**ЛЕКЦИЯ 7. ПСИХОЛОГИЯ МАЛЫХ, СРЕДНИХ И БОЛЬШИХ ГРУПП И ПРОБЛЕМА ГРУППОВОГО ПОВЕДЕНИЯ. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЗДАНИЯ И РАЗВИТИЯ ЖИЗНЕСПОСОБНЫХ КОМАНД, ОРГАНИЗАЦИЙ, ОБЩЕСТВ**

**План**

**1. Определение группы, классификации групп**

**2. Психология малых групп, команд**

**3. Организации (средние социальные группы): технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии**

**4. Большие социальные группы: социально-психологические особенности различных групп населения**

**5. Психология масс. Массовые психические явления**

**5. Межгрупповые отношения: методы и нормы социального взаимодействия, внутригрупповой фаворитизм и межгрупповая агрессия**

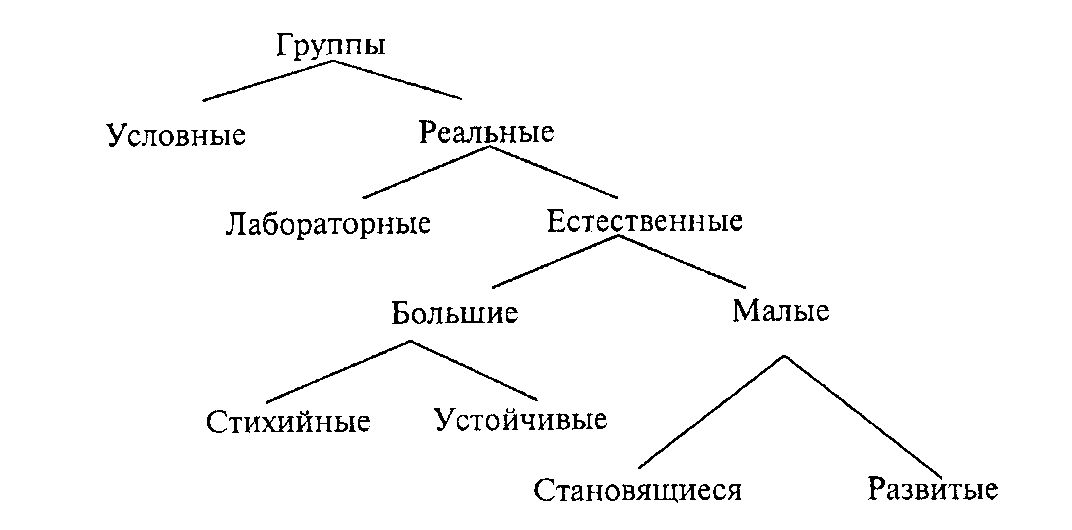
**1. Определение группы, классификации групп**

*Группа* – ограниченная в размерах общность людей, выделяемая на основе определенного общего признака (классовая принадлежность, характер совместной деятельности, особенности организации и пр.).

В первую очередь для социальной психологии значимо разделение групп на *условные* и *реальные* (см. рис. 1.1.). Условные – это группы, которые объединяют людей, не входящих в состав ни одной малой группы. Иногда выделение таких групп необходимо в исследовательских целях (напр., учащиеся 9-ых классов РФ, замужние женщины города Санкт-Петербурга и т.д.).

Основное внимание социальная психология сосредоточивает на реальных группах, т.е. таких, которые существуют в реальной действительности. Реальные, в свою очередь, делятся на *лабораторные* и *естественные.* Общепсихологические исследования часто имеют дело с реальной лабораторной группой, которая создается экспериментатором с целью проведения какого-либо научного исследования, проверки выдвинутой гипотезы. Такая группа существует только во время проведения эксперимента.

Реальные естественные группы складываются сами по себе, независимо от желания экспериментатора, возникают и существуют исходя из потребностей общества или включенных в эти группы людей.

Рисунок 5. Классификация групп в социальной психологии

Естественные группы подразделяются на *большие* и *малые*. Малые группы на всем протяжении развития социальной психологии являлись объектом для изучения. Большие группы представлены в социальной психологии неравноценно: одни изучаются давно (главным образом это неорганизованные, стихийно возникающие группы: толпа, масса, публика, аудитория), другие – организованные, длительно существующие группы (классы, нации) стали объектом исследования сравнительно недавно.

Ниже представлен сравнительный анализ малой, средней и большой группы

Таблица 11

**Сравнительный анализ малой, средней и большой группы (Л.Г. Почебут, В.А. Чикер, 2002)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Признак | Малая группа | Средняя группа | Большая группа |
| Численность | Десятки человек | Сотни человек | Тысячи и миллионы человек |
| Контакт | Личностный: знакомство друг с другом на личностном уровне | Статусно-ролевой: знакомство на уровне статусов | Отсутствие контакта |
| Членство | Реальное поведенческое | Функциональное | Условное социально-структурное |
| Структура | Развитая внутренняя неформальная | Юридически оформ-  ленная (отсутствие  развитой неформальной структуры) | Отсутствие внутренней структуры |
| Связи в процессе труда | Непосредственные трудовые | Трудовые, опосредо-ванные официальной структурой органи-  зации | Трудовые, опосредованные социальной структурой общества |
| Примеры | Бригада рабочих, учебный класс, группа студентов, сотрудники кафедры | Организация всех работников предприятия, вуза, фирмы | Этническая общность, социально-демографическая группа, профессиональная общность, политическая партия |

Под *малой группой* понимается немногочисленная по составу группа, члены которой объединены общей социальной деятельностью и находятся в непосредственном личном общении, что является основой для возникновения эмоциональных отношений, групповых норм и групповых процессов (Г.М. Андреева)

Французские социальные психологи Д.Анзье и Ж.Мартен полагают, что группа характеризуется:

1. Ограниченным числом членов, таким, чтобы каждый был способен выработать представление обо всех остальных и аналогичным образом быть воспринятым каждым из них.
2. Совместным активным достижением относительно постоянной общей цели.
3. Эмоциональными взаимоотношениями.
4. Сильной взаимозависимостью образующих группу лиц, связанных чувством солидарности и морального единства.
5. Дифференциацией ролей между членами группы.
6. Выработкой общих норм и специфической групповой культуры.

Выдвигается несколько принципов классификации малых групп по различающимся между собой основаниям, основанным на дихотомическом принципе:

* становящиеся группы, уже заданные внешними социальными требованиями, но еще не сплоченные совместной деятельностью в полном смысле этого слова, и группы более высокого уровня развития, уже сложившиеся, напр., коллективы, команды;
* организованные (формальные, напр., студенческая группа, трудовой коллектив) и спонтанные (неформальные, напр, группа друзей);
* открытые и закрытые (по степени открытости для вновь вступающих в группу);
* стационарные и временные группы (исходя из фактора продолжительности существования);
* группы членства и референтные группы (по степени значимости группы для индивида). Группа членства – это место реального пребывания человека, а референтная группа – это группа, на которую он ориентируется в своем поведении, т.е. это [эталонная группа](http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/5007/%D1%8D%D1%82%D0%B0%D0%BB%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F), представленная в сознании индивида [группа](http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/2129) людей, нормы и ценности которой выступают для него эталоном (напр., той или иной вид молодежной субкультуры для подростка).

Социальных психологов в первую очередь интересует вопрос, за счет каких механизмов происходит изменение поведения человека, включенного в групповые процессы. Рассмотрим некоторые из них:

* ***Социальная фасилитация.***

Эффект социальной фасилитации был открыт Норманом Триплеттом в 1897 году. Это усиление доминантных (привычных, хорошо усвоенных)  реакций человека в присутствии других. Эксперимент Триплетта заключался в изучении влияния ситуации соревнования на изменение скорости велосипедиста по сравнению с результатами, полученными в одиночной гонке. Триплетт установил, что велогонщики показывают лучшее время, когда соревнуются друг с другом, а не с секундомером, и сделал вывод о том, что присутствие других побуждает людей к более энергичным действиям.

В 20-х годах XX века эффект социальной фасилитации интерпретировался учеными как изменение мотивации решения задачи у члена группы в присутствии значимых для него людей. Так, Н. Катрелл на основе своего исследования сделал вывод о том, что посторонние, случайные люди не влияют на успешность работы человека. В наибольшей степени воздействие других обнаруживается в тех случаях, когда они воспринимаются человеком как значимые другие. Причем присутствие значимых других влияло на продуктивность индивидуальной работы не прямо, а косвенно, посредством изменения в мотивации.

Вместе с тем, эффект присутствия других может влиять на мотивацию человека как в положительном, так и в отрицательном планах. В положительном плане – это «эффект социальной фасилитации», а в отрицательном – он носит название «эффекта социальной ингибиции», что означает уменьшение мотивации решения задачи у члена группы в присутствии остальных. Так, например, присутствие других снижает эффективность деятельности человека при заучивании бессмысленных слогов, при прохождении лабиринта, при решении сложных примеров на умножение, при выполнении новых, непривычных действий.

В середине 60-х годов понимание термина «социальная фасилитация» изменилось. Ученые стали рассматривать ее как более широкое социально-психологическое явление. Так, Р. Зайенс изучал как присутствие других людей создает нервно-психическое (социальное) возбуждение и усиливает доминантные реакции. Принцип экспериментальной психологии: возбуждение всегда усиливает доминирующую реакцию, оказалось возможным распространить и на социальную психологию. Повышенное социальное возбуждение способствует доминирующей реакции, независимо от того, правильная она или нет. При решении сложных задач, где не известен алгоритм решения и правильный ответ не напрашивается сам собой, социальное возбуждение, т.е. бессознательная реакция на присутствие других, затрудняет умственные операции (анализ, синтез, установление причинно-следственных связей) и приводит к неправильному решению. Внимание человека переключается с решения задачи на окружающих людей. При решении простых задач реакция является врожденной или хорошо усвоенной. Присутствие других людей оказывается сильнейшим стимулятором и способствует правильному решению.

Социальный психолог Д. Майерс указывает три причины возникновения эффекта социальной фасилитации:

* социальное возбуждение, т.е. возбуждение нервной системы от присутствия других людей, является врожденным и присуще большинству общественных животных;
* боязнь социальной оценки или обеспокоенность тем, как нас оценивают другие люди. Доминантная реакция усиливается, если человек думает, что его оценивают;
* отвлечение внимания от конкретной задачи и конкретной деятельности и переключение внимания на окружающих. Это перегружает когнитивную систему и вызывает возбуждение.

Итак, социальную фасилитацию можно понимать в широком узком смыслах. В широком смысле социальная фасилитация – усиление доминантных (привычных, хорошо усвоенных) реакций человека в присутствии других. Социальная фасилитация в узком смысле понимается как усиление мотивации человека разрешить поставленную перед ним задачу в присутствии других людей. Уменьшение мотивации называется социальной ингибицией.

* ***Огруппление мышления.***

При принятии решений в группах отмечается определенная тенденция: подавлять инакомыслие в интересах единства [группы](http://www.psychologos.ru/articles/view/gruppa) - огруппленное мышление (groupthink). Как правило, это случается со сплоченными группами, члены которой связаны узами взаимной симпатии, особенно если группа изолирована от инакомыслящих и ею руководит [авторитарный](http://www.psychologos.ru/articles/view/avtoritarnostzpt_avtoritarnyy_stil) лидер, который дает понять, какое решение он (или она) мог бы приветствовать. При обсуждении проблемы критика мнения лидера либо подавляется, либо игнорируется, и группа принимает малооправданные решения.

К симптомам огруппленного мышления относятся:

* иллюзия неуязвимости: группы зачастую проявляют излишний оптимизм, а потому не могут увидеть признаки опасности;
* неподвергаемая сомнению вера в нравственность группы: члены группы настолько убеждены в собственной нравственности, что игнорируют этические аспекты обсуждаемых проблем;
* р[ационализация](http://www.psychologos.ru/articles/view/racionalizaciya): члены группы недооценивают трудности и тратят больше времени на обоснование и оправдание своего решения, чем на размышления о других способах решения проблемы;
* [стереотипные](http://www.psychologos.ru/articles/view/stereotip) представления об оппонентах: в группе люди склонны считать своих противников либо слишком злонамеренными, чтобы с ними можно было вести переговоры, либо недостаточно сильными и умными для отпора.
* принуждение к [конформизму](http://www.psychologos.ru/articles/view/konformnostzpt_konformizm): члены группы отвергают тех, кто выражает сомнения относительно представлений и планов группы, причем порой это делается не с помощью аргументов, а с помощью сарказма, направленного на конкретного человека, у большинства людей подобные насмешки отбивают всякую охоту возражать;
* «поглотители информации», т.е. наличие людей, сознательно защищающих группу от неприятных или неподходящих сведений;
* самоцензура: поскольку разногласия нередко становятся причиной дискомфорта, а в группе вроде бы существует консенсус, многие её члены отбрасывают свои сомнения или скрывают их.
* иллюзия единодушия. Самоцензура и давление конформизма создают иллюзию единодушия.

Д. Майерс приводит рекомендации по профилактике огруппления мышления:

– быть беспристрастным, т.е. не становиться ни на чью сторону;

– поощрять критическую оценку, назначать «адвоката дьявола»;

– периодически дробить группу на подгруппы, затем вновь объединяться и обсуждать разные точки зрения;

– приветствовать критику со стороны тех, кто не входит в группу, и соратников;

– прежде чем приступить к реализации принятого решения, созвать совещание «последнего шанса» и вновь обсудить все остающиеся сомнения.

**2. Психология малых групп, команд**

**Определение малой группы и ее основные параметры**

Малая группа – это:

1) группа, реально существующая в системе общественных отношений;

2) где общественные отношения выступают в форме личных контактов;

3) связи опосредованы совместной деятельностью (табл. 12).

*Таблица* *12*

**Основные социально-психологические параметры группы и членов группы**

|  |  |
| --- | --- |
| Характеристики группы | Характеристики членов группы |
| Композиция – совокупность социально-психологических характеристик (численный, половой, возрастной состав и пр.) | Система статусов |
| Структура группы:   * ролевая структура; * структура деловых (официальных) | Система ролей |
| отношений;   * структура эмоциональных межличностных отношений; * структура коммуникации – совокупность позиций членов малой группы в системах информационных потоков; * структура власти |  |
| Групповые процессы:   * сплочение группы; * процесс группового давления; * процесс принятия решения; * формирование психологического климата и организационной культуры | Мотивы и ценности |
| Групповые нормы и ожидания, система санкций | Цели |
| Групповые ценности | Представления и оценки |
| Формы общения | Жизненный опыт и компетенции |

**Основные теории малой группы**

Основные подходы к исследованию малой группы:

* психоаналитический подход (У. Байон, У. Шутц);
* социометрия (Дж. Морено);
* гештальтпсихология и теория поля (М. Шериф, К. Левин);
* теория социального влияния (Дж. Тернер);
* феномен поляризации и влияния меньшинства (С. Московичи);
* интеракционизм («социальная драматургия» Э. Гоффмана, ролевые теории, теории референтной группы);
* деятельностный подход (А. В. Петровский, Л. И. Уманский, В. С. Агеев);
* когнитивные подходы (изучение группового давления: С. Аш);
* бихевиористские и социологические подходы, использующие методы математического моделирования для анализа внутригруппового и межгруппового взаимодействия членов группы.

**Структура малой группы**

Структура – элементы и связи между ними. Элемент – член группы, его поведение, связанное с ролью. Связи – взаимодействия и взаимоотношения.

Сложившаяся социальная группа почти всегда принадлежит более широкой социальной организации, и это порождает систему официальных отношений. Роли здесь заданы отношениями власти и подчинения, предписаны на формальном уровне (директор, заведующий, староста). Другими словами, это официальные роли, по сути – должности. Поведение реализуется с учетом ожиданий общества и большой социальной группы (организации в целом).

Но в ходе развертывания этой деятельности возникают функциональные образования, заранее социальной организацией не предписанные. Такие роли можно встретить в большинстве коллективов (критик, организатор, эрудит, генератор идей и др.) Связи между реализующими эти роли людьми образуют систему неофициальных деловых отношений. Распределение ролей в группе происходит в зависимости от возможностей, потенциала, личностных и деловых особенностей членов группы. Центральный элемент – деловой лидер, причем это не всегда назначенный руководитель. Поведение организуется с учетом ожиданий группы.

Наряду с упомянутыми системами в группе существуют отношения эмоционального типа. Здесь связи между элементами возникают как следствие возникающих в группе симпатий и антипатий, чувств любви, ненависти, зависти, ревности, желания оказать поддержку и т.д. Центральным элементом выступает эмоциональный лидер, который оказывает наибольшее влияние на эмоциональную атмосферу в группе, являясь наиболее предпочитаемым участником различного рода неформальных ситуаций жизнедеятельности группы. Другие роли: нытик, весельчак, зануда, завистник, шут, опекающая мама и др. Поведение реализуется с учетом ожиданий конкретных людей группы.

Р. Шиндлер (1957 г.) выделяет 5 основных ролей, которые реализуются в любой группе (семья, класс, коллектив), при этом один человек может совмещать несколько ролей. Обратимся к таблице 13.

Таблица 13

Групповые роли по Р. Шиндлеру

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Cимвол** | **Роль** | **Описание** | |
| Альфа α | лидер | импонирует группе, побуждает ее к действиям, составляет программу действий, направляет, придает ей уверенность и решительность (на него все смотрят и затихают, когда он начинает говорить) | |
| Бета β | эксперт | | имеет специальные знания, навыки и способности, которые нужны группе или которые группа уважает. Эксперт анализирует, рассматривает ситуацию с разных сторон, его поведение рационально, самокритично, нейтрально и безучастно (он ставит вопросы, много рассуждает) |
| Гамма γ | рядовой | | легко приспосабливающиеся члены группы, большинство из них отождествляет себя с лидером и поддерживают идею лидера. «Рабочие пчелки», «костяк» коллектива |
| Омега ω | аутсайдер, отвергаемый | | самый «крайний» индивид, который отстает от группы в силу какого-то отличия от всех остальных. Его роль – снятие эмоционального напряжения. Иногда он отождествляет себя с противником, чем провоцирует против себя группу |
| Ро ρ | противник | | активно выступает против лидера. Являясь угрозой для лидера, он помогает развиваться ему и группе в целом |

**Групповая динамика**

Малая группа – это не застывшее явление с раз и навсегда определенной структурой, она изменяется. Мы можем говорить не только о структуре, но и о динамике группы. Групповая динамика – это развитие или движение группы во времени, обусловленное взаимодействием и взаимоотношениями членов группы между собой, а также внешними воздействиями на группу. Это совокупность процессов, происходящих в группе при ее развитии (целеполагание, нормообразование, распределение ролей, развитие сплоченности, прохождение группой определенных стадий развития).

Анализ развития группы обычно происходит на основании пяти элементов, представленных на рисунке 2.3.

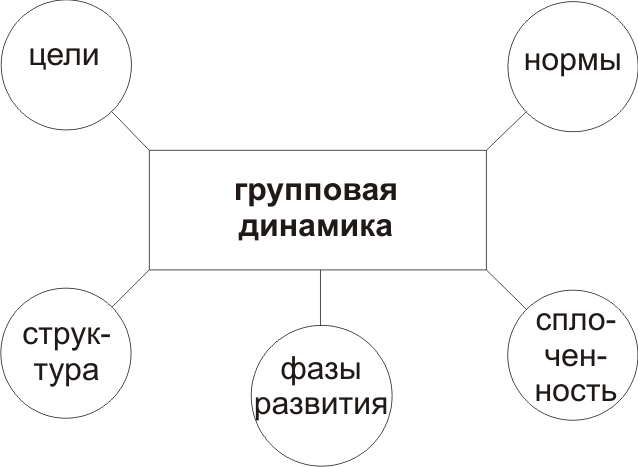


Рисунок 6. Элементы групповой динамики

**Цели** в группе делятся на личные и групповые. У членов группы личные цели могут преобладать над групповыми. В деятельности это маскируется разными способами – от агрессии до скрытого саботажа. Агрессия проявляется в тех случаях, когда члена группы заставляют делать то, что не соответствует его личным целям, но является целью группы, напр. компании. Так, у сотрудника может быть личная цель – материальное благополучие при минимальных усилиях на работе. Как только от него начинают требовать эффективной работы, он прибегает к разным способам ухода от этого: прибегать к сплетням, допускать ошибки в работе, подрывать сроки выполнения заданий, показывать бурную деятельность, не приводящую ни к какому результату и т.д. Результативность его отдела и компании в целом такого сотрудника мало интересует. Задача руководства – по возможности приводить в соответствие групповые и личные цели сотрудников.

**Групповые нормы –** это продукт социального взаимодействия. Они формируются либо внутри группы (нерегламентированные, стихийно возникающие), либо задаются извне (регламентированные, чаще всего закрепленные в документах, напр. нормы дресс-кода, регламент телефонного общения с клиентами).

*Характеристика групповых норм:*

1. Нормы группы — это совокупность правил и требований, «стандартов» поведения, регулирующих взаимоотношения и взаимодействия между ее участниками.
2. Групповые нормы определяют, что допустимо и недопустимо в группе, желательно и нежелательно, правильно и неправильно.
3. Группа не устанавливает нормы для каждой ситуации, они формируются, как правило, относительно значимых ситуаций.
4. Нормы различаются по степени принятия их в группе. Некоторые одобряются всеми, другие находят поддержку меньшинства, некоторые не одобряются вовсе.
5. Нормы различаются по степени и широте допускаемых отклонений и диапазону применяемых санкций. (санкция тоже, кстати, норма – это наказательная норма)
6. Нормы в ходе развития группы могут претерпевать изменения, особенно при возникновении новых сложных групповых ситуаций, но без их согласования не может быть организованной активности.
7. Мерой интернализации участниками групповых норм может быть усилие, прилагаемое коллективом для их сохранения и защиты.
8. Соблюдение групповых норм – необходимый признак принадлежности человека к группе.
9. Часто нормы выполняют функцию не эффективности деятельности, а ее упорядочивания.

Групповые нормы, являясь продуктом жизнедеятельности малой группы, обеспечивают:

– эффективное существование малой группы, движение к общей цели;

– предсказуемость поведения, что порождает чувство безопасности в группе;

– стабильность существования группы;

– своеобразие, самобытность конкретной группы со своими традициями и правилами поведения.

Таким образом, групповые нормы обеспечивают соблюдение и поддержание внутренней однородности и целостности группы. Другим механизмом данного процесса выступает конформное поведение.

Конформность может быть определена как изменение в поведении или мнении человека под влиянием реального или воображаемого давления со стороны другого человека или группы людей. Экспериментальное исследование конформности впервые было проведено Соломоном Ашем в 1951 г. Эксперименты С. Аша и его последователей показывают, как и насколько социальные силы ограничивают наши мнения и убеждения, а также насколько силен в нас импульс к социальному конформизму. Известный социальный психолог Дэвид Майерс пишет на этот счет: «Люди испытывают дискомфорт, когда слишком выделяются на фоне других, но, по крайней мере в западных культурах, они испытывают некоторое неудобство и тогда, когда выглядят в точности так же, как все».

Относительно следующего элемента групповой динамики – **структуры группы** – следует отметить, что она проявляется одновременно на формальном и неформальном уровне отношений, причем неформальная структура складывается гораздо медленнее формальной, поскольку определяется интерперсональным выбором. Разные члены группы занимают различные позиции в иерархии популярности и авторитета, власти и престижа, осознают и исполняют различные роли.

В группах довольно часто наблюдается тенденция к образованию подгрупп. Подгруппы возникают согласно определенному принципу (возрастному, половому, интеллектуальному и пр.), влияя на деятельность группы в целом. Негативное воздействие оказывает «закрытость» подгрупп, их нежелание обсуждать со всеми частные проблемы, включать в совместную деятельность. Поэтому немаловажным механизмом групповой динамики выступает сплоченность.

**Сплоченность** – это результирующая всех сил, действующих на членов группы с тем, чтобы удержать их в ней (Луи Фестингер). Групповая сплоченность понимается как привлекательность группы для ее членов, взаимное тяготение индивидов друг к другу (эмоциональная сплоченность), потребность участия в группе (мотивационная сплоченность), единое согласованное понимание целей и ценностей группы и сотрудничество при решении общих задач (сплоченность как ценностно-ориентационное единство). Следствиями групповой сплоченности являются:

1. сохранение группового членства, снижение количества уходов из группы;
2. повышение влияния, оказываемого группой, на отдельных индивидов;
3. большее проявление конформного поведения;
4. возрастание участия каждого в жизни группы (человек больше вкладывается);
5. рост индивидуальной безопасности в группе и переживание чувства личной безопасности (усиление чувства личной безопасности, снижение тревожности, повышение самооценки, уверенности).

**Фазы развития группы** определяются прежде всего сменой преобладающих типов взаимодействия и взаимоотношений между участниками группы, основным типом групповых интеракций.

Существует большое количество моделей группового развития: однофакторных, двухфакторных, частных, моделей коллективообразования, о чем можно подробнее прочитать в учебниках по социальной психологии. Мы рассмотрим этот вопрос на примере двухфакторной модели Б. Такмена и схеме образно-символического соответствия А.Н. Лутошкина.

Б. Такмен и другие ученые обнаружили интересный факт: жизнь группы протекает в 2-х плоскостях – инструментальной (деловой) и экспрессивной (эмоциональной). Группа в этих плоскостях функционирует неодинаково и неравномерно, что и служит толчком группового развития.

В сфере деловой активности Б. Такмен обозначает следующие стадии:

* ориентировка в задаче;
* противодействие (эмоциональный ответ на требования задачи, нарушение взаимодействия между членами группы, распределение ролей, порой конфликтное);
* открытый информационный обмен (группа определяет, кто является сильным ресурсом в исполнении задач – деловым лидером, а также, какой ресурс могут дать другие участники группы);
* конструктивное решение задач.

В сфере межличностной активности приводятся следующие стадии:

* проверка зависимости (ориентировка в характере, друг друге, поиск взаимоприемлемого поведения);
* внутренний конфликт (нарушение взаимодействия и отсутствие единства, распределение ролей, формирование подгрупп);
* развитие групповой сплоченности;
* функционально-ролевая соотнесенность (каждый член группы проявляет поведение в соответствии с групповой ролью, и его ролевое поведение работает на общую цель).

Развитие в этих сферах идет параллельно друг другу, но изменение в одной сфере вызывает изменение в другой.

Схема образно-символического соответствия группового развития А.Н. Лутошкина интересна, во-первых, метафоричностью описания стадий группового развития, а, во-вторых, своим прикладных характером (модель применима в педагогической среде, в ситуации диагностики молодежного коллектива). Каждой стадии присвоено образное название:

1. Песчаная россыпь (отсутствие групповой структуры, каждый сам по себе).
2. Мягкая глина (многое зависит от внешних, случайных факторов, однако все больше выделяется лидер, который внедряет групповые нормы).
3. Алый парус (у группы появляется есть общая цель, «капитан», все «плывут» в одном направлении к достижению общих целей, группа функционирует как сплоченная, слаженная команда).
4. Горящий факел, маяк (группа открыта для взаимодействия и помощи другим группам).

В завершение краткого обзора групповой динамики целесообразно поставить вопрос о ее механизмах: что заставляет группу меняться, развиваться, двигаться вперед, а людей, включенных в групповые процессы, проявлять себя иначе? Рассмотрим некоторые из механизмов.

* ***Разрешение внутригрупповых противоречий.***

Исследователи группового развития указывают на наличие нескольких типов внутригрупповых противоречий. Так, изучая динамику коллективообразования во временных юношеских группах, А.Г. Кирпичник обратил внимание на противоречия, во-первых, между возрастающими потенциальными возможностями группы и ее актуальной деятельностью и, во-вторых, между растущим стремлением членов группы к самореализации и самоутверждению и одновременно усиливающимися тенденциями включения личности, в групповую структуру, интеграции ее с группой. Оказывается, что переход группы с одного уровня развития на другой происходит скачкообразно, в результате обострения указанных противоречий и их последующего разрешения.

* ***Психологический обмен.***

Что на что обменивается? Говоря очень кратко, вклад со стороны конкретного участника в общий групповой процесс (решение важной групповой задачи) обменивается на его признание (статусную позицию) со стороны группы. Другими словами, активное участие в жизни группы, в достижении групповой цели, реализации групповых ценностей, как бы обменивается на высокий групповой статус.

**Лидерство и руководство в малой группе**

Очень многие используют слова «лидер» и «руководитель» как синонимы, на самом деле, за этими понятиями стоят разные социально-психологические механизмы одного и того же феномена – способности оказывать влияние на других людей.

Различение понятий «руководство» и «лидерство» связано с существованием в любой организации двух типов отношений – формальных и неформальных. Лидерство – это процесс воздействия на людей, порожденный системой неформальных отношений, а руководство подразумевает, в первую очередь, наличие четко структурированных формальных (официальных) отношений, через которые оно и реализуется. Роль руководителя задана формальной структурой, его функции, как правило, четко определены, право на применение санкций не оспаривается и т.д. Лидерство, напротив, формируется спонтанно, стихийно, на уровне полусознанных психологических предпочтений (табл. 14).

Таблица 14

Отличия лидерства от руководства

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Лидерство** | **Критерий сравнения** | **Руководство** |
| Межличностные отношения | Система отношений | Официальные отношения |
| Микросреда | Среда, в которой разворачивается процесс | Макросреда |
| Власть референтная, эталонная, экспертная | Способ влияния | Легитимная власть |
| Авторитетность, инициативность, самостоятельность | Основа влияния | Закреплена в нормативно-правовых документах организации |
| Неопределенные санкции | Санкции | Определенные официальные санкции |
| Возникает стихийно  Лидер не может быть назначен | Характер возникновения | Организованный процесс |
| Сплоченность и благополучие неформальной группы, достижение групповых целей | Вектор заботы | Определяется интересами производства, организации в целом |
| Вдохновляет  Инноватор  Видение – основа действий  Полагается на людей  Доверяет  Дает импульс движению группы | Критерии по Джону Коттеру | Поручает  Администратор  План – основа действий  Полагается на систему  Контролирует  Поддерживает, направляет движение группы |

Стоит отметить, что группа управляется наиболее легко и естественно через лидера. Поэтому любые нововведения должны быть им поддержаны, либо исходить от него.

В условиях возрастающей бизнес - конкуренции и роста требований к качеству работы административно-управленческого персонала повышается значимость лидерства и лидерских умений менеджеров, обеспечивающих умелое и эффективное управления рабочей группой или командой.

Лидерство – это психологическая характеристика поведения члена группы, пользующегося наибольшим влиянием. Это способность оказывать неформальное влияние на членов группы и брать ответственность за происходящее на себя. Будучи психологическим по своей природе феноменом, т.е. возникая в системе неофициальных, неформальных отношений, лидерство вместе с тем выступает и как средство организации отношений этого типа, управления ими.

Организационные, социальные психологи и другие специалисты, изучающие лидерство, дают ему различные определения: искусство добиваться согласия; осуществление влияния на других людей; модель поведения, способствующая достижению высокой эффективности (успешности) деятельности; умение убеждать и властвовать над другими и др. Д. Майерс рассматривает лидерство как процесс, посредством которого определенные члены группы мотивируют и ведут за собой группу.

Лидерство понимается как процесс организации и управления малой группой, способствующего достижению групповых целей в определенные сроки и с оптимальной эффективностью. Лидер — это член группы, который выдвинут на роль «неформального руководителя» в условиях специфической и значимой ситуации для быстрого и успешного достижения результатов деятельности или общей цели. Лидеры помогают отдельным членам группы и всей группе в постановке и достижении целей. Идеальным является такое лидерство, которое обусловливает не только достижение поставленных перед группой целей, но и стимулирует индивидуальное развитие членов группы, способствует их самореализации.

Функции организационного лидера таковы:

1. координировать и отслеживать процесс работы (анализ информации о результатах, работе, мотивации подчиненных, осуществление эффективного взаимодействия и сплоченности в команде, системный анализ ситуации и действий, прогнозирование, корректировка дальнейшей стратегии);
2. мотивировать и вдохновлять к дополнительным усилиям, способствовать единому пониманию значения и смысла поставленной цели, стимулировать к их достижению.

Умения делового лидера:

1. превращать сложные задачи в простые;
2. выделять этапы достижения цели;
3. придерживаться алгоритма принятия решения;
4. анализировать и синтезировать информацию;
5. структурировать мысли и лаконично излагать главные идеи;
6. сохранять хладнокровие, рассудительность и уравновешенность в проблемных (стрессовых) ситуациях;
7. использовать чужой опыт, помощь и др.

Существуют различные теории относительно происхождения лидерства. Наибольшее распространение получили следующие теории:

**1.** **Теория личностных черт**.

Согласно данной теории, лидер рассматривается как носитель определенных качеств и умений, способствующих влиянию на других (вне зависимости от ситуации, при этом личностные черты имеют природную основу). То есть существует перечень характеристик (черты, способности, умения), имеющих первостепенное значение для лидерского влияния и эффективности лидера.

Направление в исследовании лидерства с позиции теории черт возникло под влиянием английского психолога и антрополога Ф. Гальтона, который выдвинул идею наследственности в природе лидерства. Основной идеей такого подхода было убеждение, что если лидер обладает качествами, передающимися по наследству и отличающими его от других, то эти качества можно выделить. Однако составить такой перечень не удавалось. Впервые список из 79 черт, упоминаемых различными исследователями как «лидерские», составиламериканский психолог К. Бэрд в 1940 г. Тем не менее ни одна из черт этого списка не заняла прочного места в разных перечнях. К примеру, только 5% черт были названы в них четыре раза, 4% – три раза, 26% – дважды, 65% – один раз. Без сомнения, личные пристрастия исследователей влияли на их выбор черт в качестве лидерских. К наиболее значимым чертам современного лидера-руководителя относят: оригинальность и творчество, гибкость и адаптивность, способность к обучению, уверенность в себе (но не самоуверенность), желание руководить, компетентность.

Практическими следствиями теории «черт» является целесообразность психологического отбора прирожденных лидеров для руководящих должностей, стимулирование эффективных моделей поведения и стилей руководства, оттачивание «харизматичности», развитие коммуникативных навыков и других лидерских умений.

**2. Ситуативные теории лидерства**.

Согласно этим теориям появление лидера рассматривается как результат встречи субъекта, места, времени и обстоятельств. Это означает, что в различных конкретных ситуациях групповой жизни выделяются отдельные члены группы, которые превосходят других по крайней мере в каком-то одном качестве, но поскольку именно это качество и оказывается необходимым в сложившейся ситуации, человек, обладающий им, становится лидером. Интересно, что ситуативная теория лидерства подчеркивает относительность черт, присущих лидеру, и предполагает, что качественно разные обстоятельства могут потребовать и качественно разных личностных черт тех или иных индивидов, которые и становятся лидерами.

Из этого следует, что лидерство – продукт ситуации, результат успешности применения определенной модели поведения. Отсюда одна из основных задач руководителя, желающего повысить уровень неформального влияния на группу (т.е. стать лидером), состоит в том, чтобы определить, когда в зависимости от конкретных обстоятельств использование того или иного стиля целесообразно. Отправной точкой в исследовании стилей руководства считаются эксперименты 30-40 годов ХХ века, проводимые Куртом Левиным.

*Стиль руководства* – это система методов воздействия и стратегия поведения руководителя с подчиненными. Выделяют три типа руководства: авторитарный, демократический и либеральный (попустительский) (табл. 15).

Таблица 15

Характеристика стилей руководства

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Параметры сравнения** | **Стили руководства** | | |
| **авторитарный** | **демократический** | **либеральный** |
| 1. Принятие решений | единолично | коллегиально | Само собой |
| 2. Способ информирования о решении | приказы, распоряжения, команды | предложения | просьбы |
| 3. Ответственность | единоличная или через назначение ответственного | коллективная | направляется на других |
| 4. Отношение к инициативе | подавление | поощрение | безразличие |
| 5. Отношение к квалифицированным кадрам | боится конкуренции | стремится максимально реализовать их ресурсы | отпускает в «свободное плавание» |
| 6. Отношение к недостатку собственных знаний | отрицание («Руководитель всегда прав!» | стремление к саморазвитию, открытость для конструктивной критики | игнорирование |
| 7. Стиль общения | формальный, держит дистанцию | на равных,  личностный подход | избегает общения или играет в «хорошего парня» |
| 8. Позиция по отношению к группе | над, сверху вниз | на равных | под или вне |

Лидерство – это сложное социально-психологическое явление, поэтому психологами разработана классификация типов лидерства.

1. Р.Бейлз и Ф. Слейтор обозначают две фундаментальные лидерские роли: роль делового, инструментального лидера (the task leader) и роль эмоционального, экспрессивного лидера (the social-emotional leader). Сам факт их существования получил название феномена ролевой дифференциации лидерства. Было показано, что эти роли связаны с разными аспектами группового функционирования: роль делового лидера включает действия, направленные на решение поставленной перед группой задачи, а роль эмоционального лидерства предполагает действия. Относящиеся в основном к сфере внутренней интеграции группы.

2. Л.И. Уманский полагает, что многообразие ситуаций в жизни группы порождает многообразие лидерских ролей:

**–** лидер-организатор, выполняющий функцию групповой интеграции;

**–** лидер-инициатор, задающий тон в решении групповых проблем;

**–** лидер-эрудит, решающий интеллектуальные задачи, стоящие перед группой;

**–** лидер эмоционального притяжения, соответствующий социометрической «звезде»;

**–** лидер-мастер, умелец – это специалист в каком-либо виде деятельности.

3. по временной перспективе различают универсальное и ситуативное лидерство. Лидер первого типа постоянно проявляет свои лидерские качества (в различного рода ситуациях), а ситуативный лидер проявляет свой потенциал лишь в определенной, специфической ситуации.

**Понятие команды**

В отечественной социальной психологии существует определение двух форм групп высокого развития, в равной мере предполагающих развитого коллективного субъекта деятельности: развитие группы как **коллектива** (А. В. Петровский, Л. И. Уманский) и развитие группы как **команды** (Т. Ю. Базаров, М. Ю. Жуков).

Сформированный коллектив, как и сформированная команда, являются конечной целью развития группы в организации, но при этом имеют ряд отличительных особенностей. И в группе, и в коллективе существует единство целей, разделяемых всеми участниками. Но в случае коллектива ключевой характеристикой групповой цели является ее социальная значимость. Если группа сплочена и функционирует, но деятельность ее асоциальна, коллективом она считаться не может. Таким образом, при определении коллектива главным является критерий нравственности и общественной ценности. В случае с командой ключевой оценкой групповой цели имеет ее значимость в контексте цели всей организации, т.е. в конечном итоге – прибыльность и оптимизация производственного процесса. В этом принципиально отличие команды от коллектива. Дадим определения этим понятиям.

**Коллектив** – это особое качественное состояние малой группы, достигшей высокого уровня социально-психологической зрелости с точки зрения двух параметров: степени опосредованности межличностных отношений в группе содержанием совместной деятельности и общественной значимости последней.

**Команда** – это группа людей, взаимодополняющих и взаимозаменяющих друг друга в ходе достижения поставленных целей; группа выступает в качестве особой формы организации людей, основанной на продуманном позиционировании участников, имеющих общее видение ситуации и стратегических целей команды и владеющих отработанными процедурами взаимодействия.

Стоит отметать, что подход к развитию малой группы внутри организации через теорию развития коллектива в настоящее время теряет свою актуальность – далеко не каждая организация заинтересована в планомерном формировании социально значимых целей у своих сотрудников, поскольку в контексте отдельной коммерческой организации общественный прогресс трансформируется в понятия прибыльности, конкурентоспособности, качества производства и т.д. В этом контексте командообразование сегодня приобретает все большую популярность, и все чаще работодатели и организационные консультанты используют команду как структурный элемент организации для достижения ее целей. Причин тому несколько.

Во-первых, сложность сегодняшней организации социального мира. Даже очень талантливый специалист оказывается не в состоянии обрабатывать весь поток поступающей информации, реагировать на изменения и продуктивно функционировать в одиночку. Команда в этом смысле обладает гораздо большей "пропускной способностью".

Во-вторых, командная форма работы приводит к так называемому синергетическому эффекту, когда общий результат оказывается существенно выше, чем простая сумма результатов индивидуальных.

В-третьих, работа в команде приносит удовольствие не только за счет получаемых результатов, но и как следствие уникальной эмоциональной атмосферы и ощущения единства, столь близкого нашему национальному самоощущению.

Именно поэтому технологии командообразования являются столь востребованной и разработанной отраслью прикладного социально-психологического знания. Существует значительное число концепций развития группы в организации. В русле изучения развития малой группы чаще всего социальные психологи обращаются к модели Б. Такмена. Ее удачную трансформацию предложил Μ. Е. Келли, чья теория в полной мере подходит для анализа развития групп, а конкретнее – команд, в организации. Μ. Е. Келли описывает процесс развития команды как прохождение пяти стадий:

• стадия первоначальной ориентации;

• стадия конфликта и сопротивления;

• стадия консолидации вокруг задачи;

• стадия командной работы и решения задачи;

• стадия перехода к решению другой задачи.

Автор считает, что на пятой стадии развития команды обычно происходит регресс к более ранней стадии: члены команды могут постоянно приходить и уходить, может появиться новая задача или цель и, наконец, команда может просто распасться.

Т. Ю. Базаров, используя модель Б. Такмена, предлагает другой вариант выделения этапов командообразования, который в большей степени связан с практикой функционирования групп в реальной социальной действительности. Выделенные стадии Т. Ю. Базаров описывает следующим образом.

1. **Адаптация**. С точки зрения деловой активности характеризуется как этап взаимного информирования и анализа задач. На данном этапе происходит поиск членами группы оптимального способа решения задачи. Межличностные взаимодействия осторожны и ведут к образованию диад, наступает стадия проверки и зависимости, предполагающая ориентировку членов группы относительно характера действий друг друга и поиск взаимоприемлемого поведения в группе. Члены команды собираются вместе с чувством настороженности и принужденности. Результативность команды на данном этапе низка, так как члены ее еще не знакомы между собой и не уверены друг в друге.

2. **Группирование**. Этот этап характеризуется созданием объединений (подгрупп) по симпатиям и интересам. Инструментальное содержание его состоит в противодействии членов группы требованиям, предъявляемым им содержанием задачи, вследствие выявления несовпадения личной мотивации индивидов с целями групповой деятельности. Происходит эмоциональный ответ членов группы на требования задачи, который приводит к образованию подгрупп. При группировании начинает складываться групповое самосознание на уровне отдельных подгрупп, формирующих первые интрагрупповые нормы.

3. **Кооперация**. На данной стадии происходит осознание желания работать над решением задачи. Она характеризуется более открытым и конструктивным общением, чем на предыдущих этапах, появляются элементы групповой солидарности и сплоченности. Здесь впервые возникает сложившаяся группа с отчетливо выраженным чувством "МЫ". Ведущей на этом этапе становится инструментальная деятельность, имеется хорошая подготовленность членов группы к ее осуществлению, развито организационное единство. Однако в группе отсутствуют достаточно выраженные психологические связи.

4. **Нормирование деятельности**. На данной стадии разрабатываются принципы группового взаимодействия. Доминирующей становится сфера эмоциональной активности, резко возрастает значение отношений "Я – ТЫ", личные взаимоотношения становятся особенно тесными. Одной из характерных черт данной стадии развития группы является отсутствие интергрупповой активности. Процесс обособления сплоченной, хорошо подготовленной, единой в организационном и психологическом отношениях группы может превратить ее в группу-автономию, для которой характерны замкнутость на своих целях, эгоизм.

5. **Функционирование**. С точки зрения деловой активности его можно рассматривать как стадию принятия решений, характеризующуюся конструктивными попытками успешного решения задачи. Стадия функционально-ролевой соотнесенности, связанной с образованием ролевой структуры команды, являющейся своеобразным резонатором, посредством которого проигрывается групповая задача. Группа является открытой для проявления и разрешения конфликта. Признается разнообразие стилей и подходов к решению задачи. На этом этапе группа достигает высшего уровня социально-психологической зрелости, отличаясь высоким уровнем подготовленности, организационным и психологическим единством, характерными для командной субкультуры.

Еще один подход к проблеме командообразования представлен в работах Ю.М. Жукова, E. Н. Павловой, А. В. Журавлева, которые выделяют следующие этапы командообразования:

• комплектование;

• знакомство (углубление знакомства);

• формирование общего видения;

• позиционирование;

• перспективное и среднесрочное планирование;

• планирование первого шага;

• реализация;

• работа с обратной связью;

• планирование следующего шага.

Далее приведем более подробное описание этапов, предложенное авторами.

1. Комплектование/переукомплектование. Командообразование начинается с того, что определяются численность и состав участников (будущих членов) команды. На практике эта ступень нередко отсутствует и консультанту по развитию команды или тренеру командообразования предлагается работать с уже укомплектованной группой. Если же есть возможность подбора команды, то на первый план выходит вопрос подбора методов диагностики потенциальных членов команды – их личностных, профессиональных, социальных особенностей, а также всех других качеств, важных в контексте выполняемой деятельности.

2. Знакомство/углубление знакомства. Здесь устанавливается первичный контакт, необходимый уровень доверия среди участников. Происходят знакомство и ориентировка членов команды друг в друге и в ситуации. Как и первый этап, второй может отсутствовать, если члены будущей команды достаточно хорошо знакомы друг с другом. В этом случае можно обратиться к процедуре обновления представлений друг о друге – ведь этим людям придется заниматься деятельностью в новом организационном формате.

3. Институциализация. Команда должна быть вписана в структуру и системы организации. Она должна иметь права и обязанности, систему отчетности, доступ к информационным и иным ресурсам. Должны быть установлены и, если необходимо, документально оформлены порядок работы, способы взаимодействия, определен круг лиц, курирующих группу и координирующих ее работу с другими командами, а также со структурными подразделениями и службами организации.

4. Формирование общего видения. Это один из наиболее важных этапов. Основная его цель – согласование взглядов, позиций, образа желаемого будущего среди участников командообразования. Группа определяет цели, задачи, направления движения и специфику деятельности своей команды (организации). Предполагается, что непосредственно общее видение выкристаллизовывается в процессе коммуникации членов команды и зачастую не поддается рационализации и не имеет четких рецептов формирования. При этом целеполагание, безусловно, является важной, хотя и не единственной, составляющей в этом процессе.

5. Позиционирование/перепозиционирование. На этой стадии происходят макро- и микропозиционирование участников. В результате макропозиционирования участники определяют предметно-функциональные позиции в деятельности своей команды и соответствие ее членов этим позициям. Учитываются все необходимые составляющие: склонности, способности, уровень профессиональных знаний, навыки и опыт, тип личности и т.д. В процессе микропозиционирования обозначаются и распределяются командные роли, обеспечивающие взаимодополнение и совместимость членов команды. Данный фактор оказывает существенное влияние на эффективное проведение совещаний, принятие решений.

6. Планирование первого шага. На этой ступени происходит формирование целереализующей системы команды, составляется конкретный план-график, распределяются ресурсы и ответственность.

7. Исполнение. Здесь, собственно, осуществляется то, что было намечено и спланировано ранее. Команда реализует задуманный план.

8. Рефлексия. Команда постоянно отслеживает, насколько эффективно она продвигается вперед. Участники оценивают выполнение конкретных заданий, анализируют, что мешает и что способствует продуктивной работе команды. Проведение рефлексии особенно важно контролировать на начальных этапах работы команды, когда вероятность ошибок достаточно велика, а группа на первых порах стремится к немедленной реализации последующих шагов, пропуская необходимый этап анализа.

9. Планирование второго шага. Команда планирует второй шаг с учетом анализа нового положения дел.

Первые три этапа могут иметь четко фиксированное начало и не иметь конца, точнее, их завершение совпадает по времени с моментом выполнения командой своей миссии или со временем принудительной ликвидации команды. Следующие стадии имеют свои достаточно четко различаемые и конец, и начало.

Как было отмечено выше, под организацией иногда понимают совокупность взаимодействующих малых групп, однако понимания механизмов развития отдельно взятой малой группы оказывается недостаточно для описания развития организации как единого целого.

**3. Организации (средние социальные группы): технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии**

**Организация как предмет изучения в психологии**

Организация является специфическим видом социальных систем и занимает «промежуточное» положение между малыми и большими социальными группами.

Под *организацией* понимается искусственное объединение людей институционального характера, занимающее определенное место в обществе и выполняющее определенную общественную функцию (А. И. Пригожин, 1995).

Большинство деловых организаций имеет формальную структуру (роли, названия должностей и пр.) и неформальную структуру (систему отношений между членами организации, не регламентированную специальными предписаниями, которая вытекает из ценностей, интересов, психологических особенностей членов организации).

Таким образом, организация – это «дифференцированное и взаимно упорядоченное объединение индивидов и групп, действующих на основе общих целей, интересов и программ».

Проблемы организации изучают в рамках организационной психологии и психологии управления. Можно выделить следующие направления исследований:

* психологический анализ структуры организации (коммуникативная структура, распределение ролей);
* мотивация организационного поведения (преданность организации);
* процессы групповой динамики и лидерства;
* психологические механизмы организационного строительства;
* феномены индивидуальной конформности;
* межличностные отношения и взаимодействия;
* способы социального познания и оценки ситуаций.

**Теории Х, Y и Z**

Важнейшей проблемой организационной психологии является повышение эффективности работников. Дуглас Мак-Грегор разработал две теории (теорию Х и теорию Y), по-разному трактующие поведение работников. Вслед за ним У. Оучи на основе анализа японской системы управления предложил третью теорию – теорию Z.

Д. Мак-Грегор рассматривает поведение менеджера, его управленческие действия, основанные на предположениях о поведении работников. Существуют два подхода, которые менеджеры используют для управления подчиненными. Подходы являются следствиями двух различных взглядов на природу человека: принципиально негативного (теория X, автократичная) и принципиально положительного (теория Y, демократичная). Мак-Грегор сделал вывод, что организации типа Y гораздо более эффективны. Задачей менеджмента является создание условий, при которых рабочий, затрачивая усилия для достижения целей организации, одновременно наилучшим образом достигает своих личных целей (табл. 16).

*Таблица* *16*

**Сравнение теорий Х, Y и Z**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Д. Мак-Грегор | | У. Оучи |
| Теория Х | Теория Y | Теория Z |
| Предпосылки теории:   * обычный человек не любит работу и старается избегать работы; * по причине нежелания работать большинство людей только путем принуждения, с помощью приказов, контроля и угроз наказания могут быть побуждены к тому, чтобы осуществлять необходимые действия и затрачивать должные усилия, требуемые для достижения организацией своих целей; * средний человек предпочитает, чтобы им управляли, старается не брать на себя ответственности, имеет от | Предпосылки теории:   * выражение физических и эмоциональных усилий на работе для человека так же естественно, как и во время игры или на отдыхе; * внешний контроль и угроза наказания не являются единственными средствами побуждения человека к деятельности; самоконтроль и самопобуждение к деятельности более важны для интересов организации при наличии чувства ответственности; * ответственность и обязательства по отношению к целям организации зависят от вознаграждения, получаемого за | Главная черта – обоснование коллективистских принципов мотивации.  Мотивация работников должна исходить из ценностей «производственного клана», т. е. предприятия как одной большой семьи, одного рода. Эти ценности требуют развития у сотрудников отношений доверия, солидарности, преданности коллективу и общим целям, удовлетворенности трудом и пребыванием на предприятии, производительности труда. Основные признаки:   * пожизненный наем, создающий твердые гарантии занятости и сопричастности к судьбе организации; * медленное продвижение |
| носительно низкие амбиции и желает находиться в безопасной ситуации.  Менеджер теории Х навязывает подчиненным свои решения и централизует полномочия. Стимулирование к добросовестной работе предполагает наказание или страх перед возможным наказанием. | результаты труда;   * вознаграждение связано с удовлетворением потребностей в самовыражении и самоактуализации; * обычный человек, воспитанный определенным образом, не только готов брать на себя ответственность, но даже стремится к этому.   Менеджер теории Y избегает навязывать свою волю подчиненным, включает их в процесс принятия решений и определение регламента работы. Роль административного персонала –предоставление профессиональной помощи всем уровням управления. | по службе;   * универсальный характер квалификации, широкие коммуникации; * коллективный метод принятия решений и групповая ответственность; * широкая свобода действий и нечетко выраженный механизм   контроля;   * доверительное, товарищеское общение руководителей с подчиненными; * гласность; * эгалитаризм, * корпоративные ценности.   Теория Z акцентируется на коллективной мотивации и раскрепощении инициативы работника. |

**Направления исследования организации**

Преданность организации – это психологический конструкт, отражающий силу связи, существующей в представлении человека, между ним и конкретной организацией, в которой он работает. Преданность организации – это установка, включающая три компонента:

* лояльность (сильное желание остаться ее членом);
* вовлеченность (желание прилагать максимальные усилия в интересах данной организации);
* идентификация (твердая убежденность в корпоративных ценностях и принятие целей организации).

Натали Аллен и Джон Мейер предложили трехкомпонентную модель преданности организации как установки (1990):

1) аффективная преданность (эмоциональная привязанность);

2) преданность, обусловленная стажем (связана с пониманием потерь, которые вызовет уход из организации);

3) нормативная преданность (ощущение своей обязанности оставаться в организации).

Аллен и Мейер разработали «Шкалу приверженности организации».

II. Изучение психологического климата.

Психологический климат – целостное состояние группы (коллектива), относительно устойчивый и типичный для нее эмоциональный настрой, отражающий реальную ситуацию трудовой деятельности (содержание, условия и организацию труда), характер межличностных отношений.

III. Изучение организационной культуры.

Культура – динамическая система правил (эксплицитных или имплицитных), принимаемых группой для обеспечения ее выживания. Соответственно организационная культура – это динамическая система правил, разделяемых членами организации. К организационной культуре относятся отношения, ценности, убеждения, нормы и поведение, разделяемые членами организации.

*Структурный подход* Стивена Роббинса (1987) описывает организационную культуру с точки зрения трех базовых элементов:

1) сложность С – степень, с какой организация стимулирует дифференциацию задач и видов деятельности;

2) формализация Ф – степень выраженности у организации тенденции задавать структуры и правила деятельности;

3) централизация Ц – степень склонности организации концентрировать свои действия и возможности принятия решений в ограниченном числе подразделений или работников.

Организации различаются по трем параметрам. С. Ламмерс и Д. Хиксон выделили три типа национального характера в организациях:

* латинский тип: С+ Ф+ Ц+ (классическая бюрократия);
* англосаксонский тип: Ф– Ц– (децентрализованный тип);
* тип стран третьего мира: Ф– Ц+ (патерналистский тип, традиционно-семейная организация).

*Функциональный подход* (Г. Хофстеде) предполагает анализ организационной культуры через призму производственных ценностей; индивидуальные ориентации; отношение к работе; степень лояльности по отношению к организации и в отношении к другим сотрудникам.

Герард Хофстеде выделяет четыре параметра организационной культуры:

1. Дистанция власти (ДВ). Степень, в которой различные культуры поощряют или поддерживают различия в статусе и власти между взаимодействующими индивидуумами. Автократия и патернализм.

2. Избегание неопределенности (ИН). Степень развитости механизмов, позволяющих справиться с тревогой и стрессом, вызванных неопределенностью за счет создания ритуалов. Высокий уровень ИН в Японии.

3. Индивидуализм (ИД). Степень поощрения индивидуальных тенденций в противоположность групповым.

4. Маскулинность (МА). Степень поощрения дифференциации между полами. Высокий уровень МА в Японии.

Гарри Триандис выделяет пятый элемент – конфуцианский динамизм, который включает в себя следующие характеристики:

* неравенство в статусе ведет общество к стабильности;
* семья – прототип всех социальных организаций;
* жизненная добродетель – это напряженная работа; приобретение полезных навыков и большего образования; избегание расточительности;
* настойчивость перед лицом трудностей.

В рамках функционального подхода был проведен анализ организационной культуры в различных странах.

IV. Изучение эффективности организаций и принятия решений в организации.

*Модель Т. Питерса* – *Р. Уотермена.* Авторы бестселлера «В поисках успешного управления» Томас Питерс и Роберт Уотермен обнаружили связь между культурой и успехом в работе организации. Взяв за образец успешные американские фирмы и описав управленческую практику, они выявили ряд верований и ценностей организационной культуры, приведших эти компании к успеху:

1) вера в действия;

2) связь с потребителем;

3) поощрение автономии и предприимчивости;

4) рассмотрение людей как главного источника производительности и эффективности;

5) знание того, чем управляешь;

6) не заниматься тем, чего не знаешь;

7) простая структура и немногочисленный штат управления;

8) одновременное сочетание гибкости и жесткости в организации.

*Модель Толкотта Парсонса* разработана на основе спецификации определенных функций, которые любая социальная система, в том числе организация, должна выполнять, чтобы выжить и добиться успеха. Первые буквы английских названий этих функций в аббревиатуре дали название модели – AGIL: adaptation (адаптация); goal-seeking (достижение целей); integration (интеграция) и legiacy (легитимность).

В *модели Виджей Caтe* выделяется семь процессов, посредством которых культура влияет на организационную деятельность:

1) кооперация между индивидами и частями организации;

2) принятие решений;

3) контроль;

4) коммуникации;

5) лояльность организации;

6) восприятие организационной среды;

7) оправдание своего поведения.

Первые три процесса корреспондируют с первым, поверхностным, уровнем организационной культуры, а следующие четыре – со вторым, внутренним, уровнем, имеющим «ценностную» основу. От того, как эти процессы протекают, зависит эффективность функционирования организации.

Уильям Оучи является автором широко известной концепции организации Z-типа (*модели эффективной организации У. Оучи*), представляющей собой попытку соединения преимуществ двух различных культур (японской и американской). Такой синтез, по его мнению, дает возможность создания нового сверхэффективного варианта организационной культуры, которой должна следовать американская деловая организация. Свое исследование У. Оучи построил на сравнительном анализе семи переменных организационной культуры:

1) обязательства организации по отношению к своим членам (наем: пожизненный, долговременный, кратковременный);

2) оценка выполнения работы (качественное или количественное, медленное или быстрое);

3) планирование карьеры (специализация: узкая, широкая, умеренная);

4) система контроля (формальность/неформальность и ясность);

5) принятие решений (групповое или индивидуальное);

6) уровень ответственности (групповой или индивидуальный);

7) интерес к человеку (широкий или узкий).

V. Изучение образа (имиджа) организации в представлении ее сотрудников и общественного сознания (относительно новая проблематика).

**4. Большие социальные группы: социально-психологические особенности различных групп населения**

**Общая характеристика больших социальных групп**

Большая социальная группа – количественно не ограничиваемая условная общность людей, выделяемая на основе определенных социальных признаков (классового, полового, возрастного, национального, профессионального и пр.).

Выделяется две разновидности больших социальных групп:

1) случайно, стихийно возникшие, кратковременно существующие (толпа, аудитория);

2) группы, сложившиеся в ходе исторического развития, занимающие определенное место в системе общественных отношений (классы, этнические, профессиональные, возрастные группы и пр.).

Признаки больших социальных групп:

1. Регуляция социального поведения в больших социальных группах – через нравы, обычаи, традиции.

2. Схожий образ жизни группы (и соответствующие ему формы общения и деятельности).

3. Схожие интересы, ценности.

4. Специфический язык.

5. Общественная психология как эмпирический уровень общественного сознания, который основан на непосредственном социальном опыте и типичен для членов группы.

Общественная психология включает следующие элементы:

1) когнитивные элементы: коллективные (социальные) представления, социальное мышление, социальную память, общественное мнение, общественное сознание, менталитет;

2) мотивационно-потребностная сфера: общегрупповая мотивация, групповые потребности, ценности, социальные интересы, цели и жизненные ориентации, установки, идеалы;

3) эмоциональная сфера: социальные чувства, эмоции, настроения);

4) деятельностная сфера: коллективная деятельность и групповое поведение (рис. 4.1).

теоретический уровень

идеология

эмпирический уровень

общественная психология

Рис. 7. Структура общественного сознания

Для устойчивых социальных групп, сложившихся в конкретных исторических условиях (классы, этносы, некоторые профессиональные группы), можно выделить такую характеристику, как *психический склад*. Это устойчивое образование (к нему относятся социальный и национальный характер, обычаи, традиции, вкусы, образ жизни).

Социальный характер группы, народа определяется специфической культурой, системой знаков, символов, обычаев.

Традиции – это исторически сложившиеся под влиянием определенных условий жизни узаконенные способы воспроизведения укоренившихся правил, норм поведения, отношений людей.

Обычаи – прочно установившиеся в той или иной социальной группе правила реагирования на конкретные события, осуществления общественных действий.

Предрассудок – это укоренившееся в обществе мнение «без разумного отчета в основательности его» (В. Даль).

Образ жизни – это совокупность устоявшихся, типичных для определенных социально-экономических отношений форм жизнедеятельности социальных групп и отдельных людей в материальном и духовном производстве, в общественно-политической и семейно-бытовой сфере.

В последние годы стали часто использовать термин *этос* – это стиль жизни общественной группы, общая ориентация определенной группы, общая ориентация определенной культуры, принятая в ней иерархия ценностей, которые либо выражаются в явном виде, либо могут быть следствием поведения членов группы.

Историческое развитие больших социальных групп проходит ряд этапов (уровни развития). Герман Германович Дилигенский (1975) выделяет три уровня развития группы (табл. 17).

*Таблица 17*

**Уровни развития больших социальных групп**

**(по Г. Г. Дилигенскому)**

|  |  |
| --- | --- |
| Уровень развития | Характеристика уровня |
| Типологический уровень (низший) | Члены группы объективно сходны по каким-то характеристикам, но не составляют психологического единства |
| Уровень идентификации | Члены группы осознают свою принадлежность к данной группе, идентифицируют себя с ее членами |
| Уровень солидарности (интегрированности) | Готовность членов группы к определенным действиям во имя коллективных целей, осознание общности интересов |

К устойчивым большим социальным группам обычно относят классы, этносы (нации, народности), профессиональные группы, демографические группы.

**Классы как большие социальные группы**

Психология классов отражена в работах Г. В. Плеханова, В. И. Ленина, П. Сорокина, в книгах писателей О. Бальзака, Т. Драйзера, М. Горького и др.).

Элементы психологии класса:

1) классовые потребности и связанные с ними социальные интересы;

2) социальный статус, позиции в обществе и связанный с ними «набор социальных ролей»;

3) социальные чувства – определенные характеристики эмоциональных состояний, свойственных группе;

4) психический склад – психологический облик, проявляющийся в определенном социальном характере, а также совокупность некоторых исторически сложившихся форм организации деятельности.

Г. В. Плеханов, анализируя психологию рабочего, говорил, что у пролетариата существует некоторое «тяготение к массе», причем оно «прямо пропорционально его стремлению к независимости, его сознанию собственного достоинства, словом, развитию его индивидуальности».

В. И. Ленин, «рисуя» портрет мелкой буржуазии, отмечал ее половинчатость, бесконечные колебания, бросание из одной крайности в другую.

Классовая психология влияет даже на мотивы предпринимательской деятельности. У буржуазии мотивом являются деловой успех, расширение дела, у эксплуатируемого – избавление от эксплуатации, социальная независимость. Среди мотивов деятельности пролетарских и полупролетарских слоев начала XX века отмечали такие, как «прожить как-нибудь», «сохранить то, что есть». Даже у предпринимателей, в зависимости от социальной группы, существуют две основные ориентации – «расширение дела» или «сохранение статус-кво».

В качестве основных черт интеллигенции исследователи отмечают установку на развитие, индивидуализм, труд во имя общего блага, иногда выделяют «корпоративный коллективизм».

К середине ХХ века изменилась социальная структура общества, что нашло отражение в работах социологов. Один из них – Питирим Сорокин.

Представление о психологии классов меняется, поскольку характеристику класса нельзя рассматривать вне определенной эпохи. Так, сейчас нельзя рассматривать в развитых странах единый класс пролетариата, существуют «белые воротнички», «синие воротнички», неквалифицированные рабочие.

**Социально-исторические типы людей**

Кроме классов, можно рассматривать социально-исторические типы людей, сложившиеся под влиянием определенного типа взаимоотношений человека со средой обитания, а также типа общественных отношений и культуры. Психология первобытного человека и представителя современной цивилизации существенно отличается, что видно на примере северных народов, которые сохранили тот образ жизни, который характерен для более ранних стадий развития человеческих сообществ.

Изучением социально-исторических типов людей занимались антропологи, историки, этнографы, культурологи. Так, Юрий Лотман в своих «Беседах о русской культуре» отметил изменение ценностей к концу XIX века; если в начале XIX века главное было – честь, то к концу XIX века – жизнь человека. Ксения Мяло, анализируя современный социально-исторический тип людей, выделяет две основные тенденции – космоцентризм и техноцентризм.

В исследовании социально-исторических типов людей наиболее значимые работы ленинградского историка и психолога Б. Ф. Поршнева.

Концепция Б. Ф. Поршнева основана на суггестивном подходе к историческому анализу. Он обосновывает трактовку исторических событий и в целом исторического процесса как последовательной смены фаз «суггестия – контрсуггестия – контрконтрсуггестия». Контрсуггестия трактуется как механизм сопротивления внушению.

**Этнические группы**

**Общая характеристика этнических групп**

Изучением этнических групп занимались антропологи, историки, этнографы (Ю. В. Бромлей), политологи, лингвисты.

Этническая группа – это социальная группа, главным признаком которой является этническая принадлежность ее членов. К этническим группам относят племена, народности и нации.

Племя – тип этнической общности и социальной организации первобытнообщинного строя, для которой характерна кровнородственная связь между его членами, деление на роды, общность территории, хозяйственные связи, некоторая общность сознания и самосознания, обычаев и культов. На поздних этапах развития возникает самоуправление (вожди, старейшины и пр.).

Народность – исторически сложившаяся языковая, территориальная, экономическая и культурная общность людей, предшествующая возникновению нации.

Нация – историческая общность людей, складывающаяся в процессе формирования общности их территории, экономических связей, письменности и языка, некоторых особенностей культуры и характера.

В больших социальных группах, к которым относятся этнические группы, существует два аспекта психологического анализа:

* общественное бытие (типичные формы жизнедеятельности, общения, традиции, история, экономическая и культурная жизнь этноса, особенности семьи, воспитания и обучения);
* общественное сознание (этническое сознание и самосознание, национальный характер, вкусы, установки, эмоциональный настрой).

Основными феноменами этнической психологии являются:

* национальное сознание и самосознание;
* национальный характер (это исторически сложившаяся совокупность устойчивых психологических черт представителей той или иной нации, определяющих привычную манеру их поведения и типичный образ действий и отношений);
* национальные установки, ориентации и интересы (отражение мотивационных приоритетов представителей той или иной общности, служащих сохранению ее единства и целостности);
* особенности познавательно-интеллектуальной и эмоционально-волевой сферы национальной психологии;
* особенности национальных чувств и настроений (это эмоционально окрашенное отношение людей к своей этнической общности, к ее интересам, к другим народам и ценностям);
* особенности взаимодействия, взаимоотношений людей;
* феномен этноцентризма и ксенофобии.

Национальные традиции (сложившиеся в этнической общности правила, нормы, стереотипы поведения и действий) непосредственно не являются предметом изучения психологов, но они должны учитываться, поскольку характеризуют образ жизни этноса.

Социальная психология изучает, с одной стороны, каким образом данные характеристики определяют социальное поведение, взаимодействие с другими этническими группами, а с другой – как социальные, экономические и политические факторы обусловливают формирование национального характера, стиля поведения.

В структуре этнической (национальной) психологии выделяют:

* статические компоненты (психический склад этноса и этническое сознание);
* динамические компоненты (этнические чувства и вкусы).

Психический склад этноса – это специфический способ восприятия и понимания членами этнической общности различных сторон окружающей действительности. Психический склад этноса состоит из следующих элементов: этнический характер, этнический темперамент, этнические традиции и обычаи.

Этническое сознание включает в себя:

1) этническое самосознание, в том числе восприятие, представление и понимание своей этнической общности;

2) осознание других этносов, т. е. восприятие, представление и понимание особенностей других этнических общностей.

Этнические чувства – это эмоциональное отношение людей к своей этнической общности и ее интересам, а также к другим этносам и их интересам.

Этнический вкус – это оценка правильности, нормальности, красоты, морали и норм общественного поведения, обусловленная спецификой явлений, происходящих в этносе на протяжении длительного периода. На основе этого формируется национальная культура.

Этноцентризм – оценка социальных явлений с позиций своей этнической группы. Этноцентризм формируется первоначально через констатацию различий, затем – через оценку другой группы.

Ксенофобия – неприятие других этнических групп, противопоставление «мы» и «они», боязнь других этнических групп.

Существует четыре сферы динамики общественного сознания в национальной психологии:

1) мотивационно-фоновая (мотивы и цели);

2) интеллектуально-познавательная (своеобразие познавательных и интеллектуальных качеств);

3) эмоционально-волевая (своеобразие эмоционально-волевых качеств);

4) коммуникативно-поведенческая (особенности общения, норм, организации руководства, стереотипы поведения).

Национальные особенности являются отражением влияния ряда факторов:

* наследственность;
* географическая среда (природный ландшафт);
* особенности воспитания и обучения;
* особенности основной деятельности;
* особенности социально-экономических условий жизни (например, различная роль мужчины и женщины);
* традиции.

**Исследования этнических групп**

Исследования этнических групп начались еще в XIX веке в рамках психологии народов (Г. Штейнталь, М. Лацарус, В. Вундт). Важную роль в изучении проблемы сыграл американский этнограф и культуролог Франц Боас (1858–1942). В 1934 году в США было создано первое научное направление в этнической психологии «Модели культуры», основоположником которого стала Рут Бенедикт (1887–1948). Затем сравнительные исследования были продолжены А. Кардинером и Р. Линтоном, М. Мид и Дж. Гогером. В настоящее время наиболее известным специалистом считается Гарри Триандис. Среди отечественных психологов наиболее известны работы Г. Г. Шпета, И. С. Кона, А. Р. Лурии, Б. Ф. Поршнева.

Американский антрополог Маргарет Мид (1901–1978), будучи ученицей Ф. Боаса и Р. Бенедикт, развивала ведущую тему этой школы – «культура и личность». М. Мид вместе с Дж. Болдуином разрушила миф об американских индейцах-дикарях.

Результаты изучения психических особенностей представителей различных этнических групп показали, что различия между этническими группами относительны. Институт Гэллапа провел межнациональное исследование в городах Афины, Хельсинки, Иоганнесбург, Копенгаген, Амстердам, Дели, Нью-Йорк, Осло, Торонто, Западный Берлин, Вена. Изучалась система предпочтений разных национальностей относительно ряда объектов: высота культурного уровня, лучшая кухня, самые красивые женщины, уровень развития национальной гордости. Исследователей интересовали стереотипы обыденного сознания относительно других национальностей. Оценки оказались самыми противоречивыми.

Исследование культуры и ценностей различных этнических групп и связанных с ними форм общения является наиболее перспективным и в теоретическом и в практическом отношении. Здесь наиболее интересными являются работы Дэвида Мацумото («Психология и культура», 2000), Гарри Триандиса («Культура и социальное поведение», 2005).

Изучение установок, отношений, конфликтов этнических групп стало возможным благодаря использованию специальных шкал измерения установок (шкалы Терстоуна). С появлением в 1925 году нового инструмента – шкалы Богардуса – возможно оценивать установки количественно. Другой количественный инструмент – шкалы Лайкерта.

Изучение конфликтов между этническими группами проводились американскими психологами Гербертом Келменом, Даниилом Барталом.

**Демографические группы**

К демографическим группам относят группы по половому признаку (мужчины и женщины) и по возрастному признаку (молодежь, пожилые люди).

Различия между демографическими группами определяются:

* биологическими факторами (различие структуры потребностей);
* социальными факторами (различия в социальных потребностях, в общественном статусе, в основном виде деятельности, в образе жизни).

Так, относительно социальной группы пожилых людей можно говорить о четырех видах зависимостей, которые определяют психологию данной группы:

1) экономическая зависимость;

2) физическая зависимость (угасание функций организма);

3) психологическая зависимость (ослабление умственной работоспособности);

4) социальная зависимость (потеря социальных ролей, статуса, власти, снижение социального участия).

**4. Психология масс. Массовые психические явления**

Массовые психические явления связывают со стихийными группами.

Стихийные группы, по определению Г. М. Андреевой, – это кратковременные объединения большого числа лиц, часто с весьма разными интересами, собравшихся вместе по какому-либо определенному поводу и демонстрирующих какие-то совместные действия.

Членами такого временного объединения обычно являются представители больших социальных групп (классов, этносов и пр.). Такая группа может быть в определенной степени кем-то организована, но чаще возникает стихийно, она не всегда четко осознает свои цели, но проявляет высокую активность.

Субъекты стихийного поведения: публика, масса и толпа.

Публика – форма стихийной группы, это кратковременное собрание людей для совместного времяпрепровождения в связи с просмотром какого-либо зрелища (на трибуне стадиона, в большом зрительном зале и пр.). В более замкнутых помещениях, например в лекционных залах, публику часто именуют аудиторией. Публика всегда собирается ради общей и определенной цели, поэтому она более управляема, стремится соблюдать нормы, принятые организации зрелищ избранного типа.

Масса обычно описывается как более или менее стабильное образование с довольно нечеткими границами. Масса может не обязательно представлять собой сиюминутное образование, подобно толпе; она может оказаться в значительно большей степени организованной активистами, которые продумывают цели, стратегию и тактику ее поведения.

**Масса как стихийная социальная группа**

В отечественной науке изучением поведения масс занимался Д. В. Ольшанский.

Д. В. Ольшанский выделяет основные виды масс (2001):

* большие и малые;
* устойчивые (постоянно функционирующие) и неустойчивые;
* сгруппированные и несгруппированные, упорядоченные или неупорядоченные в пространстве;
* контактные и неконтактные;
* спонтанные, стихийно возникающие, и специально организуемые;
* социально однородные и неоднородные.

К важнейшим качествам массы относятся:

* статистичность, т. е. аморфность массы, ее несводимость к самостоятельному системному структурированному целостному образованию (группе), отличному от составляющих массу элементов;
* стохастичная, вероятностная природа, т. е. открытость, размытость границ, неопределенность состава массы в количественном и качественном отношениях;
* ситуативность, временность ее существования;
* выраженная гетерогенность, разнородность состава массы.

Массы как носители массового сознания определяются с социологической точки зрения Б. А. Грушиным как «ситуативно возникающие (существующие) социальные общности, вероятностные по своей природе, гетерогенные по составу и статистические по формам выражения (функционирования)». В работе С. Московичи «Век толп» выделены характеристики масс (рис. 7).

**Характеристики масс**

наличие психической общности

консервативность

неосознанность

поведения

подчинение

гипнотическому

авторитету вождя

Рис. 7. Характеристика масс, по С. Московичи

Формы массового политического поведения – это митинги; манифестации; демонстрации; бунты; занятие зданий; пикетирование; сидячие забастовки; массовая реакция на кризис; потребительские эпидемии; слухи; финансовая паника, мода.

В политике проявляются так называемые массовые политические настроения – это субъективная оценка социально-политической действительности, как бы пропущенной сквозь призму соответствующих интересов, потребностей и притязаний массы.

Цикл развития настроений включает четыре этапа:

1. Брожение (смутное беспокойство, ощущение дискомфорта).

2. Поворот (качественное изменение психического состояния масс).

3. Подъем (выделение доминирующего настроения).

4. Отлив (разрешение настроений, реализация притязаний).

Психологическая природа стихийного поведения – это действие механизмов заражения, подражания и внушения, которые описаны в работах Г. Лебона, С. Московичи, В. Н. Бехтерева, Б. Ф. Поршнева.

Можно выделить физические, психологические и социально-политические факторы, способствующие возникновению массовых форм политического поведения. К физическим факторам можно отнести стихийные бедствия, скученность, физический дискомфорт. К психологическим факторам относятся неожиданность пугающего события, сильное психическое возбуждение, крайнее удивление, испуг, переживание любых патогенных эмоций. К социально-политическим факторам относятся общественные катаклизмы или угроза социальной безопасности, нечеткое осознание людьми общих целей, отсутствие эффективного управления, недостаточная сплоченность группы.

С. Московичи в книге «Век толп» (1981) проводит анализ массовидных явлений:

«Люди отдельно друг от друга ведут себя нравственным и разумным образом, но они же становятся безнравственными и неразумными, когда собираются вместе».

«...Наши индивидуальные способности восприятия и наблюдения внешнего мира продуцируют верное знание, тогда как социальные факторы провоцируют искажения и отклонения в наших убеждениях и знаниях о мире».

С. Московичи в работе «Век толп» дает следующую характеристику масс:

1. Психологически толпа – это не скопление людей в одном месте, а человеческая совокупность, обладающая психической общностью.

2. Индивид действует сознательно, а масса, толпа – неосознанно, поскольку сознание индивидуально, а бессознательное – коллективно.

3. Толпы консервативны, несмотря на их революционный образ действий. Они кончают реставрацией того, что вначале низвергали, ибо для них прошлое более значимо, чем настоящее.

4. Массы, толпа нуждаются в поддержке вождя, который их пленяет своим гипнотическим авторитетом, а не доводами рассудка и не подчинением силе.

5. Пропаганда (или коммуникация) имеют иррациональную основу. Благодаря этому преодолеваются препятствия, стоящие на пути к действию. Поскольку в большинстве случаев наши действия являются следствием убеждений, критический ум, отсутствие убежденности и страсти мешают действиям. Такие помехи можно устранить с помощью гипнотического, пропагандистского внушения, а потому пропаганда, адресованная массам, должна использовать энергичный и образный язык аллегорий с простыми и повелительными формулировками.

6. В целях управления массами (партией, классом, нацией и пр.) политика должна опираться на какую-то высшую идею (революции, Родины и т. п.), которую внедряют и взращивают в сознании людей. В результате такого внушения она превращается в коллективные образы и действия.

С. Московичи опирается на психоаналитическую трактовку поведения толпы (вождь первобытных орд является олицетворением авторитета после его убийства). Заслугой ученого является его анализ современного общества, в котором отдельный человек толпы становится все более анонимным, а власть все более персонифицируется.

**Толпа и паника**

Толпа, по определению Ю. А. Шерковина (1975), – это «контактная внешне не организованная общность, отличающаяся высокой степенью конформизма составляющих ее индивидов, действующих крайне эмоционально и единодушно».

Социально-психологические особенности толпы:

* анонимность;
* однородность (вследствие уравнивания, сведения к одному уровню всех психических проявлений и поведения индивидов);
* внушаемость;
* психическое заражение (быстрый перенос психического состояния одних людей на других);
* распространение слухов, функцией которых является передача информации и переориентация участников толпы;
* иррациональность поведения и эмоциональная напряженность.

Выделяют четыре вида толпы (при этом один вид может трансформироваться в другой):

1. Окказиональная толпа (от *англ.* occasion – случайность) – скопление людей, собравшихся поглазеть на неожиданное происшествие.

2. Конвенциональная толпа (от *англ*. convention – условность) собирается по поводу заранее объявленного события (петушиные или собачьи бои, боксерский или футбольный матч, митинг, концерт рок- группы и т. д.). Здесь уже преобладает более направленный интерес, и люди до поры (пока толпа сохраняет качество конвенциональности) готовы следовать определенным условностям (конвенциям).

3. Экспрессивная толпа (от *англ*. expression – выражение) ритмически выражает ту или иную эмоцию: радость, энтузиазм, возмущение и т. п. (скандирование лозунга на митинге, стадионе и пр.).

Экстатическая толпа (от *англ*. ecstasy – экстаз) – экстремальная форма экспрессивной толпы (например, религиозный экстаз).

4. Действующая (active) толпа – политически наиболее значимый и опасный вид коллективного поведения. В ее рамках, в свою очередь, можно выделить несколько подвидов:

* агрессивная (aggressive) толпа, эмоциональная и поведенческая доминанта которой выражены в ярости и злобе;
* паническая (panic; saving) толпа объята ужасом, стремлением каждого избежать реальной или воображаемой опасности;
* стяжательная (greedy) толпа – люди, вступившие в неорганизованный конфликт за обладание некоторой ценностью; доминирующие эмоции – жадность, жажда обладания, к которой иногда примешивается страх;
* повстанческая (rebellious) толпа по ряду признаков сходна с агрессивной (преобладает чувство злости), но отличается от нее социально справедливым характером возмущения (идея «социальной справедливости»).

К основным формам стихийного поведения относятся:

* массовая паника (*паника* – это эмоциональное состояние, возникающее как следствие либо дефицита информации о какой-то пугающей или непонятной ситуации, либо, напротив, как следствие ее избытка и проявляющееся в импульсивных действиях;
* массовая агрессия.

Агрессивная толпа опасна массовыми беспорядками. Исследователи вывели формулу, позволяющую прогнозировать массовые беспорядки: степень вероятности массовых беспорядков прямо пропорциональна «степени обостренности социально-экономических проблем» и обратно пропорциональна «уровню развития политической культуры».

Механизмы формирования целостной массы из множества отдельных субъектов – заражение, подражание, внушение – изучали З. Фрейд, У. Мак-Дауголл, Г. Лебон, затем Б. Ф. Поршнев.

Выявлены два основных механизма образования толпы: эмоциональное кружение (синоним – циркулярная реакция) и слухи. Циркулярная реакция – это взаимное заражение, т. е. передача эмоционального состояния на психофизиологическом уровне контакта между организмами. При циркулярной реакции стираются индивидуальные различия, временно снижается роль личностного опыта и здравого смысла, происходит регрессия к более примитивным способам реагирования.

**Слухи как массовое социально-психологическое явление**

В работе Д. В. Ольшанского (2001) выделяются массовые социально-психологические явления:

* религия;
* мода;
* массовые коммуникации;
* реклама и PR-воздействия;
* формирование политических партий и массовых движений;
* слухи и сплетни.

*Слухи* – стихийный процесс передачи информации, это передача предметных сведений по каналам межличностного общения. Характерной особенностью слухов является недостоверность, ложность или непроверенность информации.

Классификации слухов:

1. По экспрессивному параметру различают три типа, и здесь семантика терминов достаточно прозрачна: слух-желание; слух-пугало; агрессивный слух. Слухи-пугала возникают в периоды социального напряжения (стихийное бедствие, война, государственный переворот), например, слух о грядущем росте цен.

2. По информационному параметру (степень достоверности информации) различают четыре типа слухов: абсолютно недостоверные; недостоверные, но с элементами правдоподобия; правдоподобные; достоверные с элементами неправдоподобия.

Гордон Оллпорт и Лео Постман в работе «Психология слухов» (1947) сформулировали «основной закон слуха»:

1) содержание слуха должно иметь какое-то существенное значение как для передающего информацию, так и для принимающего ее;

2) содержание информации должно быть в какой-то степени неопределенным, т. е. давать повод для гипотез и домыслов.

Изучая, причины возникновения слухов и длительность их «существования», психологи выделили два фундаментальных фактора:

* интерес к теме заинтересованной аудитории;
* дефицит надежной информации.

К сопутствующим факторам распространения слухов относят:

* фактор личностного статуса (распространяя слух, человек привлекает к себе внимание и поддерживает свой статус неформального лидера мнения, повышает значимость собственной персоны);
* фактор эмоционального баланса (циркулирующий слух способен временно оптимизировать эмоциональный баланс в группе, т. е. понижать или повышать эмоциональное напряжение до оптимального уровня).

**5. Межгрупповые отношения: методы и нормы социального взаимодействия, внутригрупповой фаворитизм и межгрупповая агрессия**

**Основные понятия и направления исследований**

Социальная идентичность – понимание человеком того, кто он есть, проистекающее из принадлежности этого человека (или людей) к группе.

Ингруппа («свои») – группа, к которой человек себя относит.

Аутгруппа («чужие») – группа, к которой человек не принадлежит или считает, что не принадлежит.

Воспринимая себя и партнера по общению как представителей социальной группы, человек использует стереотипы (когнитивный компонент), предубеждения и предрассудки (включают поведенческий компонент), испытывает межгрупповые эмоции (эмоциональный компонент).

Существует несколько различных видов стереотипов:

* автостереотипы – схемы, описывающие группу «своих» (описаны В. Н. Куницыной);
* гетеростереотипы – схемы, описывающие аутгруппу («чужих»).

Стереотипы различаются по степени осознанности:

* эксплицитные – хорошо осознаваемые стереотипы;
* имплицитные – недостаточно осознаваемые стереотипы.

Обычно люди формируют более сложные и точные стереотипы об ингруппе, чем об аутгруппе, о большой и высокостатусной группе, чем о маленькой и низкостатусной.

Между стереотипами и представлениями о конкретном человеке существует различие: люди чаще дают группам противоречивую оценку, чем отдельным людям, например, воспринимают группы как «добрые, но слабые» или как «сильные, но злые».

Предрассудок, или предубеждение (prejudice), – это негативная оценка аутгруппы.

Стереотипы и предрассудки тесно связаны между собой: чем более негативны стереотипы человека по отношению к аутгруппе, тем сильнее предрассудки по отношению к ней.

Авторитарная личность – особый тип личности, склонный подчиняться авторитетным фигурам и, предположительно, особенно предрасположенный к предубеждениям.

Негативное отношение к аутгруппе может принимать разные формы: явные или скрытые; однозначные или амбивалентные; эксплицитные или имплицитные.

Межгрупповые эмоции – это позитивные и негативные эмоциональные состояния, которые человек испытывает при столкновении с представителями ингруппы и аутгруппы.

Ингрупповой фаворитизм – это более высокая оценка ингруппы, чем аутгруппы, по позитивным основаниям (например, «честный»), более сильные позитивные эмоции к ней и более частое поведение, идущее на благо ее членов.

Аутгрупповая дискриминация – это более высокая оценка аутгруппы, чем ингруппы, по негативным основаниям.

Дегуманизация – это отказ приписывать человеку или социальной группе те характеристики, которые считаются специфически человеческими. Александер С. Хэслам выделяет два типа таких признаков и соответственно две формы дегуманизации: до уровня животных и до уровня машин.

Теретические подходы к исследованию межгрупповых отношений:

* мотивационные теории, объясняющие причины враждебности к «чужим» группам (У. Мак-Дауголл; З. Фрейд, Т. Адорно, Л. Берковитц);
* ситуативный подход (Музафер Шериф);
* когнитивистский подход (Генри Тэджфел);
* деятельностный подход: объяснение феномена внутригруппового фаворитизма и межгрупповой агрессии нельзя отрывать от деятельности (Г. М. Андреева, В. С. Агеев).

Мотивационные теории связаны, прежде всего, с психоаналитической традицией. ***Зигмунд Фрейд*** считал, что агрессивность является врожденной (Танатос). Фрейд опирался на исследования агрессии «толпы неорганизованной» (Г. Лебон) и «толпы организованной» (У. Мак-Дауголл). Фрейд постулировал факт неизбежности, универсальности межгрупповой враждебности. Он определил функцию этой враждебности – поддержание сплоченности и стабильности группы. И, наконец, Фрейд описал механизм формирования враждебности к «чужим» и привязанности к «своим» – эдипов комплекс, который может раскрываться в зрелом возрасте. Амбивалентность эмоциональных отношений раннего детства переносится на социальное взаимодействие.

***Теодор Адорно*** (1903–1969), представитель франкфуртской школы социальных наук, в книге «Авторитарная личность» (1949) рассматривает враждебность на примере антисемитизма. Враждебность формируется с первых этапов социализации в случае жесткого давления со стороны родителей, затем она смещается и направляется против слабого и, наконец, становится базовой характеристикой в межгрупповых отношениях.

***Леонард Берковитц*** (1926-2016) – американский психолог; в 1960-е годы, опираясь на необихевиористкую теорию «фрустрации – агрессии», предложил собственное понимание межгрупповой враждебности, чтобы объяснить расовые волнения в США. Он расширил понятие фрустрации, включив в него феномены «относительной депривации», которые проявляются в случае социального сравнения. Второе, наиболее важное новшество его подхода, – попытка расширить объект агрессии до целой группы. Схема агрессивного поведения, по Берковитцу, выглядит следующим образом: «фрустрация → возникновение чувства гнева → открытая агрессия».

Берковитц постулировал неизбежность переноса агрессии на всех «других», «похожих» на тех, кто оказал фрустрирующее воздействие в прошлом, в процессе «социального научения», т.е. на представителей аутгруппы (1972).

Исследования в рамках теории «фрустрации – агрессии» серьезно повлияли на общественное мнение в Великобритании и США, в результате на телепрограммах для детей были удалены сцены насилия и жестокости.

**Межгрупповые отношения: эксперименты М. Шерифа**

Музафер Шериф в 50-е годы ХХ века провел эксперименты по изучению реального межгруппового взаимодействия в американском бойскаутском лагере «Роббертс Кейв» («Пещера разбойников»), где испытуемыми были мальчики – младшие подростки, белые представители среднего класса.

Этапы эксперимента М. Шерифа:

*Первый этап.*Подросткам была предложена общая деятельность по уборке лагеря. Были выявлены стихийно сложившиеся дружеские группы.

*Второй этап.* Подростков разделили на две группы так, чтобы разрушить дружеские связи. Одна группа была названа «Орлы», а другая – «Гремучие змеи». Первоначальные замеры не показали враждебности групп друг к другу.

*Третий этап.*Группам была задана различная деятельность в условиях соревнования. Был зафиксирован рост межгрупповой враждебности.

*Четвертый этап.*Группы были вновь объединены и занялись общей деятельностью (ремонтировали водопровод). Замер отношений бывших групп друг к другу показал, что межгрупповая враждебность уменьшилась, но не исчезла полностью.

Объяснение Музафера Шерифа: межгрупповая враждебность или сотрудничество зависят от типа межгруппового взаимодействия.

**Теория идентичности (Г. Тэджфел), эксперименты**

Генри Тэджфел полемизировал с М. Шерифом, настаивая на значении когнитивных процессов. Установление позитивного отношения к своей группе («ингрупповой фаворитизм») и негативного отношения к чужой группе («аутгрупповая враждебность») наблюдается и в отсутствие конфликта между группами. Ингрупповой фаворитизм – универсальная константа межгрупповых отношений.

Согласно Тэджфелу, концепция личности может быть представлена в виде когнитивной системы, регулирующей все формы социального поведения. Она включает в себя две подсистемы: личностную и групповую идентичность. Первая относится к самоопределению человека в терминах его индивидуальных черт (физических, интеллектуальных и пр.); вторая – в терминах его социальных членств – этнической, социальной, профессиональной и прочей принадлежности. Сдвиг от личностной идентичности к групповой соответствует сдвигу от межличностных форм социального взаимодействия к межгрупповым формам. Важным моментом концепции Тэджфела является анализ четырех взаимосвязанных групповых процессов (социальной категоризации, социальной идентификации, социального сравнения и межгрупповой дискриминации), лежащих в основе формирования как личностной, так и социальной идентичности.

Эксперименты, проведенные британскими психологами в 60–70-е годы ХХ века под руководством Генри Тэджфела:

*Первый этап.* Студентам показали картины В. Кандинского и П. Клее. После этого студентов произвольно разделили на две группы: сторонники Кандинского и сторонники Клее.

*Второй этап.* Студентам предложили поделить небольшую сумму денег между участниками эксперимента. Студенты ничего не знали о тех, кому давали деньги, кроме их групповой принадлежности. В ситуации непредвзятости они могли бы делить поровну.

*Третий этап.* Фактически студенты не делили вознаграждение поровну. Они делили в пользу «своих» и дискриминировали «чужих». Объяснение Тэджфела: для ингруппового фаворитизма достаточно факта осознания принадлежности к «своей» группе. Это явление получило название *минимальной групповой парадигмы* (Л. Росс, Р. Нисбетт).

С точки зрения Тэджфела, область межгрупповых отношений – преимущественно когнитивная сфера. Она включает четыре основных процесса:

1) социальную категоризацию;

2) социальную идентификацию;

3) социальное сравнение;

4) социальную (межгрупповую) дискриминацию (конфликты целей и интересов, враждебность и предубеждения).

Эксперименты Тэджфела выявили новый аспект отношений между группами – их восприятие друг друга. Межгрупповое восприятие – это не сумма индивидуальных восприятий, а совершенно новое качество.

Структурные характеристики межгруппового восприятия:

1. Целостность – степень совпадения представлений (все или не все думают о другой группе таким же образом).

2. Унифицированность – степень распространения представлений на отдельных людей (все в другой группе такие же или не все).

3. Динамические характеристики также отличаются от характеристик межличностного восприятия. Они характеризуются большей устойчивостью, консервативностью, ригидностью.

Эксперименты Тэджфела были оторваны от более широкой системы общественных отношений. Подход, реализованный в работах московского психолога Владимира Сергеевича Агеева, объясняет межгрупповые отношения в контексте принципа деятельности (табл. 18).

*Таблица 18*

**Сравнительный анализ исследования межгрупповых отношений**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Подходы | Общие черты | Специфика |
| Когнитивный подход (Г. Тэджфел) | В отличие от социологии в центре внимания не межгрупповые процессы и явления сами по себе, а внутреннее отражение этих процессов | Связь субъективного отражения с деятельностью |
| Деятельностный подход (В. С. Агеев) | Детерминация когнитивных процессов деятельностью (непосредственной и опосредованной); групповые отношения существуют объективно |

**Межгрупповые отношения: эксперименты В. С. Агеева**

*Первая серия экспериментов.* Испытуемые – три группы студентов технического вуза, сдающие зачет: две экспериментальных группы и одна контрольная. Метод – «игра с нулевой суммой» (одна группа полностью выигрывала, другая – полностью проигрывала).

Зависимые переменные: показатели адекватности межгруппового восприятия (степень предпочтения «своей группы»):

* прогноз групповой победы в ситуации межгруппового соревнования;
* объяснение причин победы/поражения «своей» и «чужой» группы;
* представления о потенциальных успехах «своей» и «чужой» группы в сферах деятельности, не связанных с экспериментом (табл. 19).

*Таблица 19*

**Первая серия экспериментов: автоматический зачет за работу на семинарах**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1-я экспериментальная | 2-я экспериментальная | Контрольная группа |
| Групповое соревнование: автоматический зачет получит группа, лучше работавшая на семинаре («игра с нулевой суммой») | | Зачет получат лучшие студенты индивидуально |
| Умышленно лидирующей всегда называлась одна и та же группа | Лидирующими назывались обе группы попеременно |  |
| В обеих экспериментальных группах:  1) больше реплик в пользу своей группы;  2) попытки помешать выступлениям «чужих»;  3) регуляция выбора выступающих;  4) частое употребление «мы» и «они». | |  |

Выводы по первой серии экспериментов: межгрупповое восприятие зависит от характера совместной групповой деятельности; в ситуациях соревнования обе экспериментальные группы выбрали стратегию внутригруппового фаворитизма, т. е. их восприятие другой группы оказалось неадекватным.

*Вторая серия экспериментов: пионерский лагерь.*Второй серией экспериментов нужно было ответить на вопрос о том, при любых ли условиях межгрупповой деятельности будет избрана такая стратегия во взаимодействии. В первой серии экспериментов совместная межгрупповая деятельность была организована по принципу «игры с нулевой суммой», а внешние критерии оценки достижений групп носили амбивалентный характер (не были достаточно ясными для участников, поскольку каждому не сообщался балл его успешности и давалась лишь общая неаргументированная оценка деятельности группы).

Во второй серии экспериментов условия межгрупповой совместной деятельности были существенно изменены. В этот раз эксперимент проводился в пионерском лагере, где отрядам два раза задавались ситуации соревнований с различной организацией: в первом случае в середине лагерной смены дети участвовали в спортивном соревновании, во втором случае в конце лагерной смены совместно трудились, оказывая помощь соседнему совхозу. Параллельно с осуществлением двух этапов эксперимента вожатые отрядов по просьбе экспериментатора проводили определенную повседневную работу с детьми: перед спортивными соревнованиями всячески подчеркивали состязательные моменты, а перед работой в совхозе этот акцент был снят.

В результате было выявлено, что в условиях спортивного соревнования наблюдался резкий рост внутригруппового фаворитизма, а на этапе совместной деятельности в совхозе – его резкое уменьшение.

1-й этап: ситуация соревнования. В середине смены группы участвовали в спортивных состязаниях. Акцентировались состязательные моменты. Отряды ранжировались по степени успеха (не было «игры с нулевой суммой»). Критерии оценки были наглядными и очевидными. Был зафиксирован рост ингруппового фаворитизма.

2-й этап: труд в совхозе. Межгрупповая деятельность приобрела самостоятельную и социально значимую ценность и цель, стоящую над узкогрупповыми интересами. Было зафиксировано резкое уменьшение ингруппового фаворитизма.

При *интерпретации* экспериментов В. С. Агеева было принято во внимание следующее:

1) тип межгруппового соревнования на обоих этапах второй серии отличался от типа межгруппового соревнования в первой серии – здесь не имела места модель «игры с нулевой суммой», поскольку не было однозначной победы или обозначенного поражения (отряды просто ранжировались по степени успеха);

2) на каждом этапе критерии оценки были очевидными и наглядными;

3) два этапа второй серии также различались между собой: на втором этапе межгрупповая деятельность (труд в совхозе) приобрела самостоятельную и социально-значимую ценность, не ограничивающуюся узкогрупповыми целями в межгрупповом соревновании.

Отсюда можно заключить, что важнейшим фактором, который привел к снижению уровня внутригруппового фаворитизма и тем самым неадекватности межгруппового восприятия, явилась сама по себе ситуация межгруппового взаимодействия, принципиально новая по своей значимости деятельность, с отчетливо выраженным содержанием и стоящая над узкогрупповыми целями.

При сравнении данных второй серии с данными первой серии можно заключить, что негативная роль такой формы межгруппового взаимодействия, которое организовано по принципу «игра с нулевой суммой» (что приводит к неадекватности межгруппового восприятия), может быть компенсирована иным характером совместной деятельности. Средством такой компенсации является более общие («надгрупповые») цели, ценности совместной социально значимой деятельности. При этом имеет значение и такой факт, как накапливаемый группами опыт совместной жизнедеятельности.

Принципиальная схема генезиса межгрупповых процессов может выглядеть следующим образом (рис. 6.1).

Наличие трех звеньев в этой цепи позволяет по-новому объяснить соотношение внутригруппового фаворитизма как стратегии межгруппового взаимодействия и как характеристики межгруппового восприятия. Межгрупповое восприятие оказывается неадекватным (феномен внутригруппового фаворитизма) в таком межгрупповом взаимодействии, которое оторвано от социально значимой совместной деятельности групп. Стабилизация неадекватных представлений о других группах может быть преодолена, если группы включить в деятельность с общими для них целями и ценностями.

характер непосредственного межгруппового взаимодействия

параметры процессов межгруппового восприятия

объективные условия совместной деятельности

Рис. 8. Схема генезиса межгрупповых процессов

Выводы из экспериментов В. С. Агеева:

1. Межгрупповое восприятие оказывается неадекватным (ингрупповой фаворитизм) при взаимодействии, которое оторвано от социально значимой совместной деятельности групп.

2. Характер межгруппового взаимодействия влияет на внутригрупповые процессы:

* удовлетворенность от членства;
* характер межличностных отношений;
* точность восприятия;
* групповые решения.

3. В случае стабильных неудач внутри неуспешной группы:

* меньше связей по типу симпатии;
* больше негативных выборов;
* больше конфликтов;
* больше интерес к межгрупповым отношениям.

В. С. Агеев выделяет основные механизмы межгруппового восприятия (2000):

1. Стереотипизация – атрибуция черт, при которой индивиду приписываются характеристики, исходя из его группового членства. Стереотип чаще всего возникает на основе недостаточного опыта, когда выводы строятся на базе ограниченной информации.

2. Ингрупповой фаворитизм – тенденция благоприятствовать собственной группе и ее членам при сравнении с другими группами. В. С. Агеев описывает ряд факторов, блокирующих его актуализацию:

1) более общие («надгрупповые») цели и социально значимые (не «группоцентрические») ценности межгруппового взаимодействия;

2) однозначность толкования, доступность и очевидность тех критериев, на основании которых выносится извне решение об успехе или неудаче группы;

3) чередование успеха и неудачи группы в межгрупповом взаимодействии.

3. Физиогномическая редукция – выведение внутренних характеристик человека, исходя из его внешнего облика. В каждой культуре имеются специфические способы, своего рода «ключи» для восприятия («прочтения) другого человека. Эти «ключи» достаточно эффективны, когда «прилагаются» к представителям той же самой культуры, т. е. позволяют быстро, нередко автоматически и вместе с тем достаточно адекватно воспринять другого человека. Но эти «ключи» могут оказаться неадекватными при восприятии представителей других культур, если данная культура значительно отличается.

4. Социальная каузальная атрибуция – интерпретация поведения и результатов деятельности индивидов на основании их группового членства.

Направления исследований межгрупповых отношений:

1) отношение разностатусных групп или групп в некоторой их иерархии (психология организаций).

2) вертикальное (взаимодействие равных, но не соподчиненных групп).

Термин «социальный стереотип», введенный Уолтером Липпманом в 1922 году для обозначения предвзятых представлений и мнений, с учетом исследований В. С. Агеева может быть осмыслен по-новому.