

Лекция №1. Понятие коммуникации. Психологические особенности коммуникации.

План:

1. Место психологии коммуникации в рамках психологических наук.
2. Понятие и основные подходы к операционализации (объяснению, определению) понятия коммуникация.
3. Формы коммуникативного действия (общения).
4. Психологические особенности коммуникации.

1. Место психологии коммуникации в рамках психологических наук.

6 век до н.э. Гераклит: люди делятся на 2 группы. 1ая – люди, чье поведение и деятельность подчинены разуму (рациональные); 2ая – люди, чье поведение и деятельность подчинены желаниям (нерациональные, эмоциональные, иррациональные).

5 век до н.э. Платон: социально-этническая классификация. Основа классификации – место расположения души.

По *социальному статусу*:

1. Если душа расположена в области разума, то философ.
2. Если душа расположена в области сердца, то воин.
3. Если душа расположена в брюшной полости (в области печени), то ремесленники.

По *этническому признаку*:

1. Если душа расположена в области разума, то греки.
2. Если душа расположена в области сердца, то северные варвары.
3. Если душа расположена в брюшной полости (в области печени), то южане.

4 век до н.э. Аристотель: «отец психологии», т.к. он первый написал научный трактат «О душе». Душа – движущее начало. Выделяет несколько уровней развития души:

- 1) растительная душа – основная характеристика – ощущения;
- 2) животная душа – основные характеристики – память, восприятие, моторная деятельность;
- 3) человеческая душа – основные характеристики – мышление и стремление к развитию.

Середина 18 века Христиан Вольф: подготовил курс, который освещал основные закономерности деятельности человека. Этот курс существовал в рамках философии и получил название «психология».

1979 год – психология выделяется из философии и становится самостоятельной наукой. Вильгельм Вунд в Лейпциге открывает первую экспериментальную лабораторию по изучению сознания. Основным научным методом был метод интроспекции (самонаблюдения).

Конец 19 – начало 20 века – из психологии выделяются самостоятельные психологические отрасли:

1. общая психология – изучает общие закономерности развития и функционирования психики как особой формы жизнедеятельности;
 2. возрастная психология – изучает изменения психики в различных периодах;
 3. социальная психология – изучает особенности поведения и деятельности людей, связанные с включением человека в социальную группу;
 4. клиническая психология – изучает особенности изменения психики в зависимости от различных заболеваний;
 5. этническая психология – изучает особенности психики различных этнических групп;
 6. психология половых различий – изучает различия в психике мужчин и женщин;
- и т.д., в целом более 20 отраслей.

Психология коммуникаций – прикладная отрасль социальной психологии.

Методология делится на три общепринятых методологии:

- 1) общенаучная – методология философии;
- 2) специальная – методология конкретной науки (например, психологии);
- 3) частная – методология конкретной отрасли знания (например, социальной психологии).

Методология состоит из двух методологических аппаратов: *концептуального аппарата* (совокупность законов, принципов, категорий, рабочих понятий) и *инструментальный аппарат* (совокупность методов, методик и процедур исследования). Прикладная отрасль не имеет своей методологии и использует частную методологию отрасли знания.

Психика – это системное свойство высокоорганизованной материи, которое заключается в:

- 1) активном отражении субъектом объективной действительности;
- 2) построении субъектом неотчужденной от него картины отраженной действительности;
- 3) формировании на этой основе своего поведения и своей деятельности.

2. Понятие и основные подходы к операционализации (объяснению, определению) понятия коммуникация.

Коммуникация – это процесс взаимодействия людей, в основе которого происходит обмен информацией, взаимное восприятие и понимание друг друга, формирование отношений, совместная деятельность.

3. Формы коммуникативного действия (общения).

(по А.А. Бадлееву)

Л – личность

Лс – личность с официальным статусом

2 вида статуса:

1. социальный статус – обозначает принадлежность человека к социальной группе
2. официальный статус – действует только при выполнении человеком своей профессиональной деятельности

Три формы коммуникативного действия:

1. межличностное (интимное) взаимодействие – форма взаимодействия между партнерами, не обладающими официальными статусами. Действует в трех системах отношений: в системах супружеских, родительско-детских и дружеско-приятельских отношений. [Л Л]

Главная психологическая характеристика – избирательность, которая подразумевает свободу выбора партнера по взаимодействию, места, времени, продолжительности и темы взаимодействия, поведения в процессе взаимодействия.

2. профессиональное взаимодействие – взаимодействие между партнерами, один из которых обладает официальным статусом. Эта форма действует на институционально-личном уровне, который предполагает, что с одной стороны в процессе участвует партнер, выполняющий обязанности, а с другой стороны личность без официального статуса. [Л Лс]

3. деловое взаимодействие – взаимодействие между партнерами, обладающими официальными статусами. Действует на официально-формализованном уровне, который предполагает, что с одной стороны взаимодействие происходит между официальными партнерами, а с другой стороны система их отношений формализована. Действует в системе производственных отношений, системе педагогического взаимодействия (как по вертикали, так и по горизонтали) [Лс Лс]

4. Психологические особенности коммуникации.

1) Формирование социальных установок у главного субъекта взаимодействия.

Дмитрий Узнадзе: *установка* – это готовность действовать определенным образом. Чтобы коммуникация была эффективной, надо чтобы таких установок было три. Первая – направленность на партнера – предполагает полное включение в процесс взаимодействия при одновременном отвлечении от личных чувств, мыслей, переживаний. Вторая – принятие партнера как личности – предполагает безусловное и безоценочное восприятие партнера, а также уважительное отношение к его взглядам, позициям, точкам зрения, интересам и т.д. Третья – направленность на сотрудничество – предполагает организацию совместной деятельности по решению конкретного вопроса.

2) Создание благоприятного психологического климата. Для этого необходимо учитывать актуальные потребности партнера:

1. Потребность в самовыражении и достижении понимания (виды активного слушания: *нерефлексивное* – активное молчание с использованием невербальных средств коммуникации и *рефлексивное* – активная речевая деятельность с использованием вопросов и т.д.)

2. Потребность в эмоциональном понимании (для удовлетворения этой потребности используется механизм эмпатии. Эмпатия – это способность и умения сочувствовать и сопереживать другому, а также способность понимать чувства другого)

3. Потребность в признании личности

3) В основе коммуникации находится субъект-субъектная система взаимодействия, которая предполагает активность партнеров, взаимное влияние и воздействие друг на друга, а также совместную деятельность в процессе коммуникации. S-S' (S – ведущий, главный субъект коммуникации, S' – ведомый субъект коммуникации).

Контрольные вопросы для самоподготовки студентов

1. Назовите формы коммуникативного действия.
2. Какие актуальные потребности партнера нужно учитывать в общении.
3. Какое место психология массовых коммуникаций занимает в системе наук?

Литература

1. [Богачкина Н. А. Психология. Шпаргалка. М.: Эксмо, 2007. – 32 с.](#)
2. [Бондарчук Е.И., Бондарчук Л.И. Основы психологии и педагогики: Курс лекций. – 3-е изд. – К.: МАУП, 2002. -168 с.](#)
3. [Маклаков А.Г. Общая психология. – СПб: Питер, 2016. – 475 с.](#)
4. [Психология. Учебник для гуманитарных вузов / Под общ. ред. В. Н. Дружинина. — СПб.: Питер, 2001. — 656 с.](#)
5. [Столяренко Л.Д. Основы психологии. – 3-е изд. – Р-на-Д: Феникс, 2000.– 671 с.](#)
6. [Ступницкий В. П. Психология: Учебник для бакалавров / В. П. Ступницкий, О. И. Щербакова, В. Е. Степанов. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. — 520 с.](#)

Лекция №2. Феноменологические характеристики коммуникации

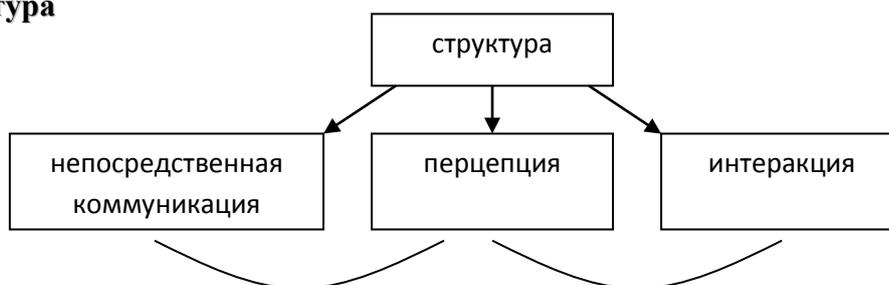
План:

1. Виды, структура и компоненты коммуникаций;
2. Функции и типы коммуникаций;
3. Средства коммуникаций.

1. Виды

1. по характеру ориентации
 - личностно-ориентированная коммуникация – взаимодействие с одним реципиентом
 - социально-ориентированная коммуникация – взаимодействие с группой
2. по количеству субъектов
 - 2 – диада, диадическая коммуникация
 - 3 – триада, триадическая коммуникация (1+2, в триаде обязательна смена ролей)
 - 4 – тетра-коммуникация (1+3 – эффективнее, 2+2 – тоже возможна, всегда обязательна смена ролей)
 - 5 и больше – внутригрупповая коммуникация

2. Структура



Непосредственная коммуникация – информационный аспект коммуникации – процесс передачи и приема информации.

Перцепция – процесс восприятия и формирования отношений между субъектами.

Интеракция – взаимодействие в процессе коммуникации.

3. Компоненты

1. когнитивный – информированность в области коммуникации (профессиональная компетентность в вопросах коммуникации).

2. эмотивный – умение управлять своим эмоциональным состоянием в процессе коммуникации.

3. конативный – выстраивание своего поведения в процессе коммуникации.

Все компоненты тесно взаимосвязаны.

4. Функции

1. информационно-коммуникативная – обеспечение процесса прохождения и приема информации.

2. аффективно-коммуникативная – воздействие на эмоциональную сферу личности

3. регулятивно-коммуникативная – воздействие и управление поведением и деятельностью людей.

Все функции взаимосвязаны между собой.

5. Типы

1. императивная коммуникация [S =>O]

Предполагает одностороннее воздействие на объект с целью формирования у партнера (у этого объекта) определенных состояний, мнений, позиций, интересов, убеждений, поведения. Партнер при этом знает, что на него направлено воздействие и знает о цели этого воздействия, т.е. это открытая коммуникация.

2. манипулятивная коммуникация [S =>O]

Одностороннее воздействие на объект с целью достижения субъектом собственных интересов за счет взаимодействия с объектом. Объект при этом не знает о цели данного воздействия.

Эверет Шостром разработал типологию манипуляторов (работа называется «Человек-Манипулятор или АнтиКарнеги»). Б.Ю. Шапиро сформировал «портреты» каждого из 8 типов.

а) «диктатор». Основная техника – приказы, играет роль «маленького бога», от которого зависит все.

б) «тряпка». Основная техника – инвалидизация себя.

в) «калькулятор». Основная техника – контроль и перепроверка всех и вся.

г) «прилипала». Основная техника – преувеличенная своя зависимость от других людей. Он жертва всего.

д) «хулиган». Основная техника – угрозы, преувеличенная небрежность, агрессивность, жестокость.

е) «славный парень». Основная техника – преувеличенная забота внимательность, любовь.

ж) «судья». Основная техника – высказывание оценочных суждений, повышенная критичность. Результатом его деятельности оказывается формирование чувства вины у другого.

з) «защитник». Основная техника – инвалидизация других, снисходительное отношение к другим.

Основной прием работы с манипулятором один: дать понять что манипуляция видна и она не работает.

3. диалогическая коммуникация [S<=>S]

Субъект-субъектная система взаимодействия. Это наиболее эффективный тип коммуникации.

Средства коммуникации

1. Вербальные средства коммуникации

Речь – это психологический процесс общения людей с помощью языка. Язык – знаковая система, позволяющая формулировать мысли и передавать их с помощью артикулярного аппарата. В коре головного мозга существует несколько основных центров речи, все они находятся в левом полушарии.

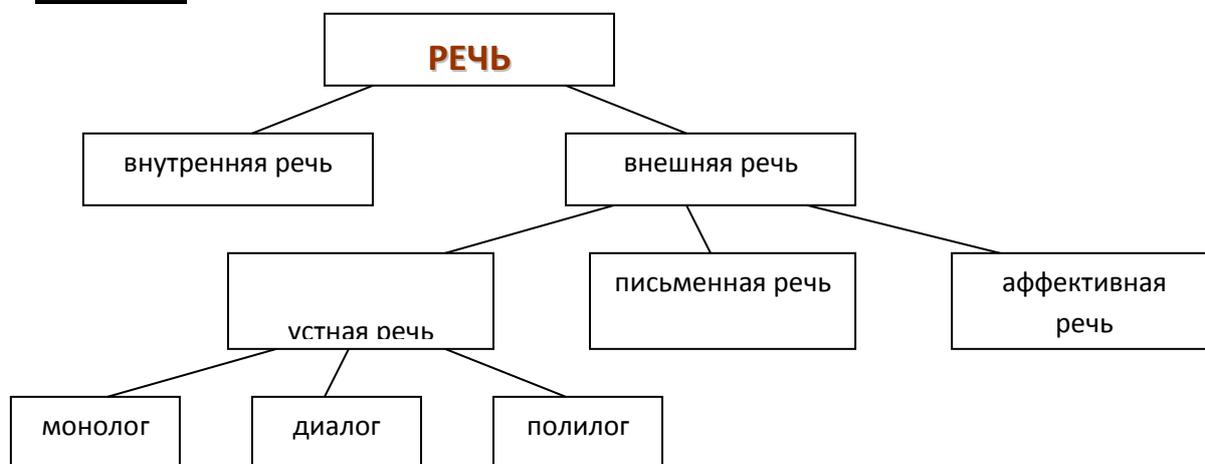
⊕ Центр Брок-1 – в средней лобной извилине левого полушария. Этот центр отвечает за процесс произношения речи, за громкость, четкость, правильность речи.

⊕ Центр Вэрнике – в височной доле левого полушария. Отвечает за смысл (понимание) речи.

⊕ Центр письма – в верхней лобной извилине левого полушария. Отвечает за письменную речь.

⊕ Зрительный центр – в затылочной доле левого полушария. Отвечает за процесс чтения.

Виды речи



Внутренняя речь – речь, направленная на себя. Основные характеристики: беззвучность, односложность, краткость.

Внешняя речь – речь, направленная на других.

Устная речь – основные характеристики: несложная грамматическая конструкция, опирается на невербальные средства, имеет свои внутренние разновидности (по количеству коммуникаторов):

Монолог – речь одного субъекта, монолог требует плана, замысла и подготовки.

Диалог – речь двух субъектов. Возникает как ответ на вопрос, мнение, суждение. Представляет собой свернутую совокупность монологов.

Полилог – три субъекта и более. Представляет собой свернутую совокупность диалогов (они уменьшены во времени и в объеме).

Письменная речь – основные характеристики: сложная грамматическая конструкция, речь опирается только на логику языка, предъявляет повышенные требования к мыслительной деятельности человека.

Аффективная речь – это односложный и ограниченный вид речи. Основывается на отдельных словах, очень редко – фразах. Такая речь эмоционально насыщена и интонирована (напр., Эллочка-Людоедка). Нет никакой грамматической конструкции.

2. Невербальные средства коммуникации

Существует 7 основных знаковых систем.

1. Оптико-кинетическая система знаков. Эта система включает в себя три элемента:

✦ Жесты – это движения конечностей. Алан Пиз: все жесты делятся на два типа: открытые и закрытые.

✦ Мимика – движение мышц лица. Три основных группы мышц лица, которые отвечают за мимику: 1. круговые мышцы глаз; 2. мышцы скул; 3. Круговые мышцы рта. + две дополнительные группы мышц: 1. мышцы лба; 2. мышцы шеи.

✦ Пантомимика – расположение корпуса в целом, осанка + сочетание мимики и жестов.

2. Паралингвистическая система знаков – система вокализации голоса. Основные характеристики:

✦ тембр

✦ тональность

✦ диапазон

✦ громкость

✦ интонация

3. Экстралингвистическая система знаков – это включение в речь околоречевых приемов: покашливаний, вздохов, пауз, смеха, плача.

4. Проксемика – это расположение партнера в пространстве. Включает в себя три элемента:

✦ зоны

✦ позиции

✦ позы

ЗОНЫ

Зона – расстояние или дистанция между партнерами. Личное пространство – это расстояние вытянутой руки до локтя. Существует 4 зоны:

✦ Интимная зона – от 0 до 15 см – только для межличностных отношений.

✦ Личная зона – от 15 см до 1,5 м – тоже для межличностного общения, но не настолько близкого как в интимной зоне.

✦ Социальная зона – от 1,5 до 4 м – предназначена для общения с точки зрения делового и профессионального взаимодействия.

✦ Публичная зона – от 4 до 8 м и больше – для взаимодействия с большой аудиторией.

Факторы, влияющие на изменение зон:

✓ *актуальное психологическое состояние:* при переживании стенических (положительных) чувств зоны уменьшаются (т.е. человек может подпустить к себе ближе и не будет чувствовать дискомфорта), при переживании астенических (отрицательных) чувств зоны, наоборот, увеличиваются.

✓ *возрастные особенности:* чем человек старше, тем больше он увеличивает зоны.

✓ *темпераментальные особенности:* холерики и сангвиники зоны увеличивают, флегматики и меланхолики – уменьшают.

✓ *полоролевые особенности:* проявляются на двух уровнях:

1. при внутривидовом взаимодействии (партнеры одного пола): мужчины зоны уменьшают, женщины – увеличивают.

2. при межполовом взаимодействии (партнеры разного пола): мужчины склонны увеличивать зоны, женщины – уменьшать.

✓ *территориально-региональные особенности*: городские жители зоны уменьшают, сельские жители – увеличивают; в зависимости от региона: жители северных широт зоны увеличивают, а южных – уменьшают.

Контрольные вопросы для самоподготовки студентов

1. Какие виды коммуникаций Вам известны;
2. Компоненты структуры коммуникаций;
3. Назовите функции и типы коммуникаций;
4. Назовите вербальные средства коммуникаций.
5. Объясните особенности пространственного аспекта в коммуникациях.

Литература

1. [Богачкина Н. А. Психология. Шпаргалка. М.: Эксмо, 2007. – 32 с.](#)
2. [Бондарчук Е.И., Бондарчук Л.И. Основы психологии и педагогики: Курс лекций. – 3-е изд. – К.: МАУП, 2002. -168 с.](#)
3. [Маклаков А.Г. Общая психология. – СПб: Питер, 2016. – 475 с.](#)
4. [Психология. Учебник для гуманитарных вузов / Под общ. ред. В. Н. Дружинина. — СПб.: Питер, 2001. — 656 с.](#)
5. [Столяренко Л.Д. Основы психологии. – 3-е изд. – Р-на-Д: Феникс, 2000.– 671 с.](#)
6. [Ступницкий В. П. Психология: Учебник для бакалавров / В. П. Ступницкий, О. И. Щербакова, В. Е. Степанов. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. — 520 с.](#)

Лекция №3 Психология процесса коммуникации

План:

1. Позиции и позы процесса коммуникации;
2. Системы знаков в коммуникации;
3. Коммуникация как информационный процесс.

1. ПОЗИЦИИ

1. «лицом к лицу»

при личностно-ориентированном общении ее использовать нельзя, так как она обязывает все время смотреть в глаза, а этого делать нельзя, создает напряженность.

2. «плечом к плечу»

неэффективна при профессиональном взаимодействии, так как не дает возможности получать информацию с помощью мимики. Хорошо работает в системе межличностных взаимоотношений, так как формируется доверительность и комфортность.

3. «лицом к спине»

не эффективна вообще.

4. «под углом»

самая эффективная для делового общения, особенно в диаде, когда взгляды не уперты друг в друга, а соприкасаются.

5. «круглый стол»

эффективна при взаимодействии в группе.

ПОЗЫ

1. «пристройка сверху»

Главный субъект стоит, а ведомый сидит.

2. «пристройка снизу»

Главный субъект сидит, а его партнер стоит

3. «на равных»

Оба сидят или оба стоят

2. Системы знаков в коммуникации

Визуальная система знаков

Это взаимодействие с помощью глаз. **Концентрация взгляда** – степень сосредоточенности взгляда на партнере. Самая эффективная – 70% от времени общения взгляд должен быть направлен на собеседника.

Тактильная система знаков – система прикосновений к партнеру

4 элемента:

1) **непосредственные прикосновения** предназначены для привлечения внимания партнера, установления более близкого контакта, снятия напряжения. Допустимы только в области плеча, т.к. там меньше всего рецепторов.

2) **рукопожатие**: мужское, женское, смешанное (инициатор - женщина)

3) **объятия**: официальные – прикосновение корпуса

4) **поцелуи**: щека к щеке, чисто символические

Ольфакторная система знаков – это система запахов

2 вида запахов:

1) запахи человека

Главный субъект должен выполнять 2 нормы запахов:

○ санитарно-гигиенические нормы

○ психологическая норма запахов (дозированное использование парфюма)

2) запахи окружающей среды

Там, где проходит коммуникация, нельзя есть, готовить и т.д., должна быть налажена система проветривания.

1. Коммуникация как информационный процесс.

Коммуникация – процесс взаимного обмена информацией между партнерами.

Коммуникация как информационный процесс имеет ряд психологических особенностей:

1) Наличие у партнеров **ролей**

○ коммуникатор – передает информацию

○ реципиент – принимает информацию

2) **Динамика смены ролей**, т.е. роли не статичны, для эффективной коммуникации должна быть смена ролей

3) Наличие единой системы **кодификации и декодификации** – коммуникатор, кодифицируя свои мысли, должен использовать язык, который будет понятен реципиенту.

4) **Потеря и искажение информации**

⊕ задумано – 100%

⊕ высказано – 80% (забыл, не все можно сказать словами, передумал говорить, отвлекся и т.д.)

⊕ выслушано – 60% (не расслышал, отвлекся, физиологические особенности, было неинтересно и т.д.)

⊕ принято – 50%

⊕ осталось в памяти – 25%

Затем реципиент становится коммуникатором, а 25% становятся снова 100% и т.д.

Это и есть механизм формирования сплетен и слухов.

Существует 2 правила для создания устной информации:

1. (при передаче информации через посредников) Передавать информацию нужно по принципу «здесь и сейчас», т.е. конкретному адресату, не через посредников

2. при получении информации не от источника полностью доверять ей нельзя

5) Использование **техник эффективного слушания**

рефлексивное и нерефлексивное слушание

б) Использование **обратной связи** – это механизм получения информации от партнера.

Формы обратной связи:

вербальная – невербальная

оценочная – описательная (безоценочная)

позитивная – негативная

абстрактная (по мнению большинства, как считают ученые и т.д.) – конкретная (персонифицированная)

Пути передачи обратной связи:

прямой путь – вербальные средства

косвенный путь – невербальные средства

Контрольные вопросы для самоподготовки студентов

1. Какие формы обратной связи Вам известны;

2. Что Вам известно о потере искажении информации в коммуникации;

3. Назовите системы знаков, используемые в коммуникациях.

Литература

1. [Богачкина Н. А. Психология. Шпаргалка. М.: Эксмо, 2007. – 32 с.](#)

2. [Бондарчук Е.И., Бондарчук Л.И. Основы психологии и педагогики: Курс лекций. – 3-е изд. – К.: МАУП, 2002. -168 с.](#)

3. [Маклаков А.Г. Общая психология. – СПб: Питер, 2016. – 475 с.](#)

4. [Психология. Учебник для гуманитарных вузов / Под общ. ред. В. Н. Дружинина. — СПб.: Питер, 2001. — 656 с.](#)

5. [Столяренко Л.Д. Основы психологии. – 3-е изд. – Р-на-Д: Феникс, 2000.– 671 с.](#)

6. [Ступницкий В. П. Психология: Учебник для бакалавров / В. П. Ступницкий, О. И. Щербакова, В. Е. Степанов. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. — 520 с.](#)

Лекция №4 Коммуникативные барьеры.

План:

1. Барьеры коммуникации;
2. Перцептивная сторона общения;
3. Интерактивная сторона общения.

1. Барьеры коммуникации - это психологические препятствия на пути адекватной передачи и получения информации.

⊕ **Барьеры понимания**

Фонетический

дефекты речи и дикции;

монотонная, невыразительная речь;

быстрая речь, скороговорка;

использование звуков и слов-паразитов.

Семантический – из-за различия в тезаурусах (словарь понятий):

использование профессиональных терминов и жаргона;

использование диалектов;

использование сленгов и жаргонов;

многовариантность смысловых значений слов.

Логический – различия в логиках партнеров:

мужская – женская

взрослого – ребенка

преподаватель – студент

Стилистический

несоответствие стиля речи коммуникатора ситуации общения, актуальному психологическому состоянию партнера

⊕ **Барьеры социально-культурных различий**

➤ социально-демографические различия: пол, возраст, социальное положение, национальность, образование, профессия, место проживания, религия, семейное положение, политические взгляды

➤ социально-психологические различия: темперамент, особенности характера, способности, направленность, психологические комплексы

⊕ **Барьеры отношений**

неприязнь к человеку, сразу тянет за собой все другие барьеры.

2. Общение как социально перцептивный процесс

Перцепция – процесс взаимного восприятия партнеров, формирование отношений между ними.

1. Формирование первого впечатления

Наблюдатель:

I. внешние характеристики, отдельные аспекты поведения

II. приписывание личностных особенностей

III. прогноз поведения и отношения

IV. формирование собственного отношения и поведения

2. Механизм восприятия

- эмпатия

- идентификация (отожествление) – умение поставить себя на место партнера и понять его с его точки зрения

- рефлексия – умение понимать как воспринимает партнер главного субъекта, как партнер воспринимает Вас. Рефлексия – самая эффективная из трех.

3. Перцептивные барьеры

это психологическое препятствие на пути адекватного восприятия партнера.

1) барьеры перцептивной информации

⊕ барьер первого впечатления

⊕ барьер стереотипов

Стереотип – это устойчивое представление о различных социальных группах.

Виды стереотипов:

а) полоролевые

б) возрастные

в) национальные

г) профессиональные

д) территориальные

2) барьер личностных особенностей

⊕ барьер занятости собой

⊕ барьер боязни контактов (в результате негативного опыта коммуникации)

3) барьеры установок

⊕ барьер беспричинной негативной установки. Аттракция – наличие/отсутствие привлекательности партнера

⊕ барьер отрицательной установки (при заочном знакомстве с партнером)

⊕ барьер ожидания непонимания (при негативном опыте)

4) барьеры отрицательных эмоций

при переживании отрицательных эмоций адекватного восприятия партнера не будет.

Каузальная атрибуция

3. Общение как интеракция (взаимодействие)

Интеракция – взаимодействие, обмен действиями в коммуникации.

Интерактивные теории:

1. Дж. Хоманс – Теория обмена

В процессе взаимодействия партнеры обмениваются двумя переменными: затраты на взаимодействие и вознаграждение за взаимодействие.

В сочетании этих двух переменных выделяются следующие типы поведения:

- если вознаграждение велико, то партнер в большей степени готов затрачивать свои усилия на взаимодействие. Активный тип
- если цель близка, то партнер в меньшей степени готов затрачивать усилия. Расслабленный тип

▪ если вознаграждение зависит от определенных условий, то в большей степени готов затрачивать усилия на воссоздание данных условий. Манипулятивный тип.

2. Дж. Мид, Г. Блумэр – Теория символического интеракционизма

В процессе взаимодействия партнеры воздействуют друг на друга с помощью символов (вербальных и невербальных)

3. Э. Гофман – Теория управления впечатлением (теория социальной драматургии)

Взаимодействие представляет собой своеобразный спектакль, основные элементы которого:

- ✚ партнеры (выполняют определенные роли)
- ✚ декорации (ситуация взаимодействия)

Партнеры воздействуют друг на друга с помощью впечатления, формируемого с первых минут коммуникации. В дальнейшем они управляют поведение друг друга с помощью сформированного впечатления

4) З.Фрейд – Психоаналитическая теория

При взаимодействии с партнером, который старше по возрасту или положению, а также значимее их важным для субъекта качеством, главный субъект регрессирует – уходит на более примитивные уровни поведения. Это проявляется следующим образом:

- выстраивание взаимоотношений по формуле «объект-субъект»
- неспособность самостоятельно принять решение
- подавленность в вербальных и невербальных средствах коммуникации
- астеническое состояние (отрицательные чувства)

Это происходит с теми, кто в раннем детстве пережили негативный опыт, связанный с общением с такими партнерами.

Стратегии взаимодействия (по К.Томасу):

Избегание – пассивная стратегия, которая предполагает уход от взаимодействия.

- физический уход
- психологический уход (не высказывание своей точки зрения и т.д.)

Оправдано:

1. Цель взаимодействия для человека не очень важна
2. Недостаточно сил для достижения цели

Приспособление – пассивная стратегия. Предполагает сознательный отказ от своей цели ради достижения цели партнера. Оправдано:

- 1, 2. –“–
3. Важнее сохранить хорошие отношения с партнером

Сотрудничество – активная стратегия. Предполагает активное участие обоих партнеров для достижения цели. Открытый обмен мнениями, обсуждение позиций, нахождение варианта, приемлемого для всех. Хорошо всегда, если нет дефицита времени.

Соперничество – активная борьба за свои интересы. Непримируемый антагонизм в случае сопротивления партнера, унижения, оскорбления. Оправдано только в крайнем случае.

Компромисс – активная стратегия. Предполагает участие обоих партнеров в поиске решения за счет взаимных уступок. Оправдано:

1. нет резерва времени для сотрудничества
2. у партнеров различные силы и власть, а цель одна.

Интерактивные барьеры – психологические препятствия на пути эффективной организации взаимодействия.

1. барьеры несовместимых стратегий взаимодействия
2. барьеры несовместимых характеров из-за различий в темпераменте, характере, способностях, направленностях.
3. барьер «невроза» - партнер переживает стресс.

Контрольные вопросы для самоподготовки студентов

1. Какие барьеры могут снизить эффективность коммуникации;
2. Что называют перцептивной стороной общения;
3. Какие теории, объясняющие общение как взаимодействие Вам известны.

Литература

1. [Богачкина Н. А. Психология. Шпаргалка. М.: Эксмо, 2007. – 32 с.](#)
2. [Бондарчук Е.И., Бондарчук Л.И. Основы психологии и педагогики: Курс лекций. – 3-е изд. – К.: МАУП, 2002. -168 с.](#)
3. [Маклаков А.Г. Общая психология. – СПб: Питер, 2016. – 475 с.](#)
4. [Психология. Учебник для гуманитарных вузов / Под общ. ред. В. Н. Дружинина. — СПб.: Питер, 2001. — 656 с.](#)
5. [Столяренко Л.Д. Основы психологии. – 3-е изд. – Р-на-Д: Феникс, 2000.– 671 с.](#)
6. [Ступницкий В. П. Психология: Учебник для бакалавров / В. П. Ступницкий, О. И. Щербакова, В. Е. Степанов. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. — 520 с.](#)

Лекция №5 Стресс как фактор затрудненной коммуникации.

План:

1. Понятие стресса и его симптомы;
2. Виды стресса;
3. Методы диагностики стресса и борьбы со стрессом.

1. Стресс – это психологическое напряжение, возникающее при воздействии внутренних или внешних раздражителей.

Симптомы стресса:

1. физиологические симптомы

- ✚ различные виды боли
- ✚ бессонница
- ✚ сексуальные расстройства
- ✚ отсутствующий или повышенный аппетит
- ✚ повышенная утомляемость

2. психологические симптомы

- ✚ рассеянное внимание
- ✚ нарушение памяти
- ✚ нарушение мышления
- ✚ нарушение речи
- ✚ нарушение восприятия
- ✚ нарушение ощущений
- ✚ нарушение воображения
- ✚ травмированность эмоциональной сферы

3. социально-психологические симптомы

- ✚ нарушение общения, коммуникации
- ✚ повышенная конфликтность (как внешняя, так и внутренняя)
- ✚ возникновение депрессий

2. Виды стресса:

В зависимости от силы напряжения

1. легкий стресс – это стресс, сила напряжения которого не превышает адаптивной возможности человека

2. дистресс (хронический стресс, сильный стресс) – это стресс, к силе напряжения которого быстро, а порой и всю жизнь человек адаптироваться не может. Причины дистресса:

- **потери:** человека, материальная потеря, здоровья, глубинная психологическая травма, Родины и родины (эмиграция и миграция)
- **катастрофы:** техногенные, стихийные, военные, экономические, политические, социальные

В зависимости от природы

1. физиологический стресс – возникает в результате действия физиологических факторов (страх – врожденный и приобретенный)

2. психологический стресс

- время (дефицит или переизбыток)
- информация (дефицит или переизбыток)

3. социальный стресс – проблема не одного человека, а всего общества. Этот вид самый опасный, так как с ним нельзя справиться самостоятельно. Факторы, вызывающие социальный стресс:

- одиночество: физическое и психологическое (внутреннее переживание непонимания со стороны окружающих)
- отсутствие социальной защищенности и уверенности в завтрашнем дне
- невозможность в полной мере реализовать себя как личность.

3. Методы определения наличия стресса

1. пантомимический – расслабленность рук, мимики, осанки и т.д. Стресс располагается на шейно-плечевом поясе.

2. кожно-гальванический эффект – увлажнение ладоней и затылка, учащение сердцебиения и дыхания, пятнообразное покраснение кожного покрова (область груди, шея, лицо)

3. «решетка на руке» - проявление решетки в течение 10 секунд после легкого проведения по коже – сильный стресс, в течении 1 минуты – нормальный стресс

Методы борьбы со стрессом

1. Вода

- баня – снимает стресс и формирует стрессоустойчивость
- бассейн – по рекомендациям – 3 раза в неделю
- ванная / душ (если дома)
- на работе – кисти рук под прохладную воду на 2-3 минуты. Можно смочить виски, локтевые сгибы, побрызгать водой на лицо.

2. Музыка

- классическая
- любимая
- петь самому

3. Природа

- домашние животные и комнатные растения
- прогулки в лес или в лесопарковую зону

4. Физическая деятельность

- утренняя зарядка
- занятия физической культурой

- любимая домашняя работа
- любимая профессиональная деятельность или работа

5. Сон

- режим сна – вставать и ложиться надо в одно и то же время
- перед сном – теплый душ, хорошая музыка или чтение
- засыпать на спине

6. Юмор

7. Релаксация – специальные упражнения для снятия стресса.

«Вертикальное дыхание»

1,2 – вдох, представляем как поднимаемся в небо

3,4 – выдох, представляем как опускаемся в море

5,6 – пауза

Выполняется на жестком стуле, прямая осанка, ноги – прямой угол, полностью сесть на стул (т.е. спина должна полностью касаться спинки). Выполняется не более пяти циклов, каждый раз увеличивая амплитуду дыхания. Хорошо работает при остром стрессе.

«Контраст»

Выполняется на стуле (жесткой поверхности). В основе упражнения – попеременное сжатие и расслабление групп мышц. Время сжатия и время расслабления – по 10 секунд. Каждую группу мышц сжимаем и расслабляем по 10 раз. Схема:

- кисти рук (на вытянутых руках сжимаем кулаки и расслабляем)
- ноги (сжимаем пальцы ног, расслабляем - постукиванием)
- плечи (плечи тянем наверх, уши - вниз)
- спина (сводим лопатки вместе)
- грудные мышцы (пытаемся свести локти, но они как бы не сводятся, кулаки должны быть на уровне рта, руки по ширине плеч)
- бедер и ягодиц (привставания)

«Рука - пальцы»

Выполняется только на мягкой поверхности (кресло) и только сидя. Глаза закрыты, кисти рук раскрыты и лежат на бедрах. В течение 5 минут сгибать пальцы на обеих руках вместе, начиная с мизинцев, в течение 5 минут – разгибать. Сконцентрироваться на себе, своих ощущениях, представить себя в месте, где тебе комфортно, можно делать под специальную музыку.

Контрольные вопросы для самоподготовки студентов

1. Что такое стресс и дистресс;
2. По каким признакам вы можете определить, что человек находится под воздействием стресса;
3. Вспомните, как Вы справились со стрессом и какие методы борьбы Вы считаете наиболее эффективными.

Литература

1. [Богачкина Н. А. Психология. Шпаргалка. М.: Эксмо, 2007. – 32 с.](#)
2. [Бондарчук Е.И., Бондарчук Л.И. Основы психологии и педагогики: Курс лекций. – 3-е изд. – К.: МАУП, 2002. -168 с.](#)
3. [Маклаков А.Г. Общая психология. – СПб: Питер, 2016. – 475 с.](#)
4. [Психология. Учебник для гуманитарных вузов / Под общ. ред. В. Н. Дружинина. — СПб.: Питер, 2001. — 656 с.](#)
5. [Столярченко Л.Д. Основы психологии. – 3-е изд. – Р-на-Д: Феникс, 2000.– 671 с.](#)
6. [Ступницкий В. П. Психология: Учебник для бакалавров / В. П. Ступницкий, О. И. Щербакова, В. Е. Степанов. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. — 520 с.](#)

Лекция №6 Воздействие на партнера в процессе коммуникации

План:

1. Заражение.
2. Подражание.
3. Внушение.
4. Убеждение.

Механизмы воздействия:

1. Заражение – это механизм одновременного сопереживания и общего психического состояния партнеров.

Психологические особенности:

- носит невербальный характер
- проявляется спонтанно как внутренний механизм поведения
- имеет бессознательную основу
- действует только в конкретной ситуации
- носит кратковременный характер
- эффективность заражения связана с количеством партнеров (чем больше партнеров, тем в большей степени действует механизм заражения). Негативный – паника, позитивный – смех.

- работает только в эмоциональной сфере

2. Подражание – это механизм воспроизведения индивидом определенных внешних черт, образцов поведения, манер, действий, которые сопровождаются определенной эмоциональной и рациональной направленностью (*Габриэль Тард и Густав Лебон*). Виды подражания:

- логическое – нелогическое (аллогичное) подражание
- внешнее – внутреннее подражание
- подражание-мода – подражание-обычай (устойчивее)
- подражание внутри социального слоя – подражание одного социального слоя другому

3. Внушение (суггестия) – это механизм одностороннего активного и персонифицированного воздействия на человека или группу. Основан на НЕкритичности восприятия и готовности действовать определенным образом. (*В.М. Бектерев*)

Суггестор – тот, кто воздействует

Суггеренд – тот, на кого воздействуют

Контрсуггестия – защитные механизмы от внушения, которые выстраивает суггеренд

Контрконтрсуггестия – внушение суггестора, направленное на снятие контрсуггестии у суггестора.

Структурные элементы внушения:

***операционный** – предполагает внушающее воздействие на суггеренда. Содержит два подэтапа:

- подготовительный – психологическая и фактическая подготовка суггеренда к применению внушения

- исполнительный – суггестор влияет на различные личностные особенности суггеренда к (например, формируются установки у суггеренда)

***процессуальный** – принятие суггерендом внушения

***результативный** – проявление ответных реакций суггеренда

Виды внушения:

~ в зависимости от целей воздействия

1. преднамеренное внушение – целенаправленное и сознательно организованное воздействие

2. непреднамеренное внушение – нет цели внушения, внушение может быть случайным

~ **в зависимости от содержания и характера внушения**

1. специфическое внушение – внушение конкретных идей, мыслей, действий
2. неспецифическое внушение – внушение определенных психических состояний
3. положительное внушение – при нем происходит формирование положительных качеств или состояний
4. отрицательное внушение – при нем происходит формирование отрицательных качеств или состояний

~ **в зависимости от способов и приемов внушения**

1. прямое (открытое) внушение – открытость цели, прямая направленность на суггеренда
2. косвенное (закрытое) внушение – опосредованное внушение с закрытой целью

~ **в зависимости от количества субъектов**

1. индивидуальное внушение – внушение, направленное на одного субъекта
2. групповое внушение – внушение, при котором субъектом является группа

~ **в зависимости от соотношения между воздействием и ответной реакцией суггеренда**

1. непосредственное внушение – реакция суггеренда проявляется в процессе внушения
2. отсроченное внушение – существует временной разрыв между воздействием суггестора и ответной реакцией суггеренда

Внушаемость – это уровень восприимчивости к внушению, субъективной готовности испытать внушающее воздействие и подчиниться ему.

Факторы, влияющие на внушаемость:

1) возраст (дети и старики – самые внушаемые)

2) психологические особенности:

- особенности темперамента (более внушаемые – меланхолики и холерики, флегматики – наименее внушаемые)
- актуальное психологическое состояние (неуверенность, тревожность, повышенная эмоциональность и впечатлительность повышают внушаемость)
- низкая самооценка (повышает внушаемость)
- слабость логического анализа (повышает внушаемость)
- комплекс неполноценности (повышает внушаемость)
- полоролевые особенности (женщины более внушаемы)

3) ситуативные особенности

- некоторые психические состояния (покой, расслабленность, сильное эмоциональное возбуждение, стресс, утомление, психо-соматические заболевания повышают внушаемость)
- низкий уровень осведомленности и компетентности (повышает внушаемость)
- неопределенность (повышает внушаемость)
- высокая степень значимости (повышает внушаемость)
- дефицит времени (повышает внушаемость)

4) социально-психологические особенности

- свойства суггестора (высокий статус, авторитет, волевое, характерологическое, интеллектуальное превосходство повышают внушаемость)
- отношения между суггестором и суггерендом (доверительность и открытость повышают внушаемость)
- особенности сообщения (уровень аргументированности, сочетание логических и эмоциональных компонентов). Приемы, которые лежат в основе сообщений:

1. конкретность и образность ключевых слов – использование слов, смысл которых понятен и их легко представить;

2. конкретность и образность качеств – чем выше степень абстрактности при описании предмета и его свойств, тем слабее внушение;

3. использование «нет» и «не» настораживает и вызывает сомнение, следовательно повышается контрсуггестия

4. речевая динамика (мягкость голоса, интонационность, паузы, темп речи (средний), тембр речи (баритон))

5. Воздействие звукосочетаниями:

- гласная «И» в словах вызывает ощущение чего-то мягкого и незначительного
- звук «О» мягкий, расслабленный и интонационно теплый
- преобладание звуков «А» и «Э» ассоциируется с эмоциональностью, воодушевлением
- «Ы», шипящие согласные и обилие согласных – мрачное, неприятное, непонятное

4. Убеждение – это механизм организованного воздействия на психику человека, в основе которого лежит изменение установок и взглядов личности. Основывается на системе логических доказательств и предполагает осознанное отношение реципиента к этим доказательствам.

Виды убеждения:

➤ информирование – как правило, в виде рассказа, выстраивается индуктивным или дедуктивным способом;

➤ разъяснение – ИНСТРУКТИВНОЕ разъяснение (схематическое раскладывание информации по различным критериям, в большей степени воздействует на память) и РАССУЖДАЮЩЕЕ разъяснение (выстраивается в системе диалога коммуникатора и реципиента с задаванием вопросов реципиенту, ориентировано на мышление)

➤ доказательство – в основе доказательства лежит выстраивание информации по принципу изложения тезиса и аргументации его с помощью фактов, закономерностей и т.д. Для эффективности коммуникатор должен полностью разделять суть тезиса.

Контрольные вопросы для самоподготовки студентов

1. Что такое контрсуггестия;
2. Какие факторы влияют на заражение;
3. Сущность убеждения и его виды.

Литература

1. [Богачкина Н. А. Психология. Шпаргалка. М.: Эксмо, 2007. – 32 с.](#)
2. [Бондарчук Е.И., Бондарчук Л.И. Основы психологии и педагогики: Курс лекций. – 3-е изд. – К.: МАУП, 2002. -168 с.](#)
3. [Маклаков А.Г. Общая психология. – СПб: Питер, 2016. – 475 с.](#)
4. [Психология. Учебник для гуманитарных вузов / Под общ. ред. В. Н. Дружинина. — СПб.: Питер, 2001. — 656 с.](#)
5. [Столяренко Л.Д. Основы психологии. – 3-е изд. – Р-на-Д: Феникс, 2000.– 671 с.](#)
6. [Ступницкий В. П. Психология: Учебник для бакалавров / В. П. Ступницкий, О. И. Щербакова, В. Е. Степанов. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. — 520 с.](#)

Лекция №7 Психология групп

План:

1. Малая группа и ее виды.
2. Психологические характеристики МГ
3. Групповые процессы.

1. Малые группы (МГ)

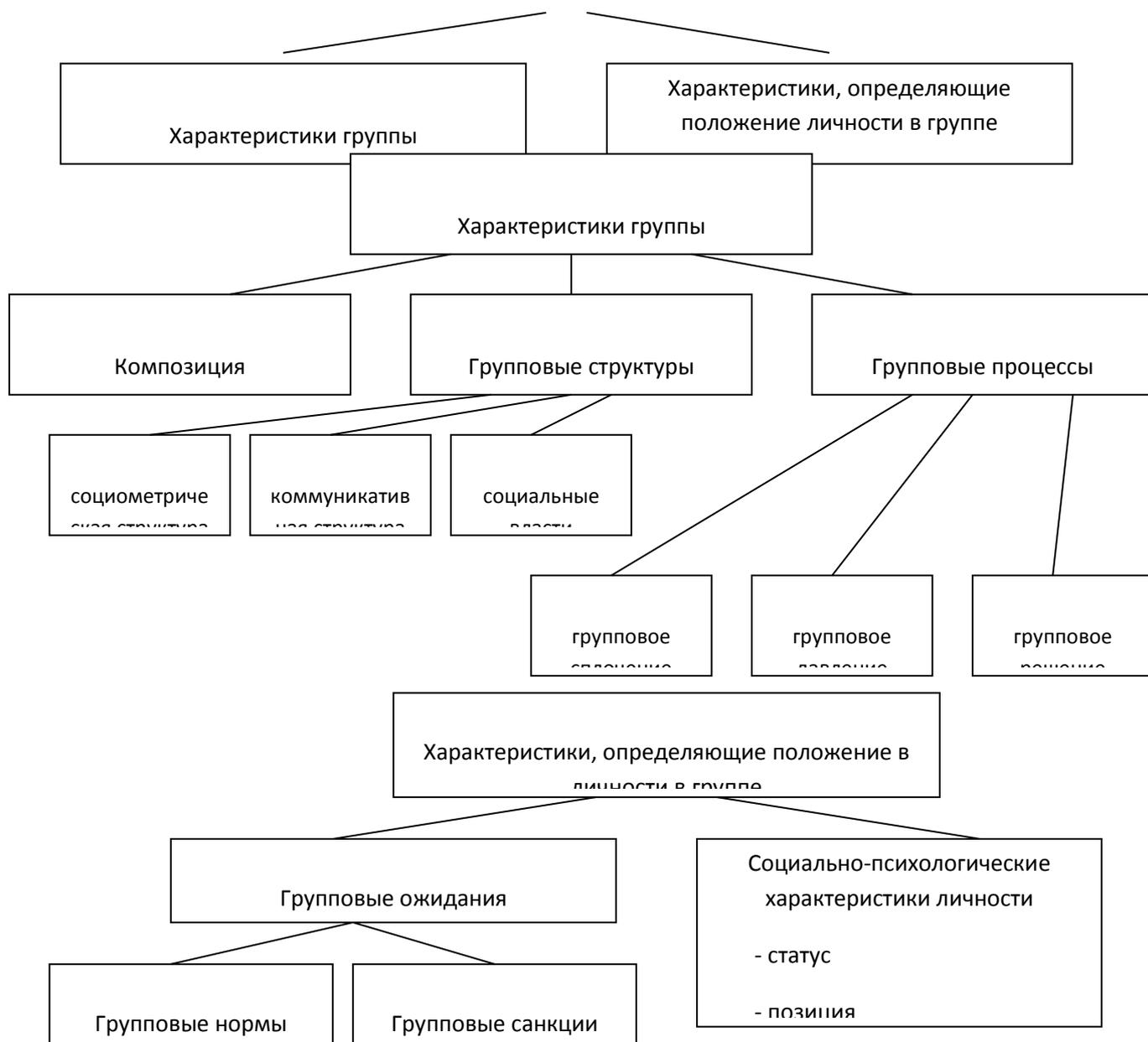
МГ – немногочисленная по составу реально существующая группа, члены которой объединены общей социальной деятельностью и находятся в непосредственном ... контакте.

Размер МГ: нижняя граница – 2-3 члена, верхняя граница – количество членов группы, которые функционально способны выполнить стоящие перед группой задачи.

Виды МГ:

- лабораторные – специально созданные для проведения экспериментов;
- естественные – в реальных жизненных ситуациях
- организованные – наличие документа, регламентирующего деятельность группы и наличие руководителя как официального лица;
 - спонтанные
 - открытые – степень открытости и доступности группы влиянию внешней социальной среды и общества;
 - закрытые
 - стационарные – продолжительность существования больше года;
 - временные – лабораторные, экспериментальные
 - группа членства – по степени значимости группы для индивида с точки зрения интересов, задач, ценностей – индивид находится в группе формально;
 - референтные группы – по степени значимости группы для индивида с точки зрения интересов, задач, ценностей – значимая группа

2. Психологические характеристики МГ



Характеристики группы

1. Композиция – состав группы по значимым и доминирующим характеристикам индивидов (пол, возраст, образование, профессия, национальность, религия, семейное положение, темперамент, характер, способности, направленность).

Групповые структуры

- **Социометрическая структура** – совокупность соподчиненных позиций членов группы в структуре внутригрупповых межличностных предпочтений.

Статусы:

II. Звезда – только одни предпочтения (+)

III. Высокостатусные – система предпочтения больше, чем система отв-я (+>-)

IV. Изолированные (+;- = 0)

V. Низкостатусные (-<+)

VI. Изгой (-)

- **Коммуникативная структура** – совокупность позиций членов группы в системе информационных потоков.

Типы коммуникативных сетей:

> **Централизованная** – в центре информационных потоков – коммуникативный лидер, который играет активную роль в получении, обработке и передаче информации членам группы.

Виды передачи информации в коммуникационной сети:

- фронтальный вид – здесь и сейчас
- иерархический вид – два и более уровне соподчинения членов группы

> **Децентрализованная** – у каждого из членов группы равные права на получение и обработку информации.

Виды:

- цепной
- круговой

- **Структура социальной власти** – это система взаиморасположения членов группы в зависимости от их способности оказывать влияние на группу.

Формы социальной власти:

- руководство – влияние социально зафиксировано, формальной природы.
- лидерство – спонтанно возникающее внутри группы психологическое влияние одного члена группы на других.

Типы лидеров:

- ✦ по содержанию деятельности: лидер-вдохновитель, организатор, смешанный тип
- ✦ по стилю воздействия на группу: авторитарный, демократический, смешанный
- ✦ по характеру деятельности: ситуативный, универсальный.

3. Групповые процессы

Групповая сплоченность – процесс формирования особого типа связей в группе, которые позволяют внешне заданную структуру превратить в психологическую общность людей, в сложный психологический организм, живущий по своим собственным законам.

Факторы, влияющий на групповую сплоченность:

1. Эмоциональная привлекательность членов группы
2. Сходство членов группы между собой (возраст, социальное положение, национальность, сходство в ценностных ориентациях)
3. Особенности групповых целей (цель должна быть понятна каждому члену группы)
4. Групповая цель должна отвечать потребностям
5. Удовлетворенность группой и своим положением в ней

Процесс группового давления (конформизм)

- психологическая характеристика позиции индивида относительно мнения группы.

Три вида конформности:

1. Внешняя конформность – позиция группы принимается индивидом только внешне (на уровне соглашательства), внутреннее мнение индивида не меняется.
2. Внутренняя конформность – индивид усваивает мнение группы и оно становится его внутренней позицией.
3. Негативизм (конформизм наизнанку) – индивид активно противостоит группе, отстаивая свою позицию, тем самым становится привязанным к мнению группы.

Групповое решение – выработка общих подходов и мнений по различным актуальным и принципиальным вопросам группы.

Элементы групповых решений:

1. групповая задача:
 - простые – сложные (несколько фаз)
 - конъюнктивные (кооперация членов группы) – дизъюнктивные (индивидуальные решения)
 - продукционные (новые творческие идеи) - дискуссионные
2. «сдвиг риска» - в процессе обсуждения и дальнейшего принятия группового решения группа склонна принять более рискованное решение в отличие от индивида.

3. групповая поляризация – в процессе обсуждения члены группы высказывают различные мнений, которые в дальнейшем группируются по полюсам.

Характеристики, определяющие положение в личности в группе

Групповые ожидания

1. Групповые нормы – правила, законы и принципы, выработанные группой и регламентирующие поведение и деятельность индивидов в группе. Групповые нормы опираются на групповые ценности.

2. Групповые санкции – система мер контроля и регуляции индивидов в группе.

Позитивные санкции: похвала, материальное вознаграждение.

Негативные санкции: невербальные знаки неодобрения, устные замечания, угрозы, бойкоты, исключение из группы

Социально-психологические характеристики личности в группе

1. Статус – совокупность задаваемых индивиду психологических характеристик, определяющих его место в группе и то, как его будут воспринимать другие члены группы.

2. Позиция - выражение отношения индивида к статусу и к тому, что ему приписывает статус (права и обязанности): положительная, негативная, равнодушная.

3. Роль – функции, с помощью которых личность реализует свой статус.

Контрольные вопросы для самоподготовки студентов

1. Численность малых групп;
2. Назовите социально-психологические характеристики личности группы;
3. Какие внутригрупповые статусы Вам известны.
4. Что входит в структуру власти малой группы.

Литература

1. [Богачкина Н. А. Психология. Шпаргалка. М.: Эксмо, 2007. – 32 с.](#)
2. [Бондарчук Е.И., Бондарчук Л.И. Основы психологии и педагогики: Курс лекций. – 3-е изд. – К.: МАУП, 2002. -168 с.](#)
3. [Маклаков А.Г. Общая психология. – СПб: Питер, 2016. – 475 с.](#)
4. [Психология. Учебник для гуманитарных вузов / Под общ. ред. В. Н. Дружинина. — СПб.: Питер, 2001. — 656 с.](#)
5. [Столяренко Л.Д. Основы психологии. – 3-е изд. – Р-на-Д: Феникс, 2000.– 671 с.](#)
6. [Ступницкий В. П. Психология: Учебник для бакалавров / В. П. Ступницкий, О. И. Щербакова, В. Е. Степанов. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. — 520 с.](#)

Лекция №8 Массовидные явления

План:

1. Большая группа и ее виды.
2. Общественное мнение и общественное настроение.
3. Традиции и обычаи.
4. Слухи и сплетни.

1. Большие группы (БГ)

- группа, функционирующая по какому-либо признаку.

Виды БГ:

1. В зависимости от контактности:
 - реальные (образуют социальную общность и включают в себя значительное количество людей; контакт между членами группы многоступенчатый и опосредованный)
 - условные (выделяются на основе значимых для исслед. признаков, члены группы между собой не контактируют)
2. В зависимости от времени существования:

- стихийные группы (кратковременные, случайно возникшие)
- устойчивые группы (длительно существуют и исторически обусловлены – этнические, профессиональные, социальные)

3. В зависимости от природы:

- социальные слои
- территориально-региональные
- группы-организации (политические, общественные организации)

2. Общественное мнение (ОМ) – форма проявления общественного сознания, которая выражается в виде суждений, идей, представлений о явлениях и проблемах социальной жизни.

Функции:

- регулятивная
- оценочная
- воспитательная
- интегративная

Характеристики:

- оперативность
- гласность
- публичность выражения
- мобильность
- действенность

Этапы формирования ОМ:

1. формирование индивидуальных оценок (ОМ неуправляемо)
2. обмен индивидуальными мнениями, суждениями, оценками

две формы обмена:

- скрытый обмен (используются невербальные средства, отсутствие аргументации, иносказательные выражения)

- открытый обмен (полная аргументация, использование механизма убеждения партнера, формулирование четких выводов и оценок). Можно управлять через лидеров, авторитетных личностей

3. оформление и закрепление ОМ (от индивидуального мнения к общественному, психологическое принуждение)

Виды ОМ:

- официальное ОМ – формируется в процессе проведения официальных мероприятий, ОМ получает официальный статус, закрепляется нормативами

- неофициальное ОМ – формируется в процессе неформального общения

Общественное настроение (ОН) – преобладающее состояние чувств определенной социальной группы в конкретный период времени. В основе ОН находится вся система экономических, политических и социальных отношений.

ОН динамично, менее статично, чем ОМ.

Стадии изменения ОН (динамичность ОН):

- брожения
- поворот
- подъем
- затишье
- спад

Формы изменения ОН:

- ✓ постепенное изменение (проходит все стадии последовательно)
- ✓ резкое изменение (нет стадии брожения – например, мода)
- ✓ взрыв (быстрота движения, все стадии, но поворот и подъем слиты воедино)

1. взрыв массового брожения и недовольства (стихийность, бессознательность, на экономической и политической почве)
2. взрыв поворот (большая сила, коренные изменения ОН, сознательность)
3. взрыв подъем (наибольшая мощность => революция)

3. Традиции – социальные механизмы закрепления, воспроизведения, обогащения и передачи последующим поколениям исторически сложившихся устойчивых повторяющихся способов и приемов деятельности социальных групп и общества в целом.

Функции:

- регуляция
- воспитание
- трансляция (передача культуры от поколения к поколению)

Характеристики традиции:

- ✓ проявляется во всех сферах жизни
- ✓ для формирования традиции необходим определенный исторический период времени
- ✓ складываются на основе тех форм деятельности, которые неоднократно подтвердили свою общественную значимость

Обычай – исторически сложившиеся стереотипные формы массового поведения.

Характеристики:

- унаследованный нормативный способ поведения
- общепринятость и массовость
- медленно изменяются и с трудом корректируются
- выполняются на бессознательном уровне
- формируются в результате повседневного взаимодействия (в бытовой сфере)
- неуклонное следование воспринятому из прошлого опыту

Функции:

- ✓ трансляция культуры

Пути трансляции:

- от поколения к поколению в рамках конкретного общества
- от общества к обществу
- от общества к индивиду (осуществляется процесс социализации в обществе)
- ✓ социальный контроль
- ✓ социальная интеграция (происходит групповое сплочение)

4. Слухи и сплетни

Слухи – форма самовыражения общественного настроения и общественного мнения. В основе лежит недостоверная или искаженная информация, которая **распространяется в устном виде при непосредственном общении**. Возникает при отсутствии полной или достоверной информации.

Виды слухов (классификация):

- 1) по степени недостоверности:
 - абсолютно недостоверные
 - просто недостоверные
 - относительно недостоверные
 - близкие к достоверности
- 2) по эмоциональным характеристикам
 - слух-желание (сильное эмоциональное желание, которое отражает потребности и ожидания аудитории)
 - слух-пугало (в основе – негативные настроения и эмоциональные состояния)
 - агрессивный слух (стимулирует агрессивное поведение общества)

- нелепые слухи (в основе – очевидная нелепость)

Сплетни – разновидность слухов, в основе – неточные, заведомо неверные сведения, ориентированные на популярных индивидуумов в обществе. Удовлетворяют потребность в дополнительной информации о жизни популярных людей.

Функции сплетен:

- 1) информационно-познавательная
- 2) аффилиативно(сближение)-интеграционная
- 3) развлекательно-игровая
- 4) протекционно-компенсаторная (проецирует вытесненные свойства и склонности сплетников и приписываются близкие им самим характеристики)
- 5) социальный контроль (социальный «тормоз»)
- 6) тактическая функция (сплетни как оружие в борьбе).

Контрольные вопросы для самоподготовки студентов:

1. В чем отличие обычаев и традиций.
2. Какие виды БГ Вы знаете.
3. Какие функции выполняют сплетни.
4. Виды слухов в зависимости от эмоциональных характеристик.

Литература

1. [Богачкина Н. А. Психология. Шпаргалка. М.: Эксмо, 2007. – 32 с.](#)
2. [Бондарчук Е.И., Бондарчук Л.И. Основы психологии и педагогики: Курс лекций. – 3-е изд. – К.: МАУП, 2002. -168 с.](#)
3. [Маклаков А.Г. Общая психология. – СПб: Питер, 2016. – 475 с.](#)
4. [Психология. Учебник для гуманитарных вузов / Под общ. ред. В. Н. Дружинина. — СПб.: Питер, 2001. — 656 с.](#)
5. [Столяренко Л.Д. Основы психологии. – 3-е изд. – Р-на-Д: Феникс, 2000.– 671 с.](#)
6. [Ступницкий В. П. Психология: Учебник для бакалавров / В. П. Ступницкий, О. И. Щербакова, В. Е. Степанов. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. — 520 с.](#)