

Г. М. Андреева

ПСИХОЛОГИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПОЗНАНИЯ

Третье издание, переработанное и дополненное

*Рекомендовано Учебно-методическим объединением
по классическому университетскому образованию
в качестве учебного пособия для студентов высших
учебных заведений, обучающихся по направлению
и специальностям психологии*



АСПЕНТ ПРЕСС

Москва
2009

УДК 159.9
ББК 88.5
А65

А 65 Андреева Галина Михайловна
Психология социального познания: Учеб. пособие для студентов вузов / Г. М. Андреева. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Аспект Пресс, 2009. — 303 с.

ISBN 978–5–7567–0340–5

Учебное пособие представляет собой изложение одной из важнейших составных частей социальной психологии — психологии социального познания, в которой осуществляется анализ того, как человек воспринимает окружающий социальный мир, как в его сознании строится образ этого мира. В пособии, подготовленном на факультете психологии МГУ для одноименного спецкурса, подробно описывается процесс «когнитивной работы» человека с социальной информацией, его «эмоциональное сопровождение», детерминирующие его социальные факторы, а также формирование представлений об отдельных элементах социального мира.

Для студентов, аспирантов, преподавателей психологических и педагогических специальностей вузов.

УДК 159.9
ББК 88.5

ISBN 978–5–7567–0340–5

© ЗАО Издательство
«Аспект Пресс», 2005, 2009.

Все учебники издательства «Аспект Пресс» на сайте
www.aspectpress.ru

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Предисловие к третьему изданию | 3 |
| Предисловие ко второму изданию | 4 |
| Введение | 6 |
| Глава I. Теоретические предпосылки | 11 |
| 1. Философия | 11 |
| 2. Социология | 19 |
| 3. Общепсихологическая теория | 26 |
| 4. Когнитивная психология | 35 |
| Глава II. Социально-психологический подход: Социальное восприятие и социальное познание | 41 |
| 1. Социальное восприятие — исходный пункт | 42 |
| 2. От социального восприятия к социальному познанию | 51 |
| 3. Теории когнитивного соответствия | 55 |
| Глава III. Атрибутивные процессы — стратегия «перехода» | 68 |
| 1. Логический путь приписывания причин | 71 |
| 2. Теория каузальной атрибуции Г. Келли | 74 |
| 2.1. Принцип ковариации | 75 |
| 2.2. Принцип конфигурации | 79 |
| 3. Ошибки атрибуции | 82 |
| 3.1. Фундаментальная ошибка | 82 |
| 3.2. Мотивационные ошибки | 88 |
| 4. Социальная атрибуция | 93 |
| Глава IV. Процесс производства социальной информации | 97 |
| 1. Общая характеристика | 97 |
| 1.1. Социальная категоризация | 97 |
| 1.2. Эвристики | 103 |
| 2. Основные этапы когнитивной работы | 107 |
| 2.1. Внимание | 109 |
| 2.2. Кодирование | 113 |
| 2.2.1. Способы интеграции | 113 |
| 2.2.2. Последовательность предъявления | 116 |
| 2.2.3. Относительная важность | 117 |
| 2.2.4. Акценты («иллюзорные корреляции») | 119 |
| 2.3. Хранение | 120 |
| 2.3.1. Прототипы | 120 |
| 2.3.2. Схемы | 123 |
| 2.3.3. Скрипты | 126 |
| 2.3.4. ИмPLICITные теории личности | 129 |
| 2.4. Воспроизведение | 134 |

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----|
| Глава V. Эмоциональное сопровождение | 137 |
| 1. Когниции и эмоции | 138 |
| 3. Фактор настроения | 144 |
| 3. Аттитуды | 151 |
| 4. Перцептивная защита | 161 |
| Глава VI. Социальный контекст | 167 |
| 1. Социальный консенсус | 167 |
| 2. Социальные ценности | 177 |
| Глава VII. Элементы социального мира | 185 |
| 1. Социальная идентичность: образ-Я | 186 |
| 2. Образ времени и временная идентичность | 196 |
| 3. Образ среды и «средовая» идентичность | 203 |
| Глава VIII. Инструменты анализа социальных явлений | 211 |
| 1. Основы теории «социальных представлений» | 211 |
| 2. Социальное «представление» и группа | 218 |
| 3. Методологическая перспектива | 225 |
| Глава IX. Социальные институты | 233 |
| 1. Семья | 234 |
| 2. Школа и группы сверстников | 241 |
| 3. Средства массовой информации | 248 |
| 4. Другие социальные институты | 256 |
| Глава X. Образ мира и социальная нестабильность | 262 |
| 1. Социальное познание и социальные изменения | 262 |
| 2. Массовое сознание в переходном обществе | 267 |
| 2.1. Ломка стереотипов | 267 |
| 2.2. Изменение ценностей | 269 |
| 2.3. Кризис идентичности | 272 |
| 2.4. Образ мира | 278 |
| Вместо заключения: Психология социального познания на рубеже веков | 285 |
| Литература | 290 |