

ПСИХОЛОГИЯ

Психология инкорпоративности социальной группы

А. Н. Лебедев*, О. В. Гордякова**, Д. П. Веселовский***

Аннотация. Инкорпорирование — термин, который характеризует процесс принятия группой новых людей. Инкорпоративность — социально-психологическое свойство группы, которое может быть измерено с помощью социально-психологических методик. Это универсальное свойство, которое проявляет любая социальная группа (большая и малая). Поэтому можно говорить об инкорпоративности семьи, профессиональной группы, города, страны, народа и пр. В статье приводятся результаты исследования, в котором инкорпоративность рассматривается не только как объективная характеристика, но и как обыденное представление людей о той или иной социальной группе.

Ключевые слова: социально-психологические исследования; социокультурные исследования; инкорпоративность социальной группы; социальные представления; обыденные представления; социальная адаптация; индивид и группа; «ингрупповой фаворитизм»; ксенофобия; культура; психологические характеристики личности и группы; социальные нормы и ценности.

Psychology of Incorporativity of a Social Group

A. N. Lebedev, O. V. Gordyakova, D. P. Veselovskiy

Abstract. Incorporativity — a term which characterizes a process of acceptance of new people by a group. Incorporativity is a social and psychological peculiarity of a group which can be measured by means of social and psychological methodology. This is a universal characteristic which any social group (big or small) demonstrates. So we can speak about incorporativity of a family, a professional group, a city, a country, a nation. This article reviews the results of research in which incorporativity is considered not only as an objective characteristic but also ordinary people's idea about this or that social group.

Keywords: social and psychological research; social and cultural research; incorporativity of a social group; social ideas; ordinary ideas; social adaptation; an individual and a group; intra-group favoritism; xenophobia; culture; psychological characteristics of a personality and a group; social norms and values.

Актуальность изучения инкорпоративности социальных групп сегодня вряд ли можно переоценить. Речь идет о том, что именно определяет наше доброе отношение к чужаку или новичку, способность поделиться с другим человеком тем, чем владеем сами, увидеть

в нем равноправную личность. Изучается то, что помогает или мешает нам оценить талант другого человека и отказаться от собственных амбиций ради общих интересов, понять иную культуру, традиции, религию и воспринимать человека и его народ как равный и пр. И это

* Лебедев Александр Николаевич – доктор психологических наук, профессор, заведующий кафедрой "Прикладная психология" Финансового университета при Правительстве РФ. E-mail: aram_euro@mail.ru

** Гордякова Ольга Владимировна — кандидат психологических наук, доцент, заведующая кафедрой "Социальная психология" Московского института психоанализа. E-mail: aram_euro@mail.ru

*** Веселовский Дмитрий Павлович — аспирант факультета психологии и социальной работы Московский гуманитарного университета. E-mail: dimsooon@yandex.ru

лишь небольшой перечень характеристик, которые имеют непосредственное отношение к психологическому феномену инкорпоративности социальной группы¹.

Английский психолог Г. Тэджфел, изучая отношение людей к «своим» и «чужим», обнаружил явление, которое он назвал «ингрупповым фаворитизмом»². Данным термином автор обозначил явление, когда одни люди оценивают других как «наших» или «не наших», при этом, как он показал, «наши» всегда оцениваются лучше. «Наши» практически всегда умнее, добрее, честнее, живут по правильным законам, едят «правильную» еду и носят «правильную» одежду.

Г. Тэджфел показал, что люди мыслят стереотипами, причем in-групповой стереотип так же актуален, как и out-групповой. В силу этого психологического механизма люди во многих странах, как правило, экономически более развитых, очень часто не замечают различий в культурах, традициях, языках народов, которые живут где-то далеко и никак себя не проявляют в мировом экономическом процессе. В этом случае вполне логично, как они полагают, культуру того или иного народа воспринимать как «примитивную», а сам народ — как «недоразвитый» или даже «неполноценный». Отсюда расизм и ксенофобия. Высокомерное отношение одной нации, полагающей себя более развитой и совершенной, к другой, воспринимаемой и оцениваемой свысока, оказывается, как показывает история, очень устойчивым. Мышление «супернации» становится нечувствительным к очевидным противоречиям, появляющимся в результате предвзятых оценок других народов. Хорошо известно, что белокожий миссионер в джунглях погибает в течение нескольких часов, будучи абсолютно уверенным в том, что «примитивные» аборигены явно «нуждаются» в его участии и защите, в правильной религии,

умении брить лицо и играть на клавесине.

Обсуждаемая проблема сложна и, по видимому, сегодня пока еще не имеет полноценного практического решения. Понятие культуры, которое предложил А. Швейцер, искренне полагавший, что нравственность и мораль объективны и легко поддаются оценке, что общество исторически развивается от простых форм к более сложным и в конце концов становится совершенным, а в культурах разных народов всегда можно отличить истинное искусство от ложного, в целом не подтверждается результатами современных социокультурных исследований³. Напротив, исследования К. Леви-Стросса доказывают, что примитивных культур не бывает и любое сравнение культур всегда субъективно⁴ (Именно ему принадлежат широко известные афоризмы: «21-й век будет веком гуманитарных наук — или его не будет вовсе», а также «Ученый — это не тот, кто дает правильные ответы: это тот, кто ставит правильные вопросы»).

Развитие промышленных технологий и науки в обществе совсем не связано с его моральным улучшением. Например, американский социальный психолог Д. Майерс, анализируя проблему развития морали в обществе, приводит такие результаты. «В период с 1960 по начало 1990-х гг., — пишет автор, — число разводов в США удвоилось, число самоубийств среди подростков утроилось, количество преступлений, совершаемых подростками, увеличилось в 4 раза, в 5 раз увеличилось количество заключенных и в 6 раз — количество внебрачных детей»⁵.

И далее он пишет: «Сегодня пропасть между «есть» и «должно быть», между научным описанием и этическим предписанием остается такой же широкой, какой она была 200 лет тому назад, когда философ Дэвид Юм обратил внимание на этот феномен. Ни из одного ис-

¹ Лебедев А. Н., Веселовский Д. П., Гордякова О. В. Взаимосвязь психологических характеристик личности с обыденными представлениями об инкорпоративности социальных групп. / Ученые записки ИМЭИ №2 (2), 2011. С. 85-96; Лебедев А. Н., Веселовский Д. П., Гордякова О. В. Социальные представления российских студентов об инкорпоративности российского и американского народов. / Особенности профессионального становления личности студента - будущего специалиста в сфере экономики и финансов. - Тула: издательство ТулГУ, 2011. С. 128-131.

² Tajfel H. (Ed.) Social identity and intergroup relations. P.: Maison des Sciences de l'Homme and Cambridge: Univ. Press, 1982; Tajfel H., Flament C., Billig M., Bundy R. Social categorization and intergroup behaviour//Europ. J. Soc. Psychol. 1971. № 1. P. 149-177

³ Моля А. Социодинамика культуры. Изд-во ЛКИ, 2008; Швейцер А. Культура и этика. Философия культуры-ры. Часть II. (Kultur und Ethik. Kulturphilosophie. Zweiter Teil), 1923.

⁴ Леви-Стросс К. Первобытное мышление. М., 1994.

⁵ Майерс Д. Социальная психология. 7-е издание. Спб.: Питер, 2010.

следования человеческого поведения, например сексуального, не следует логический вывод о том, какое поведение «правильное». Если большинство людей не делает чего-то, из этого вовсе не следует, что их поведение «неправильное». И наоборот, если большинство что-то делает, это совсем не значит, что подобное поведение правильно. Всякий раз, переходя от утверждений об объективных фактах к предписывающим утверждениям относительно того, что должно быть, мы добавляем свои ценности»⁶.

И тем не менее высокомерие по отношению к непохожим — сегодня вполне реальный и актуальный психологический феномен. Проблема становится еще более актуальной в связи с мировыми кризисами и закономерной миграцией отдельных людей, семей и даже целых народов, крушением системы плановой экономики и социализма, очевидной тенденцией стран к экономической интеграции, явлением глобализации и т. д. Однако право человека на свободную миграцию сегодня часто оказывается всего лишь декларацией. Межэтнические конфликты не ослабевают. Активные рыночные процессы стимулируют слияния и поглощения, разорения и банкротства. Все это приводит к интенсивной трансформации корпораций, в которых люди и сотрудничают, и конфликтуют. Проблема адаптации нового человека к группе традиционна для социальной психологии. Однако исследования инкорпоративности вносят существенный вклад в изучение этой классической проблемы⁷.

Много лет назад российский психолог Поршнев Б. Ф. ввел в социальную психологию такое понятие, как «мы-чувство». Это понятие хорошо сочеталось с основной концепцией социальной психологии советского периода — так называемой теорией коллектива⁸. Сегодня теория коллектива не представляется актуальной, однако «мы-чувство» — феномен, имеющий важное значение для изучения групповой инкорпоративности.

Инкорпорирование — термин, который характеризует процесс принятия группой новых людей. Этот процесс зависит и от каждого отдельного человека, и от группы как целого. Инкорпоративность — социально-психологическое свойство группы, которое может быть измерено. При этом речь идет об универсальном свойстве, которое проявляет любая социальная группа (большая и малая). Поэтому одинаково можно говорить об инкорпоративности семьи, профессиональной группы, города, страны, народа и пр.⁹.

В нашем исследовании инкорпоративность рассматривается не только как объективная характеристика, но и как обыденное представление людей о той или иной группе. При этом имеется в виду как in-группа, так и out-группа. Исследования показывают, что данный феномен не может быть однозначно описан моделью Тэджфела, в соответствии с которой было бы логично предположить, что люди всегда будут считать более инкорпоративной ту группу, к которой себя относят и с которой себя идентифицируют.

Так, например, многие историки утверждают, что древние славяне не имели рабов. Территории были огромными, нужно было кому-то их осваивать. А в некоторых странах определенные формы рабства можно обнаружить даже сегодня. С другой стороны в сталинские времена огромное количество ни в чем не повинных людей практически оказались изгоями в своей собственной стране (дворяне, священники, интеллигенты, предприниматели, зажиточные крестьяне и члены их семей). Страна не только не давала им равных прав, но и, отправляя в лагеря по политическим статьям, по сути дела ставила в положение бесправных рабов. Однако в общественном сознании представление о высокой инкорпоративности СССР всегда было значительным. Это поддерживалось официальным искусством, пропагандой, образованием, иде-

⁶ Майерс Д. Социальная психология. 7-е издание. СПб.: Питер, 2010.

⁷ Горбатенко А. С. Социально-психологические детерминанты включения нового индивида в группу / Вопросы психологии № 3, 1982. С. 99; Петровский А. В. Личность. Деятельность. Коллектив. М.: Политиздат, 1982.

⁸ Поршнев Б. Ф. Социальная психология и история. Изд. 2-е. М., 1979.

⁹ Термин впервые появился в отечественной научной социально-психологической литературе в 1994 году: Лебедев А. Н. Проблемы изучения инкорпоративности малых социальных групп // Психический образ: строение, механизмы, функционирование и развитие. М.: ИП РАН, 1994. С. 3-4.

ологией, ценностью формально провозглашенного принципа равенства и пр.

Сегодня у некоторых молодых людей, получающих высшее профессиональное образование, проявляется явно иллюзорное представление об инкорпоративности или неинкорпоративности многих социальных групп (зарубежных стран, государственных и коммерческих структур, армии и др.). Часто это происходит в результате деятельности СМИ, под воздействием рекламы и PR, кинофильмов и пр. Многие наивно полагают, что, проявив свои способности и знания, они легко и быстро сделают карьеру в любой компании. Этот образ в соответствии с теорией когнитивного диссонанса оказывается весьма устойчивым и хорошо защищенным от внешней критики¹⁰. На самом деле может оказаться, что успешная компания очень жестко относится к новичкам. И именно поэтому она экономически успешна. Отсюда — популярная сегодня идея «социальных лифтов». Представление о народах тоже может быть превратным, в результате явно завышенной или заниженной оценки его инкорпоративности. Очень важно понять, почему это происходит и с чем это связано?

В науке до сих пор не было универсальных методов изучения данного феномена. Поэтому нами (Веселовским Д. П. и Лебедевым А. Н.) был разработан метод оценки инкорпоративности социальной группы¹¹.

Методика исследования. Методика «Оценка инкорпоративности социальной группы» представляет собой опросник с высокими показателями внешней и внутренней валидности, высоким показателем надежности, что проверялось целым рядом статистических процедур. Содержание вопросов включает такие характеристики группы, как «отсутствие психологических барьеров при включении в состав группы новых членов», «отношение к идеям новых членов группы», «возможность новичка получить информацию от членов группы», «внимание к новому человеку», «умение прощать ошибки новым

членам группы», «предоставление равных прав новым членам группы», «предоставление новым членам группы необходимых им материальных ресурсов», «характер общения с новыми членами группы», «возможность взять ответственность за нового члена группы» и другие. Проведенный корреляционный анализ показал, что вопросы могут быть распределены по 4 шкалам:

- 1) готовность группы включать новых людей;
- 2) отношение группы к новому человеку;
- 3) готовность группы оказать помощь новичку;
- 4) возможность, предоставляемая новичку, проявить себя в группе.

В исследовании приняло участие 327 человек в возрасте от 19 до 57 лет, представители разных социальных групп (студенты, военнослужащие, сотрудники коммерческих и некоммерческих организаций) с высшим, незаконченным высшим, средне-специальным и средним образованием. Основную выборку исследования составили представители трех социальных групп:

На первом этапе исследования испытуемым было предложено оценить инкорпоративность «своих» и «чужих» «профессиональных сообществ». В данном случае респонденты должны были оценить не инкорпоративность своего учреждения и его представителей, а инкорпоративность сообщества в целом. Например, если человек является сотрудником какого-то конкретного банка, то он оценивал не инкорпоративность представителей именно этого банка (как в первом случае), а все профессиональное сообщество банковских служащих. Кроме того, участники должны были оценить инкорпоративность представителей других социальных групп: студенты оценивали инкорпоративность военнослужащих и банковских служащих; военнослужащие — инкорпоративность студентов и банковских служащих; банковским служащим было предложено оценить, соответственно, студентов и военнослужащих.

¹⁰ Майерс Д. Социальная психология. 7-е издание. Спб.: Питер, 2010.

¹¹ Исследование выполняется при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта РГНФ («Социальные представления работников об инкорпоративности государственных и коммерческих организаций»), проект № 11-06-00241а.

Выбор именно этих групп определялся тем, что они достаточно контрастны по целому ряду параметров, которые могут определять инкорпоративность. В частности это регламентация деятельности (в т. ч. и по инкорпорированию нового человека) и межличностным отношениям, которые традиционно существуют в данных группах. Также для оценки инкорпоративности испытуемым были предложены такие группы, как семья, группа общения, российский и американский народ. Используемый вариант опросника содержит 17 вопросов¹²

Респондентам давалась инструкция, где предлагалось оценить группу согласно утверждениям в опроснике по пятибалльной шкале:

0 — затрудняюсь ответить

1 — данное утверждение абсолютно не соответствует оцениваемой группе;

2 — данное утверждение скорее не соответствует оцениваемой группе;

3 — данное утверждение свойственно оцениваемой группе время от времени;

4 — данное утверждение скорее соответствует оцениваемой группе;

5 — данное утверждение полностью соответствует оцениваемой группе.

Результаты исследования и их анализ.

Цель исследования на первом этапе состояла в том, чтобы оценить представления респондентов об уровне инкорпоративности ряда социальных групп. Исследование проводилось на студентах Российского университета дружбы народов, Финансового университета при Правительстве РФ, Московского гуманитарного университета, военнослужащих, работниках одного из банков г. Москвы. В результате исследования было показано, что 42% опрошенных студентов считают свою студенческую группу низкоинкорпоративной; 47% опрошенных приписывают ей «средний» уровень инкорпоративности и 11% оценивают тех людей, с которыми учатся, как «высоко» инкорпоративную группу.

Студенты считают, что их группа время от

времени «готова включать новых людей и оказывать им необходимую помощь». Отношение к новому человеку в группе, по их мнению, чаще всего оказывается «нейтральным». Возможность проявить себя для новичка в данной группе оценивается также как «средняя». Таким образом, для студентов нехарактерно воспринимать нового участника как «усиление потенциала группы», «обеспечивать его необходимыми материальными и другими ресурсами даже в ущерб собственным интересам», «брать на себя ответственность за ошибки нового человека». Но при этом студенты готовы охотно общаться с новыми людьми. Сходные результаты были получены и при оценке студентами студенческого сообщества в целом, с той лишь разницей, что меньшее число респондентов считает эту группу «высоко» инкорпоративной и большее — инкорпоративной «средне».

Большинство студентов (64%) полагает, что их «группа общения» обладает «средним» уровнем инкорпоративности. Примерно равное число относит группу общения к «высоко» инкорпоративным (20%) и «низко» инкорпоративным (16%). Студенты считают, что в группах общения демонстрируется довольно доброжелательное отношение к новым людям. А такие параметры, как «готовность включать новых людей», «готовность оказать помощь новичку» и «дать ему возможность проявить себя в группе», оценивается как «средняя».

Результаты исследования показали, что, по мнению студентов, их группа общения «внимательно относится к идеям новых людей»; «легко делится информацией с новыми людьми»; «демонстрирует открытость, внимание к новым участникам и охотно общается с ними»; «доброжелательно настроена по отношению к новым людям». Это группа, в которой новому человеку «легко себя проявить независимо от того, новый он здесь человек или нет». В то же время оцениваемая группа (группа общения), по мнению студентов чаще всего «не готова взять на себя ответственность за ошибки новых участников» и не готова «предоставить

¹² Лебедев А. Н., Веселовский Д. П., Гордякова О. В. Взаимосвязь психологических характеристик личности с обыденными представлениями об инкорпоративности социальных групп. / Ученые записки ИМЭИ №2 (2), 2011. С. 85-96; Лебедев А. Н., Веселовский Д. П., Гордякова О. В. Социальные представления российских студентов об инкорпоративности российского и американского народов./ Особенности профессионального становления личности студента - будущего специалиста с сфере экономики и финансов. - Тула: издательство ТулГУ, 2011. С. 128-131.

возможность новому человеку участвовать в управлении группой».

Небольшой процент студентов (8,49%) считает, что семья как социальная группа обладает «средним» уровнем инкорпоративности, 20% — «низким». При этом 31% опрошенных студентов отмечает «высокий» уровень инкорпоративности семьи. Семья, по их мнению, обычно демонстрирует довольно доброжелательное отношение к новым людям и готова оказывать им помощь и содействие. Такие параметры, как «готовность включать новых людей» и «возможность проявить себя», оцениваются как «средние». Студенты представляют семью, как группу, демонстрирующую «высокий» уровень открытости и внимания к новым людям; доброжелательную к новым участникам; готовую «бескорыстно помогать новичкам». В то же время семья наделяется такими характеристиками, как «неготовность взять на себя ответственность за ошибки нового человека» и «предоставить равные права новому человеку, участвовать в управлении данной группой». Следует подчеркнуть, что речь идет не о конкретных семьях, в частности, семьях респондентов, а о семье как социальной группе. По сути дела респондентом оценивается некое «понятие семьи», обыденное представление.

Результаты исследования показывают, что практически никто из студентов не считает такую социальную группу, как «армия», «высоко» инкорпоративной. При этом подавляющее большинство респондентов (85%) отмечают крайне «низкий» уровень инкорпоративности данной группы. Остальные (15%) считают инкорпоративность армии «средней». Однако эта социальная группа, по мнению респондентов, обычно воспринимает нового участника как «усиление потенциала группы» и достаточно охотно «включает в свой состав новых людей».

Большинство опрошенных студентов (65 %) полагает, что уровень инкорпоративности банковских служащих «низкий». Те, кто считает, что данная группа обладает «средним» уровнем инкорпоративности, составляют 35%. По мнению студентов, группа банковских служащих характеризуется «средней» готовностью «включать в свой состав новых

людей» и довольно нейтральным «отношениям к новым участникам». Готовность данной группы «оказать помощь новому работнику» и предоставить ему возможность проявить себя оценивается студентами как «низкая». По мнению студентов, банковские служащие часто воспринимают нового человека, как «возможное усиление потенциала группы».

В представлении студентов инкорпоративность «российского народа» является «низкой» (82%), и только 18% респондентов считают уровень инкорпоративности россиян «средним». По мнению студентов, представители «российского народа» характеризуются достаточно «прохладным» отношением к новым людям. Значение такого параметра, как «готовность оказать новичкам помощь», выражено немного сильнее.

«Российский народ» воспринимается студентами, как инкорпоративный по таким характеристикам, как «готовность общаться с новыми людьми», «доброжелательность к новым людям», «готовность включать в свой состав новых людей», «возможность предоставить новым участникам информацию о себе».

В отличие от оценок инкорпоративности «российского народа», только 33% опрошенных студентов считают, что «американский народ» обладает «низким» уровнем инкорпоративности. При этом 7% студентов отметили «высокую» инкорпоративность американцев. Остальные 60% отметили, что уровень инкорпоративности соответствует «среднему». Однако, по мнению студентов, «американский народ» по всем показателям более инкорпоративен, чем «российский». Группа «американцев» оценивается студентами как «внимательно относящаяся к идеям новых людей» и готовая с ними общаться, но представители данной группы (американский народ) не готовы «брать на себя ответственность за ошибки новых людей».

Проведенное исследование показало также, что представления студентов и военнослужащих об инкорпоративности своих профессиональных групп сходны, в то время как сотрудники банка воспринимают свою группу как более инкорпоративную.

Обнаруженные различия обыденных представлений об инкорпоративности «рабочих»

групп могут объясняться тем, что в банках, в отличие от студенческих и военных групп, в рамках корпоративной культуры принято реализовывать определенные корпоративные ценности. В современных компаниях (в т. ч. в банках) разделять и следовать установленным ценностям считается необходимым. Эти ценности в свою очередь должны обеспечивать более комфортное существование людей в этой группе и способствовать достижению определенных экономических показателей компании. Если человеку некомфортно работать в компании, ему труднее приносить ей пользу и реализовать все свои профессиональные качества. Теоретически группа объективно должна быть заинтересована в принятии нового человека в свой состав, в обеспечении его необходимыми ресурсами. В компаниях командный результат чаще выступает как более ценностно значимый, чем личные достижения человека.

В студенческих группах внутригрупповые ценности в групповом сознании «не прописаны». Для студентов ведущей деятельностью является учеба и межличностное общение. При этом учебная деятельность напрямую не связана с тем, насколько группа будет инкорпоративна, а общение может протекать и вне учебной группы. Студенты в большей степени ориентированы на личный результат: сдать зачет, экзамен, получить необходимую информацию. Исходя из этого, можно предположить, что студентам в большей степени присуще индивидуалистическое поведение, которое в первую очередь предполагает личное, а не групповое, успешное обучение и усвоение знаний.

В группах военнослужащих структура ценностей задана нормами общения, которые определяют поведение членов группы и требования к новичкам. Это поведение в первую очередь направлено на соблюдение дисциплины и выполнение приказов. У военнослужащих есть четкая иерархия, в которой мнения новых людей априори не могут выступать как определяющие (при условии, что новый человек не будет старшим по званию). Поэтому группа военнослужащих не склонна предо-

ставлять возможность проявить себя новому человеку.

Аналогичные различия зафиксированы и при оценке респондентами инкорпоративности «профессионального сообщества», с той лишь разницей, что все респонденты оценили инкорпоративность своих профессиональных сообществ ниже. В большей степени это относится к банковским служащим. Очевидно, что это противоречит некоторым теоретическим положениям модели Тэджфела¹³.

Исследование показало, что сотрудники банка склонны видеть в студентах более инкорпоративную группу. Здесь опять же уместно вспомнить о том, как позиционируются студенческие группы в СМИ, культуре и художественных произведениях. Студенты традиционно выступают как довольно веселая, общительная, социально активная группа с обширными контактами. Это представление явно противоречит серьезному, строгому и суровому образу военнослужащих.

Банковские служащие оценивают инкорпоративность своего профессионального сообщества выше, чем студенты и военнослужащие. В то же время, сравнивая представления студентов о сотрудниках банка и военных, можно заметить, что банковская группа оценивается как более инкорпоративная.

Банковские служащие традиционно представляются как деловые и серьезные люди, которые управляют деньгами. Профессия банковского служащего считается в обществе довольно статусной. В то же время нельзя сказать, что студенты и военнослужащие считают эту группу изолированной. Скорее группа банковских работников оценивается как предъявляющая определенные требования, и если человек им соответствует, то он вполне может быть инкорпорирован этой группой.

Результаты исследования показали, что «американский народ» воспринимается как более инкорпоративный, чем российский. Студенты, в отличие от военнослужащих и сотрудников банка, считают «российский народ» менее инкорпоративным. В то же время студенты и банковские работники считают «американский народ» более инкорпоративным, чем военные.

¹³ Майерс Д. Социальная психология. 7-е издание. Спб.: Питер, 2010.

По мнению военнослужащих, «российский народ» более доброжелателен по отношению к новым людям. Студенты и банковские служащие считают иначе: американцы, по их мнению, более доброжелательны к новичку. Кроме того, по мнению студентов, «американский народ» в большей степени демонстрирует готовность включать в свой состав новых людей и предоставлять им необходимые возможности, для того чтобы реализоваться.

В то же время у представителей вооруженных сил образ «американцев» традиционно связан с образом стратегического противника. В связи с этим, возможно, военнослужащие склонны оценивать американцев как менее доброжелательную в целом и по отношению к новичку в частности, а соответственно — и менее инкорпоративную группу.

В заключение необходимо отметить тот факт, что оценка инкорпоративности реальных in-групп — тех групп, в которых человек непосредственно осуществляет свое общение и взаимодействие с другими людьми, — в целом оценивается респондентами выше, чем инкорпоративность «условных» in-групп (будь то профессиональное или этническое сообщество). Это может свидетельствовать о высокой ценности инкорпоративности для респондентов как фактора построения ими образа будущего.

Выводы:

1. При анализе различий обыденных представлений об инкорпоративности социальных групп было установлено, что банковские служащие оценивают инкорпоративность своей «рабочей группы» и «профессионального сообщества» выше, чем студенты и военнослужащие. Более высокие представления банковских служащих об инкорпоративности своих рабочих групп могут быть связаны с организационными фактора-

ми, и в частности — с реализуемой в этих банках организационной культурой.

2. Наиболее высоко инкорпоративность военнослужащих оценивается самими военнослужащими. По мнению студентов и сотрудников банка, уровень инкорпоративности «армии» существенно ниже. Аналогичные результаты были получены и в отношении инкорпоративности банковских служащих, с той разницей, что сами банкиры считают свою группу более инкорпоративной, чем она представляется студентам и военнослужащим. При этом сотрудники банка также оценивают инкорпоративность студентов выше, чем это делают сами студенты и военнослужащие. Полученные результаты свидетельствуют о том, что представления членов исследованных социальных групп можно с достаточно высокой вероятностью считать адекватными объективной инкорпоративности оцениваемых групп. Обнаружено также, что студенты и военнослужащие склонны к стереотипным представлениям об инкорпоративности своих сообществ в целом. Это подтверждается отсутствием значимых различий в оценке инкорпоративности своих «рабочих групп» и «профессионального сообщества в целом»

3. Установлены значимые различия в представлениях об инкорпоративности «семьи» и «группы общения». Для студентов, военнослужащих и сотрудников банка уровень инкорпоративности этих групп достаточно высок.

4. «Американский народ» в целом представляется респондентам более инкорпоративным, чем «российский народ». Однако, по мнению военнослужащих, «российский народ» обладает более высокой инкорпоративностью, чем американский. Студенты и сотрудники банка считают более инкорпоративными американцев.

Литература:

1. Горбатенко, А. С. Социально-психологические детерминанты включения нового индивида в группу / А. С. Горбатенко // Вопросы психологии. – №3. – 1982.
2. Лебедев, А. Н. Проблемы изучения инкорпоративности малых социальных групп / А. Н. Лебедев // Психический образ: строение, механизмы, функционирование и развитие. М. : ИП РАН, 1994.
3. Лебедев, А. Н. Взаимосвязь психологических характеристик личности с обыденными представлениями об инкорпоративности социальных групп / А. Н. Лебедев, Д. П. Веселовский, О. В. Гордякова // Ученые записки ИМЭИ №2 (2), 2011. – С. 85–96.

4. *Лебедев, А. Н.* Социальные представления российских студентов об инкорпоративности российского и американского народов / А. Н. Лебедев, Д. П. Веселовский, О. В. Гордякова // Особенности профессионального становления личности студента — будущего специалиста в сфере экономики и финансов. — Тула: изд-во ТулГУ, 2011. — С. 128–131.
5. *Леви-Стросс, К.* Первобытное мышление / К. Леви-Стросс. — М., 1994.
6. *Майерс, Д.* Социальная психология / Д. Майерс. — 7-е издание. — СПб.: Питер, 2010.
7. *Моль, А.* Социодинамика культуры / А. Моль. — ГОРОД :Изд-во ЛКИ, 2008.
8. *Петровский, А. В.* Личность. Деятельность. Коллектив / А. В. Петровский. — М.: Политиздат, 1982.
9. *Поршнев, Б. Ф.* Социальная психология и история / Б. Ф. Поршнев. — Изд. 2-е. — М., 1979.
10. *Швейцер, А.* Культура и этика. Философия культуры / А. Швейцер // Часть II (Kultur und Ethik. Kulturphilosophie. Zweiter Teil). — ГОРОД, 1923.
11. *Tajfel, H.* (Ed.) Social identity and intergroup relations / H. Tajfel. — P.: Maison des Sciences de l'Homme and Cambridge: Univ. Press, 1982.
12. *Tajfel, H.* Social categorization and intergroup behavior / H. Tajfel, C. Flament, M. Billig, R. Bundy // Europ. J. Soc. Psychol. — 1971. — № 1. — P. 149–177.