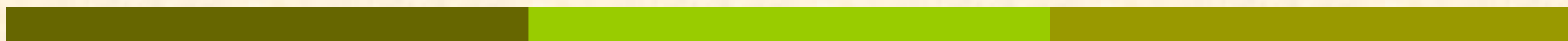




# Социальная ПСИХОЛОГИЯ



# Групповые эффекты

---



# Литература к теме

---

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

# 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.

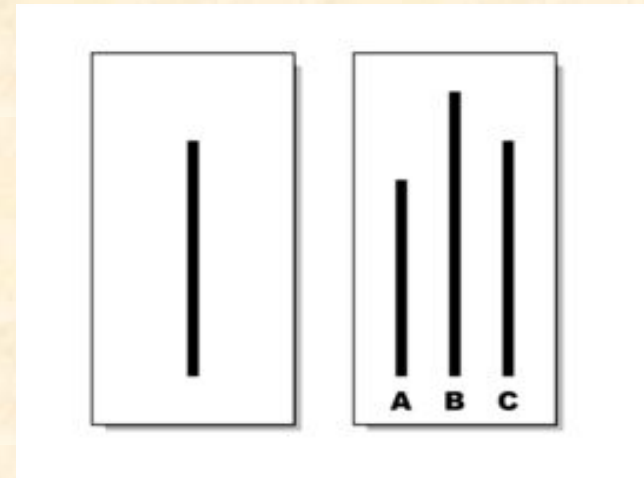


# 6. Эффект конформизма

## 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.