Установки в манипуляции

Лёвина Светлана Александровна
к.с.н., доцент

Д.Н. Узнадзе (1901)

- «Установка является целостным динамическим состоянием субъекта, состоянием готовности к определенной активности, состоянием, которое обусловливается двумя факторами: потребностью субъекта и соответствующей объективной ситуацией»

По Узнадзе существует:

- 1. Диффузная установка, возникающая лишь при первом воздействии и характеризующаяся неопределенностью, она не способна ориентировать активность в определенном, нужном направлении;

- 2. Фиксированная установка (дифференцированная). Выражает настроенность на поведение для удовлетворения данной потребности и в данной ситуации, закрепляется в случае повторения ситуации

Признаки психологической установки

- касается вопроса о реализации простейших физиологических потребностей человека
- не осознается, и в то же время определяет собой всю психическую деятельность
- возникает при взаимодействии индивида со средой, при «встрече» потребности с ситуацией ее удовлетворения
- на базе установки деятельность может быть активизирована помимо участия эмоциональных и волевых актов
- способна распространяться на похожие ситуации

- Реакции индивида наряду с действующими стимулами определяются также промежуточной переменной установкой:

стимул → установка → реакция

Выражая собой порядок, организацию, установка является основой определенности поведения

Установка личности

- — это занятая ею позиция, которая заключается в определенном отношении к стоящим целям или задачам и выражается в избирательной мобилизованности и готовности к деятельности, направленной на их осуществление.

Социальная установка

- понятие аттитюда –

  психологическое переживание индивидом ценности, значения, смысла социального объекта

Г. Олпорт

- а) определенное состояние сознания и нервной системы;
- б) выражающее готовность к реакции;
- в) организованное;
- г) на основе предшествующего опыта;
- д) оказывающее направляющее и динамическое влияние на поведение.

Функции аттитюдов

- 1) приспособительная (иногда называемая утилитарной, адаптивной) — аттитюд направляет субъекта к тем объектам, которые служат достижению его целей;
- 2) функция знания — аттитюд дает упрощенные указания относительно способа поведения по отношению к конкретному объекту;
- 3) функция выражения (иногда называемая функцией ценности, саморегуляции) — аттитюд выступает как средство освобождения субъекта от внутреннего напряжения, выражения себя как личности;
- 4) функция защиты — аттитюд способствует разрешению внутренних конфликтов личности.

Трехкомпонентная структура аттитюда (М. Смит)

- Осознание
- Оценка
- Готовность действовать

- а) когнитивный компонент (знания человека об объекте);
- б) аффективный компонент (эмоциональная оценка объекта, выявление чувства симпатии или антипатии к нему);
- в) поведенческий (конативный) компонент (реальные или потенциальные действия по отношению к объекту).

Шкала Тёрнстоуна

- Изучение социальных установок по отношению к этническим группам (7 уровней)

Социальная установка

Согласованная

составляющие не противоречат друг другу: содержит позитивные знания, благоприятное эмоциональное отношение и положительные действия в отношении объекта установки

Рассогласованная

составляющие противоречат друг другу: отрицательная информация об объекте сочетается с положительным к нему отношением и нейтральными действиями в отношении его

В.А. Ядов

«Диспозиционная концепция регуляции социального поведения личности»

Изменение социальных установок

- Изменить систему подкрепления (бихевиоризм)
- Когнитивный диссонанс – изменение знаний, за счет новой информации, кот сильно противоречит ситуации (когнитивизм)
- Под влиянием обстоятельств и индивидуальных особенностей

К. Ховланд

На социальные установки людей оказывают влияние три группы факторов:

1. Источник информации
2. Содержание и порядок поступления информации
3. Особенности аудитории

1. Источник информации

- 1. При положительном отношении людей к источнику информации их социальные установки изменяются больше, чем при нейтральном отношении.
- 2. При отрицательном отношении к источнику информации социальные установки людей могут измениться противоположным ожидаемому образом (эффект бумеранга).
- 3. Если источник информации воспринимается людьми как свой (между ним и людьми не существует социально-психологической дистанции или она сравнительно небольшая), то такой источник в состоянии оказать большее влияние на социальные установки людей.
- 4. Источник информации, который людьми воспринимается как чужой, не способен оказать существенного воздействия на их социальные установки.

2. Содержание и порядок поступления информации

- 1. Информация, которая поступает к людям первой по порядку, способна больше повлиять на социальные установки, чем информация, воспринимаемая второй или следующей по порядку ("эффект первичности"). При условии, что люди получают соответствующую информацию непрерывным потоком в течение времени, когда у них начинает наблюдаться физическая и психологическая усталость от ее восприятия (отключение внимания, утрата интереса к ней)
- 2. Информация, которая поступает к людям второй или следующей по порядку, больше воздействует на социальные установки, если люди получают ее частями, с большими интервалами времени между ними, в течение очень длительного времени, и они в конце концов забывают то, что услышали вначале.
- 3. Если до получения информации людям дается аргументированное предупреждение о том, что ей нельзя доверять, или если воздействующую информацию они получают заранее, хоть и в небольшом объеме (явление прививки), то люди становятся уже невосприимчивыми к соответствующей информации, когда она поступает к ним в полном объеме, и не изменяют свои социальные установки.
- 4. Если предупреждение о недоверии к источнику информации запаздывает и люди его получают уже в то время, когда процесс восприятия информация начался или закончился, то такое предупреждение уже никак не влияет на формирование и изменение социальных установок.
- 5. В большинстве случаев сложная и противоречивая информация хуже влияет на социальные установки, чем простая и непротиворечивая.

3. Особенности аудитории

- 1. Люди, заранее положительно настроенные по отношению к источнику информации, примут его точку зрения даже в том случае, если она недостаточно логична непоследовательна и слабо аргументирована.
- 2. Люди, заранее настроенные по отношению к источнику информации отрицательно, скорее всего, не примут его точку зрения даже в том случае, если она убедительна, последовательна и логична.
- 3. Люди, имеющие высокий уровень интеллекта, образования и культуры, больше реагируют на разумные доводы, чем на эмоции.
- 4. Люди с низким уровнем интеллекта, образования и культуры, напротив, с большей готовностью реагируют на эмоции, чем на разумные доводы.