів групи, поведінка яких не відповідає нормам. Це можуть бути такі психологічні методи взаємодії як: бойкот, зниження інтенсивності спілкування з

тим, хто провинився, пониження його статусу, виключення зі структури комунікативних зв'язків тощо.

Особливо актуальна проблема прийняття системи групових норм новим членом групи, який адаптується в незвичній для нього системі відносин. Пізнаючи, якими правилами керуються члени групи у своїй поведінці, які цінності відносин сповідують, новий член групи вирішує проблему щодо того, прийняти чи не прийняти ці норми, правила та цінності. У цілому, можливі чотири варіанти його ставлення до цього питання: усвідомлене, вільне прийняття норм та цінностей групи; вимушене прийняття із погрозами санкцій групи; демонстрація антагонізму стосовно групи (за принципом – не такий як всі) та вільне, усвідомлене відторгнення групових норм з урахуванням всіх можливих наслідків, аж до виходу з групи. Другий та третій варіант свідчать про поведінку, залежну від групи – або прийняття норм під тиском, або протиставлення себе певній групі. При цьому обидва ці варіанти дозволяють людині знайти своє місце у групі – або серед «законослухняних», або серед «бунтарів».

Феномен вимушеного прийняття людиною норм і цінностей групи під загрозою втрати цієї групи або свого стійкого положення у ній, отримав назву конформізм та розглядається нині як один з важливих механізмів підтримки цілісності групи, єдності її цінностей та цілей. Конформіст змінює свою поведінку у напрямку групи.

Конформізм – це підпорядкування судження або дії індивіда груповому тиску, яке виникає через конфлікт між його власною думкою та думкою групи. Тобто, людина демонструє конформну поведінку в ситуації, коли надає перевагу вибору думки групи на шкоду власній. Важливо зазначити, що з соціально-психологічної точки зору цікаві лише ті випадки, коли такий вибір робить людина не усвідомлено, вона справді переконує себе в необхідності обрання точки зору групи, а не демонструє брехливу, цинічну поведінку. Для того, аби ці два явища не об'єднувати в одне, прийнято говорити про конформність як рису особистості, схильності індивіда вирішувати конфлікт на користь групи і про конформізм як соціальне пристосування. Спеціально організовані дослідження показують, що в різних ситуаціях відсоток людей, які демонструють конформні реакції, може коливатися від 15 до 80 відсотків. Це дозволяє вважати конформність важливим чинником соціальної поведінки людини (С. Слаквa, 2004).

Величина конформності людини залежить, по-перше, від значущості для неї висловлюваної точки зору. Чим вона важливіша особисто для неї, тим нижче рівень конформності. По-друге, залежить від авторитетності людей, які висловлюють у групі ті чи інші погляди. Чим вище їхній статус та авторитетність для групи – тим вище конформність членів групи. Конформність залежить від кількості членів групи, які висловлюють позицію, від їхньої однотайності. Особливо активно феномен конформізму працює, коли на людину тисне групова більшість, яка однотайна у своїх переконаннях.

Рівень конформності залежить від віку та статі людини. Так, жінки в цілому більш конформні, ніж чоловіки, а діти – ніж дорослі. Проте, якщо говорити про осіб юнацького віку, то вони схильні демонструвати конформізм у спілкуванні з групою однолітків та негативізм – у спілкуванні з дорослими. Враховуючи це, доречно якомога менше ставити особу юнацького віку в ситуацію групового тиску з боку дорослих або групи, якщо вона не є для неї джерелом норм та цінностей. Беззаперечно, що у юнацькому віці збільшується ймовірність незалежних рішень, однак конформність у спілкуванні із референтною групою однолітків або дорослих ще досить велика.

Референтна група – це реальна або ідеальна група на яку орієнтована людина, цінності, ідеали та норми поведінки якої вона поділяє. Антиподом референтної групи є група членства – людина може бути членом цієї групи, але внутрішньо бути байдужою до її цілей та норм. Так, для одних студентів учбова група є референтною, їх поведінка орієнтована на норми та цінності цієї спільноти. У цьому випадку по відношенню до групи вони будуть демонструвати високу конформність, а у викладача з'явиться можливість впливати на їхню поведінку через роботу зі студентським колективом. Студенти, для яких група є лише групою членства, не будуть зацікавлені у близькому спілкуванні з одногрупниками, не будуть орієнтуватися на норми та цінності групи, займуть відсторонену або конфліктну позицію.

Таким чином, конформність – важливий механізм підтримки внутрішньої однорідності та цілісності групи. Значення цього механізму пояснюється тим, що він слугує для підтримки групової стабільності в умовах змін та розвитку групи. Аналізуючи процес розвитку групи, з'ясуємо особливості розвитку міжособистісних внутрішньогрупових відносин, механізмів згуртування та етапів групового розвитку.

Згуртування групи – моральна, інтелектуальна, емоційна та вольова єдність групи. Згуртування групи – процес, який супроводжує її на всіх етапах розвитку. Сенс згуртування – у формуванні особливого типу зв'язків у групі, які дають змогу формальну структуру, задану зовні, перетворити у психологічну спільність. Згуртування має різні прояви. Воно виражається в емоційній привабливості та взаємоприв'язаності членів групи, їх прагнення до збереження свого групового членства, у єдності цінностей та цілей учасників групового спілкування.

Згуртування є для членів групи привабливою ціллю та цінністю. Особливо яскраво це виражено в підліткових та юнацьких групах, які прагнуть досягнути високого рівня внутрішньогрупової солідарності та згуртування. Проте, не завжди вдається цього досягти, позаяк формування відносин у групі залежить від багатьох психологічних чинників.

Серед чинників, що впливають на згуртування малої групи, виокремлюють, по-перше, емоційну привабливість членів групи. Зазначимо, що сама по собі

вона не забезпечує ані продуктивної спільної діяльності, ані високої згуртованості. З іншого боку, і без емоційної привабливості складно створити згуртовану групу.

По-друге, виокремлюють подібність членів групи між собою. Йдеться про різні аспекти подібності: і вікові, і соціальні, і етнічні, проте головне, – подібність цінностей, спорідненість поглядів та соціальних орієнтацій членів групи. У цьому випадку активізується механізм, пов'язаний з особливостями сприймання людьми один одного. Справді, чим ближча чужа думка до власної думки людини, тим привабливіша їй особа, яка висловлює цю точку зору. І навпаки: люди схильні не помічати розбіжностей і протиріч з позиції привабливої особи. Ідентичний феномен працює і у групі: людина більш тяжіє до групи, погляди та цінності якої вона поділяє та у якій її власні погляди знаходять підтримку.

По-третє, на згуртування малої групи впливає спосіб взаємодії, який обирає група та провідний соціальний мотив членів групи. Зауважимо, що більш приваблива для членів та має більші шанси стати згуртованою та група, діяльність якої заснована не на конкуренції, а на кооперації, і у якій домінує мотив співробітництва.

Кооперація є чинником згуртування групи, адже сприяє виникненню у групі низки важливих і привабливих для членів групи феноменів. По-перше, під час кооперації та орієнтирі на співробітництво зменшується кількість внутрішньогрупових конфліктів та

існують постійно діючі умови для успішного вирішення об'єктивних протиріч, які виникають. По-друге, кооперація сприяє вільному та відкритому спілкуванню людей, стимулює зближення думок, розширює обмін інформацією між партнерами (на відміну від конкуренції, яка провокує членів групи на приховування від партнерів важливої інформації, позаяк це може допомогти в досягненні особистих цілей). По-третє, кооперація забезпечує взаємну підтримку дій, позаяк лише спільні зусилля можуть привести кожного члена групи до особистого успіху.

Отже, кооперація між членами групи сприяє згуртуванню всієї групи. Що стосується характеру зв'язків групи з іншими соціальними спільнотами, то тут свою позитивну роль може відіграти й конкуренція. Відомо, що змагання між групами в певних видах діяльності сприяє внутрішній згуртованості груп-учасників.

По-четверте, на згуртування малої групи впливають особливості групових цілей. Йдеться про те, що цілі, які ставляться групою або перед групою її керівником, допомагають колективу згуртуватися в тому випадку, якщо вони відповідають потребам членів групи, можуть бути прийняті як власні, особисті цілі (тобто, кожен учасник вбачає особистий сенс у тому, що робить уся група), а також якщо група може розраховувати на успіх у досягненні цілі. Іншою важливою характеристикою групової цілі має бути чіткість та однозначність її постановки.

Ціль діяльності, у випадку коли вона справді може

слугувати джерелом активності студентів та чинником згуртування студентського колективу, повинна відповідати таким вимогам: по-перше, вона має бути кінцевою, тобто мати чіткий результат, досягнення якого не відтерміновано в часі від моменту прийняття цілі. По-друге, ціль має бути конкретною та зрозумілою кожному учасникові. Обов'язково доцільно перевірити, чи справді всі члени групи однаково розуміють сенс і ціль того, що відбувається. По-третє, ціль має бути технологічною, тобто містити в собі доступні для членів групи засоби її досягнення. Добре, якщо ці засоби були вироблені членами групи на попередніх етапах спільних дій.

По-п'яте, згуртування малої групи залежить від рівня задоволеності групи та кожного її члена груповою діяльністю та своїм положенням у групі. Чим вище задоволеність учасників діяльністю групи та самим собою, тим більшою мірою учасники групи будуть згуртовуватися. При цьому задоволеність виникає під час дотримання низки умов.

По-шосте, згуртованість групи залежить від характеру керівництва та стилю прийняття рішень, характерних для групи. Відомо, що колегіальний, кооперативний стиль керівництва та можливість для кожного члена групи брати участь у виробленні спільного рішення, сприяє згуртуванню групи.

Отже, згуртованість – це важлива характеристика стану групи, позаяк згуртована група не лише більш ефективно функціонує як єдиний організм, але й має

більшу привабливість для кожного члена групи. Згуртована група характеризується посиленням спілкування між учасниками, яке взаємно задовольняє всіх, близькістю думок та ціннісних орієнтацій, що дозволяє людині почувати себе комфортно. У групі високого рівня згуртованості зростає самооцінка людини, знижується рівень її тривожності, і крім того, підвищується ефективність будь-яких форм активності такої групи.

5.5 Міжособистісні відносини в малій групі

Міжособистісні відносини виникають і розвиваються у процесі спілкування. Спілкування та ставлення нерозривно пов'язані між собою. В процесі сумісної діяльності виробляються не лише навички спілкування, але й формується ставлення, яке супроводжується обміном емоцій, налагодженням контактів, задоволенням потреб у спілкуванні.

Міжособистісні відносини – це сукупність об'єктивних зв'язків та взаємодій між індивідами, які належать до однієї групи. Міжособистісні відносини – суб'єктивно пережиті, різною мірою усвідомлювані взаємозв'язки між індивідами.

Основою міжособистісних відносин у групі є, перш за все, емоційна міжособистісна привабливість членів групи. Привабливість – досить важливий чинник людських відносин. Характер спілкування та успішність спільної діяльності визначається здебільшого рівнем привабливості партнерів.

У цілому, чим вища взаємна привабливість партнерів, тим більше вони задоволені внутрішньо груповими міжособистісними відносинами.

Разом з тим, сфера людських взаємовідносин значно ширша сфери емоційно привабливих людей. Було б не правильно думати, що без взаємної привабливості неможливе нормальне спілкування та успішна діяльність людей. Пов'язано це з тим, що задоволеність внутрішньогруповими відносинами може бути високою і під час успішної спільної діяльності, навіть якщо при цьому не формуються близькі емоційні відносини. Прийнято вважати, що задоволеність міжособистісними відносинами членів групи може регулюватися за участю двох різних феноменів: сумісність партнерів, що породжує міжособистісну привабливість, і працьовитість, яка породжується задоволеністю результатами спільної діяльності.

Міжособистісна сумісність – це оптимальне поєднання психологічних особливостей партнерів, що сприяє оптимізації їх спілкування і діяльності.

Міжособистісна сумісність – складний психологічний феномен, заснований на принципах схожості та взаємодоповнення. Розрізняють структурну та функціонально-рольову сумісність. Під структурною розуміють сумісність темпераменту, характеру та особистісних якостей партнерів. При чому, якщо стосовно двох перших підтверджується гіпотеза про компліментарність, взаємодоповнюваність якостей партнерів, то стосовно особистісних якостей своє експериментальне

підтвердження отримала протилежна ідея – схожості та близькості.

Тобто, сумісність партнерів висока, якщо вони мають взаємодоповнювані властивості темпераменту та характеру (сангвінік – меланхолік, холерик – флегматик) та узгодженість, консолідованість орієнтацій та особливостей (комунікабельність, тривожність, мрійливість тощо). Сумісність завжди має конкретний характер.

Функціонально-рольова сумісність – це відповідність в уявленнях партнерів про ті міжособистісні ролі, які вони будуть реалізовувати самі та очікувати від інших у процесі спілкування та взаємодії. Якщо рольові уявлення та очікування учасників співпадуть, у них чимало шансів досягнути гармонічних відносин, побудованих на міжособистісній привабливості.

Феномен, протилежний міжособистісної сумісності, – несумісність, а почуття, що викликаються нею, – антипатія.

Спрацьовування – це ще один ефект поєднання та взаємодії людей в конкретній діяльності (учбовій, спортивній, професійній). Спрацьовування, як правило, не призводить до виникнення таких феноменів міжособистісного спілкування, як: емоційна близькість, ідентифікація, орієнтація на інтимно-особистісне спілкування партнерів. Це швидше за все, результат успішної реалізації групою її інструментальних функцій, який дозволяє досягнути високої продуктивності діяльності, високої задоволеності членів групи своєю

працею та груповим членством, а також породжує хороший рівень взаєморозуміння, адекватного відображення учасниками спілкування всього, що відбувається у групі.

Спрацьованість – ефект поєднання взаємодій індивідів, який засвідчує максимально можливу успішність (у сумісній роботі) при мінімальних енергетичних витратах (на діяльність і взаємодію), на фоні значної суб'єктивної задоволеності сумісною роботою і високої адекватності взаєморозуміння.

Питання для самоконтролю

1. Назвіть основні параметри аналізу малої групи
2. У чому полягає феномен лідерства?
3. Які чинники впливають на рівень конформності людини?
4. У чому полягає процес групового тиску?
5. У чому сенс сумісності та спрацьовуваності у групі?

Література

1. Битянова М. Р. Социальная психология: наука, практика и образ мыслей : учеб. пособ. М. : ЭКС-МО-прес, 2001. 576 с.
2. Кузьмин Е. С., Семенов В. Е. Социальная психология. Л. : изд-во ЛГУ, 1979. 288 с.

3. Руденский Е. В. Социальная психология : курс лекций. М. : ИНФРА-М, 1997. 224 с.
4. Крысько В. Г. Социальная психология : курс лекций. М. : Омега – Л, 2006. 352 с.
5. Занковский А. Н. Психология организационного лидерства: в поисках корпоративной синергии. М. : Литера, 2015. 300 с.
6. Москаленко В. В. Соціальна психологія : підручник. Вид. 2-ге, перероб. та доп. Київ : Центр учбової літератури, 2008. 688 с.
7. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія. Київ : Либідь, 2004. 576 с.
8. Журавлев А. Л. Психология совместной жизнедеятельности малых групп и организаций. М. : Социум, 2001. 288 с.
9. Ложкин Г. В. Психология спорта : схемы, комментарии, практикум. Киев : Освита України, 2011. 484 с.
10. Ложкін Г. В., Волянчук Н. Ю., Солтик О. О. Психологія праці. Хмельницький : ХНУ, 2013. 191 с.
11. Слаквас С. П. Психология малой группы. М. : Экзамен, 2004. 160 с.

Розділ 6

СОЦІАЛЬНА ПСИХОЛОГІЯ МІЖГРУПОВИХ ВІДНОСИН

Блохіна І. О.

6.1. Характеристика міжгрупових відносин у соціальній психології

Психологія міжгрупових відносин – напрям соціальної психології, що розвивається найбільш динамічно. Дослідження міжгрупових відносин виникають наприкінці XIX початку XX ст. з аналізу феноменів міжгрупової ворожості та етноцентризму (Г. Лебон, У. Макдугалл, У. Самнер). Але регулярні емпіричні дослідження проблеми міжгрупових відносин набули свого розвитку в 50-х роках XX ст. Утвердження психології міжгрупових відносин як самостійної галузі соціальної психології відбулося завдяки дослідженням англійського психолога Г. Теджфела.

Постановка проблеми міжгрупових відносин як соціально-психологічної посідає провідне місце на сучасному етапі розвитку науки та має велике значення як для теорії, методології соціальної психології, так і для практики.

Міжгрупові відносини – сукупність соціально-психологічних явищ, які характеризують суб'єктивне відображення зв'язків між соціальними

групами, а також зумовлений ними спосіб взаємодії спільностей (Л. Орбан-Лембрик, 2003).

У соціальній психології виділяють чотири основні напрямки у дослідженні міжгрупових відносин. Слід зазначити, що вказані напрямки досліджень можна виділити лише умовно, оскільки всі вони тісно пов'язані між собою. Перший напрямок пов'язаний із вивченням відносин між великими соціальними групами в межах всього суспільства на рівні стратифікації. Другий визначається вивченням міжгрупових відносин в умовах, коли одна група виступає в якості лідера, а інша слідує за нею. Третій напрямок пов'язаний із дослідженням відносин між малими соціальними групами. Четвертий досліджує вплив міжгрупових відносин на внутрішньогрупові процеси.

Міжгрупові відносини на рівні соціальної стратифікації визначаються місцем кожної великої соціальної групи в системі суспільного життя. Соціальна стратифікація – розподіл суспільства на соціальні прошарки залежно від різних ознак, головною з яких виступає ставлення до влади, професії, соціальний престиж, рівень культури, економічне становище (Є. Андрієнко, 2000). Соціальна стратифікація відображає специфіку прошарків суспільства в конкретний історичний період. Для соціальної психології дослідження суспільної стратифікації є цікавою з точки зору аналізу відносин великих соціальних груп в межах усього суспільства. Безумовно, такі відносини не лише

існують, а й визначають поведінку кожного індивідуума. Ігнорування приналежності суб'єктів взаємодії до певного соціального прошарку призводить до помилок дослідників міжгрупових та міжособистісних відносин, оскільки саме така приналежність і визначає якість цих відносин.

На рівні соціальної стратифікації виділяють три стратегії взаємодії між групами:

– стратегія індивідуальної мобільності – об'єднує всі дії індивідів, які прагнуть перейти з однієї страти в іншу. Найчастіше це індивіди, які переходять зі страти з низьким статусом до високостатусної страти;

– стратегія соціальної творчості – на рівні соціальної групи відбувається переоцінка критеріїв порівняння на користь низькостатусної групи;

– стратегія вибору аутгрупи – прагнення членів групи (зазвичай низькостатусної) обрати групу з ще більш низьким статусом для порівняння. При цій стратегії вибір забезпечує психологічну функцію підвищення статусу тих, хто здійснює вибір.

Проблеми другого напрямку досліджень визначились домінуванням малої соціальної групи та осмислювались у контексті соціологічного підходу. У межах цього напрямку міжгрупові відносини досліджувались у двох аспектах: вплив малої групи на велику соціальну групу та вплив особистості лідера на міжгрупові відносини. Представники даного напрямку (Т. Адорно, Е. Фромм, пізніше – С. Московічі) вважали, що міжгрупові відносини, особливо відносини великих

соціальних груп, визначаються діяльністю лідера, який має великий авторитет та наділений владою. Особлива роль у цьому процесі належить малій соціальній групі, яка детермінує поведінку великої соціальної групи. Мала група спроможна вести за собою велику соціальну групу та визначати основні напрямки її розвитку лише в тому випадку, якщо вона згуртована та володіє високим рівнем ціннісно-орієнтаційної єдності її членів. Як тільки згуртованість малої соціальної групи зменшується, вона втрачає здатність впливати на велику соціальну групу.

Відносини між малими групами та їх вплив на внутрішньогрупові процеси досліджувались у контексті різних теорій. Більшість дослідників виділяють такі міжгрупові відносини: кооперація, конкуренція (змагання, суперництво), міжгруповий конфлікт та відношення незалежності. Конкуренція і конфлікт пов'язані з тенденцією диференціації, а кооперація – з тенденцією інтеграції. У відносинах незалежності часто знаходяться групи, які не мають соціальних зв'язків між собою, у той час як їх наявність робить групи взаємозалежними в певних аспектах діяльності та стосунків. Група виступає своєрідним суб'єктом діяльності, оскільки є функціональною одиницею суспільного життя. Вона несе в собі структуру внутрішніх міжособистісних формальних і неформальних стосунків, які безпосередньо пов'язані з зовнішніми відносинами групи. Зовнішні відносини групи впливають на її внутрішні відносини.

Експериментальні дослідження міжгрупових відносин одним з перших розпочав М. Шериф (1954) в американському таборі для підлітків. У його лонгітюдному дослідженні, яке складалося з чотирьох етапів, було створено умови конкуренції, нейтральності або кооперації міжгрупової взаємодії.

На першому етапі підліткам була запропонована спільна діяльність щодо прибирання території табору під час якої були виявлені дружні групи підлітків, що утворились стихійно. На другому етапі підлітків розділили на дві групи у такий спосіб, щоб зруйнувати дружні стосунки, які склались природнім шляхом. Третій етап характеризується тим, що групи отримали завдання щодо виконання різноманітної діяльності на умовах змагання. Цікавим виявився той факт, що на цьому етапі було зафіксоване зростання міжгрупової ворожості. На четвертому етапі групи знову були об'єднані і займались спільною діяльністю. При цьому дослідження відносин утворених раніше груп однієї до іншої на цьому етапі показав, що міжгрупова ворожість зменшилась, але не зникла повністю.

У результаті проведених експериментів дослідники дійшли таких висновків:

- основною причиною прояву міжгрупової ворожості є об'єктивний конфлікт інтересів та цілей груп, що виникає при конкурентній взаємодії;
- вперше було експериментально досліджено в якості фактору детермінації міжгрупових відносин характеристики спільної діяльності (конкурентні або кооперативні);

– вперше був експериментально виявлений факт наявності міжгрупової дискримінації – відмінності в оцінці своєї і чужої групи на користь своєї. Наявність зазначеного феномену спостерігається навіть в умовах відсутності конкуренції, об'єктивного конфлікту інтересів та попереднього досвіду міжгрупових відносин.

Підсумовуючи, слід зазначити, що польові експерименти М. Шерифа лягли в основу експериментального напрямку в дослідженні міжгрупових відносин в природних умовах, в динаміці їх розвитку в залежності від цих умов. Важливо підкреслити також, що дослідження М. Шерифа започаткували новий підхід у дослідженні міжгрупових відносин: джерела міжгрупової ворожості або співробітництва дослідник вбачає не в мотивах окремої особистості, а в ситуаціях групової взаємодії. Саме в міжгруповій взаємодії проявляються міжгрупова ворожість, співробітництво, внутрішньогруповий фаворитизм – тенденція сприяти членам своєї групи на противагу інтересам іншої. Такий підхід суттєво відрізняється від фрейдистські орієнтованих дослідників, які вважали особистість у її відносинах з представниками інших груп, ключовою ланкою.

В основу створення оригінальної теорії міжгрупових відносин – теорії соціальної ідентичності Г. Теджфела та Дж. Тернера лягли результати експериментів М. Шерифа та теоретичне осмислення феноменів, виділених у його дослідженнях. Науковці започаткували принци-

повий перегляд та переосмислення проблематики міжгрупових відносин у соціальній психології.

Наполягаючи на значенні когнітивних процесів у міжгрупових відносинах, Г. Теджфел довів, що встановлення позитивного відношення до своєї групи спостерігається навіть за відсутності об'єктивної основи конфлікту між групами. Для цього досить розподілити людей на групи. Дослідником експериментально доведено, що у членів групи формуються позитивні установки щодо своїх одногрупників та негативні установки щодо індивідів, які належать до іншої групи. Отже причина міжгрупової дискримінації, на думку дослідника, не в характері взаємодії, а в самому факті усвідомлення приналежності до своєї групи та, відповідно, прояву ворожості до чужої групи.

Аналіз когнітивної сфери, яка включає в себе такі основні процеси як:

– соціальна категоризація (упорядкування індивідом свого соціального оточення шляхом розподілу соціальних об'єктів на групи за значущими для нього критеріями);

– соціальна ідентифікація (віднесення індивідом себе до конкретних соціальних категорій, суб'єктивне переживання ним своєї групової соціальної належності);

– соціальне порівняння (співвіднесення якісних ознак різних соціальних груп результатом якого є встановлення відмінностей між ними) та соціальна дискримінація, що в сукупності утворюють область

міжгрупових відносин, має стати власне соціально-психологічним аспектом у дослідженні міжгрупових відносин (Л. Орбан-Лембрик, 2003).

На думку Г. Теджфела, незалежно від об'єктивних відносин, наявності чи відсутності протиріч між групами факт групового членства сам по собі обумовлює розвиток цих чотирьох когнітивних процесів, що, в кінцевому результаті, призводять до між групової дискримінації. Визначаючи факт сприймання групами одна одної, дослідник не взяв до уваги того, наскільки адекватна фіксація міжгрупових відмінностей, тобто наскільки відмінності, які фіксуються на рівні сприймання, є такими насправді.

Дослідження, виконані в рамках діяльнісного підходу (В. Агеєв, 1983, В. Позняков, 2018), характеризуються акцентуванням уваги на проблемі взаємозв'язку та взаємної обумовленості суб'єктивних психологічних аспектів міжгрупових відносин та об'єктивних соціальних умов, в яких ці відносини утворюються. В якості головного фактора детермінації міжгрупової взаємодії та сприймання розглядаються характеристики спільної діяльності груп та соціальні зв'язки, що виникають на її основі, між ними. На відміну від когнітивної орієнтації, принцип діяльності передбачає найтісніший зв'язок суб'єктивного відображення міжгрупових відносин з реальною діяльністю досліджуваних груп, детермінує нею усі когнітивні процеси, що супроводжують ці відносини. Природа міжгрупового сприймання полягає в упорядкуванні

індивідуальних когнітивних структур, в об'єднанні їх у єдине ціле. Йдеться не про суму сприймання чужої групи індивідами, а про нову якість, яка виникла під час такого сприймання, про групове утворення. Представники діяльнісного підходу в межах своїх досліджень довели, що соціальні відносини лише за певних умов можуть сприяти розвитку міжгрупової дискримінації, а також визначили засіб подолання цієї дискримінації, вважаючи ним спільну діяльність груп.

Узагальнюючи результати дослідження міжгрупових відносин, можна зробити наступні висновки:

1. Психологія міжгрупових відносин – напрям соціальної психології, що посідає провідне місце на сучасному етапі розвитку науки та має велике значення як для теорії, методології соціальної психології, так і для практики.

2. Основна функція міжгрупових відносин – збереження, стабілізація та розвиток груп як функціональних одиниць суспільного життя.

3. При взаємодії з іншими групами кожна група прагне до відносно стійкого стану шляхом збереження балансу тенденцій інтеграції та диференціації. Якщо у зовнішніх відносинах групи посилюються тенденції диференціації, то внутрішні відносини будуть характеризуватись посиленням тенденції інтеграції і навпаки.

4. Суперництво, співробітництво, відносини незалежності – основні стратегії взаємодії між соціальними групами. Домінуючою стратегією взаємодії слід вважати стратегію суперництва.

5. Процес управління групою також може бути досліджений з міжгрупових відносин. Коли мобільна та активна частина групи (мала група) визначає характер функціонування великої групи. Саме в цих міжгрупових відносинах особливого значення набуває особистість лідера, який впливає на домінуючий актив і через нього на всю групу.

6.2. Соціальна ідентичність і порівняння

Поняття «ідентифікація» та «соціальна ідентичність» тісно пов'язані між собою, але з наукової точки зору мають суттєву різницю. Загальний зміст поняття «ідентифікація» – це уподібнення чомусь. Виділяють тотожну ідентифікацію, коли на засадах співпадіння головних ознак предмета його ототожнюють, ідентифікують з іншим предметом. Особиста ідентифікація або самоідентифікація – формування ставлення особистості до себе.

З. Фройд уперше вводить цей термін і розглядає ідентифікацію як процес наслідування але безсвідомий, як процес самозахисту особистості та регулятора моральної сторони психіки особистості. Моральна поведінка формується через досвід, через привласнення поведінкових зразків та схем.

Деяко інше значення набуває поняття «ідентичність» в соціальній психології. Соціальна ідентичність – це найважливіша умова соціальної адаптації;

саме вона забезпечує прийняття соціальних ролей, які існують в соціумі, усвідомлення приналежності до певної соціальної групи за віком, етнічним та расовим ознакам, професії, релігійних та політичних переконань.

У рольову структуру Я-концепції особистості включається її приналежність до всіх соціальних груп, з якими вона себе ідентифікує. Вперше цю ідею обстоював в своїй теорії особистості У. Джеймс, а потім її розвивали Дж. Г. Мід, Ч. Кулі, Г. Блуммер та інші науковці. Вони вказують, що люди надають перевагу завищеній, а не заниженій самооцінці. Приналежність до певної групи, що є частиною нашої самосвідомості, може як підвищувати, так і занижувати нашу самооцінку. І, навпаки, ідентифікація з «поганою» групою здатна зробити людину «поганою» у її власному самосприйнятті. Але усвідомлення гарного і поганого, згідно з теорією соціального порівняння Л. Фестінгера, людина отримує в процесі соціального порівняння. У цій теорії основними принципами порівняння є тенденції індивіда порівнювати себе з такими як сам або тими, хто хоча б трохи краще, та потреба в позитивній самооцінці, яка забезпечує мотиваційну базу для диференціації між групами. Саме з цих позицій Г. Теджфілу та Дж. Тернеру вдалось дати пояснення внутрішньогруповому фаворитизму та міжгруповій дискримінації. Ними була розроблена концепція соціальної ідентичності, у якій основний акцент науковці зробили на прояві психологічних та групових процесів. Психологічні процеси (категоризація, соціальне порівнян-

ня та збереження і укріплення позитивної Я-концепції) надають груповій поведінці свою унікальну форму, яка проявляється в деперсоналізації, етноцентризмі та відносній однаковості. А соціальні процеси, які пов'язані з боротьбою груп за розподіл влади, домінування, визначають зміст групової поведінки.

Соціальна ідентичність – усвідомлення індивідом своєї приналежності до конкретних соціальних груп разом з емоційною та ціннісною значимістю цього членства для самої особистості. Це поняття включає три компоненти:

- когнітивний – усвідомлення приналежності до групи;
- ціннісний – позитивна або негативна оцінка цього факту;
- емоційний – переживання факту приналежності та його оцінки: любов або ненависть (В. Соснін, 2018).

Основною психологічною умовою виникнення та існування групи є високий рівень співпадіння та подібності профілів цих компонентів у членів групи.

Основними елементами теорії соціальної ідентичності, що дозволяють описати та пояснити процес формування групи та особливості міжгрупових відносин, є поняття «соціальна категоризація», «соціальне порівняння», «Я-концепція», «соціальна структура», відношення «домінування – підкорення».

Соціальна категоризація – це когнітивний процес упорядкування та угруповання індивідом соціальних об'єктів та явищ шляхом їх розподілу на групи, що

мають подібність за значимими для індивіда критеріями (В. Соснін, 2018). У міжгрупових відносинах соціальна категоризація є окремим випадком класифікації індивідом оточуючої дійсності. Наслідком цього процесу є соціальна ідентичність як результат самовизначення, набуття індивідом свого «соціального обличчя». Соціальна категоризація та самовизначення супроводжуються процесом соціального порівняння.

Соціальне порівняння – це процес співвіднесення якісних ознак соціальних груп однієї з іншою, результатом якого є встановлення відмінностей між ними, тобто міжгрупова диференціація (В. Соснін, 2018). Різноманітні характеристики групи (статус, економічне становище, здібності тощо) набувають значимості в ціннісному співставленні з іншими групами. При цьому процес розрізнення відбувається за тими параметрами, які мають загальну соціальну цінність або є важливими для своєї групи, особливо за стереотипно позитивними ознаками для неї.

Таким чином, процес категоризації виділяє відмінні риси, а процес соціального порівняння і потреба в позитивній ідентичності забезпечують та здійснюють вибіркове виділення міжгрупових відмінностей на користь своєї групи.

Для виявлення умов, при яких індивідуальна поведінка людей розгортається за логікою міжгрупових відносин та перетворюється в уніфіковану поведінку представника групи, автори теорії застосували пояснювальний потенціал Я-концепції. Я-концепцію особистості як сукупність Я-уявлень можна розташувати

на континуумі: на одному полюсі – повністю індивідуально-особистісні характеристики, на іншому – соціально-категоріальні. У відповідності з цим будь-яка взаємодія індивідів також може розташовуватись на континуумі між двома полюсами: на одному – міжособистісна взаємодія, на іншому – міжгрупова взаємодія. Розташування взаємодії на цьому континуумі буде обумовлюватись ситуацією взаємодії та її відображенням в свідомості учасників. Коли ситуація взаємодії активізує в свідомості індивіда соціально-групові параметри Я-концепції, то він діє як член групи, коли індивідуально-особистісні, то взаємодія лишається на міжособистісному рівні.

Останнім елементом теорії соціальної ідентичності є концепція статусної соціальної структури груп і уявлення про можливу динаміку міжгрупових відносин в умовах домінування-підкорення. Статусна структура групи – це ієрархія статусних відносин реальних груп в соціумі (В. Соснін, 2018). Ця ієрархія детермінує, як правило, конкуренцію груп за ресурси, права, владу. Індивіди психологічно пов'язані з соціальними структурами шляхом своїх самоідентифікацій як представників різних соціальних категорій. Ті групи, що займають в структурі домінантне, владне положення, прагнуть зберегти «статус-кво», встановити свою систему цінностей та ідеологію. Членство в групах, що підкорюються, потенційно несе в собі можливість негативної соціальної ідентичності, особливо, якщо прийняті або нав'язані цінності є цінностями домінуючої

групи. Для членів групи з низьким статусом існує два способи підтримання і збереження позитивної ідентичності в залежності від суб'єктивних систем переконань – соціальна мобільність та соціальна зміна.

Принцип соціальної мобільності включає в себе положення про те, що межі груп піддаються проникненню; індивіди можуть переходити з однієї групи в іншу.

Принцип соціальної зміни включає в себе положення про те, що межі між групами закриті; індивід не може перейти з однієї групи в іншу, а також своє становище він може змінити лише як член групи, якщо вся група в цілому змінить своє становище в системі міжгрупових відносин.

Розрізняють декілька типів соціальної ідентичності: професійну, етнічну, гендерну, релігійну, політичну тощо. При цьому слід зазначити, що ідентичність – це не постійне явище, вона може змінюватись залежно від ситуації, часу: зміна виду діяльності людини. Місця її проживання, освіти, віку.

Етнічна ідентичність. Ідентичність за етнічною ознакою якнайчастіше формується в процесі індивідуального самовизначення, а не як наслідок наявності певної національної якості. Так, наприклад, прізвище людини, яке має яскраво виражену етнічну ознаку, не визначає її ідентичність. Для самовизначення людини за національною ознакою цього недостатньо.

Гендерна ідентичність. Цей тип ідентичності формується в ранньому дитинстві відповідно до фізіологічного розвитку індивіда. Це найбільш стійкий тип

ідентичності, хоча він може змінюватись під впливом певних біологічних причин та соціальних факторів. Прикладом можуть бути люди з нетрадиційною сексуальною орієнтацією. Сексуальна ідентичність наразі розглядається як складне явище, що вимагає ревізії цінностей та змістів. Цим пояснюється боротьба за встановлення норм та правил гендерної ідентичності у сучасному суспільстві.

Професійна ідентичність. Процес професійного самовизначення – це не завжди короткочасний процес, який закінчується в юності шляхом вибору професії. Іноді людина розв'язує задачу професійного самовизначення протягом всього життя. Такий пролонгований процес може залежати як від зовнішніх причин (економічна криза, зміна місця проживання, стан здоров'я), так і від внутрішніх (внутрішньоособистісна криза, самоактуалізація, зміна професійних інтересів).

Підсумовуючи, можемо зробити наступні висновки:

1. Соціальна ідентичність забезпечує прийняття соціальних ролей, які існують в соціумі, усвідомлення приналежності до певної соціальної групи за віком, етнічним та расовим ознакам, професії, релігійних та політичних переконань.

2. Г. Теджфілом та Дж. Тернером була розроблена концепція соціальної ідентичності, в якій основний акцент було зроблено на прояві психологічних та групових процесів. Науковцям вдалось дати пояснення внутрішньогруповому фаворитизму та міжгруповій дискримінації.

3. До основних елементів теорії соціальної ідентичності, що дозволяють описати та пояснити процес формування групи та особливості міжгрупових відносин, належать поняття «соціальна категоризація», «соціальне порівняння», «Я-концепція», «соціальна структура», відношення «домінування - підкорення».

4. У соціальній психології виділяють декілька типів соціальної ідентичності: професійну, етнічну, гендерну, релігійну, політичну тощо.

6.3. Процеси міжгрупової інтеграції та диференціації

У соціально-психологічних явищах процеси диференціації та інтеграції виділяються багатьма науковцями. Не є виключенням також міжгрупові відносини.

Диференціація та інтеграція в міжгрупових відносинах є основними тенденціями, які визначають не лише самі ці відносини, а й умови існування соціальних груп. Ці дві тенденції лежать в основі формування відповідних їм типів стосунків:

- відносини, обумовлені процесами диференціації;
- відносини, обумовлені процесами інтеграції.

Поняттям «міжгрупова диференціація» позначаються соціально-психологічні процеси міжгрупового сприймання, порівняння, оцінки, що пов'язані зі встановленням відмінностей між своєю групою та іншими групами. Соціальні психологи, зокрема В. Агєєв (1983)

та його однодумці, досліджуючи проблеми міжгрупових відносин, визначають цим поняттям такі процеси і явища, в яких проявляється тенденція до виділення власної групи в якості самостійної цілісності, що наділена специфічними властивостями. Поняття міжгрупової диференціації є одним з центральних в теорії міжгрупових відносини Г. Теджфела та Дж. Тернера, де воно використовується у зв'язку з поняттями соціальної категоризації, ідентифікації, порівняння. Досліджуючи процеси міжгрупової диференціації, Б. Поршнев (1979) розглядає психологічні процеси внутрішньогрупового уподібнення та зовнішньогрупового відособлення та відмінностей в якості універсальних механізмів формування психологічної спільності групи. Тенденцію до міжгрупової диференціації як одного з етапів процесу утворення колективу відмічає Л. Уманський.

Отже, міжгрупова диференціація – це, з одного боку, встановлення відмінностей між своєю групою, з іншого – диференціація психологічних відношень до своєї та іншої групи.

Поняття міжгрупової диференціації охоплює два специфічних соціально-психологічних процеси, які пов'язані з встановленням відмінностей між своєю та іншими групами:

- процес формування внутрішньогрупової переваги як емоційної прихильності своїй групі, що є необхідною умовою збереження психологічної єдності групи;
- процес міжгрупового співставлення та порівнян-

ня, що є необхідною умовою узгодженої спільної діяльності та міжгрупової взаємодії, яку б форму ця взаємодія не набувала.

Якщо диференціація визначається відмінностями та призводить до відособленості груп, то інтеграція включає в себе те спільне, що сприяє розвитку тенденції до об'єднання в певному аспекті.

Міжгрупова інтеграція – це наявність між групами таких зв'язків та залежностей, які сприяють їх об'єднанню, взаємній співпраці, більш успішній реалізації функцій як своєї групи, так і більш широкої спільноти, в яку включені групи, що взаємодіють. Міжгрупову інтеграцію не слід розуміти як тенденцію до об'єднання та злиття представників різних соціальних груп в рамках більш широкої спільноти, як відмову від своєї групової приналежності та міжгрупового розрізнення (Є. Андрієнко, 2000).

Міжгрупова диференціація та міжгрупова інтеграція співіснують, їх динаміка визначає життєдіяльність соціальної групи. Переважання якоїсь однієї тенденції може призвести до негативних соціально-психологічних результатів. Так, домінування тенденції інтеграції, при якій група настільки відкрита соціальному життю, що не здатна захищати свої інтереси, втрачає свою життєздатність, оскільки дозволяє іншим групам надмірно впливати на внутрішньогрупові процеси і, як наслідок, втрачає власну соціальну стійкість. В той же час переважання диференціації призводить до такої ві-

дособленості, відмежування групи від соціального життя, яка розриває соціальні зв'язки, блокує входження нової інформації та зупиняє розвиток групи, призводячи її до стагнації. Саме тому баланс інтеграції та диференціації виступає найважливішою умовою життєздатності та розвитку соціальної групи.

Досліджуючи явища інтегративного характеру, науковці (В. Агеєв, 1983) виділили три інтегративні міжгрупові феномени – групова афіліація, групова відкритість, міжгрупова референтність.

Групова афіліація означає такі відносини між групами, які передбачають, що одна з них є складовою частиною іншої. Для будь-якої групи властивим є прагнення бути складовою частиною та відчувати свою приналежність до більш широкої соціальної спільноти. Ця взаємодія груп різнопорядкового масштабу та обсягу – відносини по вертикалі, а рівнопорядкові групи взаємодіють по горизонталі. В цьому випадку одна група є частиною іншої. Відношення між групами різнопорядкового масштабу не можуть бути рівноправними. Ці групи навіть не можна порівнювати, їх можна лише співвіднести між собою.

Оскільки велика соціальна група поглинає в себе малі, то останні функціонують за законами першої. Відповідно, для аналізу малої групи необхідно спочатку зрозуміти особливості великої соціальної групи частиною якої вона є. Загальна соціально-психологічна характеристика групи повинна починатись з виявлен-

ня її соціальної приналежності. Якщо ми беремо для порівняння дві соціальні групи, які різняться за своєю приналежністю до різних великих соціальних груп, нам треба перш за все визначити суттєву різницю між великими групами та на цих засадах давати порівняльну характеристику малим групам, які входять до їх складу.

Групова відкритість виявляється в прагненні отримати інформацію та вплив ззовні, внаслідок чого вона підпадає під різноманітний вплив та оцінки з боку інших груп. Рівень групової відкритості можна розглядати як своєрідний критерій оновлення групи та дотримання балансу процесів диференціації та інтеграції. Відкритість групи може бути пов'язана також із залученням нових членів або навіть зміною складу групи. Відкритість групи необхідна для того, аби підтримувати її існування в соціальних умовах, що постійно змінюються, та забезпечувати повноцінне функціонування та розвиток. Усі процеси взаємодії групи з оточуючим соціумом здійснюються через групову відкритість. Рівень групової відкритості визначається благополуччям існування групи в соціумі. Чим вище рівень благополуччя, тим більш відкритою може бути група. За несприятливих умов відкрита група стає закритою. Закритість в цьому випадку є значимою з точки зору збереження групи як цілого та на певний час зберігає групу. Однак, якщо група замкнута протягом тривалого часу, вона поступово втрачає свої позитивні адаптаційні функції та через стагнацію перероджується, перетворюючись з адаптивного соціального явища в дезадаптивне.

Міжгрупова референтність проявляється у звертанні до значимої зовнішньої групи, яка є носієм певних цінностей та норм, еталонної моделі. Міжгрупова референтність визначається ціннісними орієнтаціями групи, її соціальними настановленнями та провідними тенденціями розвитку. Якщо останні змінюються, змінюється і міжгрупова референтність.

Узагальнюючи, можемо зробити наступні висновки:

1. Завдяки сучасним дослідженням науковцям вдалось виділили три інтегративні міжгрупові феномени – групова афіліація, групова відкритість, міжгрупова референтність.

2. Міжгрупова диференціація – це такий соціально-психологічний процес, завдяки якому члени групи сприймають, порівнюють, оцінюють і, як наслідок, встановлюють відмінності між своєю групою та іншими групами.

3. Міжгрупова інтеграція, на відміну від диференціації, включає в себе те спільне, що сприяє розвитку тенденції до об'єднання в певному аспекті. Цей процес не слід розуміти як тенденцію до об'єднання та злиття представників різних соціальних груп в рамках більш широкої спільноти, як відмову від своєї групової приналежності та міжгрупового розрізнення.

4. Міжгрупова диференціація та міжгрупова інтеграція співіснують, їх динаміка визначає життєдіяльність соціальної групи. Саме тому баланс інтеграції та диференціації виступає найважливішою умовою життєздатності та розвитку соціальної групи.

6.4 Міжгрупова ворожість

Уперше міжгрупова ворожість описана з. Фройдом, який спирався на роботи Г. Лебона та У. Мак-Дугалла. Вчений брав за аксіому факт універсальності міжгрупової ворожості в будь-якій взаємодії груп основною функцією якої є підтримка згуртованості групи та її внутрішньої стабільності. У психоаналізі міжгрупова ворожість і агресивність розглядаються як способи вирішення внутрішньоособистісних конфліктів та фрустрації.

Т. Адорно показав, що вороже ставлення до представників інших етнічних груп пов'язане з певним набором психологічних якостей, властивих авторитарній особистості: установка на абсолютну повагу внутрішньогрупових авторитетів, надмірна стурбованість питаннями статусу і влади, відсутність толерантності до невизначеності, схильність підкорятись людям, які наділені владними повноваженнями, нетерпимість до тих, хто знаходиться на більш низькому статусному рівні.

М. Шериф витоки міжгрупової ворожості вбачає в об'єктивному конфлікті цілей та інтересів різних груп, які виникають у ситуації конкурентної взаємодії членів цих груп. У своєму експерименті дослідник поставив за мету довести, що вирішальну роль у виборі кооперативного чи конкурентного характеру міжгрупової взаємодії відіграють фактори ситуації безпосередньої взаємодії груп. Під час першого етапу експерименту

він штучно створив ситуацію конкуренції, жорсткого суперництва між групами, а на наступній стадії експерименту засобами для зміни ситуації стали поставлені перед конкурентними групами спільні об'єднувальні цілі та створені спільні загрози, небезпеки та проблеми, що зумовило об'єктивну ситуацію взаємної залежності та зацікавленості.

Отримані результати дали змогу М. Шерифу зробити висновок про те, що ворожість між групами тим більша, що значніша цінність, яка перебуває під загрозою, що суттєвіша мета, якої прагнуть конкурентні групи, і що серйозніша перешкода на шляху до її досягнення.

Теорії групового рівня дозволяють пояснити різноманітні міжгрупові конфлікти: від взаємодії між нещодавно створеними робочими групами до відносин між групами, існуючими протягом тривалого часу. Їх прихильники вважають, що міжгрупова ворожість пояснюється не індивідуальними особливостями учасників групи, а процесами, що виникають ситуативно. При цьому теорії реального конфлікту, відносної депривації, соціальної ідентичності та самокатегоризації пропонують різні пояснення міжгрупової ворожості (О. Гулевич, 2017).

Згідно з теорією реального конфлікту, міжгрупова ворожість виникає між групами, члени яких претендують на одні й ті самі обмежені ресурси та передбачають, що перемога однієї спільноти автоматично означає програш іншої. Негативне ставлення спрямовується на аутгрупу-суперника.

Теорія відносної депривації ґрунтується на концепції фрустраційної детермінації агресії. Одне з ключових понять у концепції Л. Берковіца – поняття «відносної депривації». У контексті міжгрупової взаємодії відносна депривація – це оцінка становища своєї групи як гіршого порівняно з іншими групами. Своїй групі приписуються менші можливості, пониження у правах, несправедливий соціальний статус тощо. Отже, відповідно до теорії відносної депривації, міжгрупова ворожість – це результат несправедливого розподілу ресурсів у суспільстві. Об'єктом негативного відношення стає або привілейована група, або група, якій приписується відповідальність за несправедливий розподіл ресурсів. Проте відомо, що при зростанні добробуту, матеріального чи соціального статусу змінюється і рівень домагань, відповідно до якого людина оцінює свої досягнення. Відносна депривація виникає при порівнянні, націленому вгору.

Згідно з теорією соціальної ідентичності, міжгрупова ворожість – це реакція на загрозу позитивної соціальної ідентичності. Її демонструють люди, яким здається, що група, з якою вони себе ідентифікують, отримує негативну оцінку з боку оточуючих. Об'єктом негативного відношення стає аутгрупа, яка загрожує позитивній оцінці інгрупи.

Незадовільну ситуацію індивід може вирішувати кількома шляхами:

- 1) за рахунок індивідуального виходу людини з низькостатусної групи та переходу у високостатусну, більш привабливу групу;
- 2) за рахунок «соціальної творчості»: «когнітивна»

альтернатива, яка передбачає можливість зміни критеріїв для порівняння; вона призводить до перегляду незадовільних результатів порівняння;

3) зміна об'єкта для порівняння: члени низькостатусних верств населення часто шукають таку низькостатусну групу, порівняно з якою власна група видається у чомусь кращою.

Якщо жодна із зазначених стратегій з тих чи інших причин не може бути реалізована, виникає міжгрупове суперництво або конфліктність.

Відповідно до теорії самокатегоризації, міжгрупова ворожість виникає внаслідок соціальної категоризації. Її демонструють люди, які сприймають себе як членів групи і класифікують оточуючих за груповою ознакою. Негативне відношення спрямовується на спільноту, яка сприймається як аутгрупа.

Цікавим є факт, що прихильники різних теорій по-різному розцінюють неминучість міжгрупових конфліктів. У теорії реального конфлікту ворожість між групами-суперниками вважається неминучою. У той же час у трьох інших теоріях спеціально визначаються умови, за яких відносна депривація, загроза ідентичності і самокатегоризація викликають ворожість до інших груп. Таким чином групові фактори є необхідними, але недостатніми для виникнення міжгрупових конфліктів.

Прихильники теорій групового рівня вважають, що міжгрупова ворожість пояснюється не індивідуальними особливостями учасників групи, а процесами, що виникають

ситуативно. При цьому теорії реального конфлікту, відносно депривації, соціальної ідентичності та самокатегоризації пропонують різні пояснення міжгрупової ворожості.

Таким чином, збереження, стабілізація та розвиток груп як функціональних одиниць суспільного життя – це основна функція міжгрупових відносин.

При взаємодії з іншими групами кожна група прагне до відносно стійкого стану шляхом збереження балансу тенденцій диференціації та інтеграції. Якщо у міжгрупових відносинах посилюються тенденції диференціації, то міжгрупові відносини будуть характеризуватись посиленням тенденції інтеграції і навпаки.

Питання для самоконтролю

1. *Охарактеризуйте основні напрямки дослідження міжгрупових відносин.*
2. *Наведіть приклади внутрішньогрупового фаворитизму та міжгрупової дискримінації у відносинах між групами.*
3. *Охарактеризуйте основні положення теорії соціальної ідентичності.*
4. *У чому полягає соціальний зміст тенденції інтеграції та диференціації при взаємодії групи з іншими суб'єктами?*
5. *Охарактеризуйте явище міжгрупової ворожості з точки зору теорії реального конфлікту, відносно депривації, соціальної ідентичності та самокатегоризації.*

Література

1. Агеев В. С. Психология межгрупповых отношений. М. : МГУ, 1983. 144 с.
2. Андреева Г. М. Социальная психология : учебн. для высших учеб. заведений. М. : Аспект Пресс, 2003. 364 с.
3. Андриенко Е. В., Слостенин В. А. Социальная психология : учеб. пособ. для студ. высш. пед. учеб. заведений ; под ред. В. А. Слостенина. М. : Академия, 2000. 264 с.
4. Гулевич О. А. Психология межгрупповых отношений : учебн. для бакалавриата и специалитета. М. : Юрайт, 2017. 341 с.
5. Коваленко А. Б., Корнев М. Н. Соціальна психологія : підручник. Київ : Геопринт, 2006. 400 с.
6. Немов Р. С., Алтунина И. Р. Социальная психология : краткий курс. СПб. : Питер, 2009. 208 с.
7. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія : посіб. Київ : Академвидав, 2003. 448 с.
8. Поршнева Б. Ф. Социальная психология и история. М. : Наука, 1979. 232 с.
9. Соснин В. А., Красникова Е. А. Социальная психология : учебн. М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2018. 335 с.
10. Шихирев П. Н. Современная социальная психология. М. : ИП РАН, 2000. 448 с.
11. Позняков В. П. Психологические отношения индивидуальных и групповых субъектов экономической деятельности. М. : Изд-во «ИП РАН», 2018. 530 с.

Розділ 7

ПСИХОЛОГІЯ ВЕЛИКИХ ГРУП

Кононець М. О.

7.1. Класифікація, структура, загальні ознаки та рівні розвитку великих соціальних груп

Велика соціальна група – це кількісно необмежена, складно організована соціальна група, яка формується на основі певних соціальних ознак (стать, вік, національність тощо).

Великі групи існують у масштабах суспільства й розвиваються за соціально-психологічними закономірностями проявів масової психіки, і, на відміну від малих груп, не вимагають обов'язкових особистих контактів (М. Варій, 2009).

Класифікація великих соціальних груп може здійснюватися за різними ознаками.

За характером зв'язку всередині групи розрізняють:

- соціальні верстви (страти), етноси, релігійні конфесії, які утворилися на основі об'єктивних соціальних зв'язків. Належність людей до цих груп не зумовлюється їхньою волею, свідомістю, а є наслідком дії об'єктивних чинників;
- партії, громадські, професійні об'єднання. Людина вступає до них внаслідок свідомого прагнення до об'єднання на основі певних цілей і цінностей.

За тривалістю існування виокремлюють сталі великі соціальні групи (нації, соціальні верстви (страти), релігійні конфесії, професійні групи) і тимчасові (мітинги, натовп) (М. Слюсаревський, 2008).

За характером організованості великі соціальні групи поділяють на стихійні (натовп, публіка), і організовані (асоціації, партії).

За характером зв'язку всередині великих соціальних груп виокремлюють умовні (статеві-вікові, професійні) і реальні великі групи. Важливою ознакою класифікації є контактність і взаємодія. Так, до реальних великих груп з тісними контактами відносять насамперед мітинги і збори.

Великі групи можуть бути відкритими і закритими. Членство в останніх визначається внутрішніми законами груп (Л. Орбан-Лембрик, 2005).

Найпоширенішим є поділ великих груп на соціальні групи, які сформувалися у процесі історичного розвитку суспільства. Це так звані етнічні групи. Вони відіграють значну роль у системі суспільних відносин і характеризуються тривалістю і стійкістю. Щодо стихійно утворених спільнот, то вони є нестійкими й короткочасними (наприклад, натовп).

Структура великих соціальних груп складається з низки елементів: психічних властивостей, психічних процесів і психічних станів, але особливу увагу звертають на: психічний склад як стале утворення (соціальний або національний характер) та специфічні регулятори соціальної поведінки (звичаї, традиції); емоційну

сферу як на динамічне утворення (потреби, інтереси, настрої) (А. Коваленко, 2006).

Психічний склад групи може не відповідати психічному складу індивідів, які до неї належать, оскільки на формування психології групи впливає колективний досвід, а міра його засвоєння в кожного члена групи є несхожою через індивідуальні психологічні особливості. Тому психологічні характеристики групи виражають власне типові риси, які притаманні більшості індивідів цієї спільноти.

Психологія великих соціальних груп формується й має прояв у процесі соціальних відносин і масового спілкування. На основі історичного досвіду великих груп виникають історично обумовлені соціальні норми, цінності, настанови й потреби, а також інші змістовні елементи суспільної психології. Для розуміння вищезазначених елементів поряд із дослідженням досвіду великих соціальних груп важливе значення має вивчення масових соціальних процесів і рухів. До того ж, визначаючи психологічні характеристики великих груп, необхідно брати до уваги вплив таких чинників як: характер суспільних змін, перетворень, реформ, наявність революційних тенденцій або рухів у суспільстві, процеси формування громадської думки тощо (Г. Андрєєва, 1994).

Для великих соціальних груп характерними є певні загальні ознаки, які відрізняють їх від малих груп і виступають специфічними регуляторами соціальної поведінки. Це – звичаї і традиції, що відсутні в малих

групах. Вони мають відносну стійкість щодо практичного відтворення й обумовлені певною суспільною практикою кожної окремої великої групи. До того ж, разом з особливостями життєвої позиції великої групи, як правило, характеризують спосіб її життя.

Спосіб життя великої соціальної групи – це сукупність стійких типових форм життєдіяльності спільноти (Л. Орбан-Лембрик, 2005).

Дослідження способу життя передбачає вивчення особливих форм спілкування та типу контактів між людьми. Саме в межах визначеного способу життя набувають особливого значення інтереси, потреби та цінності. Крім того, у психологічній характеристиці великих груп велике значення також має наявність специфічної мови для етнічних груп і жаргону для професійних або вікових груп.

Типові форми життєдіяльності як великих соціальних груп (нації, страти тощо), так і окремих індивідів виявляються в матеріальному і духовному виробництві, у суспільно-політичній і сімейно-побутовій сферах. На основі способу життя можна визначити, як люди живуть, якими інтересами керуються, яким є їхнє мислення. Предметом аналізу при цьому можуть бути: особливі форми спілкування, тип контактів і відносин, інтереси, цінності й потреби. Спосіб життя спільноти свідчить про її ставлення до суспільства, до праці, до інших спільнот та окремих індивідів. Оскільки кожен тип великих соціальних груп має унікальні властивості, що часом дуже суттєво відрізняється від інших

груп, то їхні загальні характеристики повинні мати специфічний зміст. До вивчення великих соціальних груп залучають етнографію та етнопсихологію, порівняльні дослідження, соціологію, статистичний аналіз, психолінгвістику тощо (Л. Орбан-Лембрик, 2005).

Ступінь задоволення потреб великих соціальних груп виявляється в коефіцієнті їхньої життєстійкості. Цей коефіцієнт визначають, враховуючи такі показники як: середня тривалість життя, дитяча смертність, поширення генетичних каліцтв, якість продуктів, концентрація підприємств важкої промисловості на одиницю території, відсоток бюджетних витрат на соціальні й економічні програми тощо (М. Варій, 2009).

У соціальній психології виділяють три рівня розвитку великих соціальних груп:

перший (найнижчий) – типологічний рівень. Він характеризується тим, що члени групи об'єктивно подібні між собою за певними ознаками. Ці ознаки можуть мати суттєве значення в регуляції їхньої індивідуальної поведінки, але не стають підставою для створення психологічної спільноти;

другий – рівень ідентифікації. Він характеризується тим, що члени соціальної групи усвідомлюють свою приналежність до спільноти й ідентифікують себе з її членами;

третій – рівень солідарності або інтегрованості. На цьому рівні члени групи усвідомлюють спільність своїх інтересів і готові до спільних дій заради колективних цілей.

7.2. Психологічні явища у великих соціальних групах

У великих соціальних групах психічні явища виділяють за сферами психіки: когнітивної; потребо-мотиваційної; афективної; регулятивно-вольової (діяльній) (М. Горбунова, 2006).

До когнітивної сфери відносять: колективні уявлення, соціальне мислення, громадську думку, суспільну свідомість, менталітет.

Когнітивні процеси у великих групах відображають соціальні процеси, статус груп у системі суспільних відносин, рівень розвитку духовного життя суспільства. Саме в когнітивній сфері закріплюються способи і механізми, за допомогою яких виникають, зберігаються і змінюються уявлення, стереотипи, цінності тощо. Суспільно-історичні особливості визначають зміст пізнавальних процесів, при чому об'єкт пізнання змінюється, оскільки змінюються думки й турботи людей. Суспільна детермінація психічних групових процесів стосується як їх змісту, так і способів відображення об'єктивної реальності. Історичними є як понятійний, категоріальний апарат мислення, так і його стиль.

Колективні уявлення. Цей термін ввів французький соціолог Е. Дюркгейм для позначення особливої соціальної реальності – «спільної свідомості», що складається із сукупності вірувань, почуттів, знань, поглядів, ідеалів, моральних і правових норм, які є

спільними для членів соціальної групи, мають стійкий характер і становлять основу всіх суспільних зв'язків. Вони мають загальне значення й ніби «нав'язуються» індивіду, навіть якщо він цього не усвідомлює.

Соціальне мислення – мислення, орієнтоване на пізнання соціальної реальності: людей, соціальних груп, їхніх взаємовідносин. Соціальне мислення допомагає усвідомлювати й орієнтуватися у процесах, які відбуваються у суспільстві.

Громадська думка – форма масової свідомості, у якій виявляється відношення (приховане або явне) різних груп людей до подій і процесів реального життя, що зачіпають їхні інтереси й потреби. Громадська думка – широко відоме публічне судження, що оцінює важливі для спільноти події. За допомогою громадської думки висловлюють оцінки, формують і регулюють суспільні норми поведінки, спонукають до певних дій.

Суспільна свідомість – це сукупність поглядів, уявлень, настроїв, почуттів, традицій, ідей, теорій, які відображають суспільне буття в цілому або його окремі сторони у свідомості людей. Завдяки наявності у людей загальної свідомості й закріплення в ній стійких образів лише таких ідей, які виявляються перспективними у практичному сенсі, суспільство функціонує як цілісний організм. Закріплені у суспільній свідомості ідеї є як відображенням, так і реорганізацією дійсності, що відповідно призводить до практичного пристосування людини до світу завдяки появі нових форм соціального зв'язку і соціальних норм.

Серед форм суспільної свідомості можна виділити наступні види: економічну; політичну; правову; моральну; естетичну; релігійну; наукову; філософську.

У всіх формах суспільної свідомості відбувається об'єднання кожної окремої людини з деякою спільнотою або з усім суспільством у цілому, при чому будується таке об'єднання на підґрунті загального вирішення специфічних питань організації буття, устрою соціальних інституцій, організації процесу пізнання. Відповідно, форми суспільної свідомості завжди тісно пов'язані з типом суспільних відносин.

Менталітет – спосіб мислення, склад розуму, світосприйняття; умонастрій народу, суспільної групи, особистості. Менталітет є своєрідним для різних народів і різних періодів історичного розвитку суспільства.

Великі соціальні групи у психологічному сенсі різняться своїми потребами, інтересами, життєвими орієнтаціями й ідеалами.

Загальногрупову мотивацію складають групові потреби, інтереси, цінності, які є прийнятними для членів соціальної групи, оскільки вони стимулюють і мотивують діяльність і поведінку людей, визначаючи спрямованість як особистості, так і групи.

Особливий інтерес для психології соціальних груп представляє розподіл групових потреб на два види:

- потреби групи як конкретної системи для свого функціонування;
- потреби більшості особистостей групи (типові потреби), що виникають через необхідність функціонування групи і спільність соціального середовища.

Для психології великих груп у період суспільно-історичного розвитку важливими є:

- дія закону розвитку потреб;
- співвідношення індивідуальних і колективних потреб;
- розвиток вищої за своєю природою соціально-психологічної потреби – потреби у праці;
- розвиток пізнавальних і естетичних потреб;
- потреба у спілкуванні (М. Горбунова, 2006).

У психології великих груп з потребами органічно пов'язані інтереси, у яких матеріальні умови існування спільноти відображаються суб'єктивно, тобто в інтересах виражено спрямованість психіки і діяльності, а також прагнення до задоволення потреб.

Специфічне місце у спонукальній сфері мають громадські інтереси, які відображають як потреби суспільства в цілому, так і потреби окремих соціальних груп. Розрізняють економічні, політичні, духовні інтереси.

У різних суспільно-історичних умовах по-різному співвідносяться інтереси суспільства, окремих великих груп (націй, страт тощо), малих груп і окремих особистостей. Але в усіх цих суб'єктів інтерес виступає як стимул діяльності, як детермінанта поведінки людей. У процесі суспільного розвитку інтереси, так само як і потреби, розвиваються. Особливо яскраво це проявляється в періоди різких соціально-економічних і політичних перетворень (М. Горбунова, 2006).

Істотне місце в мотиваційній сфері займають жит-

теві орієнтації, які являють собою систему переваг, що мають прояв в усвідомленій або несвідомій вибірковій поведінці, у виборі пріоритетів за альтернативних умов. У цілому, у життєвих орієнтаціях виражається специфіка розвитку спільноти в певний суспільно-історичний період, цілі діяльності груп, особистостей, ставлення до майбутнього. Життєві орієнтації визначають бажану сферу життєдіяльності, що зумовлено рівнем домагань, оцінкою реальних можливостей і психологічних умов, особливостями макрогрупи і закономірностями життя суспільства.

Ідеали виступають вищою формою спонукання соціальної діяльності. Ідеал у соціально-психологічному плані – це образне віддзеркалення якогось реально-го чи нереального явища. Це зразок, вищий ступінь прагнень особистості або соціальної спільноти. Ідеали соціально детерміновані певним рівнем розвитку продуктивних сил і характером групових й особистісних відносин. До того ж, ідеали відображають історичні прагнення спільнот (націй, страт тощо) на кожному етапі розвитку, тому вони можуть бути реальними й нереальними (М. Горбунова, 2006).

Афективна сфера психології великих груп включає почуття, емоції, настрої.

Специфічними для великих груп є соціальні почуття, які розглядають з двох боків. З одного боку, мова йде про почуття, у яких відображається емоційне ставлення до фактів і ситуацій соціальної дійсності, а з іншого – носіями соціальних почуттів можуть бути

об'єднання людей, соціальні спільноти. В обох випадках у спілкуванні, взаємовпливі та взаємодії людей важливу роль відіграють їхні відносини.

Одним з найбільш масовидних компонентів психології великих груп є суспільні настрої, які в яскравій формі відображають відношення й оцінки людей до об'єктивних процесів і психічних явищ, що відбуваються у суспільстві. Суспільний груповий настрій – це загальний емоційний стан, який панує у групі та створює в ній емоційну атмосферу. На думку Б. Паригіна (1966), порівняно з індивідуальним настроєм суспільні настрої мають більшу соціальну обумовленість, є продуктом усієї системи соціальних (економічних, політичних та ідеологічних) відносин, а ступінь їх соціальної детермінованості є вищим, аніж в індивідуальних настроях, оскільки фактор фізичного самопочуття поступається перед соціальними факторами (умовами матеріального життя людей, їхніми відносинами на виробництві, у побуті тощо). Суспільний настрій не є сумою настроїв людей, які складають групу, оскільки має здатність до багаторазового збільшення їхньої енергії, він функціонує постійно. Також слід зазначити, що чим більшою є соціальна група, тим яскравіший прояв має цей феномен.

Регулятивно-вольову, або діяльнісну сферу психології великих груп складають колективна діяльність і групова поведінка.

Для колективної діяльності великих соціальних груп специфічними є її цілі, структура, форми і суб'єк-

ти. За своїм соціальним призначенням розрізняють професійну діяльність, суспільну діяльність і соціальні рухи.

Груповою поведінкою називають сукупність усіх дій групи, які є результатом взаємодії всіх її членів. Групова поведінка – властивість групи, прояв якої виникає несподівано і не є простою сумою окремих поведінкових актів індивідів у групі. Якщо б індивіди діяли незалежно, група не була б активною.

У даній сфері велику роль відіграє специфічний набір соціальних ролей, які опанували члени групи, а також їхні поведінкові стереотипи, навички, уміння і звичаї. Для діяльності великих соціальних груп специфічними є цілі діяльності, її структура, суб'єкти діяльності та її форми. За своїм соціальним призначенням істотно розрізняються професійна діяльність, громадська діяльність і соціальні рухи (М. Горбунова, 2006).

Усі чотири сфери психології великих соціальних груп органічно взаємопов'язані. Їх своєрідне поєднання в певних конкретно-історичних умовах може проявлятися: а) як характеристика типової особистості представника певної спільноти; б) як характеристика психічного складу спільноти.

Цілісну характеристику психологічних особливостей великих соціальних груп представляє образ життя – сукупність сталих типових для певних соціально-економічних відносин форм життєдіяльності великих соціальних груп у матеріальному і духовному

виробництві, у суспільно-політичній та сімейно-побутовій сферах. Саме спосіб життя визначає, особливості життя людей великої групи, їхнє мислення, потреби, інтереси, ідеали, умонастрої, зміст і форми спілкування, цілі тощо.

7.3. Психологія натовпу

Натовп – безструктурне скупчення людей, які позбавлені чітко усвідомлених спільних цілей, але взаємно пов'язані подібністю емоційного стану і спільним об'єктом уваги.

Термін «натовп» увійшов у соціальну психологію наприкінці ХІХ ст. Саме у цей час особливу увагу дослідників привернули масові рухи – революції, протестні виступи економічного, соціального й політичного характеру, що охопили низку європейських країн. Найпоширенішими вони були у Франції, і саме в цій країні виникли перші наукові концепції, центральне місце у яких займав аналіз поведінки великих груп людей – «мас» і «натовпу». Автором найбільш відомої з них був Г. Лебон (2011).

На його думку, «натовп» – це велика група людей, які зібралися в одному місці, яких надихають спільні почуття та які готові слідувати куди завгодно за своїм лідером. Справитися з натовпом не під силу жодній раціональній силі. Хід думок кожної людини в натовпі спрямований відповідно до його загального настрою, тому через зараження ним людина в натовпі втрачає

своє індивідуальне мислення та перетворюється із простої людини в «людину натовпу». А коли індивід втрачає почуття реальності, він виявляється схильним до впливу лідера значно сильніше, ніж у звичайних умовах. Причому чим довше людина знаходиться в натовпі, тим більше вона втрачає себе і підпадає під вплив натовпу й лідера, а почуття реальності в неї слабшає.

Люди загалом і кожна людина окремо, навіть не відчуваючи на собі психічного тиску з боку інших, а тільки сприймаючи їхню поведінку, заражаються, підкоряються й наслідують її. Зрозуміло, можливі вияви непокори, але індивід зазвичай раціоналізує їх, оскільки без такого роз'яснення «непокори» неминуче виникає внутрішній неспокій, який часто доповнюється побоюваннями щодо можливої низької оцінки своєї особистості іншими.

Уявлення про натовп зазвичай народжується з особистого досвіду людей, оскільки практично кожен бував у натовпі або бачив його. Іноді через цікавість люди приєднуються до групи, яка розглядає й обговорює якусь подію, а потім, зростаючи кількісно, заражаючи загальним настроєм і інтересом, ці люди поступово перетворюються в неорганізоване скупчення або натовп (*Р. Мокшанцев, А. Мокшанцева, 2001*).

У масових формах поведінки велику роль відіграють неусвідомлені процеси. На основі емоційного збудження виникають стихійні дії, які пов'язані з

будь-якими вражаючими подіями, які зачіпають головні цінності людей. Коли відбувається об'єднання обурених з певного приводу індивідів і малих груп у досить велику групу, різко зростає ймовірність прояву стихійної поведінки, яка зазвичай спрямована на вираження почуттів, оцінок і думок або на зміну ситуації через дію. Часто суб'єктом такої стихійної поведінки виявляється натовп, учасниками якого зазвичай стають:

- публіка, під якою розуміють велику групу людей, що часто утворюється без будь-якої організації, але обов'язково у ситуації, яка зачіпає спільні інтереси і допускає раціональне обговорення;
- контактна, зовні неорганізована спільнота, що діє вкрай емоційно й одноставно;
- сукупність індивідів, що складають численну аморфну групу й не мають у своїй більшості прямих контактів між собою, але пов'язані загальним більш-менш постійним інтересом (масові захоплення, масова істерія, масові міграції, масове патріотичне або псевдопатріотичне самозабуття).

Основні механізми формування натовпу й розвитку її специфічних якостей – циркулярна реакція (взаємоспрямоване емоційне зараження, що зростає), а також чутки.

Формування натовпу починається з ядра, у якості якого виступають організатори. Первісне ядро натовпу може скластися під впливом раціоналістичних міркувань і ставити перед собою цілком певну мету, але в

подальшому ядро швидко і стихійно обростає новими учасниками. Натовп збільшується, вбираючи в себе людей, які, здавалося б, нічого спільного один з одним до цього не мали. У результаті навколо події, що привертає увагу людей і породжує в них цікавість, спонтанно утворюється натовп. Індивід, який долучається до присутніх, відчуває хвилювання через цю подію і готовий втратити деяку частину свого звичайного самовладання заради отримання збудливої інформації про об'єкт інтересу.

Перший етап формування та функціонування натовпу – циркулярна реакція, яка спонукає присутніх проявляти схожі емоції і задовольняти нові емоційні потреби через психічну взаємодію.

Другий етап починається одночасно з процесом кружляння, під час якого почуття ще більш загострюються і виникає готовність реагувати на інформацію, що надходить від присутніх. Внутрішнє кружляння на основі триваючої циркулярної реакції наростає. Наростає і збудження. Люди стають схильними не тільки до спільних, але й до негайних дій.

Третій етап формування натовпу полягає у появі нового загального об'єкта уваги, на якому фокусуються імпульси, почуття й уява людей. Якщо спочатку загальним об'єктом інтересу була збудлива подія, що зібрала навколо себе людей, то на даному етапі, новим об'єктом уваги стає образ, який створено в розмовах учасників натовпу в процесі кружляння. Цей образ є результатом творчості самих учасників. Він поділяється

усіма, дає індивідам загальну орієнтацію і виступає у якості об'єкта спільної поведінки. Виникнення такого уявного об'єкта стає фактором, який згуртовує натовп у єдине ціле.

Останній етап у формуванні натовпу становить активізація індивідів додатковим стимулюванням через порушення імпульсів, що відповідають уявному об'єкту. Таке стимулювання (на основі навіювання) відбувається найчастіше як результат керівництва лідера. Воно спонукає індивідів, що складають натовп, приступити до конкретних, часто агресивних, дій. Серед присутніх зазвичай виділяють організаторів, які й розгортають активну діяльність у натовпі і поволі скеровують його поведінку. Це можуть бути політично і психічно незрілі та екстремістсько налаштовані особи.

Склад натовпу не є однорідним, до нього входять:

- ядро натовпу, або ініціатори – їх завдання сформувати натовп і використовувати його руйнівну енергію в потрібних цілях;
- учасники натовпу – суб'єкти, що приєдналися до нього внаслідок ідентифікації своїх ціннісних орієнтацій з напрямком дій натовпу. Вони не ініціатори, але активно беруть участь у діях натовпу, опинившись у сфері його впливу. Особливу небезпеку становлять агресивні особи, які приєднуються до натовпу виключно через те, що з'явилася можливість дати розрядку своїм невротичним, нерідко садистським, нахилам;
- особи, які щиросердно помиляються – приєднуються до натовпу через помилкове сприйняття ситуації;

- обивателі – не виявляють великої активності, їх приваблює ексцес як хвилююче видовище, що урізноманітнює їх нудне існування;

- люди, які піддаються загальному настрою через зараження, тобто без опору віддаються владі стихійних явищ.

- спостерігачі – не втручаються у перебіг подій, проте їх присутність збільшує масовість і підсилює вплив стихії натовпу на поведінку її учасників.

Як і будь-яке інше соціальне явище, натовп можна класифікувати за різними ознаками. Якщо за основу класифікації взяти таку ознаку, як керованість, то можна виділити:

- стихійний натовп – формується без будь-якої організації з боку конкретної фізичної особи;

- спрямований натовп – формується під впливом конкретної фізичної особи, яка в цьому натовпі є лідером.

Якщо за основу класифікації взяти характер поведінки людей в натовпі, то можна виділити:

- okazionalnyi nатовп – утворюється через цікавість до події, що несподівано виникла (дорожня аварія, пожежа, бійка тощо);

- konventionalnyi nатовп – утворюється через інтерес до заздалегідь оголошеної масової розваги, видовища або до іншої соціально значимої конкретної події;

- ekspresivnyi nатовп – формується подібно до конвенціонального натовпу, але в ньому виражене за-

гальне ставлення до будь-якої події (радість, ентузіазм, обурення, протест тощо);

- екстатичний натовп – крайня форма експресивного натовпу, що характеризується станом загального екстазу на основі взаємного зараження, яке ритмічно наростає (масові релігійні ритуали, карнавали, рок-концерти);

- діючий натовп – формується як конвенціональний, але цей вид натовпу вдається до дій щодо конкретного об'єкта. Діючий натовп включає в себе підвиди: агресивний, панічний, користолюбний, повстанський. Агресивний натовп об'єднаний сліпою ненавистю до конкретного об'єкта, зазвичай супроводжується побиттям, погромами, підпалами. Панічний натовп стихійно рятується від реального чи уявного джерела небезпеки. Користолюбний натовп вступає у невпорядкований безпосередній конфлікт через жагу до володіння певними цінностями (взяття штурмом місць у транспорті, ажіотажне розбирання продуктів, захоплення продовольчих складів, блокування банківських установ). Повстанський натовп формується на основі загального обурення діями влади. За умови своєчасної організації здатний підняти стихійний масовий виступ до свідомого акту політичної боротьби.

У натовпі індивід набуває низки специфічних психологічних особливостей, що можуть бути йому абсолютно не властиві, коли він перебуває на самоті. Але в натовпі ці особливості безпосередньо впливають на його поведінку.

Людину в натовпі характеризують такі риси:

- анонімність. Важливою особливістю самосприйняття індивіда в натовпі є відчуття власної анонімності. Загубившись у «безликій масі», вчиняючи «як усі», людина перестає відповідати за власні вчинки, і, відповідно, може проявляти жорстокість, яка зазвичай супроводжує дії агресивного натовпу;
- інстинктивність. Завдяки анонімності й безвідповідальності, в індивіда у натовпі зменшується здатність до раціональної переробки інформації, а також зникає здатність до спостереження і критики. У натовпі індивід віддає себе владі таких інстинктів, яким ніколи не дав би волю в інших ситуаціях;
- несвідомість. У натовпі свідома особистість зникає, а несвідома переважає. Для індивіда в натовпі через навіювання характерним є однаковий напрямок почуттів й ідей, а також прагнення негайно перетворити їх у дії;
- стан єднання (асоціації). У натовпі індивід відчуває силу людської асоціації, що впливає на нього своєю присутністю. Вплив цієї сили виражається або в підтримці й посиленні, або в стримуванні й придушенні індивідуальної поведінки людини. Відомо, що люди у натовпі, відчуваючи психічний тиск присутніх, можуть зробити (або, навпаки, не зробити) те, чого вони ніколи б не зробили (або, навпаки, що неодмінно б зробили) за інших обставин;
- стан гіпнотичного трансю. Індивід, перебуваючи деякий час серед діючого натовпу, впадає у такий стан,

який нагадує стан суб'єкта під дією гіпнозу. Він не усвідомлює своїх вчинків, одні здатності у нього зникають, інші ж доходять до крайнього ступеню напруги. Під впливом навіювання, набутого у натовпі, індивід вчиняє дії з наростаючою стрімкістю, оскільки вплив навіювання хоча й є однаковим для всіх, але збільшується через силу взаємного зараження;

- відчуття нездоланної сили. Завдяки чисельності натовпу індивід усвідомлює нездоланну силу, і це дозволяє йому піддатися прихованим інстинктам, які він не здатний приборкувати через те, що натовп є анонімним і ні за що не відповідає. У натовпі поняття про неможливе не існує;

- заражуваність. Будь-яка дія в натовпі є настільки заразливою, що індивід дуже легко приносить у жертву свої особисті інтереси на користь інтересів натовпу. Подібна поведінка суперечить самій людській природі, тому людина стає здатною на таке лише тоді, коли вона є часткою натовпу;

- аморфність. У натовпі повністю стираються індивідуальні риси людей, зникає їх оригінальність і особистісна неповторність. Поведінка індивіда в натовпі обумовлюється однаковими настановленнями, мотивами і взаємною стимуляцією. Індивід у натовпі сприймає всі враження в цілому, не помічаючи нюансів;

- безвідповідальність. У натовпі, людина повністю втрачає почуття відповідальності, яке практично завжди стримує її від необачних дій;

• соціальна деградація. Стаючи часткою натовпу, людина зазнає зниження інтелектуальної діяльності й ніби опускається на кілька сходинок нижче у своєму розвитку. Якщо у звичайному житті індивід поводить себе як культурна, вихована людина, то в натовпі він може легко поводитись як варвар, як інстинктивна істота. У натовпі люди виявляють здатність до свавілля, буйства, люті, і загалом, для них стає характерною підвищена емоційність сприйняття всього, що оточує.

Поведінка натовпу визначається наявністю або відсутністю в ньому лідера. Лідер у натовпі може з'явитися в результаті стихійного вибору або призначити себе сам. Самозваний лідер зазвичай спочатку підлаштовується під настрої і почуття людей натовпу, але потім порівняно легко може спонукати його учасників до поведінки певного типу.

Будь-яке скупчення індивідів інстинктивно підпорядковується владі лідера. У душі натовпу переважає не прагнення до свободи, а потреба підпорядкування. Натовп так жадає коритися, що інстинктивно підкоряється тому, хто проголошує себе її володарем.

Люди в натовпі втрачають свою волю й інстинктивно звертаються до того, хто її зберіг. Натовп завжди готовий повстати проти слабкої влади і схилитися перед владою сильною. Натовп швидко стомлюється від власних заворушень й інстинктивно прагне до рабства.

З одного боку, натовп є нетерпимим, з іншого – довірливим щодо авторитету. Влада ватажків є дуже деспотичною, але саме цей деспотизм і змушує натовп

підкорятися, оскільки він поважає власне силу й мало піддається впливу доброти, яку сприймає як прояв слабкості. Натовп вимагає від лідера сили і навіть насильства, хоче, щоб ним володіли і подавляли, загалом, жадає боятися свого володаря.

У натовпі людей роль лідера є значною, оскільки вона являє собою ядро, навколо якого кристалізуються й поєднуються думки, і полягає головним чином у тому, щоб створити віру, усе одно яку. Часто людина, яка очолює натовп, є харизматичною та імпульсивною, але якими б безглуздими не були проголошені нею ідеї або цілі, її переконання не можна похитнути ніякими доводами розуму. Окрім того, існує ще одна якість, що зазвичай відрізняє лідерів натовпу: вони не належать до числа мислителів – це люди дії.

Лідери натовпу розділяються на дві категорії: а) люди енергійні, з сильною волею, але вона має прояв лише короткий час; б) люди, які мають сильну і стійку волю (такі зустрічаються набагато рідше).

Одним із важливих факторів, що визначають вплив лідера на натовп, є його привабливість, що може складатися з протилежних почуттів, наприклад, із захоплення й страху, і бути двох видів: набута й особистісна. Особистісна привабливість відрізняється від набутої й не залежить ані від титулу, ані від влади. У природі привабливості можна виділити безліч різних чинників (особистісні переваги, слава тощо), але одним із найголовніших є успіх особистості.

Управління натовпом має подвійну природу, оскільки натовп практично завжди є об'єктом управління двох сил. З одного боку, ним керують лідери, а з іншого – натовпом займаються сили охорони громадського порядку, владні адміністративні структури.

Можливості управління натовпом істотно різняться залежно від того, хто прагне бути в ньому лідером – демагог чи інтелігент. Як кажуть на Сході, той, хто хоче керувати натовпом, намагається осідлати тигра. Проте, управляти особистостями набагато складніше, аніж натовпом.

Механізмами масової поведінки може скористатися політик з будь-якими поглядами і будь-якого морального рівня. У таких випадках натовп стає іграшкою в руках лідера. Зазвичай люди, які хочуть вести за собою натовп, інтуїтивно володіють прийомами впливу на нього. Вони знають: щоб переконати натовп, треба спочатку зрозуміти, які почуття його надихають, зробити вигляд, що поділяєш їх, а потім викликати в уяві натовпу привабливі для нього образи, які мають бути цільними і яскравими.

Оратор, який бажає захопити натовп, має зловживати сильними виразами – перебільшувати, стверджувати, повторювати й ніколи не намагатися доводити що-небудь за допомогою міркувань. Твердження впливає на натовп лише тоді, коли воно багаторазово повторюється в одних й тих самих виразах: у такому випадку ідея впроваджується в уми так міцно, що врешті-решт сприймається як доведена істина, яка поступово вкорінюється в несвідоме.

7.4 Психологія чуток та паніки

Досить поширеними масовими явищами у великих групах є чулки та паніка.

Чулки є формою спотвореної інформації про значущий об'єкт, яка розповсюджується поміж людьми у великих соціальних групах в умовах невизначеності й нестабільності.

Виділяють такі соціально-психологічні закономірності виникнення і поширення чуток:

- чулки виникають в умовах, коли інформація є зовсім відсутньою, явно недостатньою або суперечливою, що власне й породжує невизначеність;
- чулки виникають через наявність значущих соціальних об'єктів або подій, які є важливими для людей. Інформація про щось незначне або значуще тільки для вузького кола людей зазвичай сильно не поширюється;
- важливою умовою, що сприяє виникненню і поширенню чуток, є політична й економічна нестабільність у спільноті, яка разом із різкими змінами породжує масову тривогу, стан загального дискомфорту і невпевненість у майбутньому;
- сприятливим фактором виникнення чуток стає бажання людей стати свідками чогось незвичайного у житті, якоїсь сенсації або дива. Дізнавшись інформацію про незвичайне явище, людина прагне розповсюдити її між інших людей, і це – сприяє виникненню чуток.

Виділяють такі види чуток:

«Чутка-бажання» містить сильне емоційне бажання, що віддзеркалює актуальні потреби й очікування групи, у якій вона поширюється.

«Чутка-страшилка» викликає негативні настрої, що лякають, й емоційні стани, що віддзеркалюють актуальні але небажані очікування групи, у якій вона виникає і поширюється.

«Агресивні чутки» конкретно спрямовані на стимулювання агресивного емоційного стану і поведінкової «відповіді» – жорстких агресивних дій.

«Безглузді чутки» можуть бути і бажаними, і страшними, і навіть агресивними, проте головне в них – явна безглуздість того, що описують.

Ще одним видом чуток є плітки. На відміну від чуток, що виникають стихійно в умовах невизначеності та відсутності інформації, плітки створюються свідомо з метою поширення вигаданої або компрометуючої інформації про закриті сторони життя окремих осіб або соціальних груп.

Чутки виконують низку важливих функцій:

- чутки, з одного боку, задовольняють природну соціальну потребу людини в пізнанні навколишнього світу, а з іншого – стимулюють цю потребу;
- чутки значною мірою знімають невизначеність, у якій людина не може перебувати тривалий час, тобто роблять соціальне середовище суб'єктивно більш ясним і зрозумілим для людини;
- соціальний досвід людини показує, що нерідко

чутки виникають навколо подій, які можуть відбутися через певний час, хоча і не в такому варіанті, що складав їхній зміст; у цьому реалізується функція апперцепції (передбачення) соціальних подій, яка допомагає людині щось передбачити та внести корективи або у свої уявлення і відношення до соціальних явищ, або в реальну поведінку.

Стратегія профілактики чуток полягає в протидії умовам, що сприяють їх виникненню та поширенню. Виходячи з цього, для запобігання чуток необхідно прагнути до високого ступеня інформованості великих груп про найбільш важливі події, при чому інформація має бути доступною для розуміння й несуперечливою, а в екстремальних умовах необхідно організувати регулярну роботу спеціальних джерел інформації; цілеспрямовано знижувати значущість тих соціальних об'єктів, подій чи явищ, навколо яких прогнозується виникнення чуток. Позитивний вплив на профілактику чуток здійснюють умови політичної, економічної, міжнаціональної стабільності й сталості розвитку тих спільнот, до яких входять великі групи (міста, регіони або суспільство в цілому). Це істотно знижує стан тривоги, напруженості людей і запобігає виникненню чуток.

У тих випадках, коли чутки вже виникли, важливо з'ясувати їхні справжні причини і тільки після цього проводити роз'яснювальну роботу, зробивши ці причини надбанням людей, які, за таких умов, легше зрозуміють складну соціальну ситуацію і будуть ставити-

ся до неї менш емоційно. Кількість і рівень активності розповсюдження чуток збільшується зі зростанням ступеня екстремальності умов життя людей.

Завдання управління чутками стає найбільш важливим у будь-яких умовах, небезпечних для нормального проживання людей, а саме: передвоєнний і військово-вий стан, стихійні лиха, техногенні катастрофи, великі аварії, місця великого скупчення людей.

Ще одним з найнебезпечніших соціальних явищ, що відбуваються у великих групах, є паніка.

Паніка – це психічний стан, що виникає при реальній або уявній небезпеці й охоплює людей, які знаходяться в умовах поведінкової невизначеності в підвищеному емоційному збудженні від некерованого почуття страху.

Відомо, що паніка виникає далеко не у кожному скупченні людей. Вирішальним стає поєднання багатьох умов і дія різних чинників, найважливішими серед яких є:

1. Психологічна атмосфера тривоги і невпевненості великої групи людей у випадках небезпеки або в результаті тривалого періоду переживання негативних емоцій і почуттів (наприклад, життя під регулярною загрозою терористичних актів).

2. Наявність збуджуючих і стимулюючих паніку чуток, наприклад, таких, що перебільшують майбутню небезпеку або ступінь її негативних наслідків (джерелом поширення чуток можуть бути засоби масової інформації).

3. Особистісні якості людей, їхня схильність до паніки. Іноді досить й одного відсотка панікерів, щоб заразити панікою численну групу людей.

4. Збіг не тільки загальних але й різноманітних конкретних умов життя великої групи в кожний конкретний період часу. Через чисельність характеристик соціального середовища, такі збіги обставин, передбачати найскладніше (М. Горбунова, 2006).

Американський соціопсихолог Х. Кентріл досліджував психологічні особливості поведінки людей в умовах масової паніки, яка виникла у США в 1938 р. Причиною паніки стала радіовистава «Вторгнення з Марсу» (за романом Г. Уеллса) Близько одного мільйона американців сприйняли цю радіопередачу як репортаж з місця подій. В результаті дослідження було виділено чотири групи людей, які в різному ступені піддалися паніці. Першу групу склали ті, які зазнали легкого відчуття страху, але засумнівалися в реальності таких подій і, поміркувавши, самостійно зробили висновки щодо неможливості вторгнення марсіан. Друга група складалася з тих людей, які через стан страху не змогли самостійно визначитися, тому спробували перевірити реальність почутого за допомогою інших (зверталися до сусідів, знайомих, на радіо тощо) і тільки після цього робили негативні висновки. До третьої групи увійшли ті, хто, відчувши сильне почуття страху, не зміг перевірити реальність того, що відбувалося за допомогою інших, тому вони залишалися при своєму першому враженні про повну реальність вторгнення

марсіан. І четверту групу склали ті, хто відразу панікував, навіть не намагаючись щось дізнатися, уточнити або перевірити.

У наведеному випадку виникнення панічних станів було пов'язане з цілою низкою характеристик людей, особливо важливими серед яких були соціально-демографічні ознаки. Високий рівень освіченості, інформованість про космічні явища гальмували розвиток панічних станів. І навпаки, низький рівень освіченості та інформованості сприяли панічним настроям людей. Іншою важливою ознакою виявився майновий статус: частіше панікували люди з погано забезпечених сімей, з низьким рівнем матеріального добробуту. При цьому вплинув не сам по собі статус, а загальні почуття тривожності, невпевненості, що становлять психологічну готовність людей такого статусу до панічного сприйняття подій. Важливими були також статеві й вікові ознаки: жінки і діти відчували сильніший страх і набагато легше піддавалися паніці.

Отже, виникненню в людей панічних станів поряд з їхніми соціально-демографічними характеристиками істотну роль відіграють індивідуальні психологічні якості, особливо такі, як некритичність мислення, виражена особистісна тривожність і підвищена сугестивність (навіюваність).

Питання для самоконтролю

1. Назвіть і охарактеризуйте психологічні особливості індивіда в натовпі.

2. Поясніть, у чому виявляються типові форми життєдіяльності великих соціальних груп.

3. Охарактеризуйте механізми управління натовпом.

4. Назвіть і охарактеризуйте найважливіші умови виникнення паніки.

5. Охарактеризуйте соціально-психологічні закономірності виникнення і поширення чуток.

Література

1. Андреева Г. М. Социальная психология : учебн. для вузов. М. : Наука, 1994. 324 с.

2. Варій М. Й. Психологія : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Вид. 2-ге. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 288 с.

3. Горбунова М. Ю. Социальная психология. М. : ВЛАДОС-ПРЕСС, 2006. 223 с.

4. Коваленко А. Б., Корнев М. Н. Социальная психология : підручник. Київ : Геопринт, 2006. 400 с.

5. Лебон Г. Психология народов и масс. М. : Академический проект, 2011. 238 с.

6. Социальная психология / сост. Р. И. Мокшанцев, А. В. Мокшанцева. М. : Инфра-М, 2001. 408 с.

7. Орбан-Лембрик Л. Е. Социальная психология : посібник. Київ : Академвидав, 2003. 448 с.

8. Основи соціальної психології : навч. посіб. / О. А. Донченко та ін. ; за заг. ред. М. М. Слюсаревського. Київ : Міленіум, 2008. 495 с.

9. Парыгин Б. Д., Евсевичев В. И. Общественное настроение ; под ред. В. И. Евсевичев. Москва: Мысль, 1966. 327 с.

10. Психология толп / сост. А. К. Боковиков. М. : ИП РАН, КСП+, 1998. 416 с.

Висновки

У навчальному посібнику розглянуті ключові розділи соціальної психології, що обумовлено концентрацією уваги на суб'єктах соціальної психіки (особистість і група).

Виклад матеріалу спрямований на розкриття соціально-психологічних особливостей взаємодії людей у сумісній діяльності.

Обсяг навчального матеріалу в силу нормативної заданості не може охопити всі можливі проблеми соціально-психологічного характеру. Разом з тим, орієнтація на майбутнє професійне життя випускників університету в різних соціальних спільнотах дозволить використовувати запропоновані для вивчення теми як основу їхньої соціально-психологічної підготовки.

Сфера соціальної взаємодії людей інтенсивно розвивається, збагачується різними відтінками психологічного змісту.

Нова соціальна ситуація, яка складається в нашій країні, потребує перегляду відношення до соціальної психології, переоцінки її ролі й місця в соціальній практиці.

Подальший розвиток суспільства, активізація соціального життя призводять до виникнення нових соціально-психологічних явищ. Відбуваються суттєві зміни в настроях, традиціях, цінностях людей.

Соціально-психологічні фактори впливають на взаємодію та взаємовідносини людей у різних умовах їх життєдіяльності. Цим і обумовлене постійне прагнення поглибити соціально-психологічні знання, розвинути уявлення про різні аспекти соціального середовища, про взаємозв'язок між особистістю та її оточенням. Такі знання дозволять надати організованості стихійним груповим процесам і зберегти цілісність суб'єкта.

Література

Боковець О. І.

1. Агеев В. С. Психология межгрупповых отношений. М. : МГУ, 1983. 144 с.
2. Андреева Г. М. Социальная психология : учебн. для высших учеб. заведений. М. : Аспект Пресс, 2003. 364 с.
3. Андреева Г. М. Социальная психология : учебн. для вузов. М. : Наука, 1994. 324 с.
4. Андриенко Е. В., Слостенин В. А. Социальная психология : учеб. пособ. для студ. высш. пед. учеб. заведений ; под ред. В. А. Слостенина. М. : Академия, 2000. 264 с.
5. Битянова М. Р. Социальная психология: наука, практика и образ мыслей : учеб. пособ. М. : ЭКСМО-прес, 2001. 576 с.
6. Варій М. Й. Психологія : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Вид. 2-ге. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 288 с.
7. Волянюк Н. Ю., Ложкин Г. В. Личность как субъект организации времени. *Журнал практического психолога*. 2011. № 8. С. 45–55.
8. Горбунова М. Ю. Социальная психология. М. : ВЛАДОС-ПРЕСС, 2006. 223 с.
9. Горелов И. Н., Зюзько М. В. Умеете ли вы общаться? М. : Просвещение, 1991. 160 с.

10. Гулевич О. А. Психология межгрупповых отношений : учебн. для бакалавриата и специалитета. М. : Юрайт, 2017. 341 с.
11. Гуменюк О. Психологія Я-концепції. ВЦ ТНЕУ : Економічна думка, 2002. 186 с.
12. Ефимова Н. С. Социальная психология : учебн. для СПО. М. : Юрайт, 2016. 442 с.
13. Журавлев А. Л. Психология совместной жизнедеятельности малых групп и организаций. М. : Социум, 2001. 288 с.
14. Журавлев А. Л. Психология совместной деятельности. М. : ИП РАН, 2005. 640 с.
15. Журавлев А. Л., Соснин В. А., Красников М. А. Социальная психология : учеб. пособ. М. : Форум, 2011. 496 с.
16. Занковский А. Н. Психология организационного лидерства: в поисках корпоративной синергии. М. : Литера, 2015. 300 с.
17. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. Век XXI. М. : Эксмо, 2015. 464 с.
18. Коваленко А. Б., Корнєв М. Н. Соціальна психологія : підручник. Київ : Геопринт, 2006. 400 с.
19. Крысько В. Г. Социальная психология : курс лекций. М. : Омега – Л, 2006. 352 с.
20. Крысько В. Г. Социальная психология : учебн. для бакалавров. Изд. 4-е, перераб. и доп. М. : Юрайт, 2014. 553 с.
21. Лебон Г. Психология народов и масс. М. : Академический проект, 2011. 238 с.

22. Ложкін Г. В., Сьомін С. В., Кисельова Т. В. Конфлікти у сумісній діяльності. Київ : Сфера, 1997. 95 с.
23. Ложкін Г. В., Пов'якель Г. В. Психологія конфлікту: теорія і сучасна практика. Київ : Професіонал, 2006. 416 с.
24. Ложкін Г. В., Воляннюк Н. Ю., Солтик О. О. Психологія праці. Хмельницький : ХНУ, 2013. 191 с.
25. Ломов Б. Ф. Психическая регуляция деятельности. М. : ИП РАН, 2006. 624 с.
26. Морозов А. В. Деловая психология. Курс лекций : учебн. для высш. и средн. спец. учебн. заведений. СПб. : Союз, 2000. 576 с.
27. Москаленко В. В. Соціальна психологія : підручник. Вид. 2-ге, перероб. та доп. Київ : Центр учбової літератури, 2008. 688 с.
28. Москальова А. С., Москальов М. В. Методи психодіагностики. Київ : Ун-т ім. Б. Грінченка, 2014. 312 с.
29. Мудрик А. В. Социализация человека : учеб. пособ. для студ. высш. учеб. заведений. Изд. 3-е, испр. и доп. М. : Изд-во Московского психолого-социального ин-та, 2011. 624 с.
30. Немов Р. С., Алтунина И. Р. Социальная психология : краткий курс. СПб. : Питер, 2009. 208 с.
31. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія. Київ : Либідь, 2004. 576 с.

32. Основи соціальної психології : навч. посіб. / О. А. Донченко та ін. ; за заг. ред. М. М. Слюсаревського. Київ : Міленіум, 2008. 495 с.
33. Парыгин Б. Д., Евсевичев В. И. Общественное настроение ; под ред. В. И. Евсевичева. М. : Мысль, 1966. 327 с.
34. Пиз А., Пиз Б. Язык телодвижений. Как читать мысли окружающих по их жестам. М. : Эксмо, 2017. 448 с.
35. Платонов К. К. Что изучает общественная психология. М. : Знание, 1981. 46 с.
36. Позднишев Є. В. Імідж у спорті: психологічний ракурс аналізу. Київ : ІП ім. Г. С. Костюка, 2018. 412 с.
37. Поршнева Б. Ф. Социальная психология и история. М. : Наука, 1979. 232 с.
38. Психология толп / сост. А. К. Боковиков. М. : ИП РАН, КСП+, 1998. 416 с.
39. Руденский Е. В. Социальная психология : курс лекций. М. : ИНФРА-М, 1997. 224 с.
40. Соколов С. В. Социальная конфликтология : учеб. пособ. для вузов. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. 327 с.
41. Соснин В. А., Красникова Е. А. Социальная психология : учебн. М. : ФОРУМ, 2018. 335 с.
42. Социальная психология / под ред. Е. С. Кузьмина, В. Е. Семенова. Л. : Изд. ЛГУ, 1989. 287 с.
43. Социальная психология / сост. Р. И. Мокшанцев, А. В. Мокшанцева. М. : Инфра-М, 2001. 408 с.

44. Социальная психология : учеб. пособ. М. : ПЕР СЭ, 2002. 351 с.
45. Степанов А. А. Речь и язык. Общая психология : учеб. пособ. / под ред. В. В. Богословского и др. Изд. 3-е, перераб. и доп. М. : Просвещение, 1981. С. 258–270.
46. Столяренко Л. Д., Столяренко В. Е. Социальная психология : учеб. пособ. для приклад. бакалавриата. Изд. 4-е, перераб. и доп. М. : Юрайт, 2016. 219 с.
47. Узнадзе Д. Н. Установка у человека. Проблема объективации. Психология личности в трудах отечественных психологов. СПб. : Питер, 2000. С. 87–91.
48. Шихирев П. Н. Современная социальная психология. М. : ИП РАН, 2000. 448 с.

Глосарій

Боковець О. І.

Атракція (від лат. *attrahere* – притягувати до себе, схилити) – це особлива форма пізнання іншого, заснована на формуванні по відношенню до нього стійкого позитивного почуття.

Велика соціальна група – це кількісно необмежена, складно організована група людей, що формується на основі певних соціальних ознак.

Вербальне спілкування – це процес взаємодії двох чи більше людей за допомогою мовлення, спрямований на досягнення певної мети шляхом обміну інформацією пізнавального або афективно-оцінного характеру.

Взаємодія – взаємозалежний обмін діями, організація людьми взаємних дій, спрямованих на реалізацію спільної діяльності.

Внутрішньогруповий фаворитизм (від лат. *favor* – прихильність) – це тенденція сприяти членам своєї групи на противагу інтересам іншої.

Вплив – це застосування в міжособистісній взаємодії психологічних засобів із метою впливу на стан, думки, почуття та вчинки іншої людини.

Громадська думка – це форма масової свідомості, у якій проявляється відношення (приховане або явне) різних груп людей до подій і процесів реального життя, що зачіпають їхні інтереси й потреби.

Групова оцінка особистості – це метод, що дозволяє охарактеризувати особистість (оцінити ступінь розвитку психологічних якостей, що проявляються в поведінці та діяльності, у взаємодії з іншими) в конкретній групі на основі взаємного опитування її членів один про одного.

Груповий тиск – це процес впливу установок, норм, цінностей і поведінки членів групи на думки та поведінку індивіда.

Групові норми – це сукупність вимог, які група висуває до осіб, що до неї належать, з метою формування певного зразка діяльності поведінки.

Емпатія (від грец. *empathia* – співпереживання, співчуття) – це здатність проникати у психічний стан іншої людини; здатність приймати соціальні ролі й установки інших, уявляти себе в соціальній позиції іншого та передбачати його реакції.

Засоби невербального спілкування – це система немовних знаків передачі змісту повідомлень, що супроводжує мовленнєве спілкування та слугує для обміну інформацією між людьми.

Зворотній зв'язок – це процес обміну інформацією, що містить реакцію реципієнта на поведінку комунікатора.

Ідентичність особистості (від лат. *identicus* – схожість, тотожність) – це усвідомлення особистістю своєї приналежності до тієї чи іншої соціально-особистісної позиції в рамках соціальних ролей, а також ототожнення однієї людини з іншою.

Індивідуальність (від лат. *individuitas* – неподільність) – це неповторне поєднання особистих рис та психологічних особливостей людини, що відрізняє її від інших людей.

Інтерв'ю – це очне опитування («обличчя до обличчя»), яке проводиться дослідником у формі питань-відповідей з опитуваним (респондентом).

Інтеріоризація (від лат. *interior* – внутрішній) – процес формування внутрішньої структури людської психіки за допомогою засвоєння соціальних норм, цінностей, ідеалів; це перехід зовнішніх впливів соціального оточення у внутрішні регулятори поведінки людини.

Каузальна атрибуція – це механізм інтерпретації необхідної суб'єкту інформації шляхом приписування партнеру по взаємодії можливих мотивів і причин поведінки.

Колективні уявлення – це сукупність вірувань, почуттів, знань, поглядів, ідеалів, моральних і правових норм, які є спільними для членів соціальної групи, мають стійкий характер і складають основу всіх суспільних зв'язків.

Комунікативний бар'єр – це психологічна перешкода на шляху адекватної передачі інформації між учасниками спілкування.

Комунікація – це зв'язок, взаємодія двох систем, у процесі якої від однієї системи до іншої передається сигнал, що несе інформацію.

Лідерство – це природний соціально-психологіч-

ний процес у групі, що базується на впливі особистого авторитету людини на поведінку членів групи.

Мала група – це невелика за чисельністю спільність, у якій індивіди безпосередньо контактують між собою, об'єднані спільною метою та завданнями, що є передумовою їх взаємодії, взаємовпливу, спільних норм, процесів та інтересів, міжособистісних відносин і тривалості їх існування.

Масова комунікація – це процес поширення професійно підготовленої інформації (наукових знань, духовних цінностей, моральних і правових норм тощо) через інтернет, пресу, радіо, телебачення та інші канали на масову, розташовану в різних місцях, неоднорідну й анонімну аудиторію.

Механізми соціалізації – це соціально-психологічні впливи середовища, що відображають реалії соціального життя та безпосередньо сприяють інтеріоризації зовнішніх норм і цінностей.

Міжгрупова інтеграція – це наявність між групами таких зв'язків та залежностей, які сприяють їх об'єднанню, взаємній співпраці, більш успішній реалізації функцій як своєї групи, так і більш широкої спільноти, у яку включені групи, що взаємодіють.

Міжгрупова ворожість – це вороже ставлення до чужих та позитивне ставлення до своїх членів групи.

Міжгрупова дискримінація (від лат. *discriminatio* – розділення, розрізнення) – це відмінності в оцінці своєї і чужої групи на користь своєї.

Міжгрупова диференціація – це такий соціаль-

но-психологічний процес, завдяки якому члени групи сприймають, порівнюють, оцінюють і, як наслідок, встановлюють відмінності між своєю групою та іншими групами.

Міжгрупові відносини – це сукупність соціально-психологічних явищ, які характеризують суб'єктивне відображення зв'язків між соціальними групами, а також зумовлений ними спосіб взаємодії спільностей.

Міжособистісна взаємодія – це взаємні дії учасників спілкування, спрямовані на співвіднесення мети кожної зі сторін та організацію їх досягнення в процесі спілкування.

Міжособистісна сумісність – це оптимальне поєднання психологічних особливостей партнерів, що сприяють оптимізації їх спілкування і діяльності.

Міжособистісні відносини – це суб'єктивно пережиті, різною мірою усвідомлювані взаємозв'язки між індивідами; сукупність об'єктивних зв'язків та взаємодій між індивідами, які належать до однієї групи.

Мова – це система знаків, що функціонують як засіб спілкування між членами спільноти, засіб взаємного розуміння, обміну думками, знаннями.

Мовлення – це процес спілкування, обміну думками, взаємного розуміння людей за допомогою мови; це процес використання людиною мови для спілкування.

Натовп – це безструктурне скупчення людей, які позбавлені чітко усвідомлюваних спільних цілей, але взаємно пов'язані подібністю емоційного стану та спільним об'єктом уваги.

Об'єкт соціальної психології – особистість, соціальна група, їх поведінка та діяльність, процеси розвитку особистості та певної групи, процеси міжособистісної та міжгрупової взаємодії тощо.

Опитування – це отримання інформації про об'єктивні чи суб'єктивні (думки, настрої, мотиви, відносини тощо) факти зі слів опитуваних.

Особистість – це соціально-психологічна сутність людини, яка формується в результаті засвоєння індивідом суспільних форм свідомості та поведінки, суспільно-історичного досвіду людства шляхом виховання, спілкування, навчання, взаємодії тощо.

Паніка – це психічний стан, що виникає при реальній або уявній небезпеці й охоплює людей, які знаходяться в умовах поведінкової невизначеності та в підвищеному емоційному збудженні від некерованого почуття страху.

Предмет соціальної психології – це закономірності психічної діяльності, поведінки та взаємодії людей як представників соціальних груп, психологічні характеристики самих цих груп та психологічні аспекти будь-яких інших явищ соціального життя.

Рівень домагань особистості – це той рівень складності завдання, який обирає суб'єкт та зобов'язується його досягти.

Самооцінка – це оцінка особистістю самої себе, своїх можливостей, якостей; це та цінність, значущість, якої надає собі індивід загалом та окремим рисам своєї особистості, діяльності та поведінки.

Соціалізація (від лат. *socialis* – суспільний) – це активне засвоєння індивідом соціального досвіду, соціальних ролей, норм та цінностей, необхідних для успішної життєдіяльності в певному суспільстві.

Соціальна ідентичність – це усвідомлення індивідом своєї приналежності до конкретних соціальних груп разом із емоційною та ціннісною значимістю цього членства для самої особистості.

Соціальна категоризація – це когнітивний процес упорядкування та угруповання індивідом соціальних об'єктів та явищ шляхом їх розподілу на групи, що мають подібність за значимими для індивіда критеріями.

Соціальна перцепція – це сприймання зовнішніх властивостей людини, їх співвіднесення із її особистісними характеристиками, інтерпретація та прогнозування на цій основі вчинків людини.

Соціальна роль – це модель поведінки людини, задана її соціальною позицією та орієнтована на певний соціальний статус.

Соціальна стратифікація – це розподіл суспільства на соціальні прошарки залежно від різних ознак, головною з яких виступає ставлення до влади, професії, соціальний престиж, рівень культури, економічне становище.

Соціальна установка або атитюд – стійке, фіксоване утворення особистості, що полягає у схильності людини сприймати щось певним чином і діяти тим чи іншим способом.

Соціальне мислення – це мислення, зорієнтоване на пізнання соціальної реальності (людей, соціальних груп, відносин між ними), що допомагає усвідомлювати й орієнтуватися у процесах, що відбуваються у суспільстві.

Соціальне порівняння – це процес співвіднесення якісних ознак соціальних груп однієї з іншою, результатом якого є встановлення відмінностей між ними, тобто міжгрупова диференціація.

Соціальний статус – це позиція особистості в соціальній системі, що визначає її місце в групі чи спільноті, права та обов'язки.

Соціальний стереотип (від грецького *stereos* – відбиток) – це стійкі, шаблонні еталони думок про певний соціальний об'єкт (людину, групу, явище), які виступають у якості регуляторів поведінки особистості.

Соціометрія – це сукупність соціально-психологічних методів дослідження малих груп, які використовуються для оцінки міжособистісних емоційних зв'язків у групі.

Спілкування – взаємодія між двома чи кількома особами, що полягає в обміні інформацією, взаємовпливі та взаєморозумінні; це обмін інформацією між людьми, зумовлений потребами спільної діяльності, зв'язок, взаємодія та взаємовплив людей у процесі матеріального та духовного виробництва.

Спільнота – сукупність людей, які здатні до спілкування один з одним і відчують потребу у спільних діях.

Спостереження – це метод збору інформації шляхом безпосереднього, цілеспрямованого й систематичного сприйняття та реєстрування соціально-психологічних явищ (чинник поведінки та діяльності) у природних або лабораторних умовах.

Страта – це велика стала соціальна група, що являє собою реальну, доступну для емпіричної фіксації спільноту, у якій людей об'єднують спільні інтереси, зумовлені одним (рівним) соціально-майновим статусом, що спричинює виникнення спільних соціально-світоглядних позицій, а також деяку відокремленість від деяких соціальних спільнот.

Суспільна свідомість – це сукупність поглядів, уявлень, настроїв, почуттів, традицій, ідей, теорій, що відображають у свідомості людей суспільне буття в цілому або його окремі сторони.

Суспільний груповий настрій – це загальний емоційний стан, який панує у групі та створює в ній емоційну атмосферу.

Тест – це коротке, стандартизоване, обмежене в часі випробування; це теоретично та емпірично обґрунтована система завдань, яка дає змогу отримати вимірювання відповідних психологічних властивостей.

Техніка спілкування – способи попереднього налаштування людини на спілкування з людьми, її поведінку у процесі спілкування, а її прийоми – засоби спілкування, як вербальні так і невербальні.

Чутки – це специфічний вид міжособистісної комунікації в умовах дефіциту інформації про значущий

об'єкт, у процесі якої сюжет, що віддзеркалює певною мірою реальні або вигадані події, стає надбанням великої групи.

Я-концепція – це динамічна система уявлень людини про себе, яка включає усвідомлення своїх фізичних, інтелектуальних та інших особливостей, а також самооцінку та суб'єктивне сприймання зовнішніх чинників, що впливають на особистість.

Соціальна психологія : навч. посіб. для здобувачів ступеня бакалавра / Н. Ю. Воляннюк, Г. В. Ложкін, О. В. Винославська, І. О. Блохіна, М. О. Кононець, О. В. Москаленко, О. І. Боковець, Б. В. Андрійцев ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 254 с.

Навчальний посібник підготовлено відповідно до програми курсу «Соціальна психологія» для студентів усіх спеціальностей університету очної та заочної форм навчання. Навчальний посібник відображає в узагальненому вигляді сучасні уявлення про соціальну психологію як одного з напрямів психологічної науки. У першому розділі викладаються базові відомості про предмет і структуру соціальної психології, методи її дослідження. У другому розділі викладені основні положення соціальної психології особистості. У третьому, четвертому і п'ятому розділах розглянуті основний зміст головних напрямків соціальної психології – психології спілкування, взаємодії малих груп. Шостий розділ присвячено міжгруповим відносинам. У сьомому розділі розглянуті прикладні аспекти психології великих груп.

Навчальний посібник призначений для студентів, аспірантів, викладачів і всіх читачів, які цікавляться різними аспектами психологічної науки.

Учебное пособие подготовлено в соответствии с программой курса «Социальная психология» для студентов всех специальностей университета очной и заочной форм обучения. Учебное пособие отражает в обобщенном виде современные представления о социальной психологии как одного из направлений психологической науки. В первом разделе излагаются базовые сведения о предмете и структуре социальной психологии, методах ее исследований. Во втором разделе изложены основные положения социальной психологии личности. В третьем, четвертом и пятом разделах рассмотрено основное содержание главных направлений социальной психологии – психологии общения, взаимодействия и малых групп. Шестой раздел посвящен межгрупповым отношениям. В седьмом разделе рассмотрены прикладные аспекты психологии больших групп.

Учебное пособие предназначено для студентов, аспирантов, преподавателей и всех читателей, интересующихся различными аспектами психологической науки.

The training manual is prepared in accordance with the program «Social Psychology» for students of all specialties of the University of full-time and part-time forms of study. The textbook reflects modern concepts of social psychology as one of the areas of psychological science. The first section provides basic information about the subject and structure of social psychology and the methods of its research. The second chapter outlines key points of the social psychology of personality. Third, fourth and fifth chapters consider general content of the main directions of social psychology – communication, interaction and small groups' psychology. The sixth chapter is devoted to the intergroup relationships. The seventh section deals with the applied aspects of the psychology of large groups.

The manual is intended for students, postgraduates, teachers and all readers interested in various aspects of psychological sciences.

Навчальне видання

**Н. Ю. Воляннюк, Г. В. Ложкін, О. В. Винославська,
І. О. Блохіна, М. О. Кононець, О. В. Москаленко,
О. І. Боковець, Б. В. Андрійцев**

СОЦІАЛЬНА ПСИХОЛОГІЯ

*Рекомендовано Методичною радою КПІ ім. Ігоря Сікорського
як навчальний посібник для здобувачів ступеня бакалавра*

