



Социальная психология

Групповые эффекты

Понятие групповых эффектов

- ▣ **Групповые эффекты** – механизмы функционирования группы, посредством которых осуществляются групповые процессы и достигаются групповые состояния

Групповые эффекты (1)

1. Социальной фасилитации (ингибиции)
2. Принадлежности к группе
3. Рингельмана
4. Синергии
5. Группомыслия
6. Конформизма
7. Моды (подражания)
8. Ореола

Групповые эффекты(2)

9. Мы – они
10. Группового фаворитизма
11. Группового эгоизма
12. Маятника
13. Волны
14. Пульсара
15. Бумеранга

1. Эффект социальной фасилитации (1)

Эффект социальной фасилитации – эффект связан с усилением доминантных реакций в присутствии других. Открыл этот эффект **Норман Триплет** в 1897 г.

Эксперименты Нормана Триплета

1. Эффект социальной фасилитации (2)

Эффект присутствия других может как усиливать, так и снижать мотивацию человека. При усилении мотивации это «*эффект социальной фасилитации*», а при снижении – «*эффект социальной ингибции*».

1. Эффект социальной фасилитации (3)

Определяющими факторами такого рода реакций являются:

1. количество окружающих людей. Воздействие других возрастает с увеличением их количества;
2. взаимоотношения симпатии или антипатии внутри группы;
3. значимость окружающих людей для человека;
4. степень пространственной близости между людьми.

1. Эффект социальной фасилитации

(4)

Причины возникновения эффекта социальной фасилитации:

1. Социальное возбуждение (возбуждение нервной системы от присутствия других людей)
2. Боязнь социальной оценки или обеспокоенность тем, как нас оценивают другие люди
3. Отвлечение внимания от конкретной задачи и конкретной деятельности и переключение внимания на окружающих

2. Эффект принадлежности к группе

Г. Тежфел и Дж. Тернер (конец 1970-х гг.): изучение процесса осознания индивидом принадлежности к группе – «групповой идентификации».

Создали теорию социальной идентичности: человек, отождествляя себя с какой-либо группой, стремится оценить её положительно, поднимая таким образом статус группы и собственную самооценку

3. Эффект Рингельмана (1)

Макс Рингельман: коллективная работоспособность группы не превышает половины от суммы работоспособности её членов, т.е. члены группы фактически менее мотивированы и прилагают меньше усилий при выполнении совместных действий, чем при выполнении индивидуальных действий

По мере увеличения количества членов в группе происходит уменьшение среднего индивидуального вклада в общегрупповую работу.

3. Эффект Рингельмана (2)

Факторы социальной лени:

1. Наличие индивидуальной ответственности за результаты своего труда. Чем выше ответственность, тем ниже социальная лень
2. Групповая сплоченность и дружеские отношения. Люди в группах меньше бездельничают, если они друзья, а не чужие друг другу люди
3. Численность группы. Чем больше численность группы, тем выше социальная лень
4. Кросскультурные различия. Члены коллективистских культур проявляют меньше социальной лени, чем члены индивидуалистических культур

4. Эффект синергии

Это прибавочная интеллектуальная энергия, которая возникает при объединении людей в целостную группу и выражается в результате, который превышает сумму индивидуальных результатов, т.е. отвечает требованию $1 + 1 > 2$.

Пример: «брейнсторминг» - «мозговая атака» (когда группе необходимо предложить много новых идей без их критического анализа и логического осмысления)

5. Эффект группомыслия

Это способ мышления в ситуациях, когда поиск согласия становится настолько доминирующим в сплочённой группе, что начинает пересиливать реалистическую оценку возможных альтернативных действий.

Несколько симптомов такого явления в группах:

1. Оптимизм;
2. Вера в этичность группы, правильность её мнения;
3. Рационализация;
4. Стереотипизация;
5. Конформизм;
6. Самоцензура;
7. Иллюзия единодушия.

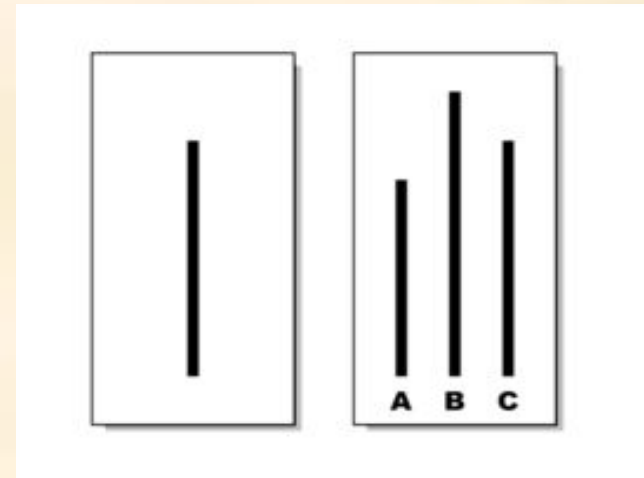


6. Эффект конформизма

Эксперимент Соломона Аша (1956 г.)

Некоторые условия возникновения конформизма:

1. Тип личности (заниженная самооценка)
2. Численность группы (если имеет место единодушное мнение трех и более человек)
3. Состав группы (наличие экспертов, принадлежность к одной социальной среде)
4. Сплоченность (высокая степень)
5. Наличие союзника
6. Публичный ответ (необходимость выступления перед окружающими)



7. Эффект подражания (моды)

Подражание – один из основных механизмов групповой интеграции. В процессе группового взаимодействия члены группы вырабатывают общие эталоны, стереотипы поведения, следование которым подчёркивает и укрепляет их членство в группе.

Эффект подражания лежит в основе любого научения и способствует адаптации людей друг к другу, согласованности их действий, подготовленности к решению групповой задачи

8. Эффект ореола («галлоэффект»)

Это влияние на содержание знаний, мнений, оценок личности специфической установки, имеющейся у одного человека по отношению к другому.

Эффект «ореола» возникает в условиях:

1. дефицита времени;
2. перегруженности информацией;
3. незначительности другого человека;
4. стереотипа восприятия;
5. яркости, неординарности личности.

9. Эффект «мы – они»

Это чувство принадлежности к определенной группе людей (эффект «мы») и, соответственно, чувство отстраненности от других, размежевания с другими группами (эффект «они»).

10. Эффект группового фаворитизма

Это тенденция каким-либо образом благоприятствовать членам своей группы в противовес членам другой группы. Он базируется на эффекте «мы» и «они».

Некоторые закономерности действия механизма группового фаворитизма:

1. эффект проявляется в тех случаях, когда для группы очень значимо сравнение результатов деятельности и специфики взаимоотношений с другими группами;
2. членство в группе оказывается более важно, чем межличностное сходство: люди чаще предпочитают «своих», хотя и не похожих на самих себя по личностным качествам, и отказывают в предпочтении «чужим»;
3. члены группы склонны объяснить возможный успех своей группы внутригрупповыми факторами, а её возможную неудачу – факторами внешнего порядка.

11. Эффект группового эгоизма

Это направленность групповых интересов, целей и норм поведения против интересов, целей и норм поведения отдельных членов группы или всего общества

12. Эффект маятника

Это циклическое чередование групповых эмоциональных состояний стенического и астенического характера.

Настроение зависит от некоторых факторов:

1. времени суток и недели;
2. особенностей психологической структуры группы, лидерских процессов;
3. уровня дисциплины труда в группе;
4. сложившейся системы взаимоотношений в группе, уровня конфликтности или сплочённости.

13. Эффект волны

Это распространение в группе идей, целей, норм и ценностей. Новая идея зарождается у одного человека, он делится ею со своим ближайшим окружением, которое обсуждает, корректирует, дополняет и развивает предложенную идею. Затем идея распространяется и среди других членов группы, осуществляется её групповая оценка и обсуждение

14. Эффект пульсара

Это изменение групповой активности в зависимости от различных стимулов. Групповая активность проходит цикл «оптимальная активность, необходимая для нормальной работы группы – подъем активности – спад активности – возвращение к оптимальному уровню активности»

Эффект «пульсара» заключается в резком подъеме активности в начале процесса деятельности, затем, когда задача решена, в спаде активности, т.е. людям требуется отдых

15. Эффект бумеранга

Эффект «бумеранга» впервые был зафиксирован в деятельности средств массовой коммуникации. Он возникает в случае противоречивости информации, недоверия к ее источнику, методам убеждения и пр.

Литература к теме

- Платонов Ю.П. Основы социальной психологии. СПб.: Речь, 2004. Глава 16
- Андреева Г.М. Социальная психология. М., 1999. Глава 12