



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ





НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Лекция 3

Социальные установки и поведение

Галяпина Виктория Николаевна

кандидат психологических наук, доцент



Рассматриваемые вопросы

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

- Социальные установки: понятие, структура.
- Виды и функции социальных установок.
- Взаимосвязь установок и поведения (парадокс Ла Пьера, новый подход к проблеме связи социальной установки и поведения Д. Бема).
- Формирование и изменение социальных установок
- Подходы к пониманию социальных установок.



Социальная установка

- Термин введен в социальную психологию У. Томасом и Ф. Знанецким (изучали адаптацию польских крестьян в Америке).

Социальная установка – психологическое переживание ценности, значения и смысла различных социальных объектов

- Социальная установка (*social attitude*— англ.) определяется как устойчивое отношение человека к людям, социальным группам, организациям, процессам и событиям, происходящим в обществе.
- Г.Олпорт попытался выделить общие компоненты определений социальной установки (проанализировал 17 определений).
- Социальная установка - это
- 1. особое состояние нервной системы и сознания
- 2.выражающее готовность
- 3.это состояние организованное
- 4.на основе предшествующего опыта
- 5. влияющее на поведение



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Этапы развития теории социальной установки

- *Первый этап относится к началу XX века (первые три десятилетия), когда было введено в научный оборот понятие социальной установки и ученые приступили как к теоретическим, так и к экспериментальным исследованиям социальных установок.*
- *Во время Второй мировой войны исследования практически не проводились.*
- *С конца 50-х годов до 80-х (второй этап) – возобновились исследования. В основном они касались социальной установки как научного феномена или же пропаганды и агитации.*
- *С третьей четверти XX века до настоящего времени (третий этап) - социальными установками интересуются во многих прикладных областях социальной психологии, например в тех, которые связаны с рекламой.*



Направления развития феномена социальной установки: описание функций, изучение структуры, развитие методик

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Описание функций социальной установки

1. Адаптивная функция (помогает адаптироваться к различным социальным объектом)
2. Когнитивная (знаниевая, помогает распознать социальное явление)
3. Экспрессивная (эмоциональная, помогает выразить себя)
4. Эго-защитная (помогает защитить мое Я, я быстро и сокращенно принимаю решения)



Структура социальной установки

• М. Смит выделил три компонента социальной установки (1942 г.)

- Когнитивный (знания человека об объекте, к которому относится его установка),
- Аффективный или эмоциональный (эмоции, переживаемые человеком в связи с данным объектом)
- Поведенческий или конативный (реальные действия в отношении соответствующего объекта)

- Оценочный (Zanna and Rempel, 1988)
- Мотивационный (Franzoi, 1996)

Компоненты могут быть согласованными и несогласованными



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Развитие методик исследования социальной установки

- Шкальные методики (Терстоун, изучение этнических стереотипов)
- Эксперименты (1934 г., парадокс Ла Пьера)



Приемлемо ли для Вас иметь представителей этих этнических групп в числе (отметьте желательный для Вас пункт, сделайте 1 наиболее значимый выбор)

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

	1. В числе членов Вашей семьи посредством брака	2. В числе Ваших близких друзей	3. В числе Ваших соседей	4. В числе Ваших товарищей и сотрудников в по работе	5. В числе граждан, проживающих в одной с Вами стране (респуб.)	6. В числе граждан, временно проживающих в одной с Вами стране (респуб.)	7. Только как визитеров, туристов
1. Русские							
2. Ингуши							
3. Грузины							
4. Осетины, выходцы из Грузии							
5. Осетины, выходцы из Южной							
6. Осетины, выходцы из							
7. Евреи							



Связь между установками и поведением

• Поиск объяснений парадокса Ла Пьера:

- совершенствование шкал, соотнесение элементов установки с конкретными элементами поведения;
- идеи Н. Рокича об учете в структуре социальной установки объекта и ситуации;
- идеи Бэма и том, что поведение формирует установку;
- диспозиционная теория В.А. Ядова (Диспозиционная концепция регуляции социального поведения)
- теория запланированного поведения А. Эйзена



Факторы, оказывающие влияние на формирование и изменение социальных установок

- Связанные с источником информации,
- Связанные с содержанием информации
- Связанные с аудиторией, которой эта информация адресована.



От источника информации формирование и изменение социальных установок может зависеть следующим образом

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

- 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. Тот источник информации, который людьми воспринимается как чужой (между ним и людьми существует большая социально-психологическая дистанция), не способен оказать существенного воздействия на их социальные установки.
-



От содержания и порядка поступления информации процесс формирования и изменения социальных установок людей может зависеть следующим образом

1. Та информация, которая поступает к людям первой по порядку, способна больше повлиять на социальные установки, чем информация, воспринимаемая второй или следующей по порядку (соответствующее явление получило название "эффект первичности"). Это происходит при следующих условиях:
 - а) люди получают соответствующую информацию непрерывным потоком;
 - б) она поступает к ним в течение времени, когда у людей начинает наблюдаться физическая и психологическая усталость от ее восприятия (отключение внимания, утрата интереса к ней и т. п.).
2. Информация, которая поступает к людям второй или следующей по порядку, больше воздействует на социальные установки при таких обстоятельствах:
 - а) ее люди получают частями, с большими интервалами времени между ними;
 - б) эта информация поступает к людям в течение очень длительного времени, и они, в конце концов, забывают то, что слышали 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 информации 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. Например, если людям представляются две разные точки зрения по одному и тому же вопросу, в которых непосвященному человеку трудно разобраться, то они, скорее всего, не изменят свои социальные установки в ответ на данную информацию. Если же людям предлагается только одна простая и ясная точка зрения, а вторая просто не упоминается, то они, скорее всего, примут предлагаемую им точку зрения, несмотря на то что знают о существовании прямо противоположной ей.



От особенностей аудитории восприятие и оценка информации (формирование и изменение социальных установок) может зависеть следующим образом.

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

- 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.



Теории, объясняющие формирование и изменение установок

Теория научения (К. Ховланд)

Теории когнитивного соответствия

- Р. Эйбелсон и М. Розенберг,
- теория баланса, Ф. Хайдер,
- теория когнитивного диссонанса, Л. Фестингер
- теория самовосприятия С. Бема



Литература

Основная литература

1. Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р. Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме. СПб.: прайм – ЕВРОЗНАК, 2004, с. 216-224, 224-231 (убеждающая коммуникация), 231-241.
2. Белинская Е.П., Тихомандрицкая О.А. Социальная психология личности. М.: Аспект Пресс, 2001, с. 136-210.
3. Бонер Г. Установки // Введение в социальную психологию / Под ред. М.Хьюстона и В.Штребе. М.: Юнити, 2004, с. 231-241, 241-256, 256-274.
4. Майерс Д. Социальная психология. СПб.: Питер, 1997, с. 153-195

Дополнительная литература

1. Андреева Г.М. Психология социального познания. М.: Аспект Пресс, 2000, с. 146-155.
2. Асмолов А.Г., Ковальчук М.А. О соотношении понятия установки в общей и социальной психологии. М.: МГУ, 1977, с.143-163 или Социальная психология. Хрестоматия / Составители Е.П. Белинская, О.А. Тихомандрицкая. М.: Аспект Пресс, 1999, с. 377-393 или Социальная психология. Хрестоматия / Составители Е.П. Белинская, О.А.Тихомандрицкая. М.: Аспект Пресс, 2008, с. 343-353.
3. Гулевич О.А. Сариева И.Р. Социальная психология. Учебник и практикум . М.6 Юрайт, 2015 С. 63-83
4. Зимбардо Ф.Д., Эббесен Э.Б., Маслач К. Практическое применение принципов изменения установок и поведения // Практикум по социальной психологии / Под ред. Э.Пайнс и К.Маслач. СПб: Питер, 2000, стр.79-92.
5. Росс М. и др. Влияние установок на личные воспоминания / Общественное животное. Исследования // под ред. Э. Аронсона, СПб, 2003. С. 259 - 278.
6. Социальная психология. Хрестоматия / Составители Е.П. Белинская, О.А.Тихомандрицкая. – М.: Аспект Пресс, 2008, с. 354-371. с. 416-432.
7. Тихомандрицкая О.А. Социальные изменения и изменения социальных установок // Социальная психология в современном мире / Под ред. Г. М. Андреевой и А.И. Донцова. – М.: Аспект Пресс, 2002, с. 162-181 или Социальная психология. Хрестоматия / Составители Е.П. Белинская, О.А. Тихомандрицкая. М.: Аспект Пресс, 2008, с. 372-383.
8. Фазио Р., Уильямс К. Доступность установки как фактор, влияющий на взаимосвязи «установка - восприятие» и «установка - поведение»: исследование президентских выборов 1984 года / Общественное животное. Исследования // под ред. Э. Аронсона, СПб, 2003. С. 278 - 310.
9. Фестингер Л., Рикен Г., Шехтер С. Когда пророчества не исполняются // Практикум по социальной психологии / Под ред. Э. Пайнс и К. Маслач. СПб: Питер, 2000, с. 93-105.
10. Шихирев П.Н. Современная социальная психология. М.: Ин-т психологии РАН, 1999, с. 100-120
11. Штальберг Д., Фрей Д. Установки: структура, измерение и функции // Перспективы социальной психологии / Под ред. М. Хьюстона, В. Штребе, Дж.М.Стефенсона. М.: Эксмо, 2001, с. 228-264.
12. Штребе В., Джоунас К. Принципы формирования установок и способы их измерения // Перспективы социальной психологии / Под ред. М. Хьюстона, В. Штребе, Дж.М.Стефенсона. М.: Эксмо, 2001, с. 265-302.
13. Hogg M. A., Vaughan G.M. Social psychology. Pearson Education, 2008.
14. Fiske S.T., Gilbert D.T., Lindzey G. Handbook of social psychology. John Wiley and Sons, 2010.