

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ  
МОББИНГ-ПРОЦЕССОВ В ОРГАНИЗАЦИЯХ**

© 2016 г. В.А. Чикер, Л.Г. Почебут\*

***THEORETICAL AND METHODOLOGICAL BASES OF LEARNING  
MOBBING PROCESSES IN THE ORGANIZATIONS***

***V.A. Chiker, L.G. Pochebut***

В настоящее время в ситуациях конкурентных отношений в организациях актуальной становится проблема негативных эмоционально насыщенных действий одних сотрудников в отношении других. Совокупность таких действий называется моббинг-процессами. В статье рассматриваются теоретические основы моббинг-процессов, предлагаются методологические подходы к их исследованию. Показано, что в российских компаниях моббинг связан с преобладающей организационной культурой, а также полом, возрастом и лояльностью сотрудников.

*The issue of the negative and emotionally saturated actions from one to the others is becoming actual problem especially in the current moment in the situation with the competitive relations in organizations. The combination of these various actions were called mobbing processes. The theoretical bases and the methodological approaches of the mobbing process studying were offered. It was shown that the mobbing in the*

---

\* Чикер Вера Александровна, кандидат психологических наук, доцент кафедры социальной психологии ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский университет», Санкт-Петербург, [vchiker@yandex.ru](mailto:vchiker@yandex.ru); Почебут Людмила Георгиевна, доктор психологических наук, профессор, профессор кафедры социальной психологии ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский университет», Санкт-Петербург, [ludmila.pochebut@gmail.com](mailto:ludmila.pochebut@gmail.com).

*Russian companies links to the corporative culture and the sex, age and loyalty of the staff.*

Ключевые слова: моббинг-процесс, конкуренция, взаимоотношения сотрудников в организации, нападки, психологический террор, феноменология моббинга.

*Keywords: mobbing-process, competition, employee relations in the organization, attacks, psychological terror, mobbing phenomenology.*

В последние десятилетия в области организационной социальной психологии внимание ученых обращается к изучению не только факторов формирования позитивных (сплоченность, организованность, активность, лидерство, адаптация), но и негативных (неблагоприятный климат, жесткая конкуренция, борьба за власть, манипуляции) процессов и отношений. В организациях к наиболее ярким и эмоционально насыщенным негативным процессам и социальным отношениям можно отнести такое сложное и противоречивое психологическое явление как *моббинг* (от англ. mob – толпа). Чаще всего моббинг рассматривается как процесс нападков и притеснения со стороны одних членов группы в отношении других, в результате которого могут возникать негативные межличностные и межгрупповые взаимодействия и отношения. Это не новое явление, но в качестве отдельной социально-психологической проблемы моббинг был выделен только в конце 70-х годов XX века.

Впервые термин «моббинг» предложил шведский врач П.-П. Хайнеманн в 1969 г. Он обратился к изучению жестокого поведения детей в ситуациях группового взаимодействия, затем применил этот термин для обозначения феномена нападения группы людей на отдельного человека, который своим поведением нарушает социальные нормы. Первые научные исследования моббинг-процессов в организации осуществил известный экономист и психолог Х. Лейманн (Leumann, 1993; 1994) в Швеции. Он описал особенности подобного поведения взрослых людей в различных рабочих ситуациях.

Лейманн определял моббинг как негативные коммуникативные действия одного человека или группы людей, направленные против конкретного человека, которые происходят очень часто или на протяжении длительного промежутка времени и обуславливают отношения между «преследователем» и «жертвой» в организациях. Негативные действия осуществляются как минимум раз в неделю на протяжении шести месяцев или дольше. Моббинг является довольно частым следствием неразрешенных конфликтов в организации. Моббинг – это целенаправленный психотеррор на рабочем месте, означающий эскалацию конфликта, когда одна из сторон систематически подвергается враждебным нападкам.

Работы в этом направлении были продолжены медиками и психологами во многих европейских странах. Согласно результатам социологических опросов в Австрии, Германии и скандинавских странах с моббингом сталкивалось от 1% до 17% респондентов. Исследования социологов Европейского Союза показали, что от таких негативных действий на рабочих местах страдает приблизительно 12 миллионов человек (8% всего населения), поэтому актуальность исследования обозначенной проблемы не подлежит сомнению (см.: Колодей, 2007).

В настоящее время это направление является актуальным в области социально-психологических исследований в России (Поликанова, Вражнова, 2011; Терещенко, 2012; Романова, 2007; Почебут, Чикер, 2015). В нашей стране важным шагом для понимания проблем моббинга стало издание работы немецкого психолога К. Колодей (Колодей, 2007), в которой подводились итоги работы, в основном европейских ученых, детально анализировались определения данного феномена, его социальные, биологические, психологические предпосылки, способы регулирования и предотвращения. Среди современных тенденций развития организационной психологии исследования моббинга не занимают достойного места, оставаясь при этом чрезвычайно актуальными (Дикая и др., 2015; Современное состояние и перспективы ..., 2015; и др.).

Возникновение моббинга в организации приводит к существенному экономическому ущербу для индивида и общества. В социальной и

экономической психологии давно доказано, что позитивные отношения сотрудников формируют благоприятный организационный климат, способствуют накоплению социального капитала, что, в свою очередь, приводит к повышению производительности труда и прибыли организации (см., например: Купрейченко, Журавлев, 2007; Психология совместной жизнедеятельности ..., 2001; Служба социального развития ..., 1989; Современные тенденции развития психологии труда ..., 2015; Социально-психологические резервы ..., 1989; и мн. др.). Напротив, негативные процессы и отношения, выражающиеся, в частности, в моббинге способствуют снижению производительности труда и экономических показателей организации (Ваниорек, Ваниорек, 1996; Колодей, 2007; Почебут, Чикер, 2005; Почебут и др., 2014; Knorz, Zapf, 1996; Leymann, 1993; Zuschlag, 1994).

Объектом моббинга может быть как отдельный человек, так и группа (например, представители меньшинств – иностранцы, инвалиды, и др.). Моббингу присущи динамические компоненты, приводящие к эскалации отношений с серьезными психологическими и физическими последствиями для объекта моббинга. По мнению исследователей моббинга сферу его проявлений необходимо существенно расширить, то есть включать в это понятие самые разнообразные сферы неразрешенного напряженного и конфликтного взаимодействия между людьми. В современном понимании термин моббинг чаще используется применительно к травле кого-либо в организациях и трудовых коллективах.

### **Феноменология моббинг-процессов**

Анализ научной литературы по этой проблеме позволил нам выделить *основные характеристики* моббинга, которые, присутствуют в большинстве определений, основанных на теоретической интерпретации феномена и его эмпирическом подтверждении. Это:

□ постоянно повторяющиеся негативные действия относительно отдельных людей или групп людей на протяжении длительного времени;

□ агрессивное, жестокое поведение, которое в крайней форме определяется как «психологический террор» на рабочем месте;

□ коммуникативные нападения («моббинг-атаки»), а также посягательства на различные сферы социальных отношений, напрямую отражающиеся на физическом и психическом здоровье персонала;

□ групповой процесс, ускоряющийся в результате эскалации поведенческих и эмоциональных реакций его участников в процессе обратной связи, представляющий собой деструктивный круговорот отношений и эмоций;

□ эскалация уже имеющегося конфликта в виде активных атак и самозащиты, которая обязательно сопровождается его персонификацией;

□ как следствие нерешенных конфликтов моббинг демонстрирует связь между индивидуальными и социальными конфликтами;

□ систематическое длительное действие, которое может нанести ощутимый вред человеку и его работе, социально-психологическому климату коллектива, сформировать неэффективную организационную культуру, в явном виде отражающую не стремление к сотрудничеству, а доминирование конкурентных отношений между людьми (Колодей, 2007; Bauman, 2014; Davenport et al., 1999; Dimotakis et al., 2008; Leymann, 1993, 1994; Vartiainen, 2003).

Моббинг представляет собой процесс, возникающий в результате действия многих факторов. Причины его появления могут быть социальными, социально-психологическими, организационными и индивидуально-психологическими, которые в каждом конкретном случае должны быть изучены индивидуально. Люди, вовлеченные в моббинг-процессы в организации, нуждаются в психологической помощи и консультировании специалистов-психологов по диагностике, разрешению и модерации возникших конфликтов разного содержания и уровня до его начала, во время его протекания и по завершению моббинга.

Объектами и субъектами моббинг-процессов могут выступать как отдельные личности, так и группы людей. С позиции социальной психологии,

*моббинг-процесс* понимается как феномен группового давления на члена рабочей группы в конфликтной ситуации. Объект моббинга может занимать как активную (защитную) позицию «самообороны», так и пассивную («беспомощную») позицию «жертвы», что формирует определенную систему отношений внутри социальных групп и между ними. Все это создает специфический психологический контекст взаимодействия противодействующих сторон в зависимости от их активности и направленности.

Для того чтобы определить моббинг как социально-психологический феномен, необходимо вычленив его предметную, субъектную и объектную сущность, феноменологическое поле, а также предложить адекватное методическое оснащение практических исследований в этой области.

### **Теоретические основы изучения моббинг-процессов**

С целью построения теории необходимо соотнести предметные области исследований в социальной психологии и изучаемого *нами* явления «моббинг». Для отечественной психологии традиционным является представление о том, что предметом социальной психологии является *общение* (Андреева, 1996; Почебут, Мейжис, 2010; Почебут, Чикер, 2005). Конечно, существуют и другие представления о ее предмете (Современная психология ..., 1999; Соснин и др., 2011; Социальная психология, 2002; и др.). По нашему мнению, именно общение является центральным и интегрирующим понятием в построении теории моббинг-процессов. Основные теоретические положения можно сформулировать следующим образом.

1. Мы определяем *моббинг* как *процесс*, возникающий в ситуациях длительного эмоционально напряженного враждебного общения, которое вызывает стресс и дистресс на рабочем месте и влечет за собой тяжелые психологические и физические последствия для участников. Предметом изучения становятся те особенности профессионального взаимодействия, в которых процесс психологического конфликта сторон приводит к

деструктивным последствиям, касающихся личностных и рабочих *отношений* в группах и организациях. Моббинг – это яркий и эмоционально насыщенный процесс негативных межличностных и межгрупповых отношений в организациях, аккумулирующий большую энергию и силу длительного противостояния и противодействия.

2. **Объект и субъект** исследования моббинг-процессов определяется тем, что в организационной социальной психологии изучаются: 1) личность в социальном окружении; 2) малые группы и организации; 3) большие социальные группы (Почебут, Чикер, 2005, с. 9). Следовательно, объектом и субъектом моббинг-процессов могут быть личность, малые группы, организации (трудовые и учебные, коммерческие и государственные), а также большие социальные группы. Например, при изучении таких больших социальных групп как этносы исследователи могут сталкиваться с феноменами дискриминации в отношении целых этнических групп, что также можно квалифицировать как моббинг-процессы.

3. К **видам моббинг-процессов** можно отнести: а) индивидуальные и групповые; б) конструктивные и деструктивные; в) формальные и неформальные; г) непосредственные и опосредованные; д) ситуативные и длительные; е) вертикальные (моббинг со стороны руководителя) и горизонтальные (моббинг со стороны коллег по работе) процессы.

4. **Факторами возникновения моббинга** в организациях могут быть:

- особенности социальной перцепции и атрибутивных процессов субъектов общения, способствующие возникновению моббинга;
- личностные свойства членов рабочей группы в организации;
- личностные состояния членов рабочей группы (агрессивность, тревожность, интолерантность и др.);
- межличностные отношения, выражающиеся в социально-психологическом климате группы;

□ межгрупповые отношения в организации, определяющие организационную культуру, отношения сотрудников по горизонтали и вертикали;

□ социальные отношения в обществе, предполагающие наличие правовых способов защиты объектов моббинга (профсоюзные организации, юридические службы, психологическое консультирование и коучинг).

Особенности *социальной перцепции*, по нашему мнению, могут рассматриваться в качестве базовых характеристик, запускающих и формирующих готовность к моббинг-процессам в группе. К процессам социальной перцепции относятся: восприятие группой своего члена; восприятие группой представителя другой группы; восприятие группой самой себя; восприятие группой другой группы. В процессе социальной перцепции происходит восприятие физических и поведенческих характеристик другого человека, формируются представления о его намерениях, способностях, эмоциональной сфере, установках, ценностях и т.д. (Андреева, 1996, с. 118-119). В ходе социальной перцепции возникают явления *каузальной атрибуции* как интерпретации причин своего и чужого поведения. Точность атрибуции влияет на межличностные отношения и организацию совместных действий. В социальной психологии известны три основные *ошибки атрибуции* при объяснении причин поведения другого человека: фундаментальная, мотивационная и предельная. Совершая *фундаментальную* ошибку, человек преувеличивает значение диспозиционных характеристик и преуменьшает значение ситуативных. Таким образом, незаслуженно приписывая Другому негативные черты личности (жадность, завистливость, агрессивность и пр.), человек делает первый шаг в направлении психологической готовности к моббинг-процессу в отношении Другого. *Мотивационная* ошибка атрибуции заключается в том, что человек приписывает Другому неясные, неблагородные, непорядочные мотивы поведения без подтверждаемых практикой фактов. *Предельная* ошибка атрибуции строится на идее о том, что поведение и личность человека определяются той группой, к которой он принадлежит. То



есть, поведение другого объясняется тем, что он принадлежит к иной группе, имеющей другие цели, ценности и нормы поведения. Ошибки атрибуции формируют настороженное отношение к другому человеку, могут способствовать тому, что он подвергнется остракизму и моббингу.

В процессе социальной перцепции возникают также три основных социально-психологических *эффекта*: эффект ореола, эффект новизны и первичности, эффект стереотипизации. Эффект *ореола* возникает на основании ранее полученной от других людей информации о конкретном человеке. Если информация содержит негативные характеристики, то следствием ореола будет также готовность к моббингу. Эффект *первичности и новизны* определяется очередностью получения информации о конкретном человеке. Если новая информация, полученная впервые о человеке, содержит критические замечания, то возникает недоверие к нему, и, как следствие, при определенных обстоятельствах может проявиться моббинг. Эффект *стереотипизации* связан с недостаточностью или переизбытком информации об объекте, вследствие чего восприятие объекта максимально упрощается. Если первичная информация окрашена в негативные тона, то возникают отрицательные стереотипы восприятия другого человека. Социальная перцепция сама по себе не является моббингом, но она может создавать благоприятную основу для формирования негативных межличностных отношений в группе, которые затем могут перейти в действия, характеризующие моббинг-процессы. При этом следует отметить, что негативные межличностные отношения не обязательно переходят в моббинг, поскольку люди вполне способны урегулировать свои отношения в процессе договоренностей о нормах и правилах поведения в группе.

При исследовании роли *личностных особенностей* в возникновении негативных взаимоотношений изучаются проблемы соотнесения моббинга и индивидуальных и общественных интересов, адекватности норм и санкций за их несоблюдение, отсутствия самореализации в работе, нечетких требований к работнику и его профессиональной роли. Можно также предположить, что существенными факторами моббинг-процессов могут выступить социально-

психологические характеристики исполнительной деятельности и личности исполнителей (Журавлев, 2007) и др. С возникновением моббинг-процессов связаны также и модели поведения руководителя, личностные факторы возникновения разрушающих конкурентных отношений, стереотипы социальной классификации в общении, демонстрация влияния и доминирования, межличностные конфликты разного уровня и т.д. Изучаются возможности диагностики личностной и профессиональной деструкции, деиндивидуализации, деформации и выгорания, индивидуальной психологической травмы и способов ее преодоления, кризисов карьеры, социальных стереотипов восприятия и др.

### **Методические основы изучения моббинг-процессов**

Моббинг – это многофакторное явление: причины его возникновения могут быть социальными, социально-психологическими, организационными, индивидуальными. К исследованию моббинг-процессов необходимо подходить с позиций *комплексного подхода* (см., например: Кольцова, Журавлев, 2008; Психология человека..., 2009; и др.). Изучение моббинг-процессов может осуществляться на уровне личностных, межличностных, внутригрупповых, межгрупповых и внутриорганизационных отношений и стресс-факторов.

Практическое изучение моббинга в организациях наталкивается на существенные методические трудности *по целому ряду причин* объективного и субъективного характера. Известно, что следствием моббинга (психотеррора, травли) становятся глубокие эмоциональные переживания произошедшего со стороны «жертвы» и «преследователя», а также вольных или невольных «свидетелей» этих действий. Человеческая и этическая неприглядность происходящего, с точки зрения всех действующих акторов моббинга (и субъектов и объекта), заставляет их скрывать свое участие или просто негласное присутствие в таких ситуациях, замалчивать факты, прибегать к оправданиям своего поведения, отрицать свою включенность путем осознанного или бессознательного вытеснения социально неодобряемого и

порочающего их поведения. Все эти механизмы связаны с самозащитой личности, сохранением позитивного образа «Я» и социальной позиции в группе. Поэтому, как и изучение, например, конфликтов, исследование наличия моббинга, его частоты, видов, проявлений и последствий можно отнести к разряду сложных методических задач, с которыми чаще всего сталкиваются практические психологи.

Наиболее сложным вопросом в диагностике моббинга, впрочем, как и конфликтных, эмоциональных и стрессовых групповых и индивидуальных явлений, становится поиск адекватного *методического инструментария* их изучения. К такому инструментарию и его применению предъявляются особые *этические требования*, которые касаются сохранения конфиденциальности информации и закрытости для участников взаимодействия любого ранга (руководителей, учителей, рядовых сотрудников, учащихся и др.). Разглашение индивидуальных данных, полученных только для исследовательских целей, может привести к эскалации реального межличностного или межгруппового конфликта, а также к необратимым психологическим последствиям для всех участников моббинга. Надежность сбора и использования эмпирических данных обеспечивается, прежде всего, корректностью их получения, безусловно анонимным характером собранной информации и, соответственно, ограниченностью ее использования рамками психологической этики, что вполне возможно при целенаправленном создании и применении определенных видов социально-психологических методов исследования (Чикер, 2010).

На сегодняшнем этапе изучения моббинга основным методическим инструментом его исследования можно считать *опросные методы*, широкое использование которых положено классическими работами Лейманна. Лейманн впервые организовал обширное исследование моббинга в Швеции в 1991 г. Он провел анонимный опрос с помощью *анкеты* 3507 работающих людей в возрасте от 18 до 65 лет, которых выбрал по реестру населения, что позволяет рассматривать проведенную работу в качестве такого психологического исследования, в котором соблюдена случайность и анонимность выборки и,

одновременно, ее структурированность по социальным категориям работников. Результаты работы Лейманн обобщил и оформил в виде опросного листа LIPT (Leyman Inventory of Psychological Terrorization). Это стандартизированный *опросный инструмент исследований*, который включает в себя 45 наиболее распространенных моббинг-действий в организациях (см.: Колодей, 2007). На основании опроса все моббинг-действия классифицированы автором по пяти *основаниям*: 1) коммуникативные нападения, 2) посягательства на социальные отношения, 3) посягательства на авторитет, 4) посягательства на качество профессиональной и жизненной ситуации и 5) посягательства на здоровье. Классификация моббинг-действий Лейманна предоставляет возможности для диагностики моббинг-процессов, позволяет выявить специфическую сферу моббинга на рабочих местах. Именно на основе этой классификации нами была разработана *специализированная анкета* для решения конкретных задач исследования моббинга в отечественных организациях. Конкретные данные этого исследования будут представлены ниже.

Выделенные с помощью анкетного опроса моббинг-действия были подробно изучены Лейманном в ходе применения другого опросного метода – метода *интервью*. Во-первых, он провел 300 интервью с врачами и сотрудниками производственных предприятий Швеции. Исследование показало, что 3,5% респондентов чувствовали себя объектами моббинг-действий. Если распространить эти результаты на все население страны, то, по мнению автора, «каждый четвертый в течение профессиональной жизни подвергается опасности, по крайней мере, на полгода стать жертвой моббинга». Во-вторых, автор концепции попытался создать модель развития моббинга на основании 100 дополнительно и тщательно изученных случаев – были опрошены 100 человек, которых «выжили» не только из рабочей группы, но и из профессии, и которые не смогли больше заново начать свою профессиональную жизнь. Методом *глубинного интервью* Лейманн исследовал самые тяжелые из возможных ситуаций. На основании проведенного исследования он детально разработал *модель* моббинг-процесса, основанную на

тех проявлениях, которые провоцируют психическую эскалацию конфликта (Колодей, 2007, с. 22).

Моббинг, происходящий в трудовых коллективах, нуждается в тщательном психологическом анализе службами персонала, который возможен при применении особой разновидности интервью – *«прощального интервью»*. Его целью является диагностика организационной реальности, видов и последствий моббинга для сотрудника организации, когда отвечающий на вопросы интервьюера чувствует себя, в силу обстоятельств окончательного разрыва отношений с работодателем и рабочей группой, вполне безопасно и дает откровенные ответы (Колодей, 2007).

«Прощальное» интервью может трансформироваться в *беседу* – еще один из видов опросных методов – минимально формализованное общение, в большей мере несущее в себе психотерапевтическую, корректирующую и поддерживающую функцию. В целом же, *комплекс опросных методов* изучения моббинга, примененный в наших исследованиях, позволил получить данные, описывающие наличие и специфику изучаемого процесса в различных социальных группах.

Оказать существенную помощь в исследовании моббинга могут и такие специализированные социально-психологические методы как *социометрия* и *изучение социально-психологических установок* (Чикер, 2010).

По мнению автора метода социометрии Дж. Морено, психическое состояние, адекватность поведения человека во многом зависят от занимаемого им положения в неформальной структуре малой группы. Поэтому *социометрия* – способ первичной диагностики наличия проблем во взаимоотношениях, которые могут быть откорректированы в дальнейшем с помощью различного вида терапевтических интервенций, что представляется важным в практической работе с моббингом. Метод социометрии применяется для диагностики межличностных и межгрупповых отношений в целях их изменения и совершенствования. Социометрия позволяет устанавливать отношения совместимости-несовместимости в условиях межличностных отношений и

трудовой деятельности. Таким образом, социометрия – это система технических средств и процедур для метрического и качественного анализа социально-эмоциональных связей сотрудника с членами той группы, в которой он работает. Это метод анализа контактной группы, в которой, как правило, и возникает моббинг. Однако самым большим ограничением метода можно считать невозможность анонимного исследования групповых проблем, скрытое и открытое сопротивление респондентов проводимым опросам.

*Шкалы по измерению социальных установок* являются важным инструментом изучения и прогнозирования социального поведения личности. Они предназначены для количественного измерения направленности и интенсивности поведенческих реакций человека по отношению к различным категориям социальных стимулов. Особенностью проявления установок является то, что они не наблюдаются непосредственно, но могут быть диагностированы с помощью вербального поведения. Шкала установок (в отличие от опроса мнений) позволяет измерять ее как одномерную переменную и предполагает единый, суммарный показатель ее выраженности. Мы предполагаем, что социальное поведение личности в ситуации моббинга может быть предсказано с помощью изучения ее обобщенной социальной установки по отношению к этому явлению.

## **Результаты эмпирических исследований моббинг-процессов в организациях и их обсуждение**

Анализируемые ниже исследования были проведены в рамках дипломных проектов в последние годы выпускниками факультета психологии СПбГУ Н.В. Николаевой, Е.А. Андреевой, К.В. Батуро и аспиранткой факультета психологии Я.И. Алферовой под нашим научным руководством.

*Цель* – изучение наличия и частоты проявления моббинг-действий, их специфики, а также отношения к моббингу в различных коммерческих организациях двух российских мегаполисов – Москвы и Петербурга.

**Гипотезы:** 1) выраженные конкурентные отношения в организации становятся условиями для возникновения моббинга; 2) характеристики и частота проявлений моббинг-действий в российских организациях имеют больше общего, чем различий; 3) существуют различия в моббинг-действиях в организациях с различной организационной культурой; 4) существуют гендерные различия в проявлениях моббинг-действий; 5) неблагоприятный социально-психологический климат связан с распространением моббинга в организации; 6) отношение сотрудников организации к моббинг-действиям связано с социально-демографическими характеристиками, лояльностью персонала к организации и толерантностью.

**Методическое обеспечение** проведенных исследований основано на описании Лейманном пяти областей моббинг-процессов. Была разработана **методика** диагностики их выраженности с помощью специально составленной авторской анкеты под названием **«Рабочие отношения в организации»**, в которую были включены вопросы, направленные на измерение наличия и степени выраженности основных моббинг-действий, а также на диагностику социально-психологического климата. На основании экспертных суждений сотрудников отечественных организаций о существовании в повседневной реальности описанных Лейманном действий, его изначальный список из 45 наиболее распространенных был сокращен до 27, оцениваемых в анкете по 4-балльной шкале, отражающей степень частоты проявления этих действий («постоянно», «периодически», «один или несколько раз», «никогда»).

Был выполнен анализ частоты встречаемости моббинг-действий в различных организациях, а также подсчет коэффициентов корреляции Спирмена.

**Участники исследования.** Выборка составляла 1086 человек: 619 мужчин и 467 женщин от 18 до 60 лет, преимущественно с высшим образованием.

**Результаты исследования.** При обобщении материалов всех проведенных исследований на совокупной выборке получены данные по

рейтингу сфер моббинг-действий у мужчин и женщин и встречаемости наиболее распространенных моббинг-действий (в %). Данные представлены в табл. 1.

**Таблица 1.** Наиболее распространенные моббинг-действия в коммерческих организациях Москвы и Санкт-Петербурга (N= 1086 чел.)

№	Моббинг действия	% встречаемости
1.	Негативная или несправедливая оценка работы (постоянная критика продуктивности)	12,2
2.	Распространение сплетен	11,0
3.	Ограничение возможности высказаться	9,4
4.	Уход от контакта	8,3
5.	Отношение к сотруднику как к «пустому месту»	7,9
6.	Крик и громкая ругань	5,5
7.	Прекращение контакта	5,0
8.	Поручение бессмысленных производственных заданий	4,6
9.	Поручение заданий, выходящих за рамки квалификации	4,4

В результате исследований обнаружено наличие моббинга во всех изученных организациях (оценка респондентами определенных категорий моббинг-действий по анкетному опросу как происходящих «периодически» и «постоянно»). Это касается, прежде всего, таких сфер взаимодействия как «посягательства на социальный авторитет» и «коммуникативные нападения». В наименьшей мере представлена такая сфера моббинг-действий как «посягательства на здоровье». Важно, что и у мужчин, и у женщин проявляется близкое ранговое распределение сфер проявления моббинг-действий.

Первая гипотеза была подтверждена в дипломном исследовании Е.А. Андреевой. Было выявлено, что в коммерческих подразделениях организации с выраженной конкурентной средой (коммерческий отдел, N=21) моббинг-процессы проявляются сильнее, чем в других подразделениях (N=21), хотя по своей структуре не имеют различий (Андреева, 1996).



Вторая гипотеза также была подтверждена при анализе всей совокупности данных (N=1086). Наиболее частыми враждебными действиями сотрудников большинства изученных российских коммерческих организаций оказались *попытки подорвать профессиональный и социальный авторитет объекта* (негативная или несправедливая оценка работы и постоянная критика продуктивности, поручение бессмысленных заданий или заданий, выходящих за рамки квалификации объекта). На втором месте по значимости – *коммуникативные нападения* (распространение сплетен, ограничение возможности высказаться, уход или прекращение контакта, отношение к человеку как к «пустому месту», крик и громкая ругань). Реже всего в практике работы отечественных организаций (менее 1% встречаемости – данные не представлены в таблице) субъекты моббинга прибегают к каким-либо насильственным методам и издевательствам над объектами (жестокое обращение со стороны коллег и начальства, угрозы, принуждение к выполнению вредной для здоровья работы, критика политических и религиозных убеждений, угрозы физического насилия).

При более тщательном рассмотрении результаты проведенного опроса говорят о том, что помимо общих, широко распространенных моббинг-действий, какими являются посягательства на профессиональный и социальный авторитет, существуют также и специфические действия, которые следует изучать применительно к конкретной организационной культуре организации, что подтверждает нашу третью гипотезу. В исследовании Я.И. Алферовой установлено, что проявляются существенные различия в моббинг-действиях на предприятиях с различной организационной культурой (измеряемой по методике К. Камерона и Р. Куинна), хотя и принадлежащих к одному коммерческому холдингу. Так, например, в российско-американской компании (N=300) и российско-японской (N=330), где в организационной культуре ярко выражена иерархическая составляющая, в наибольшей степени выражена критика профессиональной продуктивности, несправедливая оценка работы и игнорирование в различных формах. В российской компании (N=370) с

выраженными элементами клановой культуры на первый план выступает такое действие как ограничение возможности высказаться, а только затем – критика профессиональной продуктивности. Полученные данные говорят о необходимости индивидуального подхода к изучению структуры моббинг-процессов в каждой конкретной организации (см. также: Алехина и др., 1997; Культура и поведение в организации ..., 2008; и др.).

В исследованиях Н.В. Николаевой, а также Андреевой выявлены *гендерные различия* в оценке наиболее встречающихся по отношению к работникам моббинг-действий, что подтверждает нашу четвертую гипотезу. По отношению к мужчинам чаще применяют такие моббинг-действия как негативная оценка работы, сомнения в принятых рабочих решениях, критика личной жизни и рабочей компетентности, уход от контакта с работником, ругань, оскорбительные выражения в адрес работника, ограничение его возможности высказаться. По отношению к женщинам чаще применяют такие моббинг-действия как поручение заданий, выходящих за рамки квалификации, поручение бессмысленных производственных заданий, формирование у человека чувства «ненужности» на работе, отношение к нему как «к пустому месту», прекращение контакта со стороны коллег – налицо попытка понизить его социальный статус. Таким образом, мужчины чаще страдают от посягательств на социальный авторитет и коммуникативных нападений; женщинами чаще отмечаются посягательства на качество профессиональной работы и на социальные отношения.

Пятая гипотеза подтвердилась в исследованиях Николаевой, Андреевой и Алферовой при применении опросника «Производственные отношения в организации», включающего в себя вопросы по оценке социально-психологического климата. Обнаружены данные о связи характеристик социально-психологического климата со всеми областями проявления моббинга. Высокие и статистически значимые на 1% уровне отрицательные корреляции (по r-Спирмену) между оценками социально-психологического климата и различными видами посягательств говорят о том, что возникновение

моббинг-процессов связано с негативными характеристиками социально-психологического климата в организации. На это указывают и ранее проведенные в Европе исследования (Колодей, 2007). То есть, моббинг возникает, как правило, в организациях с неблагоприятным социально-психологическим климатом.

Шестая гипотеза была подтверждена частично. Исследование социальной установки по отношению к моббингу (по методике, созданной К.В. Батуро по образцу шкалы Л. Терстоуна) показало, что лояльность персонала к организации и толерантность (гендерная, управленческая, межличностная и профессиональная по методике Г.Л. Бардиер) не определяются тем, в каком городе (Москве (N=31) или Санкт-Петербурге (N=35) работают сотрудники. Однако установлено, что более негативное отношение к моббингу (различия статистически значимы на 5% уровне) демонстрируют женщины, чем мужчины. Кроме того, чем старше сотрудник, тем менее критично он относится к моббингу в организации, что может быть обусловлено накопленным социальным опытом существования в конкурентной среде и привыканием к разного рода несправедливым социальным ситуациям, а также, возможно, боязнью потери рабочего места. Это предположение подтверждает значимая связь между отношением к моббинг-процессам и общим стажем работы: чем больше стаж работы, тем меньше человек обращает внимание на проблемы в социальных отношениях в коллективе. Скорее всего, он привыкает к конкретному стилю взаимодействия. В этом же исследовании показано, что более лояльные к организации сотрудники, вне зависимости от пола, более негативно относятся к моббингу. Вполне вероятно, что приверженность организации предотвращает деструктивные отношения в коллективе. Более детальное рассмотрение вопроса показало, что при терпимом отношении к моббингу для мужчин при решении конфликтов более характерна стратегия соперничества, то есть конкурентные отношения связаны с конфликтным поведением. Женщинами при негативном отношении к моббингу чаще выбирается стратегия компромисса – сглаживания возникающих противоречий.

Данные по выборке (N= 66) подтверждают сказанное выше: чем позитивнее человек относится к моббингу, тем характернее для него соревновательный, конкурентный способ урегулирования конфликтов, и напротив, чем негативнее сотрудник относится к моббингу, тем характернее для него ориентация на сотрудничество и компромисс в конфликтных ситуациях.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В статье рассмотрены теоретические и методические основы исследования моббинга в организациях, определено феноменологическое поле рассмотрения проблемы: обозначен предмет изучения, дано его определение, очерчены характеристики объектов исследования, исходя из социально-психологической проблематики изучаемого явления. Показано, что возникновение моббинг-процессов во многом определяется характеристиками социальной перцепции – индивидуальной и групповой, которые становятся катализаторами напряженных межличностных и межгрупповых отношений.

Исследование моббинга как следствия неразрешенных конфликтов в организациях, а также его психологических последствий можно отнести к разряду сложных методических задач диагностического и коррекционного плана, которые требуют применения этически оправданного методического инструментария. К нему, прежде всего, можно отнести *анонимные* опросные методы (анкетирование, интервью, беседу и шкалы измерения социально-психологических установок). Конструирование опросных методов, применяемых для изучения моббинга, основано на определении сфер моббинга и перечня основных моббинг-действий в зависимости от того, кто становится объектом исследования – личность или трудовой коллектив.

Данные, полученные нами в русле классических работ Лейманна с помощью во многом повторяющих его исследование опросных методов, позволяют установить наличие, а также выявить сходство и специфику моббинга в российских организациях, проследить различия, связанные с полом

и возрастом опрошенных, их лояльностью и преобладающей организационной культурой предприятия.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Алехина И.В., Комиссарова Т.А., Кузьмичев А.Д. и др.* Национальная программа «Российская деловая культура». М., 1997.
- Андреева Г.М.* Социальная психология. М., Аспект Пресс. 1996. С.117-136.
- Ваниорек Л., Ваниорек А.* Моббинг: когда работа становится адом / Пер. с нем. М.: Нолидж, 1996.
- Дикая Л.Г., Журавлев А.Л., Занковский А.Н.* Современное состояние и тенденции развития психологии труда и организационной психологии // Современные тенденции развития психологии труда и организационной психологии. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2015. С.9-24.
- Журавлев А.Л.* Социально-психологический анализ исполнительской деятельности // Психологический журнал. 2007. Т.28. №1. С.6-16.
- Колодей К.* Моббинг: Психотеррор на рабочем месте и методы его преодоления / Пер. с нем. Харьков, 2007.
- Кольцова В.А., Журавлев А.Л.* Введение: Уникальность научного подхода Б.Г. Ананьева // Методология комплексного человекознания и современная психология . М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2008. С.9–13.
- Культура и поведение в организации: российский опыт. М., 2008.
- Купрейченко А.Б., Журавлев А.Л.* Понимание гуманизации управленческих отношений и основные направления ее исследования в организации // Человеческий фактор: проблемы психологии и эргономики. 2007. №4. С.97-102.
- Поликанова О. Ю., Вражнова М.Н.* Исследование моббинг-процессов в системе межличностных конфликтов среди работников организации // Молодой ученый. 2011. № 4. Т.3. С.78-83.
- Почебут Л.Г., Мейжис И.А.* Социальная психология. СПб.: Питер, 2010.

*Почебут Л.Г., Чикер В.А.* Организационная социальная психология. М.: РГБ, 2005.

*Почебут Л.Г., Свенцицкий А.Л., Марарица Л.В., Казанцева Т.В., Кузнецова И.В.* Социальный капитал личности. М., ИНФРА-М, 2014.

Психология совместной жизнедеятельности малых групп и организаций. М.: Изд-во «Социум»; «Институт психологии РАН», 2001.

Психология человека в современном мире. Том 1. Комплексный и системный подходы в исследованиях психологии человека. Личность как субъект жизненного пути: Материалы Всероссийской юбилейной научной конференции. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2009.

*Романова Н.П.* Моббинг: учебное пособие. Чита: ЧитГУ, 2007.

Служба социального развития предприятия: практическое пособие. М.: Наука, 1989.

Современная психология: справочное руководство / Отв. ред. В.Н. Дружинин. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1999.

Современное состояние и перспективы развития психологии труда и организационной психологии. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2015.

Современные тенденции развития психологии труда и организационной психологии. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2015.

*Соснин В.А., Журавлев А.Л., Красников М.А.* Социальная психология: Учебное пособие для студентов вузов. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ФОРУМ; ИНФРА-М, 2011.

Социальная психология: Учебное пособие для вузов / Отв. ред. А.Л. Журавлев. М.: ПЕР СЭ, 2002.

Социально-психологические резервы повышения эффективности деятельности трудового коллектива. М.: Институт психологии АН СССР, 1989.

*Терещенко Г.Ф.* Психологическое притеснение на рабочем месте (моббинг) как социальный феномен // Психолого-педагогический журнал Гаудеамус –

Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина. 2012. №19. С.160-165.

*Чикер В.А.* Методология и методы социально-психологических исследований. Учебное пособие. СПб.: Изд-во СПбУ, 2010.

*Чикер В.А., Почебут Л.Г.* Социально-психологический анализ моббинг-процессов // Вестник Северо-Осетинского государственного университета им. К.Л. Хетагурова. Общественные науки. 2015. №4. С.131-146.

*Bauman S.* Cyberbullying: What Counselors Need to Know. Alexandria, VA, USA: Wiley, 2014.

*Davenport N., Distler Schwartz R., Pursell Elliott G.* Mobbing: Emotional abuse in the American workplace. Ames, IA., 1999.

*Dimotakis N., Ilios R., Mount M.K.* Intentional negative behaviors at work // J. Research in Personnel and Human Resources Management / Martocchio, H. Liao & A. Joshi (eds.). Bingley, UK: Emerald Group Publishing. 2008. №27.

*Knorz C., Zapf D.* Mobbing: Eine extreme Form sozialer Stressoren am Arbeitsplatz // Zeitschrift fuer Arbeits – und Organizations psychologie. Goettingen, Stuttgart. 1996. Heft1. S.12-22.

*Leymann H.* Mobbing: Psychoterror am Arbeitsplatz und wie man sich dagegen wehren kann. Hamburg, 1993.

*Leymann H., Niedl K.* Mobbing: Psychoterror am Arbeitsplatz. Ein Ratgeber fuer betroffene. Wien, 1994.

*Vartia-Väänänen M.* Workplace bullying: A study on the work environment, well-being, and health // People and Work Research Reports 56. Helsinki, 2003.

*Zuschlag B.* Mobbing: Schikane am Arbeitsplatz. Goettinen: Verlag fuer angewandte Psychologie, 1994.