

ФОРМИРОВАНИЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ КОМАНДЫ

FORMATION OF THE REPRESENTATION OF SOCIAL AND PSYCHOLOGICAL SPACE OF THE TEAM

Статтю присвячено проблемі вивчення соціально-психологічного простору команди. Сприйняття життя й діяльності на соціально-психологічному рівні пов'язано з уявленнями про простір. Команда відіграє особливу роль у соціальній взаємодії і взаєминах людей. Сучасне трактування психологічного простору подається як широкий спектр різноманітних явищ у соціумі. Окремим випадком психологічного простору є соціально-психологічний простір команди як особливий вид цільових організованих груп, які наділені певними соціально-психологічними характеристиками. Команді притаманна внутрішня організація з певними правилами спільної діяльності. З'ясовано, що в тлумаченні поняття «команда» й дотепер немає єдності в поглядах. Еволюція цієї дефініції триває, багато авторів розглядають її крізь призму понять: «мала група», «робоча група». Виявлено, що між командою і групою немає неперервної різниці. І команда, і група можуть займатися розвитком своїх членів, керувати процесами змін. Командний підхід найбільш затребуваний у ситуаціях із наявними невизначеними завданнями, особливо у випадках, коли необхідно задовольнити різні очікування зацікавлених сторін. Метою діяльності команди є не конкретне завдання, а проблема. Показано, що цілі й завдання команди не можуть бути досягнуті окремими її членами у зв'язку з обмеженістю часу та ресурсів. Наголошено, що до основних показників ефективної роботи команди дослідники зараховують задоволеність потреби індивідуального членства, успішну взаємодію, вирішення поставленого завдання, ступінь готовності до виконання нових завдань і бажання продовжувати спільну діяльність. Угруповано відмінності команд виробничої та інтелектуальної сфер. Передумовою розгляду соціально-психологічного простору команди слугують явища й феномени, які розглядаються в межах психологічного клімату, довіри/недовіри, психологічної дистанції тощо. Розуміння соціально-психологічного простору команди в контексті індивідуально-особистісного та соціально-організованого буття людини дає можливість виявляти й обговорювати соціальні властивості простору, що впливають на характер поведінки людей, їхній спосіб життя.

Ключові слова: команда, соціально-психологічний простір, взаємодія, група, завдання, проблема, ефективність.

The article is devoted to the problem of studying the socio-psychological space of the team. The team plays a special role in social interaction and relationships. The modern interpretation of psychological space is formulated as a multitude of phenomena in society. A special case of the psychological space is the socio-psychological space of the team, as a special type of target organized groups that have certain socio-psychological characteristics. The team is characterized by an internal organization with certain rules for joint activities. There is no unity of views in the interpretation of the concept of "team". The evolution of this definition continues, and many authors consider it through the concepts: "small group", "working group". Found that there is no compelling difference between a team and a group. Both the team and the group can engage in the development of their members, manage the processes. The more uncertain the task, the more a team approach is needed, especially in cases where it is necessary to meet the different expectations of stakeholders. The goal of a team's activity is not a specific task, but a problem. It is shown that the goals and objectives of the team cannot be achieved by its individual members due to the limited time and resources. It was determined that the main indicators of the effective work of the team include: satisfaction of the needs of individual membership, successful interaction, solution of the task, the degree of readiness to perform new tasks and the desire to continue joint activities. The differences between the teams of the industrial and intellectual spheres are shown. Prerequisites for considering the socio-psychological space of a team are phenomena that considered within the framework of the psychological climate, trust/distrust, psychological distance, etc. Understanding the socio-psychological space of a team in the context of an individual-personal and socially organized human being makes it possible to discover and discuss the social properties of space that affect the nature of people's behavior, their way of life and the structure of thought.

Key words: team, socio-psychological space, interaction, group, task, problem, efficiency.

УДК 159.98

DOI <https://doi.org/10.32843/2663-5208.2020.20.38>

Воляннюк Н.Ю.

д.психол.н., профессор,
заведуюча кафедрой психологии
и педагогики
Национальный технический
университет Украины
«Киевский политехнический институт
имени Игоря Сикорского»

Ложкин Г.В.

д.психол.н., профессор,
профессор кафедры психологии
и педагогики
Национальный технический
университет Украины
«Киевский политехнический институт
имени Игоря Сикорского»

Колосов А.Б.

к.психол.н., старший научный
сотрудник,
доцент кафедры социальных
технологий
Винницкий социально-экономический
институт
Открытого международного
университета развития человека
«Украина»

Постановка проблемы. Восприятие жизни и деятельности на социально-психологическом уровне связано с представлением о пространстве. Многие современные авторы вполне обоснованно включают «пространство» в систему ключевых понятий психологии [3]. Психологическое и социально-психологическое видение человеческой жизни основыва-

ется на представлении о том, что социальная действительность обусловлена психически и может быть понята исключительно из ее природы. Восприятие жизни на психологическом уровне связано с формированием представлений о пространстве [4; 6; 14]. Это направление получило интенсивное развитие в аспектах изучения пространственного

познания, пространственного поведения, восприятия жизненной среды и качества жизни, взаимодействия человека с окружающей средой и социальными сетями, в многообразии видов и структур субъект-объектного общения и т.д. Формирование информации о пространстве в значительной мере определяется характером ее поступления, обработки, хранения и накопления. Немаловажную роль в этом процессе играет так же ее использование, запечатленное как в индивидуальном опыте, так и в становлении социума.

Формирование представлений о пространстве для человека и общества – целостный процесс, он имеет определенную структуру, обусловленную природой человека, спецификой его сознания.

Социально-психологическое пространство – своеобразная зона между внешним окружением и внутренним миром субъекта. Смысл переходного характера состоит в том, что, с одной стороны, оно принадлежит субъекту, им формируется, а с другой – составляющие элементы социально-психологического пространства (если они реально существуют) «вынесены» за пределы субъекта [3].

Анализ последних исследований и публикаций. Интерес к категории социально-психологического пространства в научной литературе возник на рубеже XX – XXI веков и отражает формирование нового подхода к межличностному и межгрупповому взаимодействию, приобретающих все более междисциплинарный характер, преодоления ограниченности существующих конструкций, связанных с констатацией (фиксацией) групповых норм, явлений, реакций. Обогащение знаний о пространстве связано с достижениями психологической науки. Представления о различных видах социально-психологического пространства (делового, трудового, коммуникативного, личностного, образовательного, воспитательного) или отдельных его измерений активно развиваются в настоящее время в работах А. Журавлева и А. Купрейченко, Ю. Забродина, Д. Фельдштейна и др.

Как отмечает В. Клочко, пространство отличается от «среды», от всей окружающей человека «действительности», «объективной реальности» тем, что включает в себя субъективные координаты – значение, смысл, ценность. Оно пронизано эмоциями, посредством которых предметы, носители этих сверхчувственных качеств, становятся доступными нашему сознанию [6, с. 34].

К наиболее общим характеристикам пространства А. Журавлев и А. Купрейченко относят элементы (люди, группы, команды, различные объекты и явления), «координатные оси» – смыслы, ценности, цели, функции, виды и аспекты отношений. Общую количествен-

ную оценку социально-психологического пространства можно произвести, используя, например, следующие формально-динамические характеристики: сформированность и структурированность пространства (наличие и тип структуры), его реалистичность, а также плотность или разреженность, внутреннюю динамичность, прочность и устойчивость к внешним воздействиям, открытость и проницаемость границ. Созидателем социально-психологического пространства является сам субъект (личность, малая группа, команда, большая группа), поэтому анализ пространства должен учитывать специфические черты этого субъекта [3]. Содержательными характеристиками субъекта пространства, оказывающими существенное влияние на содержание, структуру и само его существование, является, в первую очередь, отношение субъекта к данному пространству в целом, к своему месту, роли и функциям в нем, а также к отдельным его элементам. Ключевыми видами таких отношений выступают ожидания, надежды и опасения, смыслы и намерения [7].

Представление о пространстве связано с категорией идентичности. Идентификация предстает как одна из самых первоначальных форм связи с другим лицом, но она не в полной мере тождественна выбору объекта, так как в одном случае она связана с подражанием, а в другом – с обладанием. В целом идентификация в значительной мере определяется сферой существования человека, его пространственным окружением и всегда подразумевает классификацию по ряду свойств, зависящих от тех или иных взглядов, позиций и поведенческих стратегий, необходимых для того, чтобы занять определенное место в социуме. Ткань понятий, включенных в социально-психологическое пространство, создает своеобразную модель, сквозь призму которой человек воспринимает, организует и отражает взаимодействие с другими людьми [10].

Современная трактовка психологического пространства формулируется как множество явлений в социуме, которые определяются отношениями воздействия одних на другие, что служит базой для построения различных моделей поведения и отношений. Пространственные отношения характеризуются специфическими и качественными отличиями на всех уровнях субъект-субъектных отношениях, социального и духовного бытия.

Постановка задания. Целью работы является изложение понимания феномена социально-психологического пространства команды, а также описание его ключевых характеристик.

Изложение основного материала исследования. Переходя к описанию содержательных характеристик психологического пространства команды, отметим, что «про-

странство команды» – это понятие, представляющее собой в синтаксическом плане сложное словосочетание, в котором два существительных. Первое – «пространство» – характеризует предмет, а второе – «команда», что придает категории пространства, те смысловые оттенки, в которых преодолевается его абстрактность и осуществляется конкретизация содержания.

Используя термин, «команда» зачастую имеют в виду разные, часто противоположные вещи. Слово «команда» имеет два распространенных значения: команда как приказ и команда как группа людей, организованная для определенной цели. Нас интересует второе значение этого слова.

А. Донцов и др. [2] выделяют три смысловых значения слова «команда»: эвристическое, оценочное и описательное.

Первое – используется для характеристик разнообразных групп: в спорте, оркестре, армии и т.д. Это позволяет определить способы позиционирования членов группы и подчеркнуть различия между командами разного типа.

Оценочный аспект понятия основан на доминировании идеологии командной работы. Умение работать в команде рассматривается как одна из ключевых компетенций персонала, а его отсутствие служит одним из препятствий для найма работника.

В качестве описательного понятия – слово «команда» используется для обозначения особого вида целевых организованных групп, которые обладают определенными социально-психологическими характеристиками (экипаж, дежурная смена, бригада и т.д.).

На основе анализа научных публикаций, по мнению Е. Короткиной [9], американские исследователи перенесли термин «команда» из организационной психологии в социальную как замещение слова «группа». Часто команда определяется как несколько человек, действующих совместно при выполнении какой-либо работы или деятельности. Другое, более сложное, определение термина «команда» – это группа индивидов, которые распределяют между собой рабочие операции и ответственность за получение конкретных результатов. Состав команды взаимозависим друг от друга, то есть для достижения распределяемых целей они нуждаются в работе других членов.

Исследователями отмечается пестротолкования понятия «команда», которое используется для описания различных социальных реальностей в психологическом пространстве. Эволюция понятия «команда» продолжается, и многие авторы рассматривают его через понятия: «малая группа», «рабочая группа».

Анализ представлений о команде и ее характеристиках позволяет говорить о выделении показателей, которые присущи любой

команде и обеспечивают ее эффективность. Так, среди отличительных и важных признаков команды следует выделить следующие: команда состоит из двух или более человек; члены команды, в соответствии с отведенной им ролью, участвуют в мере своей компетентности в совместном достижении поставленных целей; команда имеет свое «лицо», не совпадающее с индивидуальными качествами ее членов; для команды характерны сложившиеся связи как внутри нее, так и внешние связи с другими командами и группами; команда имеет ясную, упорядоченную и экономную структуру, ориентированную на достижение поставленных целей и выполнение задач; команда периодически оценивает свою эффективность [8].

Командная форма организации отличается от традиционных форм, вызванных непредвиденным нарушением привычного технологического ритма работ (резкое сокращение сроков, появление неожиданных препятствий, новых явлений и т.п.). Использование командной формы организации работ, во-первых, требует дополнительных материальных ресурсов для сверхнормативного стимулирования членов команды; во-вторых, связано с определенным риском для руководства, в случае если команда не справится с поставленной задачей.

Следует отметить, что вновь или экстренно созданная команда – еще не гарантия успешного решения поставленной задачи. Она может стать «риском заказчика», ориентирующегося на успех. Эффект команды, ее общественное признание приходят после длительной совместной работы и достигнутых успехов. Иными словами, каждая команда должна завоевать в организации, в обществе «сертификат доверия», чтобы носить общепризнанный и уважаемый имидж «команды». Иначе команду можно определить как малую группу специалистов, имеющих общей целью принятие нестандартных решений и разделяющих ответственность за достижение результата.

Анализ показал, что для создания команд необходимо наличие ряда условий, а именно: люди, выполняющие работу, должны быть специалистами, профессионалами, экспертами при решении возлагаемых на них задач; совокупный опыт и способности людей, работающих в команде, должны превышать опыт и способности любого из них; большинство людей должно иметь возможность влиять на принятие решений, которые им приходится выполнять; каждый человек должен иметь склонность к творчеству.

Между командой и группой нет непреодолимой разницы. И команда, и группа могут заниматься развитием своих членов, управлять процессами изменений. Чем неопреде-

леннее задача, тем нужнее командный подход, особенно в случаях, когда необходимо удовлетворить различные ожидания заинтересованных сторон.

Обычно цели и задачи, стоящие перед командой, не могут быть достигнуты отдельными ее членами в силу существующих ограничений по времени и ресурсам, а также невозможности овладеть одному члену команды необходимыми знаниями и квалификацией требуемого уровня (примеры спортивных команд и оркестров наглядно подтверждают данные положения). Для организаций это означает, что осуществлять выполнение проектов, требующих компетентности в различных областях, предпочтительнее работать командой. Это позволяет «распределить» задачи между ее членами, если необходимо что-либо выполнить к жестко установленному сроку.

Командная работа наиболее полезна при освоении новых видов деятельности, при решении некорректных, неопределенных проблем, когда возникают элементы риска вследствие выбора и предпочтений тех, кто принимает решение. Члены же группы, напротив, в гораздо меньшей степени ориентированы на внешние задачи. Зачастую рост и развитие группы – ее самоцель, когда процесс оказывается важнее результатов. Многие группы имеют подвижную, менее формализованную, чем у команд структуру, где основой для эффективной кооперации и установления нормальных взаимоотношений является получения определенного и согласованного результата [5].

Как не каждая группа является командой, так и не каждая команда является эффективной. Эффективность и группы, и команды можно оценивать с точки зрения полученных результатов, которые могут быть количественным и качественным. Между качественными и количественными показателями эффективности существует тесная взаимосвязь. Группы работают неэффективно, если поставленные задачи выполняются плохо или вообще не выполняются, члены группы разочарованы и испытывают состояние фрустрации.

К основным элементам эффективной работы команды относят [8; 12] удовлетворение потребностей индивидуального членства; успешное взаимодействие в команде; решение поставленной перед командой задачи. Все эти элементы взаимозависимы. Так, личное удовлетворение зависит не только от успешного решения задач, но и от качества взаимоотношений в команде, а также от социальных аспектов командной работы. Даже команда, достигшая своих целей, едва ли может считаться эффективной, если ее члены имеют противоречивые взгляды и разочарованы в своей организации настолько, что намерены искать другую работу. Поэтому в качестве

дополнительных характеристик эффективности команды можно рассматривать степень готовности ее членов к выполнению новых задач и наличие у них желания продолжать совместную работу.

Помимо внутренних факторов, на работу команды оказывают воздействие и внешние факторы (другие группы, команды, внутренние и внешние потребители, организационная культура и пр.). Пока сложная природа этих взаимодействий и комбинаций до конца не ясна. Лучше рассмотрены каждый из этих факторов поочередно, их взаимодействие и то, как они связаны с эффективностью команды. Например, заложена ли в культуре организации установка на поддержание и поощрение командной работы, насколько четко внутренние и внешние потребители определили свои требования и насколько ожидания команды согласуются с ожиданиями руководителя и т.д.

Очевидно, что невозможно придумать набор правил, следование которым обязательно приведет к созданию эффективной команды. Причины успеха команды гораздо сложнее, и они не могут быть сведены только к выполнению набора предписаний. В результате углубленного анализа сделано заключение, что самоуправляемые команды положительно влияют на производительность и межличностные отношения внутри группы, но не на общее отношение к работе и положение дел в организации в целом.

Команда имеет не только свои достоинства, но и свои недостатки. Казалось бы, если командная форма работы так эффективна, почему бы ее ни сделать везде основной формой организации любых работ? Для ответа на этот вопрос необходимо проанализировать не только достоинства, но и недостатки «командного феномена».

Удачная попытка анализа «командного феномена» представлена в работе Н. Оленцовой [11]. По мнению ученой, командная форма требует высокой концентрации специалистов на узком фронте работ, что в обычных условиях не экономично, нерентабельно, а подчас и невозможно, так как высококлассных специалистов не так уж и много и они «на вес золота». Для команды требуется повышенный фонд стимулирования и более интенсивный ритм работ всех служб обеспечения команды (материалами, сырьем, энергетикой, информацией и т.д. и т.п.), что в обычных условиях не требуется. Собрать специалистов в одну группу и назвать их командой еще недостаточно, чтобы снять риск для руководства, передающего свою функцию организационно-административного управления команде. Команда должна еще за определенное время зарекомендовать себя как стабильное объединение, которому может быть делегировано

право управления на своем участке работ. Поэтому для организации эффективной команды требуется дополнительное обучение или тренинговая работа с ее членами, что всегда представляется затратным для организаторов. Важный элемент эффективной деятельности команды – это ее численность. Поскольку при работе неизбежно соприкосновение характеров, то необходимым условием отбора членов команды является психологическая совместимость. И чем больше людей в команде, тем труднее обеспечить выполнение этого условия. Вряд ли можно весь завод или крупную фирму объявить единой командой. Общеизвестно, что чем малочисленнее команда, тем она сплоченнее и тем выше эффективность ее работы. Наиболее рациональный состав команды это 7 ± 2 человека. То есть классический норматив управляемости (7 человек) и здесь проявляет себя самым радикальным образом.

Необходимо иметь в виду, что команды могут не только создаваться, но и распадаться иногда самым неожиданным (или не запланированным) для руководства образом. Причем наиболее характерно это для команд, действующих в интеллектуальной сфере (искусство, наука, культура, образование и др.).

Целью деятельности команды обычно является не конкретная задача, а проблема, где сроки четко не определены, а условия могут меняться в зависимости от внешних обстоятельств и от результатов команды. Соответственно, поведенческая мотивация отдельных членов команды может меняться или же они перестают быть адекватными изменившимся внешним условиям деятельности. Тому много примеров в творческих коллективах, в фирменных управленческих командах, в политических партиях и др.

В производственной сфере, как правило, четко определены задачи, сроки и условия деятельности команды. И поэтому распад команды всегда логичен, понятен, прогнозируем и, соответственно, не является трагедией как для членов команды, так и для руководства.

Как организационная форма профессиональной деятельности, команды специалистов действует в отраслях экономической, производственной, социальной, интеллектуальной, культурной и иных сферах жизнедеятельности общества. В каждой сфере есть своя специфика условий и требований к организации команд.

Целесообразно выделить из них две наиболее обобщенные и крупные сферы деятельности, где условия и деятельность команд определенным образом различаются. Производственная сфера, где конечным результатом является типовая продукция (услуга) и где расходы на организацию команд целесообразны

в основном на технологически автономных участках или при возникновении нестандартных ситуаций. Интеллектуальная сфера, где присутствует или является ключевым элементом творческой, креативной деятельности, связанный с исследованием, экспериментом, анализом и поиском рациональных решений.

Для производственных команд постановка целевой задачи всегда отличается высоким уровнем конкретизации конечного результата, условий и сроков выполнения работ, характером обеспечения и формой оплаты конечного результата. Интеллектуальные задачи, такие как стратегии развития фирмы, поиск рациональных проектных решений, разработка обоснования нового законопроекта, реструктуризация и т.п., подчас обозначены лишь в общем виде с указанием требуемых качеств и параметров. Сроки исполнения назначаются с промежуточными этапами контрольных проверок.

Для производственных команд основной нормой стимулирования является, как правило, материально-денежная форма с элементами общественного признания и морального стимулирования. Для интеллектуальных команд материально-денежная форма нередко является не основной; большую мотивацию могут иметь престижно-статусные стимулы и морально-сертификационные факторы общественного признания.

Любая команда должна быть командой профессионалов. Однако в ряде производств при наличии ведущих специалистов ключевым становится требование – повышенная исполнительская дисциплина. В интеллектуальных командах при наличии высоких профессионалов ключевым становится требование к единству ценностных ориентаций и подбору единомышленников в стратегии развития.

Уровень креативности и коммуникативной культуры членов в производственных командах может и не быть ключевым, если уровень их материальной заинтересованности достаточно высок. В интеллектуальных же командах это требование является базовым условием успешного ее функционирования, т.к. материальные стимулы и конкретные сроки могут быть весьма «размыты».

В производственной сфере высок процент недолговечных, а то и разовых команд, что обусловлено локальным и краткосрочным характером большинства производственных задач. Так, по завершении крупной стройки многие строительные бригады прекращают существование. Также нередко распадаются сезонные артели сельскохозяйственных рабочих и заготовителей. Аварийные бригады часто формируются под давлением внешних обстоятельств. Интеллектуальные задачи и проблемы, как правило, долгосрочны

и, соответственно, требуют формирования команд на длительный срок. Отсюда вытекает требование более тщательного и основательного подбора членов интеллектуальной команды. Важно отметить, что в интеллектуальной сфере редко формируются команды под одну конкретную творческую задачу. В интеллектуальной сфере под термином «команда» нередко понимается скорее коммуникативный дух, «командный» стиль взаимодействия сотрудников-единомышленников, нежели форма организации работ.

Такая ситуация в интеллектуальной сфере возникает вследствие сложности количественного определения точных сроков решения какой-либо проблемы, формы представления конечного результата и формы их оплаты.

Кроме того, в интеллектуальной сфере команды складываются не столько для решения конкретной проблемы, сколько для длительного совместного сотрудничества в работе над единой проблематикой. Яркий пример в науке – существование различных научных школ, в бизнесе – команда единомышленников-менеджеров исполнительного директора фирмы или группа единомышленников-учредителей малой инжиниринговой фирмы в любой сфере (информационные технологии, социально-психологические услуги, образовательные структуры и т.п.).

Потребности функциональных и творческих команд отличаются друг от друга. В функциональных командах на первый план выходят ее социальные аспекты, поскольку сама по себе работа не требует организации людей в такой форме. В функциональной команде люди более озабочены тем, чтобы чувствовать себя уютно, «как дома». В творческой команде социальные вопросы не утрачивают своей важности, но более значимыми становятся вопросы, связанные с заданием, т.е. фокус смещается в сторону его выполнения.

Ряд исследователей [2; 8; 12] указывают на то, что команде должна быть присуща внутренняя организация социально-психологического пространства с определенными нормами, правилами организации совместной деятельности. Предпосылкой рассмотрения социально-психологического пространства команды служит целый ряд явлений и феноменов, которые рассматриваются в работах по психологическому климату и атмосфере, исследованию социальных сетей, лидерства, авторитета, психологической дистанции, доверия/недоверия и т.д.

Пространственная форма чаще всего используется для описания самых различных видов взаимодействия человека с миром и рассматривается как форма обобщенного представления любого вида отношений (Веккер, 1998).

Психологические механизмы формирования пространственных представлений о социальном мире, а также о структуре и содержании взаимодействий человека в социальном окружении имеют существенные особенности у различных субъектов. Они определяются, прежде всего, индивидуально-психологическими особенностями субъекта социально-психологического пространства и его опытом.

От намерений, ожиданий, поведения человека зависит его восприятие команды и система взаимоотношений [1]. Поскольку смысл всегда завязан на установку, на готовность реализовать определенное поведение по отношению к предмету, имеющему смысл, то ясно происхождение сил, вызывающих движение системы по линии «возможность – новая действительность» [7, с. 19]. Как сложная и многоуровневая основа человеческого бытия, они включают компоненты материального и духовного свойства, представленные между субъектным взаимодействием, многообразием отношений (идентификации, сотрудничества, ответственности и т.д.), а также распределением и наложением полей и зон напряженности, конфликтов и других пространственно локализованных социальных и культурных явлений. Пространство – предпосылка общения. В этом проявляется сущность человека как социального субъекта, оно определяется многими факторами: традициями, территорией, профессией, культурой, спецификой совместной деятельности.

Понимание психологического пространства команды в контексте индивидуально-личностного и социально-организованного бытия человека позволяет обнаружить социальные свойства пространства, влияющие на характер поведения людей, их образ жизни и строй мысли.

Содержание пространства команды, его социальное наполнение обеспечивают многообразие человеческих отношений. Известный философ П. Сорокин, указывал на то, что там, где нет человеческих особей или живет лишь один человек, нет социального пространства, поскольку одна особь не может иметь в мире никакого отношения к другим и взаимодействовать с ними. Только на основе взаимодействия могут возникать отношения, которые и создают психологическое пространство [13].

В структуре пространства особую роль выполняет команда благодаря той универсальности, которая сопровождает всякое социальное взаимодействие, отношение, позицию, месторасположение. В содержательном плане эта роль выполняется в процессе диффузии, выражаемой наполнением социальных явлений, что порождает особое предметно выраженное и пространственно-локализованное образование, обозначаемое в соот-

ветствующих терминах (группа, команда, сообщество, смена, бригада, экипаж и т.д.), социальная наполняемость которых обеспечивается «ансамблем невидимых связей».

Выводы из проведенного исследования. Результаты теоретического анализа показали, что предпосылкой рассмотрения социально-психологического пространства команды служит целый ряд явлений и феноменов в социуме. Современная трактовка психологического пространства формулируется как множество явлений в социуме, которые определяются отношениями воздействия одних на другие, что служит базой для построения различных моделей поведения и отношений. Пространственные отношения характеризуются специфическими и качественными отличиями на всех уровнях субъект-субъектных отношений, социального и духовного бытия. Установлено, что команда отражает цели, ценности, роли, структуру иерархии и культуру организации социально-психологического пространства. Понимание социально-психологического пространства команды в контексте индивидуально-личностного и социально организованного бытия человека дает возможность обнаруживать и обсуждать социальные свойства пространства, влияющие на характер поведения людей, их образ жизни и строй мысли.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Волянюк Н.Ю., Ложкин Г.В. Психологический климат как фактор организационной культуры. *Горизонты образования. Психология. Педагогика* : научно-методический журнал. Севастополь : Рибест, 2011. № 2 (32). С. 97–102.
2. Донцов А.И., Дубовская Е.М., Жуков Ю.М. Группа – коллектив – команда: Модели группового развития. *Социальная психология в современном мире*. Москва, 2002. С. 96–114.
3. Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Социально-психологическое пространство самоопределяющегося субъекта: понимание, характеристики, виды. *Вестник практической психологии образования*. 2007. Том 4. № 2. С. 7–13. URL: https://psyjournals.ru/vestnik_psyoobr/2007/n2/28727.shtml (дата обращения: 17.12.2020).
4. Забродин Ю.М. Социальное пространство в исследовании личности. *Социально-психологические аспекты адаптации и защищенности личности* : материалы Международного научного семинара. Воронеж : ВГУ, 2005. С. 15–18.
5. Занковский А.Н. Организационная психология. Москва : Флинта. МПСИ, 2000. 648 с.
6. Ключко В.Е. Коммуникативная среда как фактор становления ментального пространства человека. *Менталитет и коммуникативная среда в транзитивном обществе*. Томск : Томский гос. ун-т, 2004. С.30-44.
7. Ключко В.Е. Современная психология: системный смысл парадигмального сдвига. *Сибирский психологический журнал*. № 26. 2007. С.15-21.
8. Коваленко А.В. Создание эффективной команды. Томск : Изд-во Томского политехнического университета, 2009. 81 с.
9. Короткина Е.Д., Пелевина И.М. Представления о команде в условиях различных организационных культур. *Вестник Санкт-петербургского университета. Серия 12*. 2008. Вып. 3. С. 445–453.
10. Ложкин Г.В., Колосов А.Б. Дух команды: о феноменологии спортивного взаимодействия. *Спортивный психолог*. 2017. № 3 (46). С. 27–37.
11. Оленцова Н. Как создать команду и научить её зарабатывать настоящие деньги. Москва : НТ Пресс, 2005. 224 с.
12. Паркер Г., Кролл Р. Формирование команды. Санкт-Петербург : Питер, 2003. 160 с.
13. Сорокин П.А. Человек. Цивилизация. Общество. Москва : Изд-во политической литературы, 1992. С. 373–423.
14. Фельдштейн, Д.И. Социально-психологическое пространство отношений и самоопределение субъекта в них. *Мир психологии*. 1996. № 3. С. 56–76.