

## Секция 2

# Социальные пространства в психологических исследованиях



А.Р. Ахметова  
РГППУ, г. Екатеринбург

### Слухи как социально-психологический феномен

Явление слухов представляет большой интерес в качестве объекта социологического исследования.

Причиной, объясняющей этот факт, является возникающий в индивидуальном и общественном сознании вакуум заполняется недостоверными сообщениями, как спонтанно возникающими на уровне межличностного общения, так и сознательно инспирируемыми через средства массовой информации политическими, финансово-экономическими и другими кругами. Особое место в современном информационном пространстве нашей страны занимают слухи. Более 70% россиян отмечают, что сталкиваются со слухами, из них около 45% чаще, чем 1-2 раза в неделю. Слухи рассматриваются сегодня не только как стихийное коммуникативное явление, но и как технология влияния на общественное сознание, эффективное средство информационно-психологического противодействия. Необходимо особо отметить, что в рамках данной работы мы будем рассматривать явление слуха в системе именно межличностных отношений в малой социальной группе.

В рамках данной работы был проведен теоретический анализ проблемы, с целью подробного изучения характеристик, особенностей феномена слуха.

Цель данной работы: исследование слухов как психологического феномена.

Задачи: 1) осуществить теоретический анализ по феномену слухов; 2) провести исследование на малой социальной группе с целью выявления формального лидера в группе (лидера доверительных отношений).

Объект исследования – слухи как социально-психологический феномен

Предмет – отношения к слухам в малой социальной группе.

Мы можем выдвинуть гипотезы:

- 1) Малая социальная группа склонна не доверять слухам.
- 2) Исследуемая малая социальная группа считает слухи источником рекламы.
- 3) В малой социальной группе есть информационный лидер.

Слухи — это специфический вид неформальной межличностной коммуникации, в процессе которой сюжет, до известной степени отражающий некоторые реальные или вымышленные события, становится достоянием обширной диффузной аудитории. Иначе говоря, слух — это сообщение (исходящее от одного или более лиц) о некоторых событиях, официально не подтвержденных, устно передающееся в массе людей от одного человека другому. Слухи касаются важных для определенной социальной группы явлений, отвечают направленности ее потребностей и интересов.

Социально-психологические условия, побуждающие людей воспринимать слухи и удовлетворение потребностей:

1. Тревожная, напряженная, трудная обстановка, содержащая проблемы, угрозы, опасности, в которой люди ищут пути обезопасить себя и своих близких.

2. Стремление предупредить наступление неприятных событий, заблаговременно к ним подготовиться и уменьшить возможный урон, если избежать его невозможно.

3. Наличие психологического заражения, подражания, группового давления, стремления обезопасить себя вместе со всеми.

4. Уверенность в достоверности сообщения. Не зная, откуда исходит слух, люди склонны предполагать, что информация представлена из надежных источников. Это создает иллюзию достоверности сообщения и формирует эффект ложного консенсуса, т.е. уверенности в том, что слух разделяют большинство людей.

5. Психологические особенности людей, предрасполагающие к восприятию слухов,

6. Социально-психологические особенности групп и совместной деятельности. Отмечается, что слухи активнее распространяются в группах, в которых царят бездеятельность, однообразие, скука.

Причины возникновения и живучести слухов:

- возможность удовлетворения с помощью слухов актуальных потребностей людей;
- недостаток информации, необходимой для организации деятельности по удовлетворению актуальной потребности;
- многомерность, субъективная неоднозначность событий.

Группа состоит из 22 человек. Средний возраст по группе 20,5 лет, все испытуемые мужского пола. Все они являются родившимися и проживающими в г. Екатеринбурге или Свердловской области. Также все респонденты являются бойцами Студенческого Строительного Отряда «Бриз» базирующегося в УрФУ (бывш. УГТУ-УПИ).

Линейный студенческий отряд (ЛСО) – это коллектив студентов (учащихся, аспирантов), которые объединены выполнением определенного вида и объема работ. ЛСО насчитывает в своем составе не менее 10 человек и, при необходимости, может состоять из нескольких бригад, за каждой из которых закрепляется определенный фронт работ. Участниками ЛСО могут быть студенты (аспиранты) высших и

средних специальных учебных заведений, не имеющие медицинских противопоказаний, добровольно изъявившие желание в свободное от учебы время трудиться в составе отряда. Исходя из производственной необходимости, членами студенческого отряда могут быть лица, не являющиеся студентами (аспирантами). ЛСО имеет свою символику: флаг, гимн, эмблему, шевроны, нашивки, форменную одежду.

По результатам проведенного эксперимента можно сделать следующие выводы. Общий результат по группе, полученный с помощью анкеты по первому блоку: данная малая социальная группа предпочитает не доверять слухам. В ответах на вопросы по второму блоку респонденты разделились поровну, т.е., часть считает, что слухи являются средством рекламы, а другая часть так не считает. По третьему блоку в своих ответах респонденты таким же образом разделились на две группы; одна из которых считает, что имеет собственное отношение к слухам, другая – не имеет. По результатам четвертого блока (он подразумевал выявление общественного мнения о слухах), можно сделать вывод о том, что данная малая социальная группа предпочитает не иметь отношения со слухами.

Также мы можем сделать вывод по выбору участниками шкал иногда и часто. Показатели шкалы иногда преобладают, практически по всем блокам мы видим показатели с разницей увеличения баллов в два раза. Таким образом, участники отдают предпочтение ответу «иногда».

Таким образом, хотелось бы отметить, что слухи как психологический феномен играет одну из главных ролей в процессе межличностного взаимодействия в малой социальной группе, являясь одним из важных источников информации влияющем на характер взаимодействия в целом.

Слухи — есть серьезное оружие пропаганды. Оно представляет опасность, если с ним не бороться или бороться неумело, без знания закономерностей, которые обуславливают возникновение и циркуляцию слухов. Оно не страшно, если известно, как ему противодействовать, если знания о закономерностях возникновения и

функционирования слухов своевременно и умело применять, сочетая профилактические мероприятия с оперативными контрмерами.

Четкие, структурированные знания о представленной проблеме позволяют успешно сглаживать негативное воздействие слухов как на межличностное взаимодействие в малой социальной группе, так и в масштабах всех общественных отношений.

В данной работе нами были выполнены поставленные задачи. По полученным результатам сделаны объективные выводы.

Также мы подтвердили следующие гипотезы:

1. Малая социальная группа склонна доверять либо не доверять слухам.

2. В малой социальной группе есть информационный лидер.

Гипотеза о том, что исследуемая малая социальная группа считает слухи источником рекламы была подтверждена частично, т.к. половина группы считает, что слухи не могут носить рекламный характер.

В заключении представленной работы хотелось бы отметить, что феномен слухов сложен и многообразен и требует тщательной проработки в изучении.

*О.М. Ботова, И.В. Воробьева*  
РГППУ, г. Екатеринбург

### **Одиночество как ресурс развития личности в юношеский период**

Одиночество является одной из наиболее актуальных проблем современного общества. Это не только сложный феномен индивидуальной жизни человека, но и важнейшее общественное явление, требующее психологического осмысления.

Современная ситуация в обществе характеризуется структурными и динамическими изменениями в социальной, экономической и политической жизни. Техническая легкость коммуникаций, развитие электронных средств общения, избавляет человека от физического состояния одиночества, позволяет не утратить контакта с другими людьми, в действительности же еще больше обостряет проблему одино-

чества. Электронное общение зачастую носит поверхностный характер, не связанный с эмоциональной включенностью, ощущением присутствия другого человека. Обилие информации лишь создает иллюзию связанности с другими людьми, но не ведет к преодолению эмоциональной изоляции. Недостаток и «поверхностность» значимых отношений вызывает острые негативные переживания одиночества. Однако, оставаясь одиноким, человек лишен уединенности. Из-за обилия информации, увеличения количества контактов, у современного человека часто нет времени остаться наедине с собой, погрузиться в мысли, задуматься о своем «Я». В этих условиях поиск путей конструктивного решения проблем одиночества приобретает особую актуальность.

Большинство исследований одиночества в современной науке рассматривает данный феномен как негативное эмоциональное переживание в социальной изоляции от других людей, как болезненное эмоциональное состояние. В современных исследованиях переживание одиночества рассматривается во взаимосвязи с такими феноменами, как депрессия, суицид, агрессия, девиантное поведение. Анализ научной литературы и исследований в психологии по данной проблеме показывает, что до сих пор нет единого понимания сущности одиночества, его генезиса и особенностей проявления.

На наш взгляд, одиночество можно рассматривать в двух разных аспектах: одиночество как проблема (негативный аспект) и одиночество как ресурс развития личности (позитивный аспект). Негативный характер одиночества проявляется в деформации «сложной и обширной сети взаимосвязей» человека, «основополагающим моментом ... выступает осознание отсутствия чего-либо, чувство потери и крушения» (Н.Е.Водопьянова, 2009). Позитивный аспект одиночества заключается в том, что оно является неотъемлемой частью становления индивидуальности человека. Одиночество позволяет человеку обратиться к самому себе, глубже понять себя, раскрыть свои возможности. Одиночество актуализирует внутренний