1. **Что такое социальная система и каковы ее системные признаки**

Социальная система – одна из наиболее сложных систем живой природы, представляющая собой совокупность людей, отношений между ними, их знаний, навыков, умений.

Специфика социальной системы:

1. Социальная система складывается на базе определённой, той или иной социальной общности (социальной группы, социальной организации).
2. Существенными чертами социальной системы являются целостность и интеграция.

**Типы социальных системы.**

I. По уровню системы:

1) Микросистемы (личность – это сложная социальная система; малая группа – студенческая, семейная; изучают их микросоциологии). 2) Макросистемы (об обществе в целом). 3) Мегасистемы (общепланетарная система).

II. По качеству:

1. Открытые, то есть такие, которые взаимодействуют с другими системами по множеству каналов. 2. Закрытые, то есть те, которые взаимодействуют с другими системами по одному-двум каналам. Скажем, СССР был закрытой системой. 3. Изолированные социальные системы. Это очень редкое явление, поскольку изолированные системы нежизнеспособны. Это те, которые не взаимодействуют с другими вообще. Албания.

III. По структуре:

1) Гомогенные (однородные). 2) Гетерогенные (разнородные). Состоят из элементов разного рода: экологических, технических и социальных элементов (людей).

Признаки социальной системы.

* 1. Относительное постоянство и устойчивость.
  2. **Образует новое, интегративное качество, не сводимое к сумме качеств её элементов.**
  3. Каждая система в чём-то уникальна и сохраняет самостоятельности («социум» – каждое отдельное явление социальной системы).
  4. Социальные системы могут взаимно перегруппировываться по типам синтеза (японское общество, нет жёсткой конфронтации между традициями и новациями), симбиоза (как белок и желток; наша страна: что-то новое привносилось, но свои традиционные корни всегда сохраняются) или насильственным путём (для нас тоже характерна…).
  5. Социальные системы развиваются по определённым закономерностям, которые складываются внутри них.
  6. Индивид должен подчиняться законам той социальной системы, в которую он включён.
  7. Основной формой развития социальных систем являются инновации (то есть нововведения).
  8. Социальные системы обладают значительной инерционностью (устойчивость, не восприятие, возникает эффект «сопротивления» инновации).
  9. Любая социальная система состоит из подсистем.
  10. **Социальные системы максимально сложные образования, так как их основной элемент – человек – обладает большим диапазоном выбора поведения.**
  11. Социальные системы обладают значительной неопределённостью функционирования
  12. Социальные системы имеют границы управляемости.

1. **В чём специфика моделей «экономического» и «социологического» человека? В чем проявляется взаимное влияние «человека экономического» и «человека психологического»? Какая модель доминирует на территории России и почему?**

Общая характеристика модели экономического человека:

Деятельность человека является целенаправленной, причем целеполагание происходит заранее, до начала самой деятельности. Человек стремится к наибольшему значению своей целевой функции: лучшему удовлетворению потребностей. Человек по поводу извлечения полезности из экономических благ ведет себя полностью рационально.

Экономический человек эгоистичен, то есть он стремится к максимизации своей выгоды. Ему безразлично, как изменится благосостояние других людей в результате его действий.

Взаимодействие между собой социально-экономических людей со своими интересами принимает форму обмена.

В числе основных характеристик экономического человека следует выделить шесть компонентов: выбор, существование предпочтений и ограничений, процесс оценивания, принятие решения на основе собственных предпочтений, ограниченность информации и, наконец, рациональность.

Виды моделей социологического человека:

Первая модель социологического человека (акроним SRSM) – это «социализированный человек; человек, исполняющий роль, и человек, который может быть подвергнут санкциям». Эта модель означает, что индивидуальное поведение социально детерминировано, имеет ролевой характер и полностью контролируется обществом. Вторая модель (акроним OSAM) – человек, «имеющий собственное мнение, восприимчивый, действующий», – связывается с эмпирической социологией. Этот человек имеет мнение относительно разных сторон окружающего его мира, он восприимчив к влиянию окружения, но действует в соответствии со своим мнением. SRSM не является изобретательным, но подчиняется ограничениям в виде санкций и ролевых ожиданий. OSAM лишен изобретательности и ограничений, а его ожидания и оценки не связаны с процессом выбора и максимизации.

Взаимное влияние «человека экономического» и «человека психологического»

На классическом этапе развития экономической науки размышления о психологических основаниях экономического поведения были связаны с представлениями об «экономическом человеке» в работах А. Смита, А. Маршалла, И. Бентама, К. Маркса, М. Вебера, Дж. Кейнса. Употреблявшиеся этими мыслителями понятия эгоизма, рациональности, удовольствия, страдания, склонностей являются психологическими по своему содержанию. До начала 20 в. экономическая ориентировалась именно на концепцию «экономического человека». Однако в 20 в*.* инициатива развития экономической психологии переходит в руки ученых-психологов.

Экономические и финансовые стимулы мешают развивать внутреннюю мотивацию. Если человек считает, что его работа наполнена смыслом он может действовать самостоятельно. В таком случае нагрузки и проблемы способствуют росту значимости работы и развитию внутренней мотивации. Внешняя мотивация предлагает компенсацию затрат только на труд; такое «оправдание» может препятствовать возникновению внутренней мотивации.

В последнее время, особенно на фоне неудач, постигших нашу страну в попытке воплотить классические экономические теории в практику, набирает силу тенденция к переосмыслению предмета науки экономики и ее роли в современном мире. Эти тенденции также связаны с необходимостью обеспечить приоритет социального над материальным, возвести человека на принадлежащее ему по праву место.

1. **Приведите примеры проявления психологических аспектов социально-экономического развития социальных систем.**

Исследования психологических аспектов социализации позволяют определить ряд методологических позиций, составляющих основу разрабатываемой нами концепции социального развития и воспитания детей дошкольного возраста. Человек живет в окружении себе подобных, в обществе, вне которого не может осуществляться его полноценное социальное развитие, напрямую связанное с общественно-историческим, культурным опытом человечества. Процесс социального развития идет под влиянием разных факторов: наследственности, среды, субъектной активности, воспитания. Человек открыт миру. Его переживание мира и себя в мире – одна из наиболее значимых реальностей. Социальное развитие человека происходит в общении с другими людьми, благодаря смыслам и ценностям, доминирующим в определенные возрастные периоды и обеспечивающим относительную свободу от внешней детерминанты. Во взаимодействии с миром человек является активным существом, субъектом собственной социальной ситуации, носителем и творцом социальной культуры.

1. **Каковы ведущие метафоры в ценностной картине россиян? Как они влияют на социальные системы?**

Эмоциональное отношение играет существенную роль в формировании и поддержке ценностных ориентация личности. Необходима форма, способная одновременно выразить смысловую и эмоциональную компоненты ценностных ориентаций личности. В качестве такой формы самопознания выступает метафора.

Метафора – форма, обладающая рядом уникальных функций. Согласно Л.И.Шрагиной, системный эффект метафоры формируется как результат взаимодействия основного и вспомогательного компонентов и обусловливает ее психологический феномен: способность активизировать эмоциональную и интеллектуальную сферы. Тем самым личность становится способна изучить не только собственные ведущие мотивы, но и оценить соподчиненные мотивы-стимулы, проявляющиеся в сознании в виде эмоций.

Применение метафор в изучении ценностных ориентаций позволяет качественно оценить субъективное эмоциональное отношение личности к собственным ценностным ориентациям. Тем самым реализуется понимание личностью собственных движущих мотивов. Понимание собственных ценностных ориентаций является значимым процессом, поскольку представляет собой часть более глобального процесса самопознания.

1. **Приведите примеры социально-экономических законов, которые связаны с психологическими закономерностями.**

**Законы построения отношений и личного поведения по Д. Карнеги.** Психология поведения личности в процессе ее деловых контактов с самыми разными людьми представляет весомый, значимый срез экономической психологии. Многочисленные попытки выявить законы поведения людей, способствующие достижению успеха, чувства удовлетворения от контактов и взаимоотношений, предпринимались американским социологом Дейлом Карнеги и принесли ему мировую известность.

Содержание работ Д. Карнеги имеет выраженный «рецептурный» характер. В основу приводимых в книгах поучений положено общее правило: «Чтобы добиться успеха, надо подстраивать образ своего поведения к психологии тех людей, с кем вы связаны, от кого зависимы, то есть, прежде всего, учитывать их цели, мотивы, интересы»*.*

Первый закон Карнеги*:*«Изучайте, постигайте цели, желания, устремления, потребности других людей, ибо это главные струны, на которых удается сыграть интересующую их мелодию».

Исключительно важное высказанное Карнеги правило, характеризующее типичную психологию подавляющего большинства людей, с которыми приходится иметь дело, встречаться в жизни, гласит: «Люди не интересуются вами. Они не интересуются мной. Они всегда интересуются самими собой – утром, в полдень и после обеда». Вывод из этого правила, назовем его вторым законом Карнеги, звучит примерно так: «Если вы хотите понравиться человеку, привлечь его, интересуйтесь самим человеком, его жизнью, делами, говорите с ним, прежде всего о нем, а не о себе и не о других».

ретий закон поведения выражен следующим утверждением: «Стремитесь в основном соглашаться со своим партнером, уклоняться от спора с ним, уважительно относиться к его мнению». При соблюдении этого правила, шансы на успешное сотрудничество значительно повышаются.

Четвертый закон Карнеги отражен в формуле: «Не наносите людям чувство обиды». Действуя таким образом, вы сможете избежать отторжения со стороны людей и уменьшить число своих потенциальных соперников, врагов.

Пятый закон посвящен тому, как завоевать внимание и доверие людей, выступая перед ними, обращаясь к людям. Согласно этому закону, успех публичного обращения обеспечивается уверенностью и убедительностью выступающего с обращением. Наличие этих факторов в соединении со знанием того, что хотят от вас услышать, - залог удачи.

**Законы Паркинсона. Приведем несколько из них.**

Закон растущей пирамиды. Работа заполняет время, отпущенное на нее. Поскольку работа растягивается во времени, ясно, что объем ее никак (или почти никак) не связан с числом выполняющих ее людей. Истина же в том, что количество служащих и объем работы совершенно не связаны между собой.

Закон отказа в виде отсрочки. Вместо того чтобы сказать «нет», тянульщики резины говорят «немного погодя», в данных словах и воплощен закон отказа в форме отсрочки. Этого обычно бывает достаточно, чтобы похоронить всю затею, не выдвинув ни одного аргумента против.

Закон тяготения к статусу. Едва удовлетворив свои основные потребности, человек начинает вожделеть к статусу, а статус бывает основан либо на авторитете, либо на богатстве.

Принцип стимулирования и наказания. Прямой стимул действеннее негативного, т.е. морковка полезнее дубинки. Возможно, впрочем, что дубинкой бьют не того, кто виноват, а морковку дают не тому, кто ее заслуживает.

1. **Опишите кратко законы: закон показательного потребления Веблена; основной психологический закон Кейнса**

**Потребление** в широком смысле слова понимается как процесс удовлетворения разнообразных жизненных потребностей людей, в число которых входят как потреб­ности, объективно обусловленные физиологическими нуждами (пища, одежда, тепло, свет, энергия, информа­ция и др.), так и субъективные потребности в общении, признании, самовыражении, индивидуализации, отличи­тельности, выделении из общей массы людей. Вторая ка­тегория потребностей характерна в том отношении, что в принципе человек смог бы прожить без их удовлетворения, но множество людей испытывают такие потребности и стремятся к их удовлетворению.

В основе закона показательного потребления лежит психологически обусловленная предрасположенность ряда людей выделяться из общей массы посредством ис­пользования в потреблении товаров и услуг, мало доступ­ных другим людям. Тем самым такие люди демонстриру­ют свое достоинство или, по крайней мере, оригиналь­ность, самобытность.

ОСНОВНОЙ ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ  
ЗАКОН ДЖ.М.КЕЙНСА  
• С ростом доходов растет потребление  
(С), но в меньшей степени, чем доходы,  
потому что членам общества  
свойственна психологическая  
склонность к ликвидности, т.е. к  
сбережению части доходов в наличной  
форме.  
• С увеличением доходов удельный вес  
сбережений растет, а удельный вес  
потребления  
падает  
d = C+S,  
d1 – d = S

1. **Приведите пример действия «эффекта наделенности»; «эффекта оформления».**

Эффект наделенности:

Людям свойственно ценить вещи, которые у них уже есть, существенно выше точно таких же, но которыми они пока не обладают.

В типичных экспериментах, демонстрирующих этот эффект, участники случайным образом разбиваются на две группы, равнозначные по своим начальным характеристикам.

Одна группа получает в подарок некое благо – например, кружку с логотипом университета, а другая – денежную сумму, соответствующую розничной цене этого блага. Участников, которые получили в подарок конкретное благо, просят назвать минимальную цену продажи этого блага. Тех же, кто получил деньги, просят назвать максимальную цену, которую они готовы заплатить за это благо.

Поскольку изначально распределение участников по группам было случайным, то следовало бы ожидать, что эти цены окажутся сходными, однако на практике цены покупки оказываются существенно (в несколько раз) ниже, чем цены продажи.

Радиационная терапия: из каждых 100 больных, прошедших курс облучения, в ходе лечения не умрет никто, в течение года после лечения всего скончаются 23 больных, а в течение пяти лет – 78 больных».

При такой формулировке число сторонников радиационной терапии выросло более чем вдвое – до 44%. Вместе с тем, как нетрудно заметить, с формальной точки зрения обе формулировки абсолютны идентичны.

Этот феномен назван ***эффектом оформления***. Функция ценности Канемана-Тверски объясняет такие решения тем, что при формулировке выживания врачи рассматривали «спасенные жизни» как выгоду и поэтому не были расположены к риску: при выборе между хирургическим вмешательством и радиационной терапией – выбрали хирургическое вмешательство. При формулировке смертности те же врачи рассматривали гибель людей как потери, что при выборе между хирургическим вмешательством и радиационной терапией подтолкнуло их выбору более рисковой радиационной терапии.

Из эффекта оформления следует, что один-единственный и хорошо упорядоченный индекс предпочтений (функцию полезности) на все случаи жизни построить нельзя в принципе – любой такой индекс будет зависеть от способа его получения. Отсюда следует, что результаты референдумов и других социологических опросов можно не только предсказывать, но и планировать при помощи «правильно» поставленных вопросов.

1. **В чем состоит эффект «эвристики репрезентативности (типичности)»? Эффект «эвристики доступности»? Сформулируйте «психологический закон малых чисел»**

***Эвристика доступности*** – еще один феномен интуитивного подхода к принятию решений. Люди склонны считать более вероятным то явление, которое находится на виду, на слуху или производит более сильное впечатление (независимо от его причин) нежели то, о котором они думают или знают сравнительно мало. Типичный пример – субъективная оценка сравнительной опасности, связанной с разного рода смертельными угрозами. Так, после Чернобыльской катастрофы европейские респонденты больше всего боялись аварий на атомных станциях, хотя по статистике вероятность погибнуть от такой аварии была в сотни раз ниже, чем вероятность смерти в автокатастрофе.

В поведении людей наблюдается и ***эвристика типичности (репрезентативности*)**. Она заключается в том, что, как правило, людям не свойственно в своих суждениях прибегать к логически корректному расчету. Они прибегают к интуитивно привлекательной эвристике, оценивая явление с позиций типичности. Так, например, предположим, что Нина относится к категории робких, застенчивых людей, и мы хотим оценить вероятность того, что ее профессия – библиотекарь, а не продавец. Большинство людей предположит, что Нина, по всей вероятности, библиотекарь, поскольку застенчивость типична для этой профессии и довольно редко является чертой характера продавцов. Однако такие ответы страдают предвзятостью, поскольку на вероятность того, что данный человек является библиотекарем, помимо типичности оказывают влияние многие другие факторы. В данном случае большое значение имеет относительная доля продавцов и библиотекарей в целой популяции. Если в популяции продавцов в 100 раз больше библиотекарей, то застенчивых продавцов будет значительно больше, чем застенчивых библиотекарей, несмотря на не типичность застенчивости для продавцов.

Люди склонны судить о единичных событиях так, будто имеют дело с большими выборками. Канеман и Тверски назвали эту особенность *психологическим законом малых чисел*(Tversky & Kahneman, 1971).

Другое следствие закона малых чисел — *мы видим закономерности там, где их нет.*

1. **Что заключает в себе закон Торндайка?**

Закон повторяемости (упражняемости). Его суть в том, что чем чаще  
повторяется связь между стимулом и реакцией, тем быстрее она  
закрепляется и тем она прочнее. Согласно этому закону, реакция на  
ситуацию связывается с этой ситуацией пропорционально частоте,  
силе и длительности повторения связей.  
Закон эффекта, который говорит о том, что из нескольких реакций на  
одну и ту же ситуацию, при прочих равных условиях, более прочно  
связываются с ситуацией те из них, которые вызывают чувство  
удовлетворения. Позднее этот закон был модифицирован, так как  
оказалось, что для ребенка важен результат любой его  
деятельности, т.е. в конце выучиваемой реакции обязательно  
должно быть подкрепление, неважно положительное или  
отрицательное.  
Закон готовности, суть которого в том, что образование новых связей  
зависит от состояния субъекта.  
Закон ассоциативного сдвига – если при одновременном появлении  
двух раздражителей один из них вызывает позитивную реакцию, то и  
другой приобретает способность вызывать ту же самую реакцию, т.е.  
нейтральный стимул, связанный по ассоциации со значимым, тоже  
начинает вызывать нужное поведение.

1. **В чем суть эффекта Ирвина?**

Эффект Ирвина (также встречаются варианты названия «феномен Ирвина» и «феномен валентности») — психологический эффект, заключающийся в завышении (переоценивании) значимости и/или вероятности наступления желательного результата и занижении (недооценивании) вероятности нежелательного исхода.  
Назван в честь американского учёного-психолога Фрэнсиса У. Ирвина (1905—1985).

Суть эффекта Ирвина объясняется тем, что эмоционально-позитивное событие легче и быстрее переводится в кратковременную память и, согласно эвристике доступности, получает завышенную оценку, а негативное событие подавляется и блокируется его перевод в кратковременную память. Начинает действовать механизм психологической защиты от травмирующих факторов