

УДК 316.64

В статье представлено исследование социальной изолированности как социально-психологической детерминанты внушаемости в большой группе. В первой части статьи описаны результаты теоретического анализа литературы по указанной теме. Во второй части приводятся результаты эмпирического исследования социальной изолированности в пределах крупной социальной общности. Особенностями данной работы является изучение указанного феномена именно в рамках большой группы.

Ключевые слова: внушаемость; социальная изолированность; маргинальность; социально-психологическая детерминанта; большая группа.

The article presents a study of social isolation as a socio-psychological determinant of suggestibility in a large group. In the first part of the article the authors describe the results of theoretical analysis of literature on this topic. The second part presents the results of empirical studies of social isolation within a larger social community. The significance of the given work is the study of this phenomenon in the framework of a large group.

Keywords: suggestibility, social isolation, marginality, social-psychological determinant, large group.

**Н. А. Власов**

*E-mail: kaiser85@yandex.ru*

*Российский национальный исследовательский медицинский университет им. Н. И. Пирогова*

**Социальная изолированность  
как социально-психологическая детерминанта внушаемости  
в большой группе**

Научная статья

**N. A. Vlasov**

*Pirogov Russian National Research Medical University*

**Social Exclusion as a Socio-Psychological Determinant  
of Suggestability in a Large Group**

Scientific article

Внушаемость является одной из важнейших характеристик личности человека, так как именно она определяет то, насколько он подвержен влиянию извне. За более чем сто лет изучения данного феномена было проведено большое количество исследований, в том числе и в рамках социальной психологии. Были открыты основные детерминанты внушаемости – конформизм, эмпатия, ролевое взаимодействие, психическое заражение, делегирование ответственности. Вместе с тем практически весь материал, используемый социальной психологией, был получен в результате исследований, где в качестве испытуемых выступал либо один человек (например, эксперимент подчинения авторитету С. Милгрэма), либо малая группа

(например, Стэнфордский тюремный эксперимент Ф. Зимбардо); эти данные затем были распространены и на большие группы.

Такое положение дел не может считаться удовлетворительным, так как малая группа и индивид отличаются от большой группы. Из этого следует, что результаты изучения социально-психологических детерминант внушаемости вне большой группы не могут быть использованы в психологии крупных человеческих общностей. Именно слабая изученность большой группы вообще и явления социальной изолированности как социально-психологической детерминанты внушаемости в ее рамках в частности диктует актуальность данного исследования.

© Власов Н. А., 2017

Научная новизна исследования определяется тем, что социальная изолированность впервые изучается нами в рамках большой группы.

### Определение

В социальной психологии принято выделять социальную включенность как степень интегрированности личности в группу [1, с. 103]. Данный феномен имеет ряд характеристик: собственно активность человека в рамках группы как таковой; отношение к активности других ее членов; знание и предвидение их активности. Ряд исследователей рассматривают данное явление как обеспечивающее связь личности и коллектива. Также необходимо отметить не только оценки и ожидания человека в отношении группы, но и группы в отношении человека, что обеспечивается за счет детерминанты социальной включенности. Антонимом социальной включенности является социальная исключенность [2, с. 69] или изолированность.

Социальная включенность может быть двух видов:

1. Адекватная – это вид социальной включенности, при которой индивид осознанно и целенаправленно действует в группе, его ценности и интересы соответствуют ей. Такой человек инициативен, активен, продуктивен и эффективен, он чувствует себя частью единого социального целого. Он регулярно получает социальную стимуляцию, ощущает защищенность в рамках данной группы и видит свое будущее во взаимодействии с ней;

2. Неадекватная – это вид социальной включенности, при которой индивид неосознанно действует в группе, его ценности и интересы отличаются от нее. Такой человек безынициативен, пассивен, непродуктивен и неэффективен, он чувствует себя «придатком» группы, находясь в ее рядах по инерции. Он не получает или нерегулярно получает социальную стимуляцию, ощущает незащищенность в рамках данной группы и не видит свое будущее, во всяком случае желаемое, во взаимодействии с ней.

Личность формируется в рамках какой-либо социальной группы. Объяснение того, зачем индивиду встраиваться в такую систему, предложил Э. Берн в рамках концепции психологических «голодов». Он предположил, что ребенку жизненно необходимы тактильные прикосновения,

«поглаживания» [3, с. 82], которые со временем становятся символическими. Эти прикосновения, удовлетворяя экзистенциальные потребности человека, необходимы ребенку как факт признания бытия его в этом мире, факт признания того, что он является живым существом. Поглаживание, тактильное или символическое, является самой простой и вместе с тем самой необходимой единицей признания. Получение «поглаживаний» является одной из причин социального взаимодействия и объясняет такой феномен, как включенность.

Этапы развития личности в группе. Учитывая тот факт, что личность является социальной по своей природе, т. е. формируется в рамках социума и под его воздействием, необходимо рассмотреть этапы ее вхождения в социум и дальнейшей интеграции. Всего выделяют три таких этапа [4, с. 49]:

1. Адаптация – это этап вхождения в группу, изучения действующих в ней норм и правил, овладения основными способами коммуникации и видами деятельности. На этом этапе индивид «подстраивается» под данную социальную общность;

2. Индивидуализация – это этап, на котором происходит поиск средств для проявления своей индивидуальности в рамках группы. На этом этапе индивид уже в некоторой степени вошел в данную социальную общность и пытается как-то проявить себя, найти свое особенное место;

3. Интеграция – это этап, на котором происходит синхронизация индивида и группы, «врастание» его в коллективную деятельность. На этом этапе индивид, найдя свою нишу в данной социальной общности, стремится к конструктивному взаимодействию с остальными ее членами.

Главным фактором, лежащим в основе социальной включенности, является совместимость – способность членов группы синхронизировать свои действия и создать эффективные взаимоотношения в рамках общей деятельности.

Выделяют четыре основных уровня совместимости [5, с. 9]:

1. Психофизиологический – совместимость на уровне физиологических основ высшей нервной деятельности. Здесь в первую очередь речь идет о темпераменте как о динамической характеристике нервной системы;

2. Психологический – совместимость на уровне психологических особенностей. Этот уровень отличается крайне широким диапазоном

различных характеристик. Во-первых, это совместимость характеров как адаптационных структур личности; во-вторых, совместимость ценностей как стержневых основ личности; в-третьих, совместимость жизненных сценариев и иных экзистенциальных элементов; в-четвертых, совместимость поведенческих моделей;

3. Социально-психологический – совместимость на уровне социально-ролевых ожиданий и моделей. На этом уровне происходит определение того, насколько совпадают взгляды индивида и членов группы на то, какое место должен занимать субъект в группе и какой деятельностью заниматься;

4. Социологический – совместимость на уровне социальных групп в целом. Здесь речь идет о том, насколько индивид может встроиться в социальную общность и насколько группа может его принять.

#### Социальная включенность и внушаемость

На данный момент социально-психологические аспекты социальной включенности изучены недостаточно, а та информация, которая имеется, носит неоднозначный характер. С одной стороны, предполагается, что лица, более интегрированные в социум, являются более внушаемыми, так как подчиняются требованиям большинства и за счет этого обеспечивают себе место в обществе.

С другой стороны, отечественные исследования, проведенные на выборке пенсионеров, показывают их высокую социальную изолированность [6, с. 6] и внушаемость [7, с. 282]. Можно предположить, что их высокая внушаемость является следствием базовой потребности в принятии, желании быть интегрированными в общество.

Цель нашего исследования – определить, является ли социальная включенность/изолированность социально-психологической детерминантой внушаемости в большой группе.

Всего в исследовании приняло участие 153 человека, из них 91 женщина и 62 мужчины. Средний возраст выборки – 26,4 года.

По роду деятельности выборка получилась довольно разнообразной, что является следствием использования возможностей сети Интернет, позволяющих охватить самые широкие слои населения. Всего в ней можно выделить 14 основных профессиональных направлений (см. табл. 1).

Таблица 1

#### Распределение испытуемых по роду деятельности

Род деятельности	Количество испытуемых	% испытуемых
Студенты-медики	25	16,33
Студенты-психологи	18	11,76
Студенты-биологи	9	5,88
Врачи	11	7,18
Психологи	16	10,45
Педагоги	12	7,84
Экономисты	20	13,07
Менеджеры	12	7,84
Военные	1	0,65
Бизнесмены	3	1,96
Водители	1	0,65
Юристы	18	11,76
Специалисты в области общественных наук (социологи, культурологи и политологи)	4	2,61
Журналисты	3	1,96

Исследование проводилось тремя блоками:

Испытуемые для первого блока (48 человек) были набраны среди студентов ГБОУ ВПО РНИМУ им. Н. И. Пирогова Минздрава, в котором преподает автор; для второго (52 человека) – через широкую сеть знакомств автора при помощи социальных сетей («ВКонтакте», «Фейсбук»), в которых делалась индивидуальная рассылка; для третьего (53 человека) – через различные форумы в Интернете, где были размещены соответствующие объявления.

Нам удалось изучить именно большую группу: ее размер должен превышать 30 человек и между ее членами должно отсутствовать непосредственное взаимодействие. В исследовании были использованы методики «Экспресс-диагностика уровня социальной изолированности личности» и «Шкала внушаемости Барбера»; в качестве метода статистической обработки использовался корреляционный анализ (коэффициент ранговой корреляции Спирмена).

По результатам исследования было выявлено, что существует прямая корреляция между показателями социальной изолированности и внушаемости ( $r_s = 0,31199$ , при  $p < 0,05000$ ).

Математическая обработка дала результаты, приведенные ниже ( см. табл. 2).

Таблица 2

**Результаты корреляционного анализа  
(коэффициент ранговой корреляции Спирмена)**

	<i>Возраст</i>	<i>Социальная изолированность</i>	<i>Внушаемость</i>
<i>Возраст</i>	1,00000		
<i>Социальная изолированность</i>	0,11978	1,00000	
<i>Внушаемость</i>	0,03705	0,31199	1,00000

Уровень внушаемости имеет прямую связь с уровнем социальной изолированности; следовательно, социальная изолированность, а не включенность является социально-психологической детерминантой внушаемости в большой группе. Наши данные согласуются с результатами исследований, проведенных А. Е. Дергаевой, О. В. Красновой и А. Г. Лидерс, а также с данными, полученными при изучении механизмов влияния социальной рекламы на пожилых людей [8].

### Выводы

Прямая корреляция между изучаемыми феноменами в рамках большой группы позволяет сделать вывод о том, что социальная изолированность детерминирует внушаемость вне зависимости от размера социальной общности.

Полученные результаты подтверждают точку зрения, обосновывающую высокую внушаемость лиц, обладающих слабой социальной включенностью и имеющих неудовлетворенную потребность в принятии. Как указывалось выше, к ним

можно отнести в том числе пенсионеров. Из этого следует, что социальная изолированность детерминирует внушаемость человека как в большой группе, так и вне ее.

### Ссылки

1. Дмитриева А. В. Социальное включение/исключение как принцип структуризации современного общества // Социологический журнал. 2012. № 2 (83). С. 98–114.
2. Винден В. Конец социальной исключенности? Политика в сфере информационных технологий как ключ к социальной включенности в крупных европейских городах // Spago. 2012. № 17. С. 69–84.
3. Штайнер К. Обратная сторона власти. Прощание с Карнеги, или Революционное руководство для марионетки. СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2006. 255 с.
4. Шевандрин Н. И. Психодиагностика, коррекция и развитие личности: учебник для студентов высших учебных заведений. М.: Владос, 2001. 512 с.
5. Платонов К. К. Коллектив и личность. М.: Наука, 1975. 264 с.
6. Дергаева А. Е. Профилактика социального исключения пожилых людей в современном российском обществе: автореф. дис. ... канд. социол. наук. СПб., 2013. 34 с.
7. Краснова О. В., Лидерс А. Г. Психология старости и старения: хрестоматия: учебное пособие для студентов психологических факультетов высших учебных заведений. М.: Акамедия, 2003. 416 с.
8. Кольшклина Т. Б., Маркова Е. В. Психологические механизмы эффективности социальной рекламы // Вестник Ярославского государственного университета им. П. Г. Демидова. Серия Гуманитарные науки. 2009. № 4. С. 52–56.