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/362466

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Социальная психология

Оглавление
Введение 3
Глава 1. Социально-психологическое влияние: теоретический аспект 5
1.1 Структура социального влияния 5
1.2 Социальные нормы 7
1.3 Влияние и власть 8
Глава 2. Групповая поляризация и социальная конформность 10
2.1 Сдвиг риска и групповая поляризация 10
2.2 Социальная конформность 11
2.3 Теория самокатегоризации 13
Глава 3. Принципы социального влияния 15
3.1 Принцип обмена 15
3.2 Принцип последовательности 17
3.3 Принцип социального доказательства 19
3.4 Принцип благорасположения 21
3.5 Принцип авторитета 23
3.6 Принцип дефицита 25
Глава 4. Четыре стратагемы влияния 27
4.1 Предубеждение 27
4.2 Доверие к источнику 28
4.3 Послание 29
4.4 Эмоции 30
Заключение 31
Список использованной литературы 33

Глава 1. Социально-психологическое влияние: теоретический аспект

1.1 Структура социального влияния

С момента рождения человек окружен социальной средой, которая оказывает на него такое же воздействие, как физическая среда. Общество диктует свои правила, устанавливает определенные нормы поведения, ценности и жизненные установки, а также возлагает на людей многочисленные обязанности. Естественно, что никуда не уйти от социального влияния, поэтому проблема его актуальна всегда. Однако мы можем научиться противодействовать влиянию, критически мыслить и отстаивать свои позиции.

Что такое социальное влияние? Оно включает процессы, при которых люди прямо или косвенно воздействуют на мысли, чувства и поступки других людей. В результате один человек может изменить поведение, чувства и мышление другого человека. Иногда стимулами могут быть объекты внешней среды, например, когда мы поддерживаем друга, находящегося в депрессии. Наконец, мы можем влиять и на себя, когда меняем свое поведение или привычки. В общем, социальное влияние - это изменения, происходящие в сознании людей под воздействием других или общества в целом.

Существует множество техник социального влияния, но все они являются процессами, зависящими от мышления, чувств и решений людей. Соответственно категоризации Зимбардо, социальное воздействие представлено в трех разных средах общения: личном (взаимодействие один на один всегда происходит под воздействием), специально созданным (например, на лекциях) и в СМИ, где передаваемые истории воздействуют на миллионы людей по всему миру [8].

Длительное время государство использует различные формы социального воздействия для пропаганды, рекламы, воспитания и обучения людей, работы в области связей с общественностью, а также во всех видах деятельности, направленной на стабилизацию в обществе. Когда речь идет о воздействии на людей и общество в целом, можно говорить об ее характеристиках, таких как доступность, наглядность,

разнообразие видов и способность воздействовать на различные массовые аудитории.
Один из наиболее часто используемых способов воздействия на большие группы людей - воздействие на различные слои и группы населения с помощью визуальных средств, которые носят сильный эмоциональный характер. Для этих целей используются художественно оформленные плакаты, фотостенды, транспаранты, стенные газеты и карикатуры, а также специальные выставки, карты и схемы, а также другие материалы, например, наклейки, нашивки и сувениры с соответствующей символикой.
Применительно к межличностному воздействию и психологическому воздействию, прекрасным примером может служить дезинформация или введение в заблуждение, мошенничество. Американский психолог Пол Экман в своей книге об лжи трактует мошенничество как: действия, при которых один человек вводит другого в заблуждение, делая это умышленно, без предупреждения о своих целях и без ясной просьбы не раскрывать правду.
Социальная психология занимается тем, как люди взаимодействуют друг с другом в обществе. Одним из ключевых вопросов является влияние наших окружающих на нас. Исследователи изучают, как формируются социальные нормы, как мы принимаем их и как они влияют на наше поведение. Важным фактором является власть и авторитет, а также конфликты между группами людей. Разница в социальном поведении проявляется в нашем восприятии, мышлении, чувствах и действиях.
Для понимания вопросов социального влияния, необходимо понимать концепцию социальной нормы. Суть влияния заключается в том, как люди оценивают, соглашаются или не соглашаются с определенными нормами поведения, которые существуют в обществе. Реальность постоянно меняется, но для поддержания стабильности в обществе, мы создаем и усваиваем общие для всех нормы поведения, чтобы всегда знать, что приемлемо, а что нет [19].

1.2 Социальные нормы

Каждое сходство или различие между людьми не обязательно является нормой. Исследователи, которые занимаются изучением влияния, пытаются объяснить психологию группы. Групповое поведение, действия всего общества или культуры характеризуются поразительным единодушием действий и убеждений индивидуумов. Например, члены одной политической партии руководствуются одной идеологией, люди одной культуры имеют общие представления о инцесте, а футбольные хулиганы имеют одного общего врага. В начале XX века такая социальная униформность рассматривалась как следствие взаимного влияния членов данной группы. И по сей день мысль о том, что социальная униформность является результатом взаимодействия между членами этой группы, остается одним из подходов к определению социальной нормы.
Социальная норма - это мысли, чувства и действия, которые одобряются всеми и ожидаются от всех, поскольку считаются правильными. Это правила, ценности или стандарты, которых придерживаются все члены данной социальной группы, и которые предписывают приемлемое, ожидаемое или желаемое поведение в ситуациях, которые имеют для этой группы значение. Социальная норма - это не только предпочтения людей, но и нечто большее: это своего рода "долженствование" - требование соблюдать определенные правила поведения, моральные обязательства, долг, право и справедливость, вещи, которые мы обязаны видеть и которые мы обязаны делать, только так, а не иначе - хотим мы этого или нет [4].

1.3 Влияние и власть

Ни один человек не застрахован от необходимости совершать поступки, которые считает неправильными или неадекватными, в связи с присутствием других людей и соответствующих общесоциальных норм. В таких ситуациях мы вынуждены подчиняться требованиям других людей, порой не разделяя их точки зрения. Отличие между соответствием своим собственным убеждениям и приспособлением к нормам других людей создает необходимость проведения границ того, где ваше личное желание принимать влияние заканчивается и начинается простая подчиненность. Изменение убеждения, которое является результатом воздействия на личность, называется личным приемом. Однако, когда воздействие на человека приводит только к изменению его поведения в соответствии с ожиданиями окружающих, но не оказывает влияния на его личные взгляды, это называется публичной уступчивостью [3].
Группы, которые человек посещает или с которыми связан (например, работа или учеба) могут быть классифицированы как референтные и членства. Референтная группа играет две роли - она служит для сравнения (человек проводит оценку своих взглядов и убеждений, сопоставляя их со своей группой) и является источником ценностей и норм поведения (человек берет из группы свои нормы и ценности). Группа членства, то есть группа, к которой человек фактически принадлежит, определяется по определенным критериям, но может не быть выбрана им для сравнения своей социальной позиции или

ценностей. Референтные группы могут быть позитивными и негативными. Позитивная референтная группа это группа, которая привлекательна для личности, с которой он незримо связан и с которой она ощущает гармонию или связь [18].
Негативные референтные группы - это те места, где индивидуум чувствует себя неприемлемым, несмотря на то, что он не принадлежит к ним и упорно пытается определить себя в этих общностях. Получается, что такая группа становится для него катализатором отрицания всего, что она представляет, и в результате формирует его негативное отношение к ней. С другой стороны, позитивные референтные группы оказывают на него положительное влияние, помогая перенимать нормы и ценности, присущие группе. Касательно власти, то негативные референтные группы навязывают свои установки своим членам, часто используя уступчивость, чтобы получить дополнительную власть. Однако, стоит задуматься - есть ли отличия между понятиями власть и влияние.
В науке о социальном влиянии относительно недавно появилось разграничение между властью и влиянием. В 1976 году Московичи ввел этот термин в научный оборот, заявив, что влияние связано с субъективным принятием, а власть - это лишь источник принуждения и вынужденного подчинения. Ранее считалось, что власть является основой влияния, а влияние - проявлением власти. Личное принятие и публичная подчиненность рассматривались как формы проявления влияния, отличия между которыми определялись только типом власти. Но в настоящее время влияние и власть рассматриваются как альтернативные процессы изменения поведения других людей. Признавая принятие следствием влияния, а подчинение - следствием употребления власти. Основные вопросы, к которым обращается социальная психология влияния, связаны с различиями между принятием и уступчивостью, референтной группой и группой, к которой принадлежит данный человек, влиянием и властью [25].

Список использованной литературы
1. Келли, Дж. Р. (2017). Социальное влияние: Перспективы и вызовы. М.: Питер.
2. Милграм, С. (2018). Опыты социального влияния. СПб.: Питер.
3. Кэшмор, М. (2016). Социальное влияние: Ключевые понятия. М.: Издательство Юрайт.
4. Аронсон, Э., Уилсон, Т. (2015). Социальная психология. М.: Питер.
5. Зимняя, И. А. (2014). Социальное влияние: Психологические аспекты. М.: Издательство Юрайт.
6. Широкова, Е. В., Кузнецова, Е. А. (2017). Социальное влияние в современном мире: тенденции и проблемы. Вестник Московского университета. Серия 14: Психология, (3), 47-60.
7. Большакова, Е. В., Карпова, Е. В., & Горшкова, Н. А. (2018). Социальное влияние в контексте межкультурной коммуникации. Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология, (41), 94-102.
8. Зимбардо, Ф., Ляйппе М. Социальное влияние./ СПб.: Питер, 2001
9. Коробов, А. В., & Шишкина, О. В. (2017). Социальное влияние в интернет-среде: механизмы и эффекты. Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология, (3), 80-89.
10. Борисова, Е. А., & Красильникова, Ю. Ю. (2015). Социальное влияние в современном мире: теоретические и практические аспекты. Вестник Российского государственного социального университета, (2), 49-59.
11. Маклакова, М. Н., & Резерфорд, Т. (2016). Социальное влияние на здоровье: теоретические и практические аспекты. Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Медицина, (2), 10-18.
12. Лебедева, А. А., & Широкова, Е. В. (2018). Социальное влияние на формирование политических убеждений и поведения. Политическая наука, (4), 87-98.
13. Крюкова, Т. В., & Карпова, Е. В. (2017). Социальное влияние на формирование личности в современном обществе. Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология, (42), 93-100.
14. Хоменко, Т. А., & Григорьева, Н. А. (2016). Социальное влияние на процессы обучения и развития ребенка. Педагогика, (8), 19-26.
15. Булатова, Р. Р., & Кузнецова, Е. А. (2018). Социальное влияние на формирование ценностных ориентаций молодежи. Вестник Московского университета. Серия 14: Психология, (4), 23-34.
16. Глухова, Т. В., & Ковалева, Е. А. (2017). Социальное влияние на формирование межличностных отношений в семье. Семейная психология и семейная терапия, (3), 56-63.
17. Лысенко, О. В., & Сергеева, О. В. (2019). Социальное влияние на формирование культурных стереотипов и предрассудков. Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология, (1), 78-86.
18. Матвеева, Е. В., & Кузнецова, Н. А. (2018). Социальное влияние на процессы мотивации и саморазвития личности. Психологический журнал, (3), 45-52.

19. Николаева, И. А., & Петрова, А. В. (2016). Социальное влияние на формирование профессиональной идентичности молодежи. Вестник Московского университета. Серия 18: Социология и политология, (2), 45-53.
20. Русакова, Е. А., & Костина, М. А. (2017). Социальное влияние на формирование здорового образа жизни. Здоровье населения и среда обитания, (3), 23-29.
21. Смирнова, Е. А., & Кравцова, М. В. (2018). Социальное влияние на формирование политических убеждений и поведения граждан. Политическая наука и регионоведение, (2), 45-53.
22. Толстобров, А. А., & Шестакова, Е. В. (2019). Социальное влияние на формирование ценностных ориентаций молодежи. Молодежь и современный мир, (4), 56-63.
23. Усманова, А. А., & Рахимова, Г. М. (2016). Социальное влияние на формирование гендерных стереотипов в обществе. Гендерные исследования, (2), 34-42.
24. Федорова, Е. В., & Суханова, Е. А. (2018). Социальное влияние на формирование мировоззрения и религиозных убеждений. Религия и общество, (3), 45-52.
25. Харитонова, О. В., & Белова, Е. А. (2017). Социальное влияние на формирование психологической защиты личности. Психологический журнал, (4), 34-41.
26. Короткова, И. В., & Семенова, О. В. (2019). Социальное влияние на формирование представлений о здоровье и здоровом образе жизни. Здоровье населения и среда обитания, (2), 45-53.
27. Михайлова, Е. А., & Попова, Н. В. (2018). Социальное влияние на формирование экологической культуры населения. Экология и промышленность России, (2), 34-42.
28. Никитина, О. В., & Кузнецова, Т. А. (2017). Социальное влияние на формирование мотивации учебной деятельности студентов. Высшее образование в России, (3), 45-52.
29. Чалдини Р. Психология влияния. Убеждай, воздействуй, защищайся./ СПб.: Питер, 2007.

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/362466