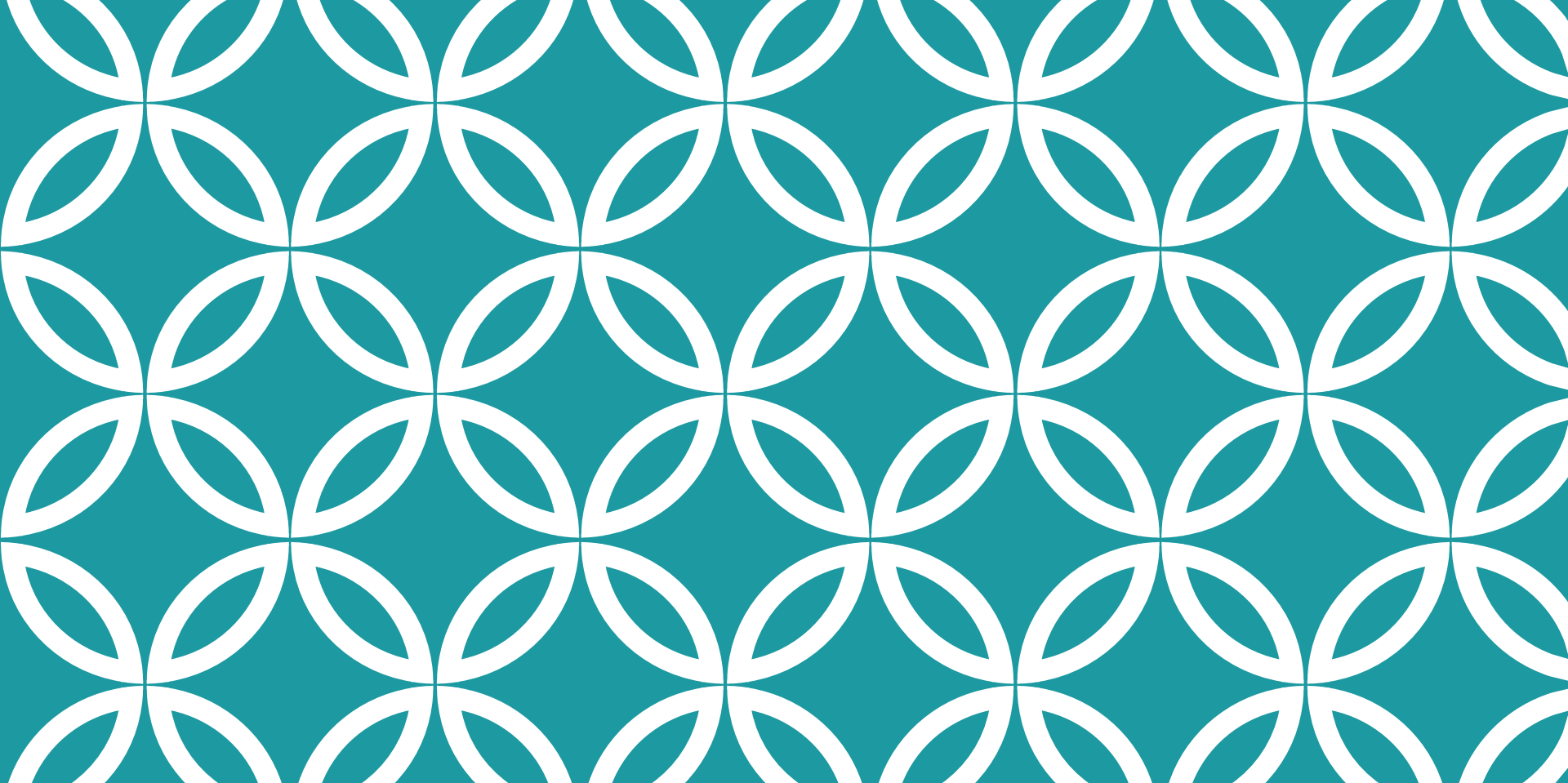




ГРУППОВЫЕ ФЕНОМЕНЫ

Работу выполнила
Лопатина В.В.



ПОНЯТИЕ
ГРУППОВЫХ
ФЕНОМЕНОВ
(ЭФФЕКТОВ)

ПОНЯТИЕ ГРУППОВЫХ ФЕНОМЕНОВ

Динамика группы – это социально-психологические процессы приводящие группу в определенные состояния посредством различных групповых механизмов и обеспечивающие ее формирование, функционирование и развитие. В зарубежной социальной психологии существует целое направление исследований, получившее название «Групповая динамика». Основателем этого направления был американский психолог К. Левин.

В отечественной социальной психологии также занимаются проблемами динамики групп. Представление о динамике группы предполагает рассмотрение следующих вопросов:

- групповые процессы;
- групповые состояния;
- групповые эффекты (феномены);
- уровни развития группы.

ПОНЯТИЕ ГРУППОВЫХ ФЕНОМЕНОВ

Влияние присутствия других людей на психику и поведение отдельного человека является основополагающим феноменом социальной психологии и осуществляется бессознательно. Впервые этот эффект описали В. Мёде, Фл. Олпорт, В.М. Бехтерев в 20-х годах XX века. Люди не индефферентны по отношению друг к другу. Самыми разнообразными сторонами своей психики они реагируют на окружающих. Человек – существо общественное и его реакция на присутствие других проявляется в виде веера самых разнообразных эффектов.

ПОНЯТИЕ ГРУППОВЫХ ФЕНОМЕНОВ

Групповые эффекты – это механизмы функционирования группы, посредством которых осуществляются групповые процессы и достигаются групповые состояния. Они являются средствами, которые обеспечивают интеграцию индивидуальных действий в совместной групповой деятельности и общении. В социальной психологии существуют два базовых групповых эффекта: реакция человека на присутствие других людей и чувство принадлежности к группе.

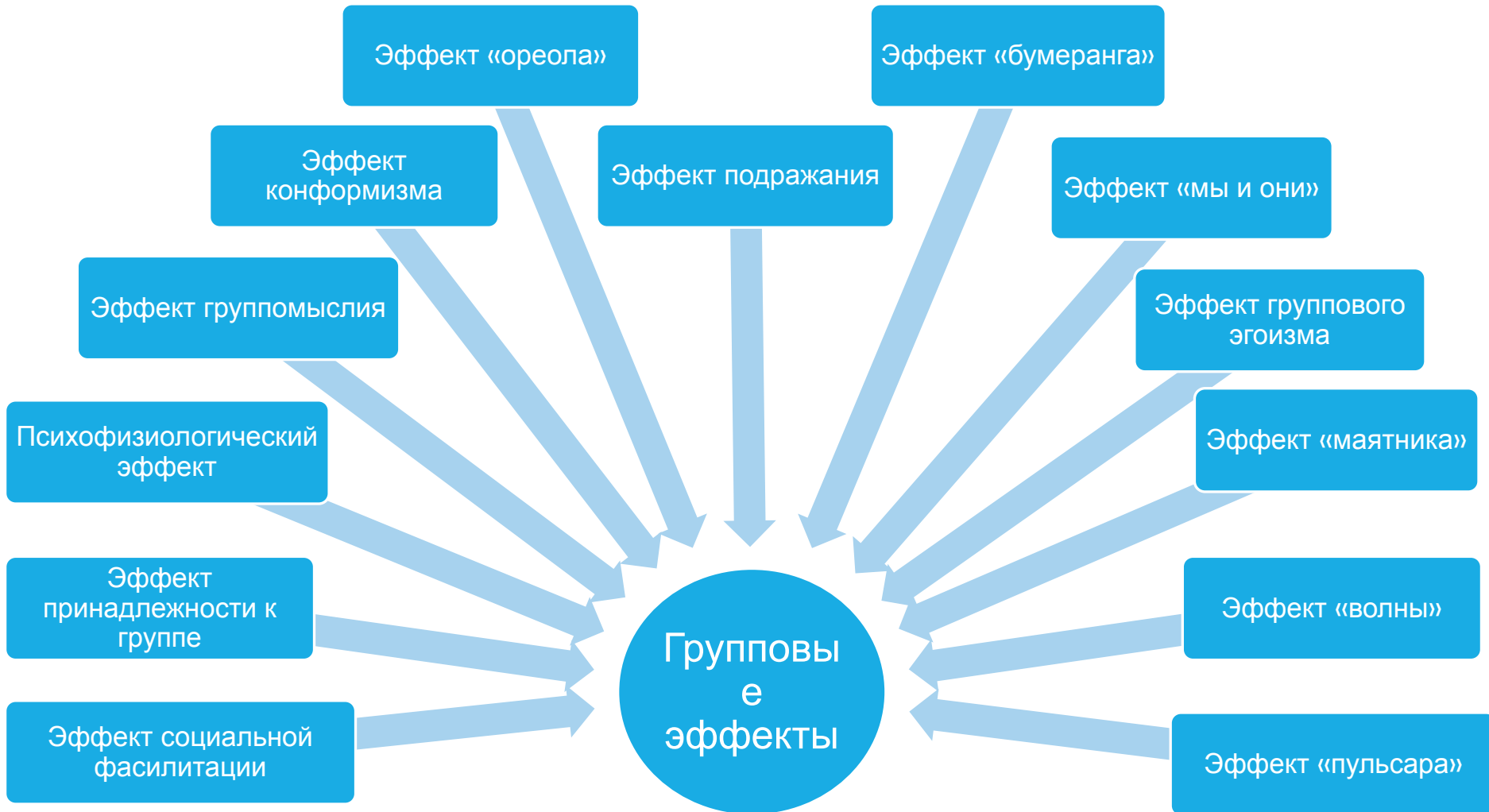
БАЗОВЫЕ ГРУППОВЫЕ ЭФФЕКТЫ

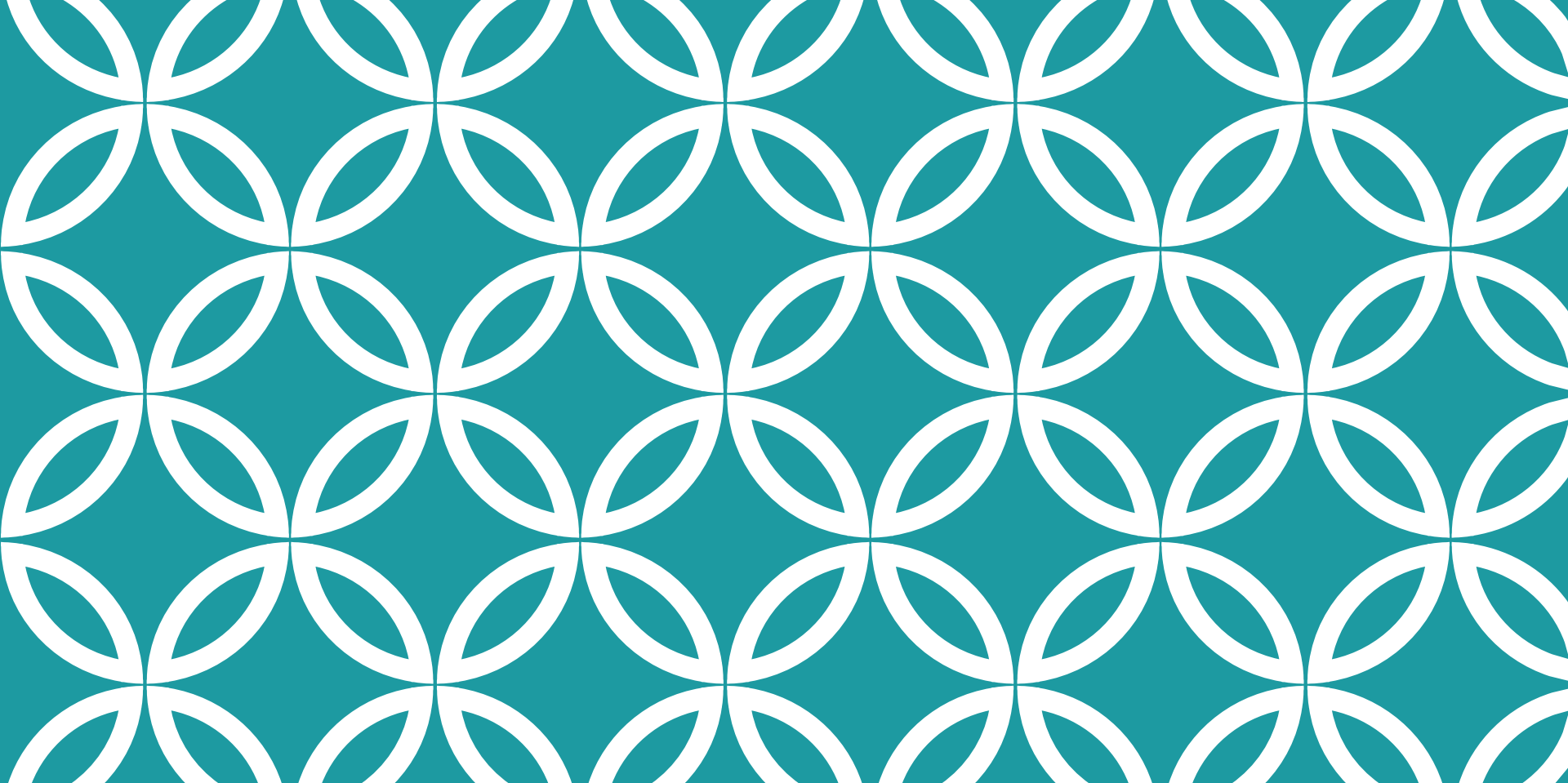
Реакция
человека на
присутствие
других людей

The diagram consists of two blue arrows pointing in opposite directions, connected by a central overlapping section. The left arrow points left and contains the text 'Реакция человека на присутствие других людей'. The right arrow points right and contains the text 'Чувство принадлежности к группе'. The overlapping section is a rounded rectangle that connects the two arrows.

Чувство
принадлежности к
группе

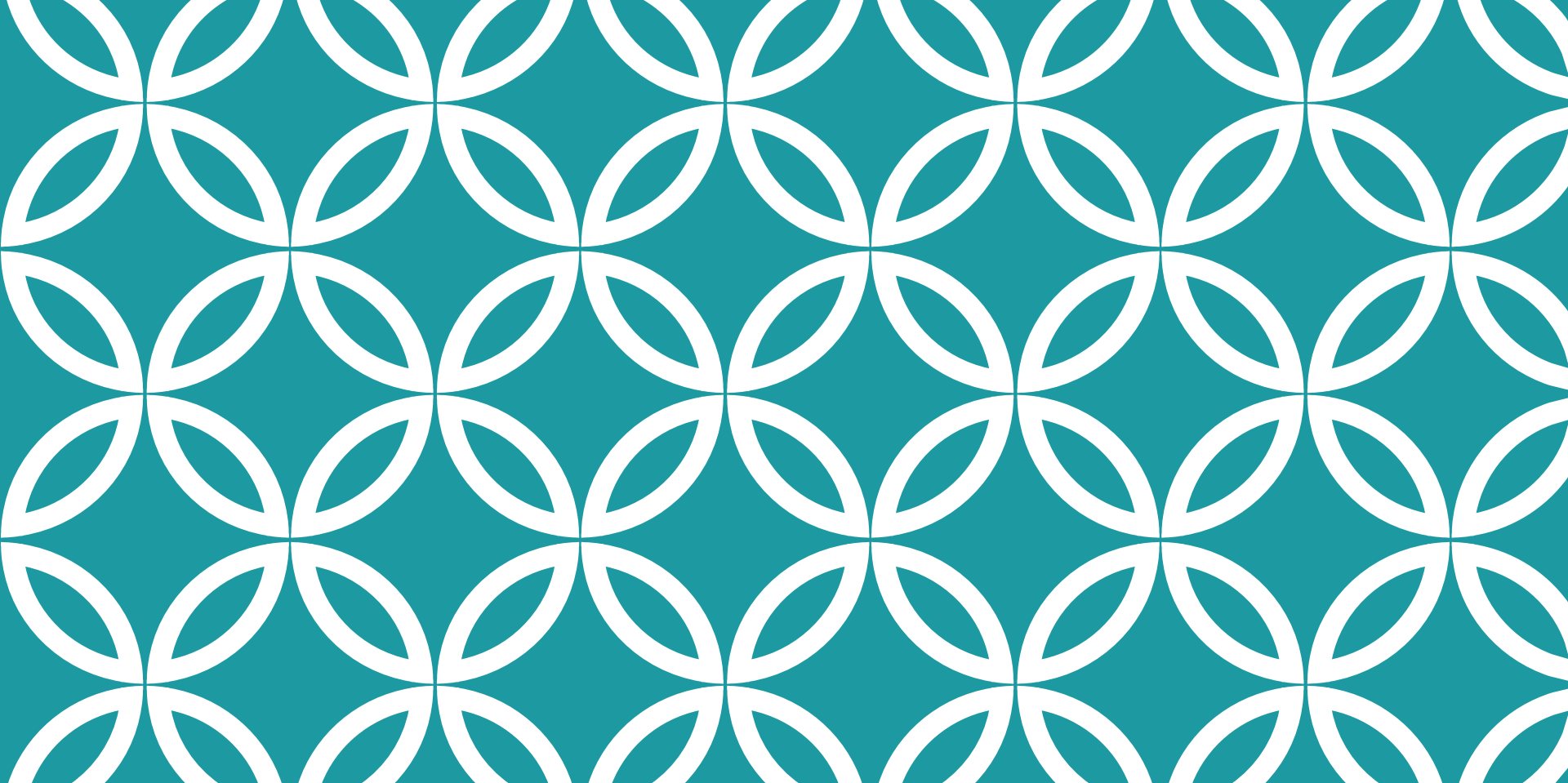
ГРУППОВЫЕ ФЕНОМЕНЫ (ЭФФЕКТЫ)





ГРУППОВЫЕ ФЕНОМЕНЫ (ЭФФЕКТЫ)





ГРУППОВЫЕ ФЕНОМЕНЫ (ЭФФЕКТЫ)

Эффект социальной
фасилитации и
ингибции

ЭФФЕКТ СОЦИАЛЬНОЙ ФАСИЛИТАЦИИ

Фасилитация социальная (от англ. facilitate — облегчать) — повышение скорости или продуктивности деятельности индивида вследствие актуализации в его сознании образа (восприятия, представления и т. п.) другого человека (или группы людей), выступающего в качестве соперника или наблюдателя за действиями данного индивида.

ЭФФЕКТ СОЦИАЛЬНОЙ ФАСИЛИТАЦИИ

Открытие данного эффекта принадлежит Норману Триплетту в 1897 году. Ему же принадлежит и термин, которым он определил открытое явление «социальная фасилитация». Эксперимент Триплетта заключался в изучении влияния ситуации соревнования на изменение скорости велосипедиста по сравнению с результатами, полученными в одиночной гонке. Испытуемыми были 40 детей. Триплетт установил, что велогонщики показывают лучшее время, когда соревнуются друг с другом, а не с секундомером, и сделал вывод о том, что присутствие других побуждает людей к более энергичным действиям.

ЭФФЕКТ СОЦИАЛЬНОЙ ФАСИЛИТАЦИИ

В 20-х годах эффект социальной фасилитации интерпретировался учеными (В. Мёде, Фл. Олпорт, В.М. Бехтерев) как изменение мотивации решения задачи у члена группы в присутствии значимых для него людей. Так, Н. Катрелл на основе своего исследования сделал вывод о том, что посторонние, случайные люди не влияют на успешность работы человека. В наибольшей степени воздействие других обнаруживается в тех случаях, когда они воспринимаются человеком как значимые другие. Причем присутствие значимых других влияло на продуктивность индивидуальной работы не прямо, а косвенно, посредством изменения в мотивации.

ЭФФЕКТ СОЦИАЛЬНОЙ ФАСИЛИТАЦИИ

В середине 60-х годов понимание термина «социальная фасилитация» изменилось. Ученые стали рассматривать ее как более широкое социально-психологическое явление. Так, Р. Зайенс изучал как присутствие других людей создает нервно-психическое (социальное) возбуждение и усиливает доминантные реакции. Повышенное социальное возбуждение способствует доминирующей реакции, независимо от того, правильная она или нет. При решении сложных задач, где не известен алгоритм решения и правильный ответ не напрашивается сам собой, социальное возбуждение, т.е. бессознательная реакция на присутствие других, затрудняет умственные операции (анализ, синтез, установление причинно-следственных связей) и приводит к неправильному решению. Внимание человека переключается с решения задачи на окружающих людей. При решении простых задач реакция является врожденной или хорошо усвоенной. Присутствие других людей оказывается сильнейшим стимулятором и способствует правильному решению.

ВЗАИМОСВЯЗЬ ФАСИЛИТАЦИИ И ИНГИБИЦИИ

Эффект присутствия других может влиять на мотивацию человека как в положительном, так и в отрицательном планах. В положительном плане – это «эффект социальной фасилитации», а в отрицательном – он носит название «эффекта социальной ингибиции».

Социальная ингибиция (от лат. socialis - общественный и inhibere - сдерживать) - социально - психологический феномен, выражающийся в снижение производительности деятельности, ее скорости и качества, когда она совершается в присутствии других людей. Может проявляться даже тогда, когда другие присутствуют не реально, а лишь в воображении.

Так, например, присутствие других снижает эффективность деятельности человека при заучивании бессмысленных слогов, при прохождении лабиринта и при решении сложных примеров на умножение.

ЭФФЕКТ СОЦИАЛЬНОЙ ФАСИЛИТАЦИИ

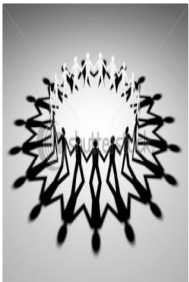
Люди реагируют на присутствие друг друга бессознательно. Согласно Д. Майерсу, факторами, определяющими степень реакции, являются:



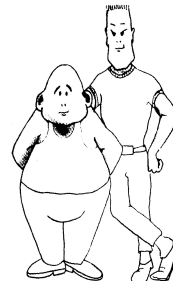
1. Количество окружающих людей. Воздействие других возрастает с увеличением их количества. Человек гораздо сильнее возбуждается в окружении большого количества людей. Массовидность повышает возбуждение, которое обостряет доминирующую реакцию.



2. Взаимоотношения симпатии или антипатии внутри группы.




3. Значимость окружающих людей для человека.




4. Степень пространственной близости между людьми. Социальное возбуждение сильнее, чем теснее друг к другу располагаются люди.

ЭФФЕКТ СОЦИАЛЬНОЙ ФАСИЛИТАЦИИ


Д. Майерс указывает три причины возникновения эффекта социальной фасилитации:



- Социальное возбуждение, т.е. возбуждение нервной системы от присутствия других людей, является врожденным и присуще большинству общественных животных.



- Боязнь социальной оценки или обеспокоенность тем, как нас оценивают другие люди. Доминантная реакция усиливается, если человек думает, что его оценивают.



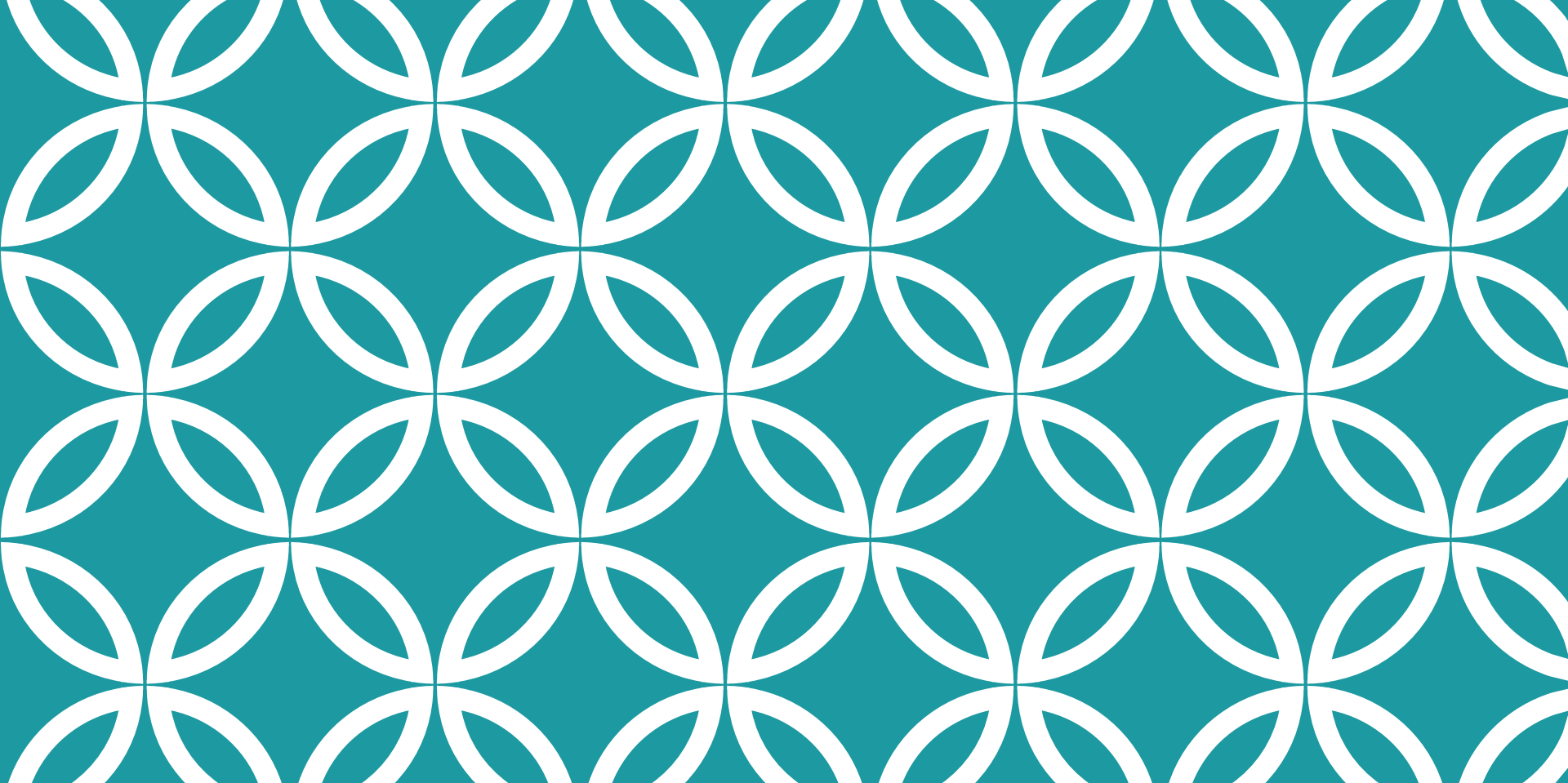
- Отвлечение внимания от конкретной задачи и конкретной деятельности и переключение внимания на окружающих. Это перегружает когнитивную систему и вызывает возбуждение.

ЭФФЕКТ СОЦИАЛЬНОЙ ФАСИЛИТАЦИИ

Итак, социальную фасилитацию можно понимать в широком узком смысле.

В широком смысле социальная фасилитация – усиление доминантных (привычных, хорошо усвоенных) реакций человека в присутствии других.

Социальная фасилитация в узком смысле понимается как усиление мотивации человека разрешить поставленную перед ним задачу в присутствии других людей. Уменьшение мотивации называется социальной ингибцией.



ГРУППОВЫЕ ФЕНОМЕНЫ (ЭФФЕКТЫ)

Эффект
принадлежности к
группе

ЭФФЕКТ ПРИНАДЛЕЖНОСТИ К ГРУППЕ

Эффект принадлежности к группе – это второй базовый групповой эффект.

В истории социальной психологии разные ученые изучали этот эффект и обозначали его различными терминами.

ЭФФЕКТ ПРИНАДЛЕЖНОСТИ К ГРУППЕ



ЭФФЕКТ ПРИНАДЛЕЖНОСТИ К ГРУППЕ

В сущности групповая идентичность является диспозиционным образованием, то есть установкой на принадлежность к определенной группе. Как и любая установка, она состоит из трех компонентов – когнитивного, эмоционального и поведенческого и регулирует поведение человека в группе.

ЭФФЕКТ ПРИНАДЛЕЖНОСТИ К ГРУППЕ

Французский психолог С. Московичи предложил гипотезу о том, что сознание человека строится как идентификационная матрица, в основе которой лежат множество групповых идентичностей.

Опираясь на идеи С. Московичи, можно разделить групповые идентичности на три группы.



ЭФФЕКТ ПРИНАДЛЕЖНОСТИ К ГРУППЕ

В определенное время в зависимости от обстоятельств одна из идентичностей становится ведущей, доминирующей и структурирует идентификационную иерархию. Человек воспринимает, классифицирует окружающий мир, отбирая необходимую информацию, принимая решения и совершая поступки в соответствии с доминирующей в данный момент идентификацией. Идентификация же определяет параметры сравнения собственной группы с другими группами и человек реагирует на мир и окружающих людей с позиций своей групповой принадлежности.

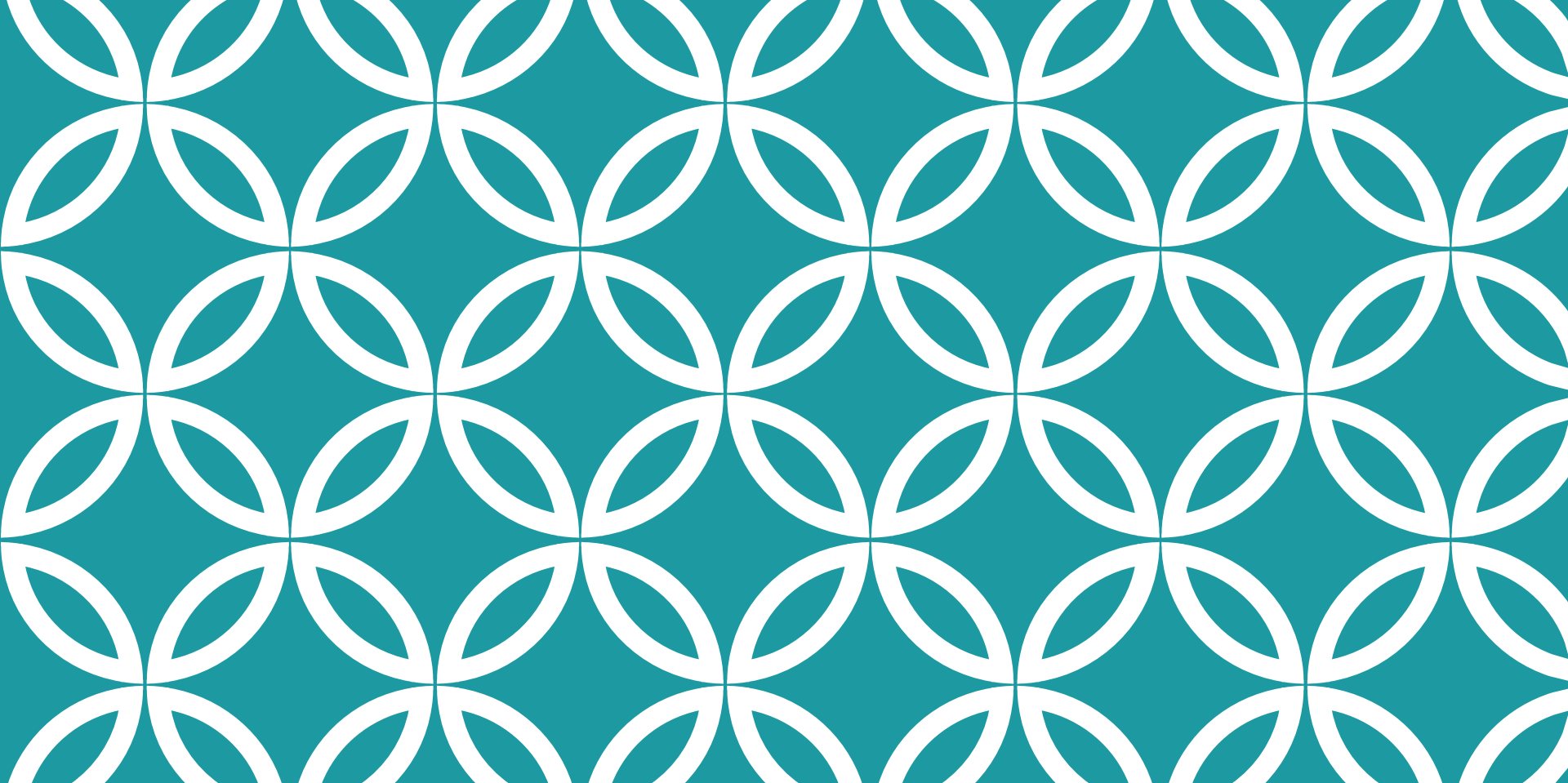
При изменении обстоятельств (внешних или внутренних) место доминирующей занимает другая идентификация, строится новая иерархия в сознании субъекта, восприятие окружающего мира и поведение человека изменяются. Необходимо отметить, что перестройка некоторых идентификационных иерархий может происходить довольно часто. Например, на работе преобладают профессиональные идентификации, дома - семейно-ролевые, в общении с друзьями половые и возрастные и пр. Таким образом группа, в которой в данный момент находится человек, предопределяет идентификационную иерархию.

Необходимо отметить, что в последние годы в научной литературе в качестве обозначения групповой принадлежности принят термин «групповая идентичность».

ЭФФЕКТ ПРИНАДЛЕЖНОСТИ К ГРУППЕ

Последствия эффектов социальной фасилитации и групповой идентичности проявляются в разнообразных социально-психологических эффектах. Они влияют на:

- ❑ психофизиологию человека (психофизиологический эффект);
- ❑ деятельность человека (эффект социальной лени);
- ❑ мышление человека (эффект синергии и эффект группомыслия)
- ❑ поведение человека и его мнения (эффект конформизма, эффект подражания);
- ❑ восприятие окружающих людей (эффект ореола и эффект бумеранга);
- ❑ общение и взаимодействие с другими людьми (эффекты «мы и они», группового фаворитизма и группового эгоизма);
- ❑ эмоционально-волевою сферу человека (эффекты маятника, волны и пульсара).



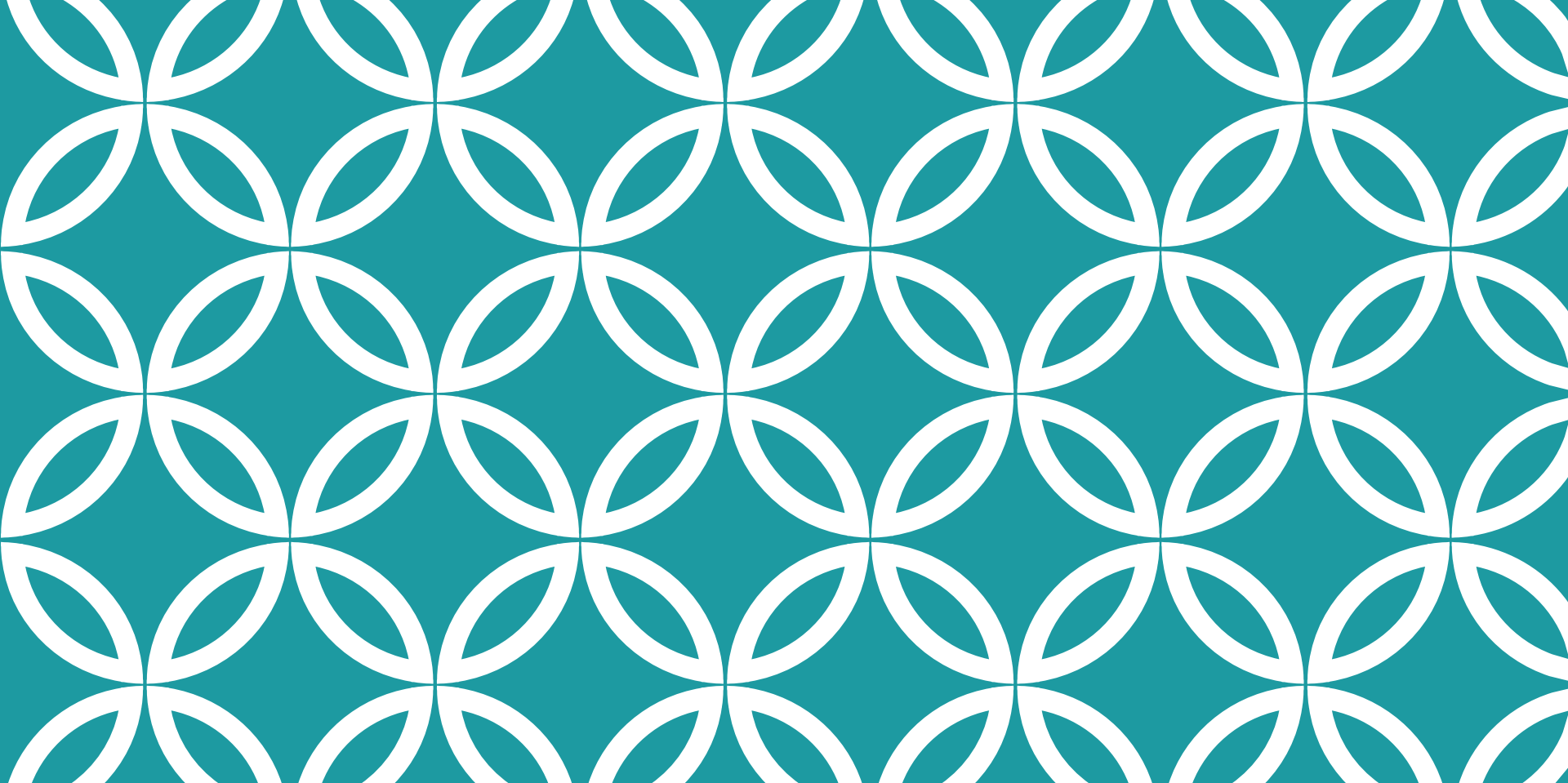
ГРУППОВЫЕ ФЕНОМЕНЫ (ЭФФЕКТЫ)

Психофизиологический
эффект

ПСИХОФИЗИОЛОГИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ

Психофизиологический эффект – это изменение психофизиологических реакций и состояния человека в присутствии других людей. Было экспериментально установлено, что усиливается потоотделение, учащается дыхание, усиливаются мышечные сокращения, повышается давление крови и частота пульса.

Причем, чем значимее ситуация группового взаимодействия и значимее окружающие люди, тем ярче выражен психофизиологический эффект.



ГРУППОВЫЕ ФЕНОМЕНЫ (ЭФФЕКТЫ)

Эффект группомыслия

ЭФФЕКТ ГРУППОМЫСЛИЯ

Эффект группомыслия – это способ мышления, приобретаемый людьми в ситуации, когда поиск согласия становится настолько доминирующим в сплоченной группе, что начинает пересиливать реалистическую оценку возможных альтернативных действий.

Открытие этого феномена и изобретение термина «группомыслие» или «огруппление мышления» принадлежит американскому психологу Ирвингу Джанису.

ЭФФЕКТ ГРУППОМЫСЛИЯ

Эффект «группомыслия» возникает как противоположность эффекту «синергии», при котором предлагаются, а затем и обсуждаются различные варианты решения задачи. Эффект «группомыслия» возникает в ситуации, когда критерием истинности служит сплоченное мнение группы, которое противопоставляется мнению отдельного человека. В том случае, когда члены группы сталкиваются с угрозой разногласий, споров и конфликтов, они стараются уменьшить групповой когнитивный диссонанс и устранить возникшие при этом негативные чувства, пытаясь найти решение, устраивающее всех, даже если это решение не будет объективным и разумным с точки зрения каждого отдельного члена группы.



ЭФФЕКТ ГРУППОМЫСЛИЯ

Обычно для группы, вовлеченной в подобную стратегию принятия решений, поиск консенсуса становится столь важен, что члены группы добровольно отказываются от каких-либо сомнений и возможностей взглянуть на задачу новым, оригинальным, не традиционным взглядом. Отдельные члены группы могут даже превратиться в своеобразных «стражей мысли» – быстро фиксирующих и жестко наказывающих любое инакомыслие.

ЭФФЕКТ ГРУППОМЫСЛИЯ



Вера в этичность группы, правильность ее мнения, выбора, морали. Считается, что группа не только всегда права, но и никогда не согрешит против общепринятой морали и нравственности. Единоразово нарушив общепринятую мораль, члены группы могут позволить себе нарушать и внутригрупповую мораль. Члены группы, попавшие в ловушку «группомыслия», становятся «нравственно глухими».



Оптимизм: в поисках консенсуса группы проявляют излишний оптимизм, который мешает им увидеть признаки опасности в достижении всеобщего единодушия, согласия и безальтернативного выбора. Подобное может произойти и с членами группы, жертвующими истиной во имя консенсуса, они становятся «интеллектуально слепыми».



Рационализация: группа тратит гораздо больше времени на объяснение и оправдание своих решений, чем на их обдумывание и обсуждение различных вариантов. Члены группы становятся «эмоционально бесчувственными», стремясь рационализировать свои действия и решения.



Стереотипизация: в ситуации группомыслия проявляется стереотипность мышления, склонность выбирать стандартные, уже знакомые решения, приводившие ранее, возможно в иных ситуациях, к успеху.



Конформизм: в подобных группах эффект конформизма проявляется в наибольшей степени. Группа быстро и эффективно подавляет мнения и предложения, отличающиеся от общепринятого.



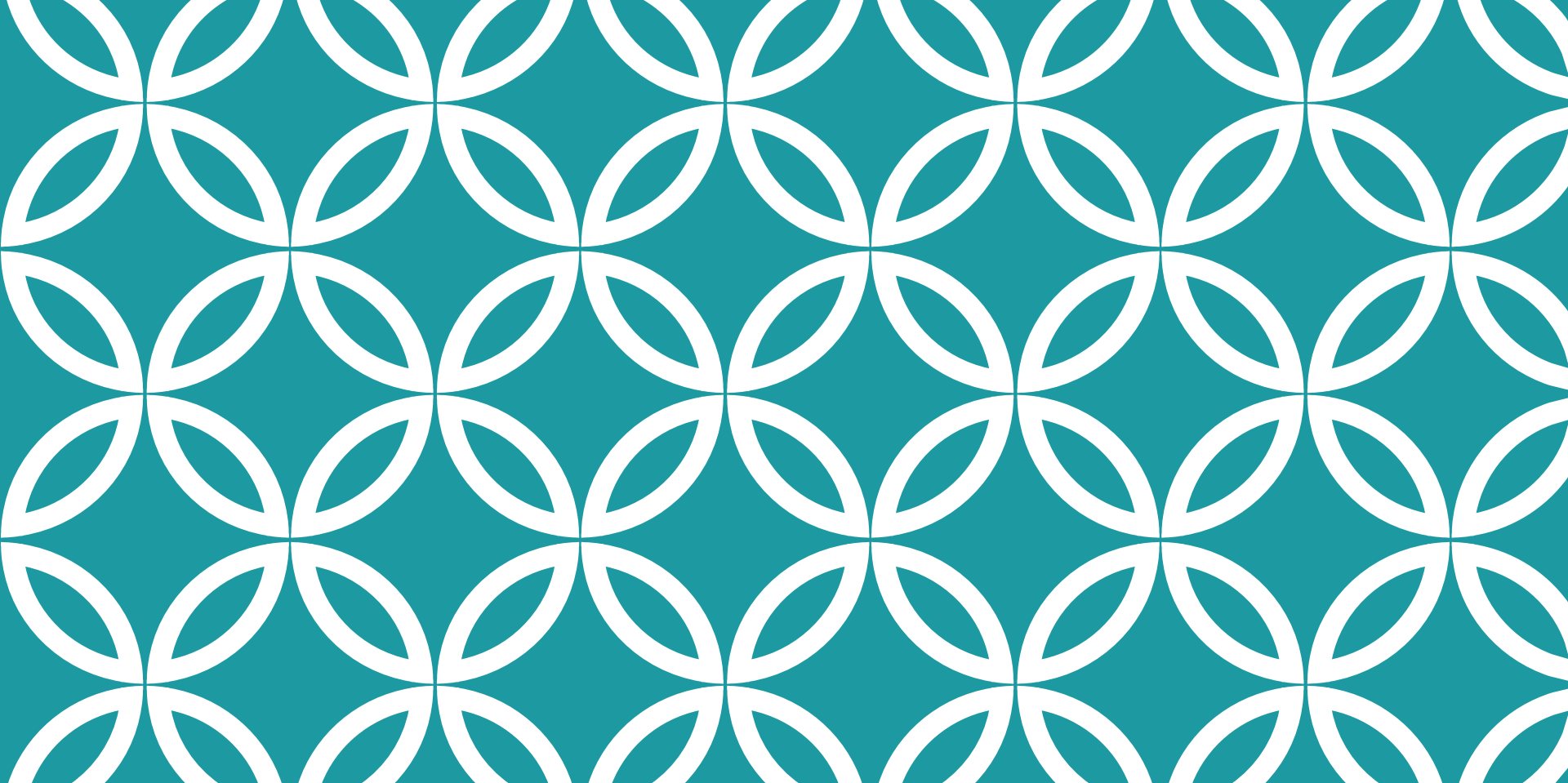
Самоцензура; поскольку главная цель членов группы состоит в достижении консенсуса, они сознательно отбрасывают, скрывают свои опасения, подавляют в себе желание идти наперекор мнению группы.



Иллюзия единодушия: конформизм и самоцензура не дают разрушиться консенсусу. У каждого члена группы возникает иллюзия единодушия, правильности группового решения.

ЭФФЕКТ ГРУППОМЫСЛИЯ

Таким образом, человек зависим от группы в своих контактах с окружающим миром, в подавляющем большинстве случаев он склонен уступать группе. Даже сенсорная информация человека может быть искажена социальным давлением.



ГРУППОВЫЕ ФЕНОМЕНЫ (ЭФФЕКТЫ)

Эффект конформизма

ЭФФЕКТ КОНФОРМИЗМА

Эффект конформизма – это изменение поведения или мнения человека в результате реального или воображаемого давления группы.

ИСТОРИЯ ИЗУЧЕНИЯ ЭФФЕКТА КОНФОРМИЗМА

В 1937 году Музафер Шериф изучал возникновение групповых норм в лабораторных условиях. Он впервые экспериментально доказал, что люди склонны соглашаться с мнением других, часто доверяют суждениям других людей больше, чем самому себе.

В 1956 году Соломон Аш применил термин «конформизм» и описал результаты своих экспериментов с подставной группой и наивным испытуемым.

В 1965 году Стенли Милграм начинает серию своих известных экспериментов по изучению когнитивного диссонанса, возникающего в случае давления авторитетного мнения на совесть и мораль пытаемых.

УСЛОВИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ КОНФОРМИЗМА

- Степень конформизма возрастает, если задание действительно сложное или испытуемый чувствует свою некомпетентность

Сложность испытания

- Люди с заниженной самооценкой больше подвержены групповому давлению, нежели люди с завышенной самооценкой

Тип личности

- Наибольшую степень конформизма люди проявляют тогда, когда сталкиваются с единодушным мнением трех и более человек

Численность группы

- Конформность повышается, если, во-первых группа состоит из экспертов, во-вторых, члены группы являются значительными людьми для человека, в-третьих, члены группы принадлежат к одной социальной среде

Состав группы

- Чем больше степень сплоченности группы, тем больше у нее власти над своими членами

Сплоченность

- Люди, имеющие наибольший статус, обладают и наибольшим влиянием, им легче оказывать давление, им чаще подчиняются

Статус, авторитет

- Если к человеку, отстаивающему свое мнение или сомневающемуся в единодушном мнении группы, присоединяется хотя бы один союзник, давший правильный ответ, то тенденция подчиняться

Наличие союзника

- Более высокий уровень конформизма люди показывают, когда они должны выступить перед окружающими, а не когда они записывают свои ответы в тетради. Высказав мнение публично, люди, как правило, продолжают его придерживаться

Публичный ответ

ЭФФЕКТ КОНФОРМИЗМА

С. Аш определял конформизм как «отказ индивида от дорогих и значимых для него взглядов ради того, чтобы оптимизировать процесс адаптации к группе, а отнюдь не любое выравнивание мнений». Конформизм или конформное поведение показывает меру подчинения индивида групповому давлению, принятия им определенного стандарта, стереотипа поведения, норм, ценностей, ценностных ориентации группы.

ЭФФЕКТ КОНФОРМИЗМА

Противоположным конформизму является поведение самостоятельное, устойчивое к групповому давлению. В отношении к давлению группы мы различаем четыре типа поведения

•мнения и нормы группы принимаются человеком лишь внешне, а внутренне, на уровне своего самосознания, он продолжает не соглашаться с группой, вслух этого не высказывает. В принципе это и есть истинный конформизм. Это тип поведения приспособливающегося к группе человека.

Внешний
конформизм

•человек действительно усваивает мнение большинства и полностью согласен с этим мнением, что показывает высокий уровень внушаемости данного человека. Это тип приспособливающегося к группе человека.

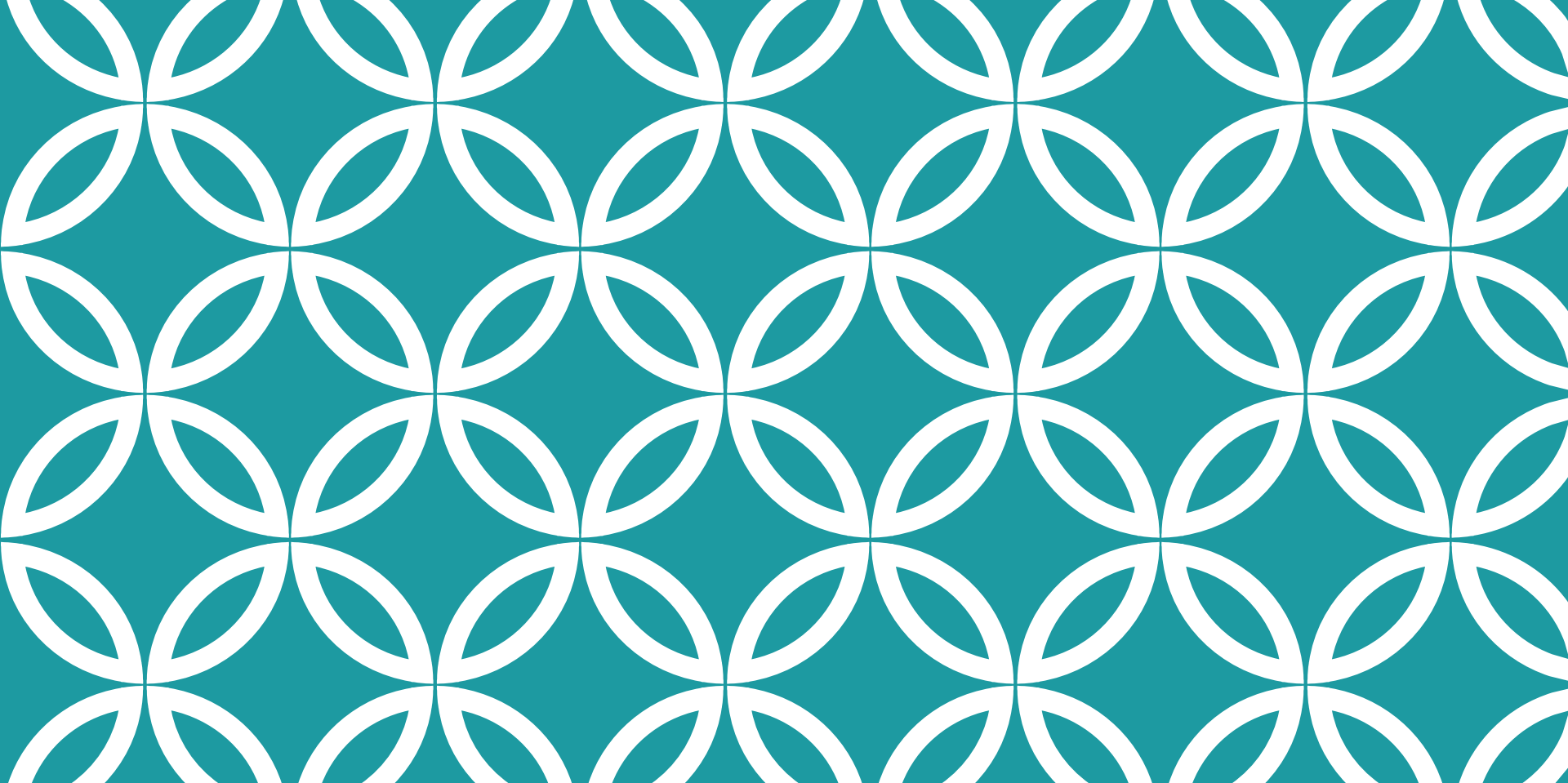
Внутренний
конформизм

•независимость, самостоятельность норм, ценностей и суждений, неподверженность давлению группы. Это тип поведения самодостаточного человека, когда точка зрения не меняется в угоду большинству и не навязывается другим.

Нонконформизм

•человек сопротивляется давлению группы, активно отстаивает свое мнение, стремится к тому, чтобы его индивидуальное мнение стало мнением всей группы. Это тип поведения человека, не приспособливающегося к группе, а стремящегося приспособить группу к самому себе.

Негативизм



ГРУППОВЫЕ ФЕНОМЕНЫ (ЭФФЕКТЫ)

Эффект подражания

ЭФФЕКТ ПОДРАЖАНИЯ

Эффект подражания – это следование общим образцам поведения, примерам, эталонам, стереотипам, принятым в группе.

Подражание – один из основных механизмов групповой интеграции. В процессе группового взаимодействия члены группы вырабатывают общие стереотипы поведения, следование которым подчеркивает и укрепляет их членство в группе. Во внешнем выражении такая стереотипизация даже может вылиться в униформу (например, форма военных, деловой костюм бизнесмена, белый халат врача), которая показывает окружающим, к какой именно социальной группе принадлежит тот или иной человек, какими нормами, правилами и стереотипами регулируется его поведение.

ЭФФЕКТ ПОДРАЖАНИЯ

Р. Чалдини вводит два принципа для объяснения эффекта подражания.

Первый принцип

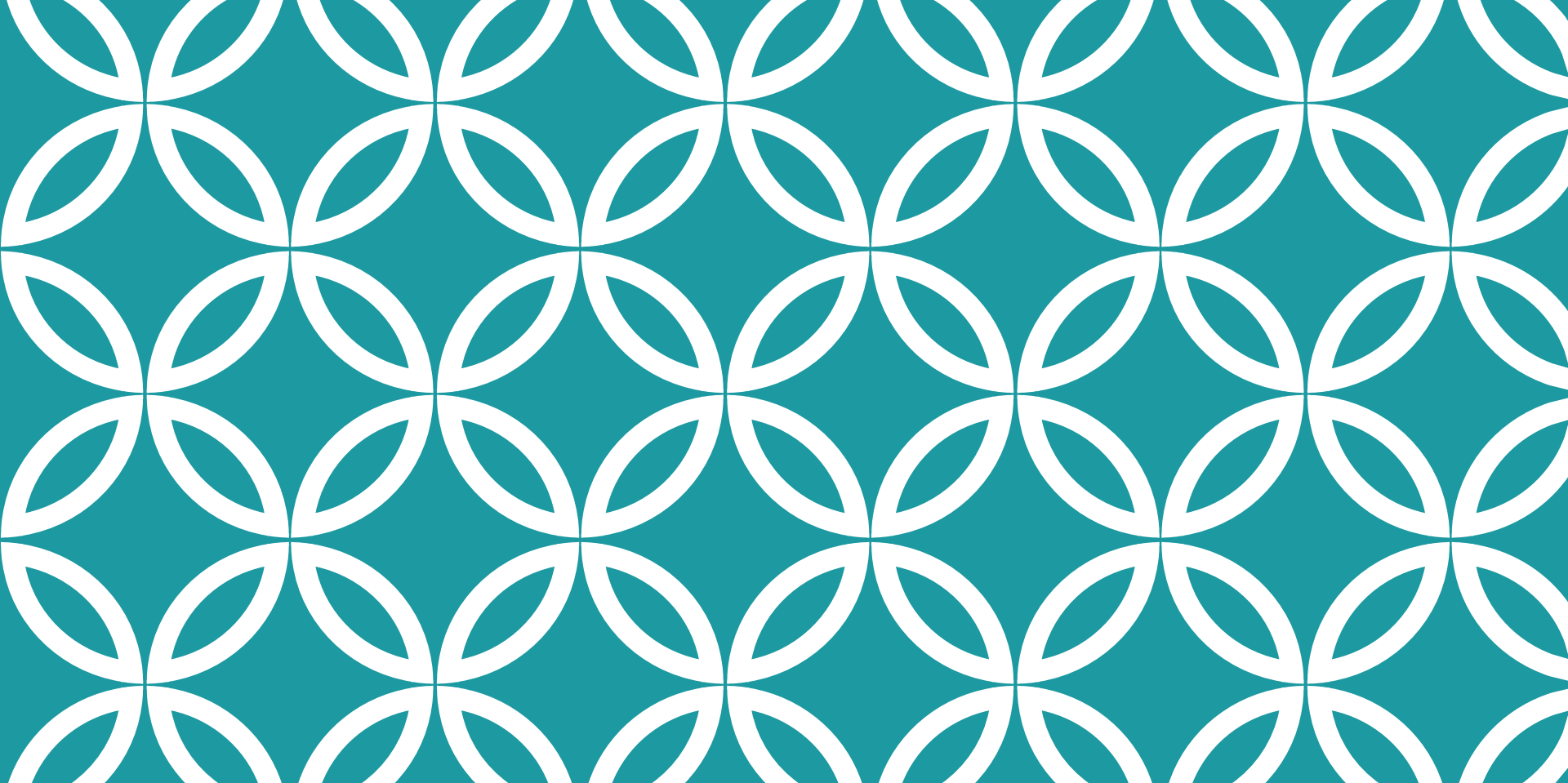
«Мы считаем свое поведение правильным в данной ситуации, если часто видим других людей, ведущих себя подобным образом».

Второй принцип

«Когда люди не уверены в себе, а ситуация представляется им не ясной или двусмысленной, они склонны оглядываться на других и признавать их действия правильными».

То есть, когда люди не чувствуют себя уверенно, они в большей степени ориентируются на действия других, чтобы решить, как действовать им самим. Люди более склонны следовать примеру похожего на них человека, чем непохожего.

Эффект подражания близок к эффекту конформизма. Однако если при конформизме группа так или иначе оказывает давление на своего члена, то при подражании следование групповым требованиям является добровольным.



ГРУППОВЫЕ ФЕНОМЕНЫ (ЭФФЕКТЫ)

Эффект «ореола»

ЭФФЕКТ «ОРЕОЛА»

Эффект «ореола», или «гало-эффект» - это влияние на содержание знаний, мнений, оценок личности специфической установки, имеющейся у одного человека по отношению к другому.

Специфическая установка может возникнуть у воспринимающего человека на основе ранее полученной информации или на основе искажения информации о статусе, репутации, профессиональных качествах или личностных характеристиках другого человека.

Э. Аронсон отмечает, что то, что мы узнаем о человеке в первую очередь имеет решающее значение на наше суждение о нем. Сформировавшаяся специфическая установка служит «ореолом», мешающим видеть субъекту реальные черты, достоинства и недостатки объекта восприятия.

УСЛОВИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ЭФФЕКТА «ОРЕОЛА»



Дефицит времени.

У человека нет времени, чтобы обстоятельно познакомиться с другим человеком и внимательно обдумать его качества личности или ситуацию, в которую он попал.

Перегруженность информацией.

Человек настолько перегружен информацией о различных людях, что у него нет возможности и времени подумать детально о каждом в отдельности.



Незначимость другого человека.

Соответственно возникает смутное, неопределенное представление о другом, его «ореол».

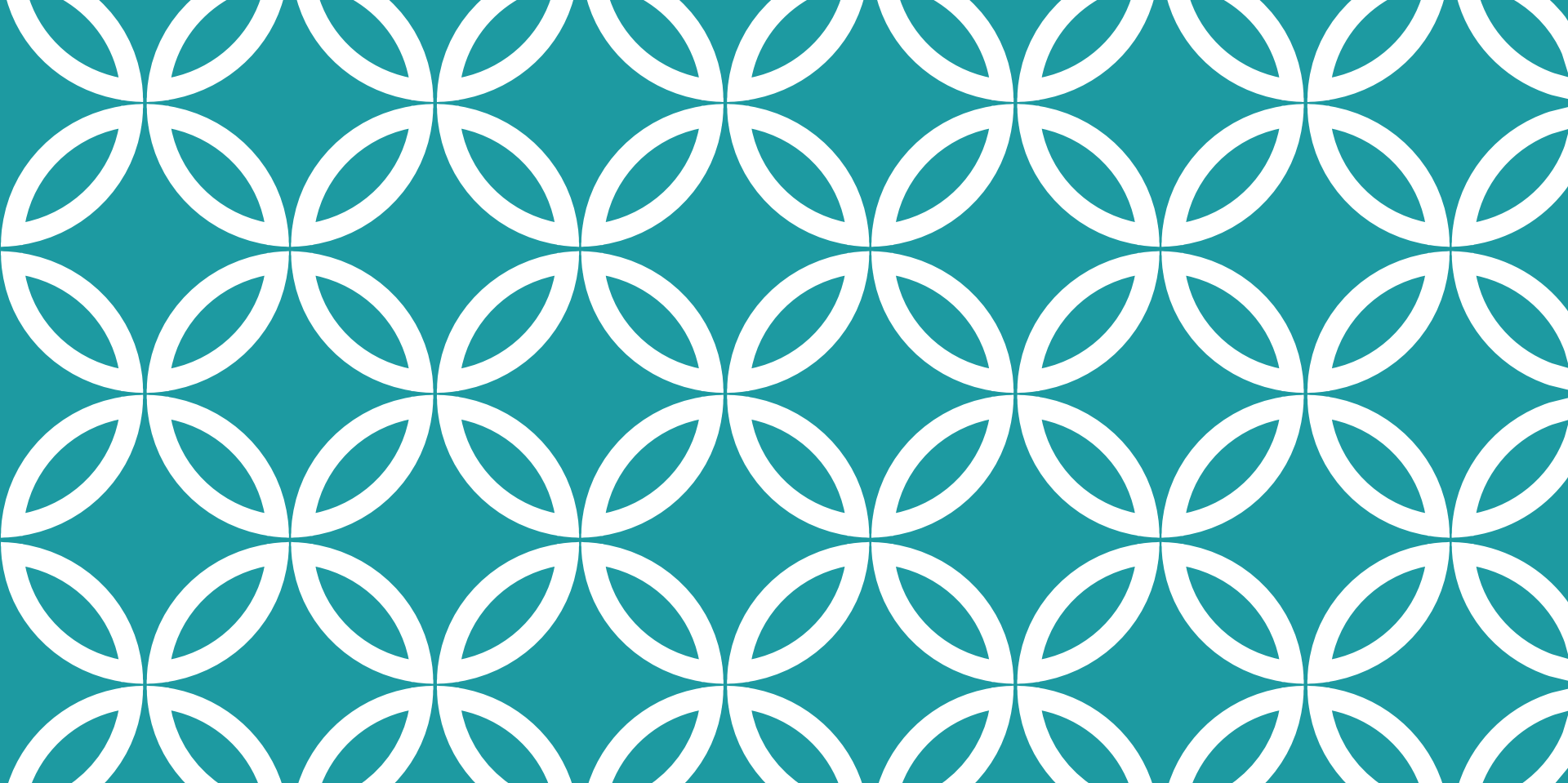
Стереотип восприятия,

возникший на основе обобщенного представления о большой группе людей, к которой данный человек по тем или иным параметрам принадлежит.



Яркость, неординарность личности.

Одна какая-то черта личности бросается в глаза окружающим и оттеняет на задний план все его другие качества. Физическая привлекательность часто является именно такой характерной чертой.



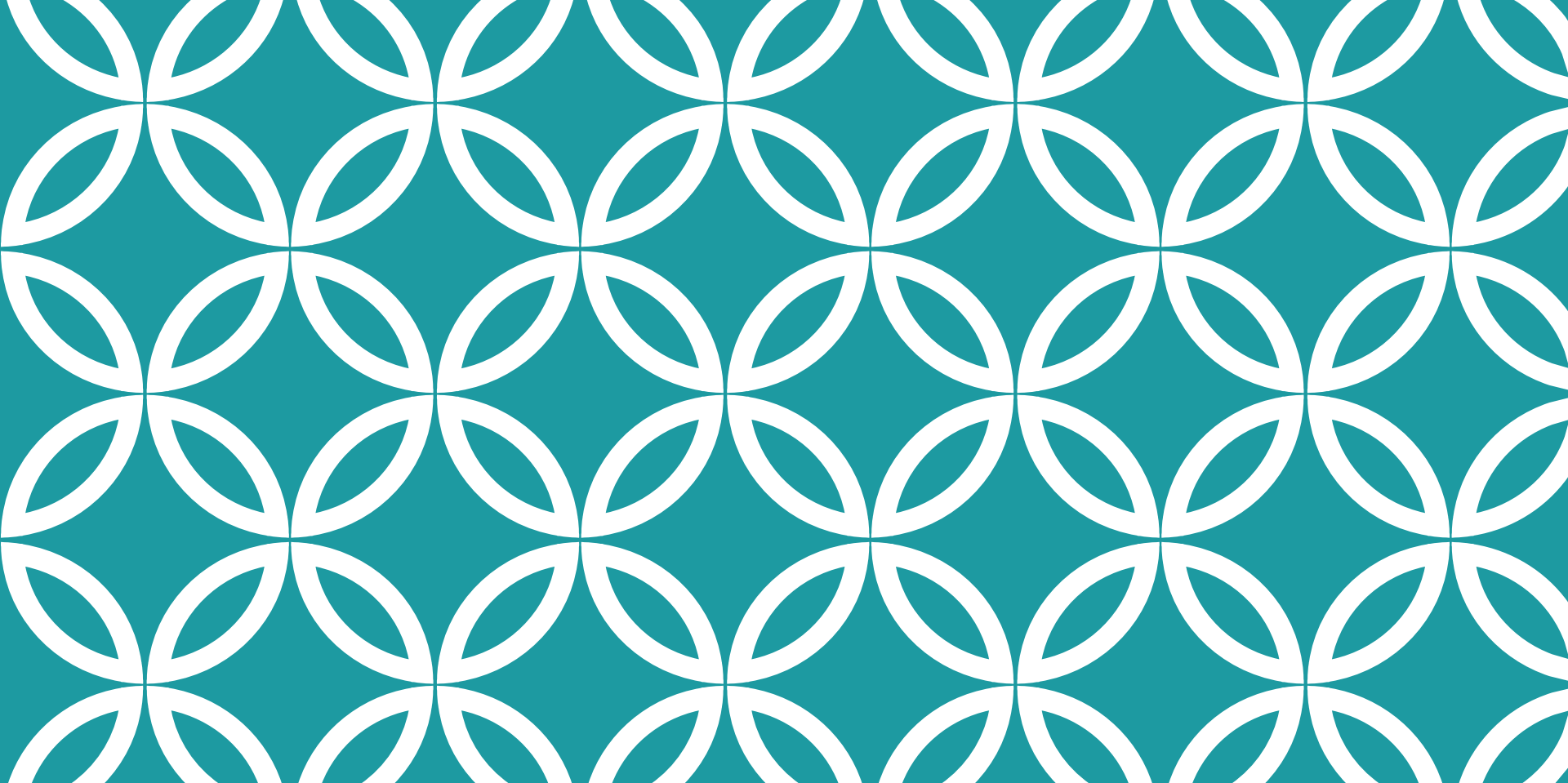
ГРУППОВЫЕ ФЕНОМЕНЫ (ЭФФЕКТЫ)

Эффект «бумеранга»

ЭФФЕКТ «БУМЕРАНГА»

Действия или информация, направленные против кого-либо, оборачиваются против тех, кто совершил эти действия или дал эту информацию. Эффект «бумеранга» впервые был зафиксирован в деятельности средств массовой коммуникации. Он заключается в следующем: человек, воспринимающий информацию, не признает ее содержание или вывод истинными и продолжает придерживаться ранее существовавшей установки или вырабатывает новое оценочное суждение по отношению к освещаемому событию, но это суждение или установка, как правило, оказываются противоположными той установке, которую пытались ему внушить через средства массовой коммуникации. Эффект «бумеранга» может возникнуть в случае противоречивости информации, недоверия к ее источнику, методам убеждения и пр.

Этот эффект проявляется и в непосредственном общении и взаимодействии людей. Социально-психологические исследования показывают, что агрессивные действия или слова одного человека, направленные против другого, в итоге оборачиваются против того, кто совершил эти действия или произнес эти слова. Окружающие люди, как правило, рано или поздно устанавливают истину, и тогда агрессивные действия бумерангом возвращаются к совершившему их человеку. Например, в ситуации возникновения конфликта более вероятно, что члены группы психологически будут на стороне спокойного, уравновешенного человека, чем на стороне его агрессивного противника. Так случается в большинстве ситуаций, когда группа выбирает себе козла отпущения и единодушно проявляет агрессивность в отношении его. Но наличие козла отпущения говорит о низком психологическом уровне развития этой группы. Здесь «бумеранг» оборачивается против всей группы, поскольку разрушает ее единство, целостность, нормальные человеческие отношения, что предвещает эффективность этой групповой деятельности.



ГРУППОВЫЕ ФЕНОМЕНЫ (ЭФФЕКТЫ)

Эффект «мы и они»

ЭФФЕКТ «МЫ И ОНИ»

Эффект «мы и они» - это чувство принадлежности к определенной группе людей (эффект «мы») и соответственно чувство отстраненности от других, размежевания с другими группами (эффект «они»).

Эффект принадлежности к группе включает в себя два более частных эффекта:

- эффект сопричастности;
- эффект эмоциональной поддержки.

ЭФФЕКТ «МЫ И ОНИ»

Эффект сопричастности

Выражается в том, что член группы ощущает себя сопричастным проблемам, делам, успехам и неудачам той группы, к которой он реально принадлежит или субъективно причисляет себя. На основе эффекта сопричастности формируется чувство ответственности за результаты деятельности группы.



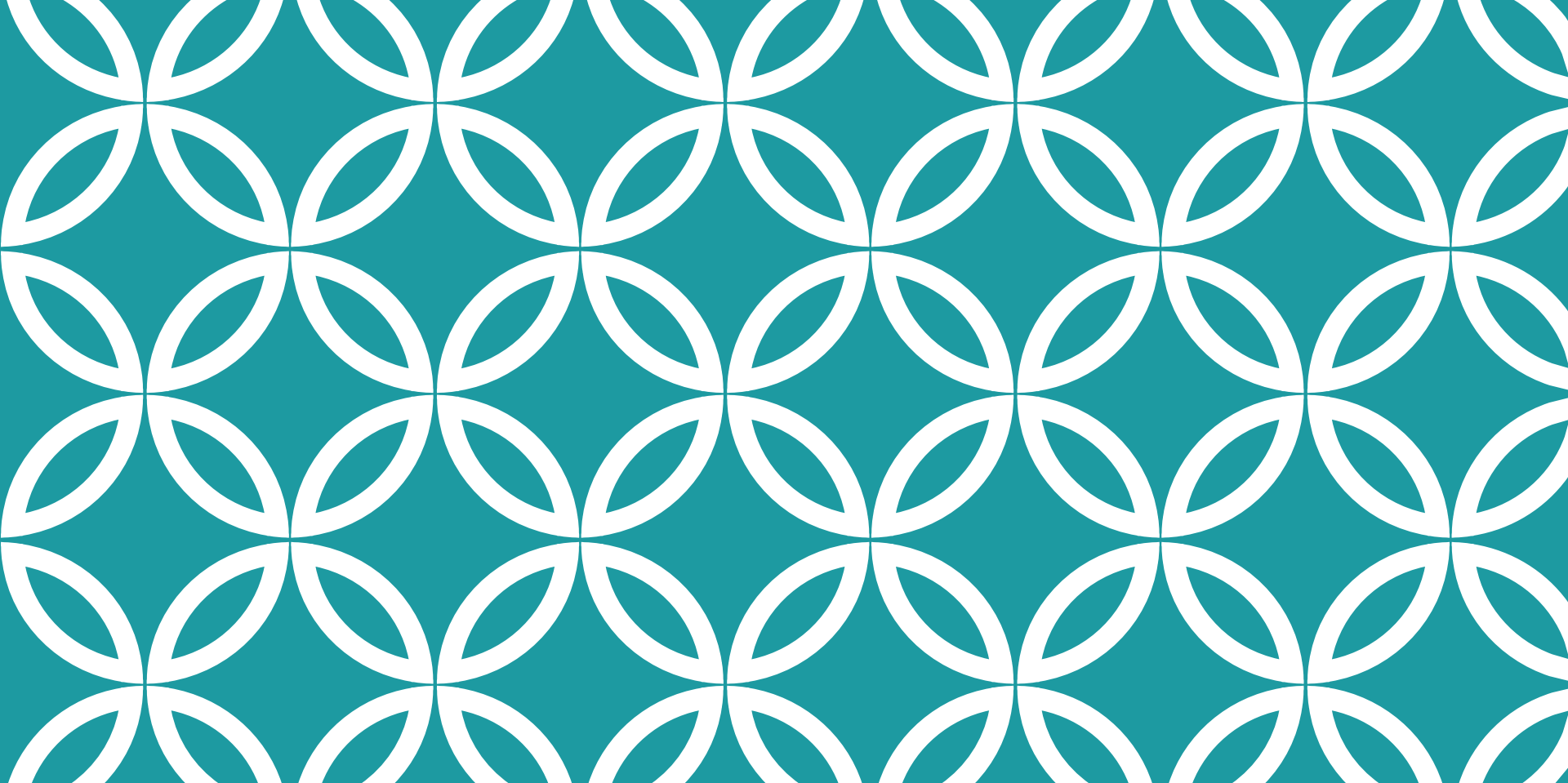
Эффект эмоциональной поддержки



Проявляется в том, что член группы ожидает эмоциональной поддержки, сочувствия, сопереживания, помощи со стороны остальных членов группы. Однако этот эффект предполагает также не только эмоциональную, но и реальную поддержку действиями других членов группы. Если такая поддержка члену группы не оказывается, то у него разрушается чувство «мы», и возникает чувство «они», т.е. член группы, не получивший эмоциональной поддержки, способен воспринимать свою группу как группу чужаков, не разделяющих его интересы и заботы.

ЛИТЕРАТУРА И ИСТОЧНИКИ СЕТИ ИНТЕРНЕТ

1. Андреева Г.М. Социальная психология. М.,1998.
2. Донцов А.И. Проблемы групповой сплоченности. М., 2009.
3. Кричевский Р.Л., Дубовская Е.М. Психология малой группы. М., 2001.
4. Майерс Д. Социальная психология. Спб.,1997.
5. Социальная психология: Хрестоматия. Учебное пособие для студентов ВУЗов/Сост. Е.П. Белинская, О.А. Тихомандрицкая. М.2003.
6. <http://psylib.org.ua/books/andrg01/txt12.htm#9>
7. http://pedlib.ru/Books/5/0325/5_0325-6.shtml#book_page_top
8. <http://psylist.net/socpsy/>



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

