

Научно-исследовательская статья

УДК 159.9.07

DOI: 10.24412/2076-9121-2025-2-78-97

ФАКТОРЫ, СПОСОБСТВУЮЩИЕ ГРУППОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Алена Евгеньевна Лукьяненко

Тюменский государственный университет,

Тюмень, Россия

a.e.lukyanenko@utmn.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3681-9037>

Аннотация. Социальная активность, как правило, носит групповой характер. Цель исследования состоит в выявлении представлений студентов о факторах, помогающих им в коммуникации в совместной деятельности. Обработка данных, полученных в студенческих группах, осуществлялась методом контент-анализа, сопоставления путем совпадения формы слова. Данные были обработаны при помощи частотного анализа и расчета рангов, а также z-теста. Была установлена статистически значимая разница между семантическими категориями юношей и девушек, которая заключается в различии иерархии семантических групп. Выявленные семантические группы отражают факторы, помогающие групповой коммуникации в совместной деятельности. Это может быть мишенью воздействия, позволяющего повышать скорость организации группы и поддерживать ее работу.

Ключевые слова: совместная деятельность, групповая коммуникация, повышение эффективности коммуникации, проектная деятельность студентов, активность горожан, психосемантика

Для цитирования: Лукьяненко, А. Е. (2025). Факторы, способствующие групповой коммуникации в проектной деятельности. *Вестник МГПУ. Серия «Педагогика и психология»*, 19(2), 78–97. <https://doi.org/10.24412/2076-9121-2025-2-78-97>

Research article

UDC 159.9.07

DOI: 10.24412/2076-9121-2025-2-78-97

FACTORS CONTRIBUTING TO GROUP COMMUNICATION
IN PROJECT ACTIVITIES*Alena E. Lukyanenko*

University of Tyumen,

Tyumen, Russia

a.e.lukyanenko@utmn.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3681-9037>

Abstract. Group activity is always associated with communication between participants. The article aims to reveal factors that help communicate in collaborative activities, according to students' perceptions. Processing of data obtained from student groups, was prepared using content analysis and word form matching. The applied methods involve frequency analysis, rank accrual, z-test. A statistically significant difference has been established between the semantic categories of males and females, which consists in the disparity of semantic groups' hierarchy. The revealed semantic groups identify factors that facilitate group communication in collaborative activities. It provides opportunities for the targeted influence, that allows speeding up the group organization and maintain its performance.

Keywords: collaborative activity, group communication, increasing the effectiveness of communication, students' project activities, the activity of the citizens, psychosemantics

For citation: Lukyanenko, A. E. (2025). Factors contributing to group communication in project activities. *MCU Journal of Pedagogy and Psychology*, 19(2), 78–97. <https://doi.org/10.24412/2076-9121-2025-2-78-97>

Введение

Повышение активности горожан является вопросом, поставленным на федеральном уровне. Это подтверждается наличием такого индикатора как «увеличение доли граждан, принимающих участие в решении вопросов развития городской среды» в рамках федерального проекта «Формирование комфортной городской среды»¹. В рамках указанного проекта развиваются различные механизмы, направленные на вовлечение горожан в практики по благоустройству места проживания.

Ради увеличения охвата жителей города развиваются цифровые инструменты вовлечения, которые предполагают: индивидуальное участие платформы онлайн-голосования, коммуникацию с городскими службами, краудсорсинг,

¹ Жилье и городская среда. *Национальные проекты России*. <https://национальныепроекты.рф/projects/zhile-i-gorodskaya-sreda/>

информирование и мгновенные уведомления, оценку текущих проектов и предложение инициатив, тестирование и определение функциональных возможностей новых технологий.

Способы проявления гражданской активности не исчерпываются голосованием на цифровой платформе за понравившийся проект благоустройства. Среди практик гражданского участия можно встретить практики, связанные с проявлением коллективной активности, например: онлайн-обсуждения и коллективное формирование повестки; участие в партиципаторном бюджетировании, деятельности общественных организаций и народных дружинах или в коллективном благоустройстве и субботниках, работе домового комитета; волонтерство, участие в проектах, связанных с уличными искусством и восстановлением образцов деревянного и каменного зодчества. Для достижения поставленных целей перечисленные практики предполагают наличие общения в группе.

Межличностному общению как процессу приписывают ряд признаков: неизбежность (так как коммуникация обязательно реализуется в социальном контексте: как только индивидуум осознает присутствие другого, это влияет на него), целенаправленность (люди взаимодействуют, чтобы добиться желаемого результата), транзакционность (собеседники непрестанно влияют друг на друга), многомерность (каждая транзакция несет в себе два уровня: содержание сообщения и отношение между собеседниками) и необратимость (действие физическое или коммуникативное, совершенное в социальном контексте, невозможно вернуть назад или отменить) (Hargie, 2021). Каждый признак межличностного общения, сопровождающий групповую работу, может восприниматься неодинаково у разных людей, что связано с большим количеством внешних и внутренних факторов (Bandura, 2000).

Затруднения в групповой коммуникации могут приводить к избеганию или устранению из коллективной деятельности. Среди причин возникновения затруднений в групповом взаимодействии выделяют следующие факторы (Джиоева, 2017; Лобов, 1981): социально-перцептивные, средовые (внешние), внутренние переживания субъектов общения. Это связано с тем, что межличностная коммуникация не существует в вакууме, а связана с психосоциальным контекстом, физическим пространством и временем, в которых участники группы взаимодействуют друг с другом. На межличностную коммуникацию влияет культурный контекст, детерминирующий модели общения, которые могут значительно отличаться от культуры к культуре (Farooqi et al., 2020).

Детерминанты затрудненного общения широко описаны: нарушение договоренностей со стороны партнера по общению, конфликтное и неадекватное поведение, психологический дискомфорт, эмоциональная неудовлетворенность от общения (Джиоева, 2017).

Исследования показывают наличие связи между коммуникативными навыками и удовольствием от работы (Farooqi et al., 2020). Среди психологических факторов, помогающих выстраивать коммуникацию в рабочей группе, выделяются: сходство партнеров по общению, наличие доверительных отношений

и идентификации с группой, комфортность, поддержка (Склярченко, и Ходякова, 2019), адекватное восприятие партнеров и формирование правильного образа другого (Бодалев, 2015).

Кроме сходства участников группового общения, значимым фактором повышения эффективности коммуникации являются индивидуальные различия (Корепанова, и Кирпичева, 2020). Наличие уникальных способностей, знаний и талантов участников командной работы могут синергировать и экспоненциально увеличиваться (Martono et al., 2020), предлагая новые способы осмысления поставленной задачи и репертуары ее решения.

Средовые факторы могут быть представлены наличием вовлеченных участников, а также задачи, решение которой возможно за счет групповой работы (Склярченко, и Ходякова, 2019).

В ситуации группового взаимодействия значительную роль играют социальные представления. С. Московиси определяет социальное представление как промежуточное звено между восприятием и пониманием (Moscovici, 1976). Сформированное представление, например, о групповой форме работы, оказывает влияние на установку индивидуума, с которой он в данную деятельность включается. Представления опосредуют действия, которые реализует их носитель, и отражаются в языке (Бовина, 2010).

Слова, которые человек использует в своей речи, могут отражать имплицитные модели его самосознания (Petrenko et al., 2021). Отдельные слова могут объединяться, тем самым образуя категории семантического пространства. Взаимосвязи между категориями в сознании человека могут обнаруживаться через факторы. Дисперсия каждого фактора показывает значимость категории и тесно связана с мотивацией индивида (Petrenko, et al., 2021).

Поставленные в данной статье вопросы о коммуникации в групповой работе становятся особенно значимыми, когда речь идет о студенческой молодежи. Так как молодежь традиционно причисляется к одной из наиболее активных социальных групп (Костина, и Орлова, 2022), которая может стать «субъектом общественных перемен» (Великая, 2021, с. 29): предлагать и реализовывать социально-полезные решения, принимать участие в общественных инициативах и федеральных проектах, реализовывать и настаивать на норме просоциального поведения.

Цель исследования — выявление представлений студентов о факторах, помогающих им в коммуникации в совместной деятельности.

Материалы и методы исследования

В качестве метода сбора данных была использована анкета с открытыми вопросами. Выборку исследования составили 1104 студента (436 юношей, 668 девушек) первого курса разных направлений обучения программы бакалавриата Тюменского государственного университета.

Исследование проводилось со студенческими группами с 1 по 10 сентября 2023 года до начала образовательного процесса. Члены группы не были знакомы друг с другом. Перед студентами стояла задача: разработать и предложить проект, направленный на улучшение жизни города. После выполнения поставленной задачи студенты заполняли анкету о факторах, помогающих им в коммуникации в процессе работы.

Полученные ответы были подвергнуты первичной обработке: разбиты на семантические единицы, исключены несодержательные слова (предлоги, местоимения (указательные, вопросительные, относительные, неопределенные и отрицательные), числительные). В данном исследовании семантическими маркерами являлись ассоциации в формате существительных, прилагательных, глаголов и наречий. В результате было получено 3152 семантических единиц, связанных с факторами, помогающими студентам в групповой коммуникации. Семантические единицы объединялись согласно полному совпадению формы слова. Семантические единицы близких феноменов организовывались в семантические группы. Таким образом на всей выборке было сформировано 48 семантических групп. Среди них выделены 4 ядерные семантические и 24 периферийные группы, 20 групп не набрали статистически значимого веса. На женской выборке было получено 30 групп — из них 5 ядерных и 5 периферийных. На мужской выборке было получено 25 семантических групп: 4 ядерных и 5 периферийных.

Обработка данных проводилась с помощью метода частотного анализа и *z*-теста, показывающего значимость различий результатов двух групп (в нашем случае группы девушек и юношей).

Результаты исследования

Результаты представлены в виде таблиц, где семантические группы расположены в порядке убывания по рангам. Вес категории определялся числом семантических маркеров, которые в нее «входят».

В таблице 1 приведены семантические маркеры факторов, помогающих студентам в групповой коммуникации, общие для юношей и девушек.

Сравнение факторов, повышающих эффективность групповой коммуникации у юношей и девушек, продемонстрировано в таблицах 2 и 3.

Дискуссионные вопросы

Выделенные семантические группы отражают представления студентов о факторах, помогающих в групповом общении. Они составляют ассоциативное семантическое пространство представлений учащихся об этой деятельности.

Таблица 1 / Table 1

**Семантические маркеры факторов, помогающих студентам
в групповой коммуникации**
Semantic markers of factors that help students in group communication

Ранг	Семантические группы	Семантические единицы	Абсолютная частота встречаемости в выборке	Абсолютная частота / процент встречаемости в выборке
1	Общее	Общее	245	334 / 12,8 %
		Взаимное	11	
		Схожие	11	
		Все	52	
		Каждый	15	
2	Общительность	Общение	52	266 / 10,2 %
		Общительность	79	
		Общительные	15	
		Коммуникации	42	
		Разговор	35	
		Обсуждение	18	
		Высказывать	13	
		Язык	12	
3	Люди	Люди	103	239 / 9,2 %
		Участники	68	
		Ребята	25	
		Коллеги	22	
		Члены	11	
		Окружающие	10	
4	Я человека	Моя	84	178 / 6,8 %
		Свои	32	
		Сам	11	
		Я	24	
		Личный	27	
5	Компетенции	Умение	42	145 / 4,4 %
		Навыки	37	
		Опыт	37	
		Знание	3	
		Знания	3	
		Знаю	15	
		Узнавание	1	
		Узнавать	2	
		Узнать	4	
		Любознательность	1	
6	Юмор	Юмор	40	111 / 4,3 %
		Шутки	38	
		Позитив	20	
		Смех	13	

Ранг	Семантические группы	Семантические единицы	Абсолютная частота встречаемости в выборке	Абсолютная частота / процент встречаемости в выборке
7	Команда	Группа	51	108 / 4,1 %
		Команда	47	
		Мы	10	
8	Открытость	Открытое	1	97 / 3,7 %
		Открытой	1	
		Открытость	84	
		Открыты	2	
		Открытые	6	
		Открытый	1	
		Открытыми	2	
9	Дружелюбие	Друг	20	85 / 3,3 %
		Дружелюбие	18	
		Дружелюбная	6	
		Дружелюбно	5	
		Дружелюбность	15	
		Дружелюбные	15	
		Дружеская	4	
10	Другие	Дружная	2	78 / 3,0 %
		Других	66	
11,5	Интерес	Разные	12	66 / 2,5 %
		Интересы	51	
11,5	Идеи	Заинтересованность	15	66 / 2,5 %
		Идеи	49	
13	Хорошие	Мысли	17	54 / 2,1 %
		Хорошие	40	
14	Активность	Приятная	14	51 / 2,0 %
		Активность	24	
		Инициатива	12	
15	Цель	Начать	15	48 / 1,8 %
		Цели	2	
16	Слушать	Цель	46	47 / 1,8 %
		Выслушать	12	
		Выслушивание	8	
		Слушать	21	
17	Настрой	Слышать	6	45 / 1,7 %
		Настрой	30	
18	Легкость	Отношение	15	39 / 1,5 %
		Легкость	27	
		Просто	12	

Ранг	Семантические группы	Семантические единицы	Абсолютная частота встречаемости в выборке	Абсолютная частота / процент встречаемости в выборке
19	Доброжелательность	Добро	1	37 / 1,4 %
		Доброжелательная	1	
		Доброжелательное	2	
		Доброжелательность	18	
		Доброжелательные	4	
		Доброжелательный	2	
		Доброта	4	
		Добрые	5	
20	Работа	Работа	20	34 / 1,3 %
		Работать	7	
		Рабочая	3	
		Разработка	4	
21,5	Проблемы	Проблема	7	31 / 1,2 %
		Проблеме	3	
		Проблемой	2	
		Проблему	2	
		Проблемы	18	
21,5	Тема	Темы	16	31 / 1,2 %
		Тема	15	
23,5	Задача	Задание	6	30 / 1,2 %
		Заданная	1	
		Задача	18	
		Задачей	2	
		Задачи	3	
23,5	Знакомство	Знакомится	1	30 / 1,2 %
		Знакомиться	2	
		Знакомства	5	
		Знакомствам	2	
		Знакомство	11	
		Знакомые	1	
		Знакомый	1	
		Знакомых	1	
		Познакомились	1	
		Познакомиться	5	
25	Желание	Желание	29	29 / 1,1 %

Примечание: * — полужирным шрифтом выделены категории ядра.

Таблица 2 / Table 2

**Семантические маркеры факторов, помогающих студентам
в групповой коммуникации (девушки)**

**Semantic markers of factors that help students
in group communication (girls)**

Ранг	Семантические группы	Семантические единицы	Абсолютная частота встречаемости в выборке	Абсолютная частота / процент встречаемости в выборке
1	Общение	Обсуждение	12	225 / 33,7 %
		Говорить	33	
		Общение	83	
		Общительность	71	
		Коммуникабельность	16	
		Коммуникация	10	
2	Люди	Ребята	23	211 / 31,6 %
		Участники	45	
		Другие	52	
		Люди	91	
3	Я человека	Я	16	110 / 16,5 %
		Моя	41	
		Личный	14	
		Свои	39	
4	Общая	Общая	49	96 / 14,4 %
		Общего	2	
		Общее	7	
		Общей	2	
		Общие	24	
		Общий	6	
		Общим	2	
		Общих	2	
		Общую	2	
5	Дружелюбие	Друг	22	72 / 10,8 %
		Дружелюбие	50	
6	Открытость	Открытой	1	71 / 10,6 %
		Открытость	60	
		Открыты	2	
		Открытые	6	
		Открытый	1	
		Открытыми	1	
7	Умение	Навыки	22	69 / 10,3 %
		Умение	29	
		Опыт	18	

Ранг	Семантические группы	Семантические единицы	Абсолютная частота встречаемости в выборке	Абсолютная частота / процент встречаемости в выборке
8	Команда	Группа	22	68 / 10,2 %
		Коллектив	15	
		Команда	31	
9	Проблема	Проблема	20	63 / 9,4 %
		Задача	13	
		Тема	19	
		Решение	11	

Примечание: * — полужирным шрифтом выделены категории ядра.

Таблица 3 / Table 3

**Семантические маркеры факторов, помогающих студентам
в групповой коммуникации (юноши)**

**Semantic markers of factors that help students
in group communication (boys)**

Ранг	Семантические группы	Семантические единицы	Абсолютная частота встречаемости в выборке	Абсолютная частота / процент встречаемости в выборке
1	Общение	Общение	78	105 / 24,1 %
		Общаться	4	
		Общительность	23	
2	Общая	Общая	34	67 / 15,4 %
		Общее	4	
		Общей	5	
		Общие	19	
		Общий	4	
		Общность	1	
3	Группа	Группа	29	53 / 12,2 %
		Команда	24	
4	Я человека	Личное	13	51 / 11,7 %
		Моя	38	
5	Люди	Люди	23	45 / 10,3 %
		Участники	22	
		Другие	14	
6	Юмор	Шутки	12	36 / 8,3 %
		Юмор	24	
7,5	Интересы	Интерес	3	26 / 6,0 %
		Интересно	1	
		Интересные	1	
		Интересов	1	

Ранг	Семантические группы	Семантические единицы	Абсолютная частота встречаемости в выборке	Абсолютная частота / процент встречаемости в выборке
7,5	Открытость	Интересы	15	26 / 6,0 %
		Заинтересованность	4	
		Заинтересованы	1	
		Открытое	1	
		Открытость	24	
		Открытыми	1	

Примечание: * — полужирным шрифтом выделены категории ядра.

Содержание выделенных семантических групп неоднородно. Согласно ранговому порядку, данная группа является наиболее значимой для студентов в процессе групповой коммуникации. Семантическая группа **«Общее»** содержит в себе генерализации по принципу одинаковости или сходства различных сущностей, например целей, идей, черт характера, настроения и так далее. Понятие «общее» является центральным для данной смысловой категории. Наличие общего является значимым для групповой работы и межличностной коммуникации. Вероятно, по этой причине выделенная группа набрала наибольший вес.

Следующей семантической группой по своей насыщенности ассоциациями является **«Общительность»**. Данная группа включает в себя такие семантические формы, как «общительность», «коммуникация», «разговор», «обсуждение», «язык» и «высказывать». Общительность является личностной чертой человека. В рамках аналитического подхода общительность рассматривается как черта личности, побуждающая ее к осуществлению межличностного контакта (Жемчугова, 2019). Собственная общительность или общительность другого, позволяет преодолевать барьеры, связанные с инициацией диалога и его поддержанием. Коммуникация, разговор и обсуждение предполагает активное совместное участие в вербальном взаимодействии. Ассоциация «высказывать» может не нести в себе задачи построения диалога и может быть реализована в трансляционной форме. Однако высказывание может нести в себе функцию воздействия на групповую работу или реализацию потребности быть сопричастным к командному действию. Семантическая единица «язык» свидетельствует о значимости использования участниками группы сходной лексики, то есть похожего словарного состава языка, что упрощает процесс настраивания понимания и позволяет преодолевать барьеры общения, связанные с тем, что члены группы незнакомы.

Третья семантическая категория — **«Люди»**. Работа в проекте подразумевает взаимодействие с людьми, и невозможна без них. Индивидуум может выполнять проект индивидуально, но это не отменяет необходимости вступать в коммуникацию с внешними, по отношению к проекту, людьми. При реализации группового проекта студент вынужден выстраивать

коммуникацию с участниками команды. Коммуникация может быть формальной, обслуживающей цель проектной работы, и неформальной, удовлетворяющей социальные потребности. Тезис подтверждается выделенными семантическими формами, которые также отнесены к группе «Люди». Например, «ребята» — форма, демонстрирующая большую степень близости и эмоциональной вовлеченности, чем формальные формы обращения, такие как «участники» или «коллеги».

Четвертой в ранге наиболее представленных групп ассоциаций выступает **Я человека**. В данную группу отнесены все слова, отражающие личный вклад студента в процесс групповой коммуникации. Убеждение в том, что собственные действия или черты личности оказывают благоприятное воздействие на групповую коммуникацию, позволяет студенту активнее проявляться в коммуникации. Убеждение человека в том, что он сможет справиться с поставленной задачей, побуждает его приложить усилия для ее выполнения и в критической ситуации способствует тому, чтобы продолжать работать, а не избегать потенциального провала (Luszczynska, & Schwarzer, 2020). В свою очередь, это ведет к тому, что другим участникам группы становится проще вступать в диалог и продолжать работу, даже в стрессовой ситуации.

Пятой стала группа **«Компетенции»**. Наличие умений, навыков, опыта и знаний становится опорой индивидуума в ситуации социального взаимодействия. Вероятно, понимание собственной компетентности становится фактором, упрощающим вступление в групповую коммуникацию, особенно для застенчивых студентов. Поскольку при наличии у них выраженных способностей и знаний, отвечающих групповой цели, другие участники команды понимают их ценность и могут вовлекать их в коммуникацию. Чем выше субъективное ощущение осведомленности по теме, вокруг которой идет групповая коммуникация, тем проще участвовать в коммуникации.

Шестая группа — **«Юмор»**. В ситуации группового взаимодействия юмор может быть инструментом снятия личного и межличностного напряжения, способствующее формированию и укреплению «межличностных отношений и росту взаимной привлекательности» (Иванова, 2013, с. 72). Использование юмора в группе с незнакомыми людьми помогает быстрее преодолеть коммуникативные барьеры и установить положительный психологический климат в группе, способствует формированию чувства командности.

Семантические группы периферии представлены в семантическом пространстве со значительно меньшей частотой.

Первой семантической группой периферии стала группа **«Команда»**, которую целесообразно интерпретировать как наличие чувства командности. Это подтверждается идущими далее по рангу группами **«Открытость»** и **«Дружелюбие»**. Поскольку эти качества связаны с формированием чувства командности, их наличие свидетельствует о значимости поддержания социальных связей с участниками группы. Команда в большей степени обладает такими характеристиками, как сплоченность, доверие, сотрудничество. Участники

команды, в сравнении с членами группы, демонстрируют более высокий уровень мотивации и готовность воспринимать командную цель как личную (Рыскулова, 2019).

Далее — семантическая группа **«Другие»**. Одновременно с наличием общих ценностей и целей участникам группы необходимо иметь разные взгляды и способы мышления. Разность опыта участников позволяет группе более эффективно справляться с задачами за счет большей инструментальной вариативности, предлагать инновационные идеи для решения проблем (Chow, 2018).

Наличие **интереса** в общем деле позволяет формировать общую цель, поддерживать активность групповой работы. Демонстрация заинтересованности одними участниками группы стимулирует других вовлекаться в разработку проекта.

Выделение семантической группы **«Идеи»** связано со спецификой задачи, которая стояла перед студентами. Однако в любой ситуации, когда группе необходимо предложить решение для проблемной ситуации, наличие идей становится фактором, позволяющим команде действовать. Среди множества идей, которые может предложить несколько человек, группа может выбрать одну, отвечающую ее интересам.

Среди представлений о факторах, способствующих групповой коммуникации, выявлены такие семантические единицы, как **«хорошие»** и **«приятная»**, что свидетельствует об оценочности представлений о коммуникации в группе. Оценку факторов можно назвать позитивной, негативных ассоциаций отмечено не было. В представлениях студентов групповая коммуникация реализуется проще в благоприятных условиях. Исходя из этого, можно выдвинуть предположение о том, что при снижении психологического комфорта в группе будет повышаться количество затруднений в коммуникации.

Следующая группа — **«Активность»**. Для испытуемых значима как собственная активность, так и активность других участников группы. Наличие активных членов команды обеспечивает движение к решению поставленной задачи. Инициатива от участника группы помогает вовлекать тех, кто не имеет собственного представления о цели или о способах достижения, застенчивых и тех, кто не был заинтересован в проекте.

«Цель» — это необходимый компонент проектной работы. Без цели не может быть деятельности. Цель может быть зафиксирована в общем пространстве или приставлена имплицитно у каждого участника группы. Вариант с имплицитным представлением цели может быть продуктивен только при условии, что личные цели участников группы имеют сходство и не противоречат друг другу. Однако для команды необходима единая, прозрачная цель, которая разделяется каждым ее участником и воспринимается как личная (Martono et al., 2020).

Следующей семантической группой по рангу является **«Умение слушать»**. Способность участников группы слушать другого человека повышает психологический комфорт и открывает возможность для проявления тем, для кого это является затруднительным. Готовность дослушать предложение

позволяет превентировать лингвистические и психологические коммуникативные барьеры (Якупов, 2016).

Семантическая группа **«Настрой»** может быть связана как с общением, так и с командной работой или с поставленной перед группой задачей. Настрой может рассматриваться как установка или как состояние. Настрой как установка проявляется в готовности участников группы к групповой коммуникации, в уверенности, что результат достижим, в заведомо благоприятном отношении к другим и к деятельности. Настрой как состояние может рассматриваться как социально-психологический климат команды или как актуальное психическое состояние конкретного участника.

Семантическая группа **«Легкость»** может отражать как общий эмоциональный фон в группе, так и уровень поставленной задачи в отношении способностей студентов. В ситуации, когда поставленная перед группой задача оказывается достаточно простой для выполнения, у участников появляется больше возможностей для межличностной коммуникации. При этом если общий эмоциональный фон позитивный, то взаимодействие между членами группами может восприниматься как легкое, необременительное.

«Доброжелательность» может свидетельствовать о значимости для участников группы готовности других оказывать поддержку и идти на компромисс или сотрудничество. В рамках концепции большой пятерки доброжелательность рассматривается как способность приходить к согласию с другими людьми. Люди с высокими показателями доброжелательности реже испытывают затруднения с инициацией и поддержанием коммуникации, чаще ориентированы на поддержание позитивных отношений с другими (Babakhouya, 2019).

Семантическая группа **«Работа»** включает в себя такие единицы, как «работа», «работать», «рабочая» и «разработка». Перечисленные семантические единицы свидетельствуют о том, что наличие общей деятельности способствует выстраиванию коммуникации. Она позволяет снизить неловкость от ситуации, где студенты вынужденно оказались в группе незнакомых людей. В таком случае наличие общей деятельности становится основой и катализатором для построения коммуникации.

Следующими семантическими группами являются **проблемы, темы и задача**. Наличие общей проблемы, которая признается релевантной каждым участником группы, повышает сплоченность группы, что связано со взаимной поддержкой и формированием групповой идентичности, способствующей преодолению коммуникативных барьеров. Тема, которую могут поддерживать все члены группы, позволяет снимать коммуникативные барьеры, связанные с переживаниями об отсутствии должных знаний и навыков. Решение задачи, которое невозможно без участия других членов группы, стимулирует студентов проявлять инициативу или не избегать коммуникации.

Оказавшись в ситуации группового взаимодействия с незнакомыми людьми, студенты предпочтут познакомиться с ними. Однако, так как семантическая группа **«Знакомство»** имеет низкий ранг, можно утверждать, что этот процесс является желательным, но не необходимым для выстраивания групповой коммуникации.

Наименьший ранг занимает семантическая группа «**Желание**», которая раскрывается через эмоционально-психологический настрой на общение, что характеризуется переводом «обыденных эмоций человека в тональность, соответствующую ситуации взаимодействия» (Хапаева, 2007, с. 79). Студент осознает влечение к предмету дискуссии, работы или к участникам группы (Миронова, 2010). Наличие желания побуждает индивидуума вступать в коммуникацию ради удовлетворения какой-либо определенной потребности.

Можно говорить о том, что в группе с заведомо незнакомыми людьми существует пять групп факторов, способствующих коммуникации:

- деятельностные факторы: наличие общей деятельности, понятной цели и задач, идеи, темы, проблемы;
- личностные черты: открытость, общительность, дружелюбие, доброжелательность, активность, юмор;
- эмоциональные компоненты: чувство команды, хорошие люди и атмосфера, наличие этапа знакомства;
- мотивационные компоненты: собственное ощущение эффективности человека, наличие интереса, желания, настроения;
- компетентность: релевантные задаче умения и знания, способность слушать других.

При этом для продвижения командой работы необходимо, чтобы в группе были люди разных взглядов и с разным опытом. За счет этого группе удастся подбирать способы действия, а за счет общности в целях, интересах, настрое удастся обеспечить возможность для диалога.

Сравнение факторов, повышающих эффективность групповой коммуникации у юношей и девушек

В категориях мужчин и женщин есть статистически значимая разница ($p = 0,00$), как показал z -тест. Преимущественно разница результатов девушек и юношей проявляется в ранговых позициях семантических групп, характеризующих аспекты, помогающие в групповой коммуникации.

Наиболее значимой семантической группой у девушек и юношей стало общение. Без общения невозможна постановка и достижение групповой цели. У девушек репертуар семантических единиц данной группы больше, чем у юношей. Это может свидетельствовать о большей социальной направленности.

В пользу большей социальной направленности девушек говорит вторая по рангу группа «Люди». У юношей данная категория не входит в ядро, находится в периферии. Высокая значимость людей может быть связана с ориентацией девушек на выстраивание и поддержание межличностных отношений. В проектной работе это может проявляться в том, что они могут быть ориентированы больше на поддержание внутригрупповых отношений, чем на достижение цели. Если для юношей общение является инструментом достижения цели,

связанной с деятельностью, то для девушек это инструмент для формирования и поддержания межличностных отношений. Исходя из этого, можно предположить, что юноши демонстрируют большую готовность выстраивать групповую работу без формирования устойчивых межличностных отношений. Об этом же свидетельствует третья по весу у юношей семантическая категория «группа», взамен которой у девушек в периферии — категория «команда». Группа — это индивидуумы, объединенные под выполнение конкретной задачи. После выполнения задачи группа может распасться, так как индивидуумов ничего больше не объединяет. Команда предполагает межличностные отношения между ее участниками.

Второй ядерной категорией для юношей стала «Общая». Наличие общей деятельности, целей, интересов, является фактором, повышающим эффективность групповой работы.

Семантическая категория «Я человека» у девушек находится на третьем месте по весу, а у юношей — на четвертом, замыкая ядерные категории. У девушек эта категория состоит из маркеров, свидетельствующих о важности ощущения «свои» как о причастности к группе. У юношей маркеры свидетельствуют о восприятии группы как своей, об управлении ею. Также у юношей эта семантическая группа может быть отражением их ощущения управления процессом коммуникации. Об этой разнице в содержании говорят семантические единицы, входящие в группу.

Семантические группы периферии у девушек и юношей

Сходство семантических групп периферии девушек и юношей состоит только в группе «Открытость». Семантическая группа представлена однородно как для девушек, так и для юношей. Если у девушек данная группа представлена как третья из периферии, то у юношей она находится на последнем месте. Толкование различия расположения группы у девушек и юношей может быть объяснено значимостью построения межличностных отношений в проектной группе.

Остальные группы периферии уникальны. Для девушек специфичны группы «Дружелюбие», «Умение», «Команда», «Проблема».

Дружелюбие других участников команды служит фактором, повышающим плотность межличностного контакта в группе. Наличие семантических групп «Дружелюбие» и «Команда» подтверждают предположение о направленности девушек на выстраивание межличностных отношений в группе. Можно предположить аналогичное основание возникновения группы «Проблема». Наличие проблемы, которая может быть разделена всеми участниками группы, позволяет формировать чувство общности. Чувство общности упрощает начало коммуникации и ее поддержание.

Для инициации и поддержания коммуникации в проектной группе для девушек оказывается значимым субъективное ощущение наличия релевантных

умений, навыков и опыта. Вероятно, это позволяет девушкам чувствовать себя увереннее и активнее проявляться в групповой коммуникации.

Для юношей специфичны группы «Юмор» и «Интересы». Для них оказалось значимым наличие у участников группы чувства юмора и способности поддерживать шутки. Вероятно, за счет использования юмора в процессе проектной работы юношам удастся создавать и поддерживать благоприятный психоэмоциональный климат. Наличие общих интересов обеспечивает формирование чувства общего и также работает на поддержание благоприятной рабочей атмосферы, способствует выбору цели и инструментов ее достижения, подходящей всем членам группы.

Заключение

Наличие общих целей, ценностей и решаемой проблемы способствует объединению людей в команду и налаживанию коммуникации между ними. Разный опыт участников групп, многообразные инструменты и способы достижения похожих целей позволяют команде эффективнее справляться с задачами и достигать цели.

Выявлена статистически значимая разница между семантическими категориями юношей и девушек. Это свидетельствует о том, что пол может быть связан с факторами, способствующими коммуникации в совместной деятельности.

В процессе проектной работы для девушек значимо формирование и поддержание устойчивых межличностных связей. Для юношей может быть достаточным установление благоприятного психоэмоционального климата без глубокого контакта с участниками группы. При этом факторами, упрощающими коммуникацию в группе для девушек, становятся личностные черты собеседников (общительность, дружелюбие, открытость), а для юношей они имеют меньшее значение.

Полученные выводы могут быть использованы при организации и вовлечении жителей в городские сообщества. Обеспечение инструментов, облегчающих совместную деятельность горожан, приведет к повышению процента вовлеченных жителей в благоустройство города. Также необходимо учитывать специфическую разницу значимых факторов для полов. Для девушек это внутригрупповые отношения, для юношей — фиксация индивидуального вклада в совместную деятельность.

Список источников

1. Hargie, O. (2021). *Skilled Interpersonal Communication: Research, Theory and Practice* (7th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003182269>
2. Bandura, A. (2000). Cultivate self-efficacy for personal and organizational effectiveness. In: Locke, E. A. (Ed.). *The Blackwell Handbook of Principles of Organizational Behavior* (pp. 120–136). <https://doi.org/10.1002/9781119206422.ch10>

3. Джигоева, О. Ф. (2017). Основные детерминанты затрудненного общения. *Балтийский гуманитарный журнал*, 3(20), 144–147.
4. Ломов, Б. Ф. (1981). *Проблема общения в психологии*. Москва: Наука. 280 с.
5. Farooqi, R., Ashraf, F., & Nazeer, I. (2020). Interpersonal Communication, Teamwork Effectiveness, and Organizational Commitment in Pakistani Nurses. *Pakistan Journal of Psychological Research*, 35, 675–692. <https://doi.org/10.33824/PJPR.2020.35.4.36>
6. Складенко, И. С., и Ходякова, Н. В. (2019). Организация групповой учебной деятельности как проектирование личностно развивающей образовательной среды. *Вестник Московского университета МВД России*, 1, 249–255.
7. Бодалев, А. А. (2015). *Восприятие человека человеком* (2-е изд.). Москва: Энциклопедист-Максимум. 240 с. <https://cogito-shop.com/catalog/sotsialnaya-psikhologiya/vospriyatie-i-ponimanie-cheloveka-chelovekom/>
8. Корепанова, Е. В., и Кирпичева, Е. В. (2020). Диалогическое общение в психологическом сопровождении учебной деятельности обучающихся. *Вопросы современной науки и практики. Университет им. В. И. Вернадского*, 4, 91–99. <https://elibrary.ru/item.asp?id=44355972>
9. Martono, S., Khoiruddin, M., Wijayanto, A., Ridloah, S., Wulansari, N., & Udin, U. (2020). Increasing Teamwork, Organizational Commitment and Effectiveness through the Implementation of Collaborative Resolution. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7, 427–437. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no6.427>
10. Moscovici, S. (1976). *La Psychanalyse: Son image et son public* (2ème ed.). Paris: Presses Universitaires de France.
11. Бовина, И. Б. (2010). Теория социальных представлений: история и современное развитие. *Социологический журнал*, 3, 5–20.
12. Petrenko, V. F., Mitina, O. V., & Suprun, A. P. (2021). Conscious and unconscious cognition in psychosemantics. *Психология. Журнал ВШЭ*, 4, 930–943. <https://doi.org/10.17323/1813-8918-2021-4-930-943>
13. Костина, Е. Ю., и Орлова, Н. А. (2022). Социальная активность и социальная ответственность в представлениях и практиках современной молодежи. *Вестник Института социологии*, 13(1), 129–143. <https://elibrary.ru/item.asp?id=48262073>
14. Великая, Н. М., и Шушпанова, И. С. (2021). Российская молодежь о перспективах и образах будущего социально-политического развития страны. *Вестник Южно-Российского государственного технического университета (НПИ). Серия: Социально-экономические науки*, 14(2), 29–40. <https://elibrary.ru/item.asp?id=45555163>
15. Жемчугова, Н. А. (2019). Специфика психологической структуры общительности юношей и девушек. *Педагогическое образование в России*, 3, 80–85.
16. Luszczynska, A., & Schwarzer, R. (2020). Changing Behavior Using Social Cognitive Theory. In: Hagger, M. S., Cameron, L. D., Hamilton, K., Hankonen, N., & Lintunen, T. (Eds.). *The Handbook of Behavior Change* (pp. 32–45). <https://doi.org/10.1017/9781108677318.003>
17. Иванова, Е. М., Митина, О. В., Зайцева, А., Стефаненко, Е. А., и Ениколопов, С. Н. (2013). Русскоязычная адаптация опросника стилей юмора Р. Мартина. *Теоретическая и экспериментальная психология*, 6(2), 71–85.
18. Рыскулова, М. Н. (2019). Группа, коллектив, команда. Соотношение понятий. *Современное педагогическое образование*, 10, 191–194.

19. Chow, I. (2018). Cognitive diversity and creativity in teams: The mediating roles of team learning and inclusion. *Chinese Management Studies*, 12(4), 369–83. <https://doi.org/10.1108/CMS-09-2017-0262>
20. Якупов, П. В. (2016). Коммуникация: определение понятия, виды коммуникации и ее барьеры. *Вестник ГГУ*, 10, 261–266.
21. Babakhouya, Y. (2019). The Big Five personality factors as predictors of English language speaking anxiety: A cross-country comparison between Morocco and South Korea. *Research in Comparative and International Education*, 14(4), 502–521. <https://doi.org/10.1177/1745499919894792>
22. Хапаева, М. М. (2007). Социально-психологические аспекты коммуникативной компетенции. *Наука. Инновации. Технологии*, 52, 76–80.
23. Миронова, М. Н. (2010). Представления о свободной воле в психологии, ориентированной на христианскую антропологию. *Консультативная психология и психотерапия*, 18(3), 83–109.

References

1. Hargie, O. (2021). *Skilled Interpersonal Communication: Research, Theory and Practice* (7th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003182269>
2. Bandura, A. (2000). Cultivate self-efficacy for personal and organizational effectiveness. In: Locke, E. A. (Ed.). *The Blackwell Handbook of Principles of Organizational Behavior* (pp. 120–136). <https://doi.org/10.1002/9781119206422.ch10>
3. Dzhioeva, O. F. (2017). The main determinants of the difficulty of communication. *Baltic Humanitarian Journal*, 3(20), 144–147. (In Russ.).
4. Lomov, B. F. (1981). *The problem of communication in psychology*. Moscow: Nauka. 280 p. (In Russ.).
5. Farooqi, R., Ashraf, F., & Nazeer, I. (2020). Interpersonal Communication, Teamwork Effectiveness, and Organizational Commitment in Pakistani Nurses. *Pakistan Journal of Psychological Research*, 35, 675–692. <https://doi.org/10.33824/PJPR.2020.35.4.36>
6. Sklyarenko, I. S., Hodyakova, N. V. (2019). Group educational activity as a personally developing educational environment. *Vestnik of Moscow University of the Ministry of Internal Affairs of Russia*, 1, 249–255. (In Russ.).
7. Bodalev, A. A. (2015). *Perception of Man by Man* (2nd ed.). Moscow: Encyclopedist-Maximum. 240 p. (In Russ.). <https://cogito-shop.com/catalog/sotsialnaya-psikhologiya/vospriyatie-i-ponimanie-cheloveka-chelovekom/>
8. Korepanova, E. V., & Kirpicheva, E. V. (2020). Dialogical communication in psychological support of students' learning. Issues of modern science and practice. *V. I. Vernadsky University*, 4, 91–99. (In Russ.). <https://elibrary.ru/item.asp?id=44355972>
9. Martono, S., Khoiruddin, M., Wijayanto, A., Ridloah, S., Wulansari, N., & Udin, U. (2020). Increasing Teamwork, Organizational Commitment and Effectiveness through the Implementation of Collaborative Resolution. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7, 427–437. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no6.427>
10. Moscovici, S. (1976). *La Psychanalyse: Son image et son public* (2ème ed.). Paris: Presses Universitaires de France.
11. Bovina, I. B. (2010). Theory of social representations: history and modern development. *Sociological Journal*, 3, 5–20. (In Russ.).

12. Petrenko, V. F., Mitina, O. V., & Suprun, A. P. (2021). Conscious and unconscious cognition in psychosemantics. *Psychology. Journal of the HSE*, 4, 930–943. <https://doi.org/10.17323/1813-8918-2021-4-930-943>
13. Kostina, E. Y., & Orlova, N. A. Social activity and social responsibility in the ideas and practices of modern youth. *Bulletin of the Institute of Sociology*, 13(1), 129–143. (In Russ.). <https://elibrary.ru/item.asp?id=48262073>
14. Velikaya, N. M., & Shushpanova, I. S. Russian youth about prospects and images of the future socio-political development of the country. *Bulletin of the South-Russian State Technical University (NPI). Series: Socio-Economic Sciences*, 14(2), 29–40. (In Russ.). <https://elibrary.ru/item.asp?id=45555163>
15. Zhemchugova, N. A. (2019). The specifics of the psychological structure of sociability of boys and girls. *Pedagogical Education in Russia*, 3, 80–85. (In Russ.).
16. Luszczynska, A., & Schwarzer, R. (2020). Changing Behavior Using Social Cognitive Theory. In: Hagger, M. S., Cameron, L. D., Hamilton, K., Hankonen, N., & Lintunen, T. (Eds.). *The Handbook of Behavior Change* (pp. 32–45). <https://doi.org/10.1017/9781108677318.003>
17. Ivanova, E. M., Mitina, O. V., Zaytseva, A. S., Stefanenko, E. A., & Enikolopov, S. N. (2013). Russian-language adaptation of the humor styles questionnaire developed by R. Martin. *Theoretical and Experimental Psychology*, 6(2), 71–85. (In Russ.).
18. Ryskulova, M. N. (2019). Group, team, command. Correlation of concepts. *Modern Pedagogical Education*, 10, 191–194. (In Russ.).
19. Chow, I. (2018). Cognitive diversity and creativity in teams: The mediating roles of team learning and inclusion. *Chinese Management Studies*, 12(4), 369–83. <https://doi.org/10.1108/CMS-09-2017-0262>
20. Yakubov, P. V. (2016). Communication: definition of the concept, types of communication and its barriers. *Vestnik GSU*, 10, 261–266. (In Russ.).
21. Babakhouya, Y. (2019). The Big Five personality factors as predictors of English language speaking anxiety: A cross-country comparison between Morocco and South Korea. *Research in Comparative and International Education*, 14(4), 502–521. <https://doi.org/10.1177/1745499919894792>
22. Khapaeva, M. M. (2007). Social and psychological aspects of communicative competence. *Science. Innovation. Technologies*, 52, 76–80. (In Russ.).
23. Mironova, M. N. (2010). Concepts of free will in psychology oriented toward Christian anthropology. *Counseling Psychology and Psychotherapy*, 18(3), 83–109. (In Russ.).

Статья поступила в редакцию: 31.12.2024;
одобрена после рецензирования: 12.02.2025;
принята к публикации: 17.03.2025.

The article was submitted: 31.12.2024;
approved after reviewing: 12.02.2025;
accepted for publication: 17.03.2025.

Информация об авторе / Information about the author

Алена Евгеньевна Лукьяненко — аспирант, Тюменский государственный университет, Тюмень, Россия.

Alena E. Lukyanenko — Postgraduate Student, University of Tyumen, Tyumen, Russia.

a.e.lukyanenko@utmn.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3681-9037>