

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://studservis.ru/kursovaya-rabota/350763>

**Тип работы:** Курсовая работа

**Предмет:** Масс-медиа

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ 3

ГЛАВА 1. ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ ЛИЧНОСТИ 5

1.1. Социальная идентичность личности 5

1.2. Проблема анализа социальной идентичности личности 13

ГЛАВА 2. ПРОЦЕСС ФОРМИРОВАНИЯ ИДЕНТИЧНОСТИ И МЕДИАСФЕРА 17

2.1. СМИ как фактор формирования идентичности личности в обществе 17

2.2. Функции медиа и методы их влияния на человеческое сознание 21

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 25

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ: 26

## ГЛАВА 1. ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ ЛИЧНОСТИ

### 1.1. Социальная идентичность личности

Социальная идентичность - это результат процесса социальной идентификации, то есть процесса самоопределения через принадлежность к социальной группе.

Социальная идентификация выполняет важные функции как на групповом, так и на личностном уровне: именно благодаря этому процессу общество получает возможность включать индивидов в систему социальных отношений и связей, и человек реализует фундаментальную потребность в принадлежности к группе, обеспечивая более высокий уровень социальной идентичности.

Курт Левин был одним из первых, кто заговорил о важности социальной идентичности, который считал, что человеку необходимо сильное чувство групповой идентичности, чтобы поддерживать чувство внутреннего благополучия.

Практически ни одно из ведущих теоретических направлений социальной психологии XX века не игнорировало это явление, предлагая свои собственные взгляды на проблему социальной идентичности.

Эрик Эриксон внес очень важный вклад в разработку проблемы социальной идентичности, благодаря которому термин «идентичность» получил статус самостоятельной научной категории.

Э. Эриксон разработал концепцию психосоциальной идентичности, близкую к современному пониманию феномена социальной идентичности. С точки зрения Эриксона, только часть идентичности является сознательной, часть находится в сфере предвидения, и по большей части она находится в бессознательном, может быть даже вытеснена.

Психосоциальная идентичность - это продукт взаимодействия общества и личности. В качестве опосредующего инструмента идентификации «идеология» представляет собой систематизированный набор идей и идеалов. Эриксон формулирует концепцию отрицательной идентичности, основными компонентами которой являются следующие положения:

1. психологическая идентичность каждого человека содержит иерархически организованные положительные и отрицательные элементы. В детстве человек сталкивается не только с идеалами, но и с прототипами зла.

Таким образом, у человека появляется представление о том, кем он не должен становиться. Положительная идентичность находится в состоянии вечного конфликта с отрицательной идентичностью.

2. человек, принадлежащий к подавленному меньшинству, смешивает свою негативную идентичность с негативными образами этого меньшинства, сложившимися в доминирующей группе, что приводит к чувству неполноценности и ненависти к себе.

3. доминирующая группа частично заинтересована в сохранении этой негативной идентичности меньшинства, поскольку она служит защитой от осознания большинством своей собственной негативной идентичности. Эта защита позволяет большинству почувствовать свое превосходство и целостность.

С точки зрения ученого, другой играет решающую роль в процессе формирования идентичности, присутствие другого включено в самосознание, которое никогда не отделяется от сознания другого как партнера.

В работах ярчайшего представителя французской школы социальной психологии С. Московичи была предложена гипотеза организации сознания индивида по типу идентификационной матрицы как особой категориальной подсистемы в системе предметных знаний. [4]

В теоретических и практических исследованиях социальной психологии проблема социальной идентичности была разработана как часть активного подхода. Работы В. С. Агеева показали, что процесс идентификации индивида с группой происходит не спонтанно, а определяется структурой межгрупповой активности.

Тернер определил социальную идентичность как "аспекты" самооценки "человека, которые проистекают из социальных категорий, к которым он чувствует себя связанным».

Теория социальной идентичности основана на следующих общих положениях:

1. Люди стремятся поддерживать или повышать свою самооценку, то есть стремятся к положительной «самооценке».
2. социальные группы или категории и их принадлежность связаны с положительным или отрицательным ценностным значением, поэтому социальная идентичность может быть положительной или отрицательной в зависимости от оценок групп, участвующих в создании социальной идентичности человека.
3. оценка собственной группы определяется при сопоставлении с другими конкретными группами путем социально значимого сравнения свойств и характеристик.

Таким образом, в своей теории авторы подчеркивают, что социальная идентичность является результатом процесса социальной категоризации, то есть фундаментального когнитивного процесса, который позволяет нам систематизировать информацию об окружающем нас мире. Категоризация заключается в том, чтобы подчеркнуть различия между категориями и уменьшить различия между элементами одной и той же категории.

Будучи классифицированными как члены определенной социальной группы, члены данной группы будут стремиться сохранить или достичь четкой и позитивной социальной идентичности. Это может происходить из-за социальной конкуренции и дискриминации.

Еще одна важная особенность теории социальной идентичности заключается в том, что она проводит четкую разграничительную линию между социальной идентичностью (описанием «я», основным в осознании принадлежности к определенной социальной группе) и личной идентичностью (часть "я», описываемая как термины уникальных личностных качеств и тесных межличностных отношений).[5]

Групповое и межгрупповое поведение (например, этноцентризм, внутригрупповой фаворитизм, межгрупповая дискриминация, конформизм, нормативное поведение, стереотипирование, сплоченность) имеет место только тогда, когда социальная идентичность находится на переднем плане в структуре Я - концепции личности.

Согласно теории социальной идентичности, групповые процессы (особенно те, которые происходят в больших социальных группах) не могут быть полностью поняты или объяснены только с помощью процессов межличностного взаимодействия.

Теория самокатегоризации уделяет больше внимания когнитивным процессам, участвующим в процессе самоопределения и самоинтерпретации.

Тернер признает, что каждый человек принадлежит к нескольким социальным группам, в разработанной им теории больше внимания уделяется тому, почему человек идентифицируется с определенной социальной категорией в данной ситуации, и ситуационным факторам, которые объясняют эти колебания "идентичности.

Чтобы предсказать, с какой социальной категорией будет идентифицирован человек в данной ситуации, теория самокатегоризации предполагает, что для того, чтобы определенная социальная идентичность стала доминирующей, необходимо, чтобы не только межгрупповые различия были больше, чем внутригрупповые различия (принцип метаконтрастности), но и чтобы объективные различия между ними были более значительными.

Описывая содержание социальной идентичности, можно выделить такой важный компонент, как социальные стереотипы.

Социальный стереотип обычно понимается как упрощенный, схематичный, эмоционально окрашенный и чрезвычайно устойчивый образ социальной группы или сообщества, легко распространяющийся на всех ее представителей.

1. Агеев В.С. Социальная идентичность личности // Социальная психология: Хрестоматия. Составители: Е.П. Белинская, О.А. Тихомандрицкая. М., " 2019. С. 349-356.
2. Антонова Н.В. Проблема личностной идентичности в интерпретации современного психоанализа, интеракционизма и когнитивной психологии // Вопр. психол. 2021. № 1. С. 131-143.
3. Бахарева Н.К. Субъективное благополучие как системообразующий фактор толерантности: автореф. дис.... канд. психол. наук / Н.К. Бахарева. - Хабаровск, 2019.
4. Белицкая Г. Э. Особенности отношения к деньгам: деньги как предмет личностного осмысления. // Ежегодник Российского психологического общества: Материалы 3-го Всероссийского съезда психологов 25-28 июня 2003 года: В 8 т. Т.I. СПбГУ. 2022. - С 379-382.
5. Бойков В.Э. Ценности нравственного сознания: опыт социологического изучения 2022г. [Электронный ресурс] / В.Бойков. - URL:
6. Бочарова Е.Е. Взаимосвязь ценностных ориентаций, стратегий поведения и субъективного благополучия личности: автореф. дис. ... канд. психол. наук / Е.Е. Бочарова. - Саратов, 2021.
7. Вебер М. Избранные произведения. -- М.: Прогресс, 2020. -- 612с.
8. Горбачева Е.А. Купрейченко А.Б. Отношение личности к деньгам: нравственные противоречия в оценках и ассоциациях. <http://kluver.ru>
9. Дейнека О.С. Динамика отношения российских предпринимателей к деньгам // Ежегодник Российского психологического общества: Материалы 3-го Всероссийского съезда психологов 25-28 июня 2003 года: В 8 т. -- СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2003. (компакт-диск)
10. Дейнека О.С. Экономическая психология. Учеб. пособие. -- СПб.: Изд-во С. -Петерб. ун-та, 2020. -- 160 с.

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://stuservis.ru/kursovaya-rabota/350763>