

МАТЕРІАЛИ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ
з курсу
«СОЦІАЛЬНА ПСИХОЛОГІЯ»

РОЗДІЛ 1. СОЦІАЛЬНА ПСИХОЛОГІЯ ЯК НАУКА

Практикум
«Тиск соціального середовища»

У цьому завданні Вам пропонується виконати одночасно дві ролі — піддослідного, на якого впливає сприятливе та несприятливе соціальне середовище, та спостерігача, що фіксує поведінку інших учасників ситуації.

Матеріалом для спостереження повинні стати дві (чи декілька пар) однотипні установи, що передбачають високий соціальний статус відвідувачів: два відділення банку, два дорогі супермаркети, два салони з продажу автомобілів, дві туристичні фірми тощо. Виконуючи роль клієнта, необхідно звернутися до персоналу однієї установи, імітуючи високий статус відвідувача (потенційно вигідний клієнт), й іншої – з низьким статусом (малоймовірно, що він виявиться клієнтом або є потенційно малопривабливим клієнтом). Відмінності в статусі досягаються через зміну зовнішнього вигляду: дорогий чи дешевий та простий одяг, наявність чи відсутність зачіски, макіяжу (для жінок), дорогих аксесуарів (наприклад, престижна сумка, дорогий мобільний телефон та ін.) При цьому, імітуючи низький соціальний статус, Ви не повинні бути недбало одягненими, брудними чи дивно виглядати тощо.

Докладіть зусиль, щоб, за винятком зовнішнього вигляду, Ваша поведінка в обох установах була приблизно однаковою.

Предметом Вашого спостереження повинні стати відмінності в поведінці персоналу з високостатусним та низькостатусним клієнтом, а також Ваша реакція. У процесі спостереження фіксуються, а в подальшому – порівнюються, такі характеристики:

- час, що минув до того, як з Вами почали розмовляти;
- форма звертання до Вас;
- тривалість розмови;
- особливості розмови (чи ставили Вам питання, чи переривали Вас тощо);
- власне зміст розмови;
- дистанція між Вами і Вашим співрозмовником, поза співрозмовника (нахил уперед, назад, поворот голови й ін.);
- міміка та жестикуляція співрозмовника;
- як часто і довго співрозмовник дивився Вам в очі;
- інші особливості спілкування.

Питання та завдання:

1. У чому виявлялися відмінності в поведінці персоналу в двох організаціях? Чи можна їх пов'язати з особливостями Ваших статусів?
2. Як би Ви охарактеризували атмосферу взаємодії в обох випадках? Які форми поведінки її створювали?
3. Якою була Ваша реакція на поведінку персоналу? Як Ви почувалися і що переживали?
4. Якщо Ви зіткнулися з несприятливим тиском середовища, як це відбилося на

- Вашій поведінці?
5. Чи вдалося Вам перебороти тиск? Якими засобами?

РОЗДІЛ 2. СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ АНАЛІЗУ ОСОБИСТОСТІ

Практикум з теорії самоактуалізації А. Маслоу

Як відомо, відсутність довгий час адекватного інструмента для вимірювання самоактуалізації не дозволяла зробити валідними основні положення теорії самоактуалізації. Розробка «Питальника особистісної орієнтації» (POI, Personal Orientation Inventory; 1964) дозволила дослідникам перейти до вимірювання цінностей та поведінки, пов'язаних із самоактуалізацією, але, оскільки ця методика містила значну кількість питань, це дуже часто сприймалося як серйозне обмеження для її використання.

Як короткий індекс самоактуалізації у 1986 році А. Джоунсом та Р. Крендаллом була розроблена шкала, яка складалася з 15 пунктів. Під час апробації методики на вибірці, що складалася з кількох сотень студентів американських коледжів, було встановлено її відносно високу ретестову надійність. Також виявилось, що студенти, які брали участь у тренуваннях упевненості в собі, значно підвищили ступінь самоактуалізації, який вимірювався за допомогою цієї методики.

Керуючись інструкцією, спробуйте самі відповісти на питання індексу самоактуалізації.

Інструкція

Задля відповіді на кожне питання необхідно використовувати 4-значну шкалу:

- 1 – не згоден;
- 2 – не згоден почасти;
- 3 – згоден почасти;
- 4 – згоден.

Зверніть увагу на позначку **N** після деяких питань, яка означає, що при підрахунках загальних значень оцінка по цих пунктах буде інверсною (наприклад, 1 = 4; 2 = 3; 4 = 1). Що вище загальне значення (кількість отриманих балів), то більш самоактуалізованою можна вважати людину.

Коротка шкала вимірювання самоактуалізації

- 1. Я не соромлюся жодної зі своїх емоцій.
- 2. Я відчуваю, що маю робити те, що чекають від мене інші (N).
- 3. Я вірю, що по суті люди добрі і їм можна довіряти.
- 4. Я можу сердитись на тих, кого люблю.
- 5. Завжди потрібно, щоб інші схвалювали те, що я роблю (N).
- 6. Я не приймаю свої слабкості (N).
- 7. Мені можуть подобатися люди, яких я можу не схвалювати.
- 8. Я боюся невдач (N).
- 9. Я намагаюся не аналізувати та не спрощувати складні сфери (N).
- 10. Краще бути самим собою, аніж популярним.
- 11. У моєму житті немає того, чому б я особливо себе присвятив (N).
- 12. Я можу висловити мої почуття, навіть якщо це призведе до небажаних наслідків.
- 13. Я не повинен допомагати іншим (N).
- 14. Я втомився від страхів та неадекватності (N).
- 15. Мене люблять, бо я люблю.

Завдання та питання:

1. Порівняйте свій показник самоактуалізації з результатами Ваших одногрупників та спробуйте встановити загальний рівень самоактуалізації у Вашому середовищі.

2. Спробуйте співвіднести отриманий показник з виділеними А. Маслоу змістовними характеристиками людей, які самоактуалізувалися:

- більш ефективно сприйняття реальності;
- прийняття себе, інших і природи;
- безпосередність, простота та природність;
- центрованість на проблемі;
- незалежність: потреба в самотності;
- автономія: незалежність від культури та оточення;
- свіжість сприйняття;
- вершинні, або містичні, переживання;
- суспільний інтерес;
- глибокі міжособистісні відносини;
- демократичний характер;
- розмежування засобів і цілей;
- філософське почуття гумору;
- креативність;
- опір окультуренню.

Які з цих характеристик і якою мірою притаманні особисто Вам? Що дає Вам підстави це стверджувати?

3. Що, на Вашу думку, заважає сучасній людині досягти високих показників самоактуалізації?

РОЗДІЛ 3. СОЦІАЛЬНІ ГРУПИ ЯК ОБ'ЄКТ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО АНАЛІЗУ

Практикум «Поведінка натовпу»

Виконання цього завдання передбачає спостереження за натовпом з оцінкою деяких характеристик його поведінки. Групами для спостереження можуть бути: публіка на концерті (класичної, рок- чи поп-музики) чи на дискотеці, уболівальники на спортивному змаганні, мітингуючі, черга. Бажано порівняти дві різні ситуації. Під час спостереження необхідно вибрати три моменти, коли поведінка і настрої натовпу будуть суттєво відрізнятися (наприклад, для концерту це може бути виконання твору, оплески після закінчення твору і пауза, пов'язана зі зміною виконавця чи настроюванням апаратури; під час футбольного матчу — порівняно спокійний момент гри, забитий гол, закінчення матчу тощо). Оцініть за 5-бальною шкалою такі особливості поведінки натовпу:

- кількість розмов;
- кількість вигуків;
- кількість рухів;
- кількість контактів і доторкань;
- ступінь активності аудиторії (наприклад, спів, танці, змахи руками, скандування та ін.)

При спостереженні зафіксуйте такі моменти:

- наскільки натовп є однорідним за статтю, віком, стилем одягу тощо?
- Наскільки натовп є однорідним за поведінськими проявами? Які можна

- виділити варіанти поведінки?
- Чи можна виділити людей, що відрізняються від натовпу своїм зовнішнім виглядом та/чи поведінкою?
 - Зафіксуйте варіанти поведінки (окремі слова чи вигуки й ін.), що запам'яталися вам найбільше.
 - Охарактеризуйте інші зафіксовані Вами особливості поведінки.

Питання і завдання:

1. Які моделі поведінки найбільш характерні для натовпу в ситуаціях, які Ви порівнювали?
2. Які розбіжності в поведінці людей Ви зафіксували в різних ситуаціях? У чому, на Вашу думку, їхні причини?
3. Які розбіжності в поведінці людей Ви зафіксували в різні моменти спостереження? З чим вони пов'язані?
4. Як би Ви охарактеризували настрій чи «групове почуття» натовпу? Як вони виявляються в поведінці?
5. Як Ви вважаєте, які форми поведінки з відзначених Вами були б неможливі в іншій ситуації? Чому?
6. Запропонуйте заходи впливу на натовп і профілактики агресивних та інших негативних проявів.

РОЗДІЛ 4. СПІЛКУВАННЯ ЯК СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ ФЕНОМЕН

Практикум

«Оцінка та самооцінка емпатії як індивідуально-психологічної риси особистості»

Як Вам відомо з лекційного матеріалу, емпатія є специфічним засобом розуміння емоційного стану іншої людини у формі співпереживання та співчуття, що суттєво полегшує процес спілкування. Питальник для оцінки якостей емпатії вперше був запропонований А. Меграбяном та Н. Епштейном. Питальник містить 25 тверджень, з якими піддослідний повинен погодитися (різною мірою) чи які він повинен заперечити.

Питання

1. Мене засмучує, коли бачу, що незнайома людина почувається серед інших людей самотньо.
2. Мені неприємно, коли люди не вміють стримуватись і відкрито виявляють свої почуття.
3. Коли хтось поруч зі мною нервується, я теж починаю нервувати.
4. Я вважаю, що плакати від щастя нерозумно.
5. Я близько до серця приймаю проблеми своїх друзів.
6. Іноді пісні про кохання викликають у мене багато почуттів.
7. Я б сильно хвилювався (хвилювалася), якби мав (повинна була) повідомити людині неприємну для нього звістку.
8. На мій настрій сильно впливають люди.
9. Мені хотілося б здобути професію, пов'язану зі спілкуванням з людьми.
10. Мені дуже подобається спостерігати, як люди приймають подарунки.
11. Коли я бачу людину, що плаче, то і сам (сама) засмучуюсь.
12. Слухаючи деякі пісні, я часом почуваюся щасливим (щасливою).
13. Коли я читаю книгу (роман, повість тощо), то так переживаю, начебто все, про що читаю, відбувається насправді.
14. Коли я бачу, що з кимось погано поводяться, то завжди серджуся.
15. Я можу залишатися спокійним (спокійною), навіть якщо всі навколо хвилюються.

16. Мені неприємно, коли люди, дивлячись кіно, зітхають та плачуть.
17. Коли я приймаю рішення, ставлення інших людей до нього, як правило, не відіграє ролі.
18. Я втрачаю душевний спокій, якщо оточуючі чимось пригнічені.
19. Я переживаю, якщо бачу людей, які легко засмучуються через дрібниці.
20. Я дуже засмучуюсь, коли бачу страждання тварин.
21. Нерозумно переживати з приводу того, що відбувається в кіно або про що читаєш у книзі.
22. Я дуже засмучуюсь, коли бачу безпорадних старих людей.
23. Я дуже переживаю, коли дивлюсь фільм.
24. Я можу залишитися байдужим до будь-якого хвилювання навколо.
25. Маленькі діти плачуть без причини.

Обробка результатів проводиться відповідно до ключа, отримані бали сумуються, загальний бал порівнюється з даними, наведеними в таблиці перерахунку «сирих» балів у стандартні оцінки шкали стенив. Зверніть увагу на наявність окремих шкал для представників різної статі.

Ключ до тесту А. Мєграбяна та Н. Епштейна.

Номер твердження	Так (завжди)	Скоріше так, ніж ні (часто)	Скоріше ні, ніж так (рідко)	Ні (ніколи)
1	4	3	2	1
2	1	2	3	4
3	4	3	2	1
4	1	2	3	4
5	4	3	2	1
6	4	3	2	1
7	4	3	2	1
8	4	3	2	1
9	4	3	2	1
10	4	3	2	1
11	4	3	2	1
12	4	3	2	1
13	4	3	2	1
14	4	3	2	1
15	1	2	3	4
16	1	2	3	4
17	1	2	3	4
18	4	3	2	1
19	4	3	2	1
20	4	3	2	1
21	1	2	3	4
22	4	3	2	1
23	4	3	2	1
24	1	2	3	4
25	1	2	3	4

Таблиця перерахунку «сирих» балів у стени

Стени	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Стандартний процент	2,28	4,40	9,19	14,98	19,15	19,15	14,98	9,19	4,40	2,28
Чоловіки	<45	46–51	52–56	57–60	61–65	66–69	70–74	75–77	78–83	>84
Жінки	<57	58–63	64–67	68–71	72–75	76–79	80–83	84–86	87–90	>91

Завдання та питання:

1. Проаналізуйте отримані результати самотестування. Порівняйте їх з показниками, які характеризують рівень розвитку емпатії у Ваших однокурсників. Чи є відмінності між показниками рівня емпатії у юнаків та дівчат?
2. На Вашу думку, в яких видах професійної діяльності емпатія є професійно важливою рисою людини?
3. Яке значення емпатія може мати в діяльності соціолога, зокрема в ситуаціях спілкування з респондентами, або в педагогічній діяльності?
4. Якщо у Вас є досвід проведення соціологічних опитувань, згадайте випадки, де роль емпатії була визначальною.
5. Чи можна, на Ваш погляд, розвивати в собі емпатичні навички? Якими засобами?

Практичні завдання

Завдання 1. Проаналізуйте будь-який загальновідомий телевізійний рекламний ролик з точки зору використання в ньому охарактеризованих на практичному занятті методів соціально-психологічного впливу:

1. Чи поєднуються в ньому різні методи? Які саме?
2. Який вплив, на Вашу думку, має на телеглядачів особистість героя (героїв) цього рекламного продукту?
3. Чи можна назвати, на Вашу думку, цю рекламну продукцію вдалою (такою, що бути впливати на поведінку споживачів, визначати їхній вибір тощо)?

Завдання 2. Ваша мета – аналіз інформації про те, як, звертаючись до людей, можна впливати на їхні переконання, зокрема, за допомогою телевізійної реклами. Для цього Вам необхідно буде переглянути протягом, наприклад, кількох годин певну кількість рекламних роликів, фіксуючи результати свого спостереження в таблиці, зразок якої наведено нижче.

Рекламний ролик	Товар (послуга), що рекламується	Основні дійові особи, які рекламують товар (послугу)	Типи звернень, що спрямовані на переконання глядача
1			
2			
3			
4			
5			
...			
15			

Рекомендації. По-перше, запишіть, що саме пропонується в рекламі. По-друге, охарактеризуйте дійову особу, яка пропонує товар (послугу), для чого вкажіть, зокрема, її стать, вік, соціальний статус тощо. По-третє, спробуйте визначити, до якого типу належать звернення, спрямовані на переконання глядача. Наприклад, рекламні ролики можуть експлуатувати бажання людини бути популярною та багатою, мати привабливу зовнішність і подобатися іншим, легко спілкуватися, мати багато друзів і міцне здоров'я тощо. Треба пам'ятати, що реклама переконує не лише за допомогою слів, якими супроводжується реклама (вербальний вплив), а й шляхом візуального пред'явлення товару.

Коли всі студенти виконують індивідуальні завдання, починайте порівняльний аналіз результатів, отриманих у Вашій групі в цілому. Спробуйте відповісти, наприклад, на такі питання:

1. Чи можна стверджувати, що певний тип звернень переважав над іншими? Якщо так, то яку конкретну назву можна йому дати?
2. Чи враховувались у зверненнях цього типу особливості потенційної аудиторії, наприклад, її гендерні, вікові або освітні характеристики?
3. Які методи соціально-психологічного впливу використовувались у проаналізованих Вами рекламних роликах?
4. Які з виділених Вами типів рекламних звернень, на Ваш погляд, є найбільш ефективними з точки зору впливу на аудиторію? За рахунок чого?