



COMPETITION IN PROFESSIONAL AND PUBLIC LIFE

Tarabukina S.A.

Armavir State Pedagogical University

Article info

Article history:

Received 27 October 2015

Revised 5 November 2015

Accepted 12 November
2015

Available online 21
December 2015

Keywords:

**competition,
competitiveness,
personality,
competition factors,
professional activity,
interpersonal
competition, relative to
the competition,
modern society, self-
realization.**

Abstract

The article presents the results of theoretical analysis of the concept of "competition" in psychological and interdisciplinary context. Presents biological consideration of social relations in human society based on the laws of evolution and competition. Competition is seen as an active driving force, contributing to progress in society and as an integral part of professional activity and interpersonal interaction. Described the concept of "competitiveness" as the object component of the competition and important condition of self-realization. The main personal factors explaining attitude towards competition and influencing the choice of style of human behavior in the social environment. Presents the main results of the European survey of attitudes towards competition in the modern Russian society using the method of "Unfinished sentences" that reflect an implicit understanding of the concept "competition" separately in men and women. Revealed public attitudes towards competition in a professional environment, while building a career, in interpersonal communication, people-oriented competition, and competition as an integral part of modern society.

КОНКУРЕНЦИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ И ОБЩЕСТВЕННОЙ ЖИЗНИ

Тарабукина С. А.

Армавирский государственный педагогический университет

АННОТАЦИЯ

В статье излагаются результаты теоретического анализа понятия «конкуренция» в психологическом и междисциплинарном контексте. Представлено биологическое рассмотрение социальных отношений в человеческом обществе, основанное на законах эволюции и конкуренции. Конкуренция рассматривается как активная движущая сила, способствующая прогрессу в обществе и как неотъемлемая часть профессиональной деятельности и межличностного взаимодействия. Описано понятие «конкурентоспособность» как объектная составляющая конкуренции и важное условие самореализации личности. Приведены основные личностные факторы, объясняющие отношение к конкуренции и влияющие на выбор стиля поведения человека в социальной среде. Представлены основные результаты социального исследования отношений к конкуренции в современном российском обществе с использованием метода «Незаконченных предложений», позволяющие отразить имплицитные представления о понятии «конкуренция» отдельно у мужчин и женщин. Выявлено общественное отношение к конкуренции в профессиональной среде, при построении карьеры, в межличностном общении, к людям, ориентированным на конкуренцию, а также к конкуренции как к составляющей части современного социума.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: конкуренция, конкурентоспособность, личность, факторы конкуренции, профессиональная деятельность, межличностная конкуренция, отношение к конкуренции, современное общество, самореализация

1. ВВЕДЕНИЕ

Тот факт, что конкуренция является важнейшей составляющей биологической и социальной жизни человека, делает очень интересным изучение этого феномена в рамках социальной психологии и позволяет рассмотреть конкуренцию не только в формате межличностного, межгруппового взаимодействия, но и как фактор карьерного успеха и самореализации личности в обществе.

В отечественной психологии конкуренция является мало исследованным феноменом, что обусловлено особенностями исторического развития России.

Во времена Советского Союза конкуренция, противопоставление себя другим, желание достичь личного успеха

и благополучия имели негативный характер и осуждалось обществом, воспитанным в духе коллективизма. Такой, годами сложившийся стереотип, имеет до сих пор большое влияние на людей, большинство которых склонны к избеганию риска и конкуренции, расценивая ее как конфликтность и враждебность.

Поэтому, подавляющее большинство работ, посвященных феномену «конкуренция» в психологии - работы западных ученых, чаще всего американских, что обусловлено распространенностью в западной культуре установки на индивидуальный успех и развитие.

Однако, с активным развитием бизнеса, а также интернета, телевидения, пропагандой западного образа жизни в

СМИ, такой стереотип представлений о мире и взаимоотношениях в обществе находит все больший отклик у современных людей и в России.

2. МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Термин «конкуренция» происходит от латинского «*concurrere*» - «сталкиваться», «соперничать», что означает «борьба, соперничество в какой-либо области с получением какой-либо выгоды».

Конкуренция всегда рассматривается в рамках, как минимум, двух противоборствующих сторон. Конкурентная борьба происходит за достижение лучших условий, ресурсов, результатов, прибыли и т.д. Причем борьба происходит в легализованных условиях при наличии одной и той же цели у конкурентов.

Следует отметить, что термин «конкуренция» является универсальным понятием для многих наук, включая психологию, философию, биологию, социологию, экономику, экологию и т.д. Использование термина «конкуренция» в большом количестве различных наук говорит об огромной роли конкуренции в современном мире, в основе которой лежит общее понимание конкуренции как одной из основных форм взаимодействия и деятельности.

Интерес к конкуренции связан с тем, что многие исследователи считают конкуренцию врожденным механизмом взаимодействия не только людей, но и животных, и растений. Идея конкурентной борьбы изначально нашла свое развитие в биологии, а в частности в теории Ч. Дарвина и его концепции «естественного отбора» и биологической эволюции [3]. Одним из основных положений которой был отбор на индивидуальном уровне живых организмов в процессе борьбы (конкуренции) за ограниченные ресурсы.

Появление в XIX веке теории эволюции Дарвина привело к перевороту во многих областях научной мысли. Изучение межвидовых и внутривидовых способов конкурирования послужило одной из причин биологического рассмотрения социальных отношений в человеческом обществе. Так, британский философ и социолог Герберт Спенсер, был первым, кто попытался применить законы эволюции к человеческому обществу.

По мнению Спенсера, для общества характерны биологические законы, рассмотренные в учения Дарвина о живом организме, которые он адаптирует применительно к человечеству. Так, например, дарвиновский закон борьбы за существование, рассматривается в его социальном проявлении как закон классовой борьбы.

Последователи Спенсера - У. Беджгот (1891), Л. Гумплович (1899), Г. Ратценхофер (1898), У. Самнер (1906), А. Смолл (1924) и др. развили эту идею в теорию «социального дарвинизма». Социал-дарвинисты считали, что для общества в полной мере характерны биологические законы Дарвина, которые проявляются в виде классовой борьбы, стремлении к господству одной нации над другой, межгрупповой конкуренции. Основными причинами социальной конкуренции, по мнению социал-дарвинистов, являются расовые различия, взаимная ненависть, желание поработить слабого, превзойти других, различие интересов, желание удовлетворить свои материальные потребности. Конкуренция на социальном уровне - это развитая форма противопоставления вещей, связанная с объективным различием людей и народов. Поскольку невозможно лишить вещи и людей их различий и взаимодействия, то невозможно устранить и социальную конкуренцию, и конкуренцию вообще. Пока у людей присутствуют различия в возрасте, расе,

поле, классе, интеллекте, религии, профессии и т.д.- будет существовать и конкуренция между ними.

Таким образом, конкуренция, как необходимое условие существования человечества и его неотъемлемая часть, заложенная в самой природе человека, по мнению социал-дарвинистов, способствует не только достижению целей, но и является процессом его самореализации и развития.

Это связано с тем, что процесс конкуренции сопряжен с необходимостью постоянно совершенствовать свои навыки, личностные качества, повышать статус, знания, чтобы иметь возможность одержать победу в конкурентной борьбе.

Так, например, австрийский социолог Ф. Хайек считал, что, хотя результаты конкуренции и приводят к разочарованию и расстройству чьих-то ожиданий, тем не менее, ее последствия благотворны как для общества, так и для индивида в целом [10]. Ф. Хайек рассматривает конкуренцию как процесс продвижения вперед, или процедуру «открытия», «обнаружения» нового – новых возможностей и предпочтений, а также способов их удовлетворения. В каком-то смысле конкуренция – это суть механизма координации, распространения и освоения знания» [10]. Ф. Хайек считал, что конкуренция имеет две стороны – субъектную, выраженную в конкурентных преимуществах, и объектную, являющуюся конкурентоспособностью.

Особенности современного общества, в котором неизбежно присутствует конкуренция, предъявляют новые требования к личности, основанные на повышении ее конкурентоспособности.

В ситуации возрастающей конкуренции все чаще возникает необходимость повышения личной конкурентоспособности и разработки

стратегий конкурирования друг с другом в спорте, бизнесе, учебе и карьере и т.д.

Конкурентоспособность личности является важным условием, позволяющим одержать победу в конкурентной борьбе, в том числе, и в профессиональной сфере.

Л.М. Митина рассматривает конкурентоспособность личности как интегральное свойство, состоящее из таких личностных качеств, которые позволяют специалисту быть более успешным на профессиональном рынке по сравнению с другими, имеющими такую же подготовку и образование. А также как «свойство личности нового типа» в реальных рыночных условиях современной России [8]. Она пишет, что конкуренция в профессиональной среде, как правило, проявляется в достижении преимуществ в должности, статусе, полномочиях или доступе к распоряжению ресурсами. Профессиональная конкуренция существует в любой организации. Соперничество между специалистами способствует повышению их конкурентоспособности, так как сотруднику необходимо постоянно держать себя в тонусе, учиться, работать над своими навыками, достигать лучших результатов. Нередко именно готовность сотрудника к конкуренции помогает ему развиваться как профессионалу и успешно строить карьеру.

Конкурентоспособность способствует достижению целей человека, его самореализации, способности превзойти конкурентов, уверенности в завтрашнем дне и являющееся условием социальной удовлетворенности личности. Конкурентоспособность личности является важным условием, позволяющим одержать победу в конкурентной борьбе, в том числе, и в профессиональной сфере.

К основным качествам личности, входящим в понятие конкурентоспособность, принято относить: четкость целей и ценностных

ориентаций, творческое отношение к делу, независимость, трудолюбие, способность к риску, стремление к непрерывному саморазвитию, лидерство, стрессоустойчивость, стремление к постоянному профессиональному росту.

В исследованиях В. М. Русалова, С. Д. Бирюкова, Е. В. Токаревой, Е. Л. Холодцевой, Дж. Грейсона, Р. Хауса и др., - основные характеристики конкурентоспособности - это активность и мотивация к успеху в профессиональной деятельности.

Конкурентоспособность можно рассматривать как совокупность конкурентных преимуществ человека.

Необходимо отметить, что некоторые отечественные психологи не относятся к явлениям профессиональной конкуренции и конкурентоспособности личности как к полезным и необходимым в обществе. Считая пропаганду конкурентоспособности кадров безнравственной с этической точки зрения.

Так ведущий специалист России в области психологии труда Климов Е.А. [6] убежден, что идея о крайней необходимости конкурентоспособности сотрудников организации – это «узкая идеология частных «работодателей», которые «в большинстве своем не хотят вкладывать средства в подготовку и выращивание кадров. Работодателям выгодно, чтобы на входе в их предприятия толпились, расталкивая друг друга (конкурируя), опытные «готовые» специалисты». Е.А. Климов считает, что намного правильнее будет говорить не о конкуренции кадров, а о выявлении наиболее ценных качеств и способностей сотрудников, их развитии и использования на благо организации.

Абраменкова В.В. уделяет большое внимание этической стороне вопроса конкурентоспособности, акцентируя на сегодняшнем приоритете овладения информацией, а не на морально-

этической стороне жизни. По мнению Абраменковой В.В.: «Мы имеем опыт западных стран, опыт Америки, который показал: конкурентоспособность человека не избавляет его от трагедий духовных». [1]

Л.М. Митина же, напротив, считает, что нравственность входит в понятие конкурентоспособности личности. Она выделяет три сферы развития конкурентоспособности: сферу деятельности, сферу общения, сферу личности и ее самопознания. Так же она описывает три характеристики конкурентоспособности: направленность, компетентность, психологическая гибкость [8]. В общественной жизни человека постоянно присутствует необходимость сравнения, оценивания ситуации, выбора из существующих вариантов, преодоления препятствий для достижения целей, а также необходимость занять и удержать свое место в социуме.

Все это является причиной для вступления человека в конкурентную борьбу.

Взаимодействуя друг с другом, люди не только стремятся достичь какой-то цели, но им очень важна и оценка себя, своей деятельности со стороны общества. Сравнение себя с другими, признание и положительные оценки со стороны социальной группы для индивидуума - это также стимул для личностной конкуренции или конкуренции с эталоном за улучшение своих результатов. Конкуренция – это не только то, что направляет действия человека, но и это процесс социального сравнения, в результате которого у человека выявляются определенные качества, их степень, позволяющие определить его статус и место в социальной иерархической системе.

Личностные факторы конкуренции включают в себя сложную систему потребностей, мотивов и личностных диспозиций. Проанализировав различные

подходы к изучению конкуренции, можно сделать вывод, что в основе конкуренции лежат несколько основных факторов:

Мотив достижения успеха

Согласно Г. Мюррею, потребность в достижении характеризуется следующими понятиями: выполнять нечто трудное; управлять, манипулировать, организовывать - в отношении физических объектов, людей или идей; делать это по возможности быстро и самостоятельно; преодолевать препятствия и добиваться высоких показателей; совершенствоваться; соперничать и опережать других; реализовывать таланты и тем повышать самоуважение [12].

Как видно из этой характеристики, в понятие мотива к достижению также вкладывается потребность соперничать, и опережать других. Так как потребность в достижении успеха, по мнению Г. Мюррея, носит генерализованный характер и проявляется в любой ситуации независимо от конкретного ее содержания, то и стремление к опережению других, конкуренция за лучший результат тоже носит универсальный характер и присутствует в той или иной степени во всех сферах деятельности личности.

М.Л. Кубышкина попыталась рассмотреть мотив достижения в широком социальном контексте как стремление к социальному успеху. В своих работах она также выделила конкуренцию как составную характеристику мотива достижения. Описывая и анализируя основные аспекты мотива социального успеха как стремление к достижению высоких результатов в значимой деятельности и связанных с ними авторитета и уважения; стремление к завоеванию высокого общественного положения, престижа и влияния среди окружающих; стремление к соперничеству, противоборству, конкуренции.

По мнению А.А. Вербицкого мотивация к достижению успеха является одной из составляющих конкурентоспособной личности наряду с высоким уровнем профессиональной компетенции, высоких нравственно-этических позиций, способности к ротации и мобильности и активной жизненной позицией. [2]

Мотив доминирования и власти

Г. Мюррей называет этот мотив потребностью в доминировании. Д. Верофф указывает на получение удовлетворения от возможности оказывать влияние на других людей. Д.К. Мак-Клелланд описывает мотив власти как один из способов ощутить себя сильным и продемонстрировать эту силу.

Так как конкуренция — это борьба за достижение своей цели, которая связана с наличием какой-либо неудовлетворенной потребности, то применивший власть в итоге получает психологический выигрыш или удовлетворяет свою актуальную потребность, или получает информацию об объекте. То есть, личностная конкуренция определяется наличием выраженных мотивов доминирования и достижения успеха.

Мотив аффилиации

Е.П. Ильин описывает аффилиацию как потребность человека, проявляющуюся в его желании и стремлении постоянно быть с людьми, устанавливать и сохранять положительные взаимоотношения с ними.

Люди, ориентированные на конкуренцию, имеют низкий мотив аффилиации и стремятся добиться своих целей, в меньшей степени обращая внимание на одобрение своих действий обществом, предпочитая деловые отношения дружеским и соревнования, в том числе, связанные с риском [5].

Сочетание мотивов, при котором человек имеет высокие показатели мотивов власти и достижения и низкий показатель мотива аффилиации, Мак-

Клелланд назвал «мотивационной моделью лидера» [7].

По мнению А.Л. Журавлева стиль конкуренции, соперничества может использовать человек, обладающий сильной волей, достаточным авторитетом, властью, не очень заинтересованный в сотрудничестве с другой стороной и стремящийся в первую очередь удовлетворить собственные интересы. [4]

Ориентация на себя

Д. Рисмен [9] считает, что «ориентированная на себя» личность является более целеустремленной, динамичной, предприимчивой, более открытой к переменам и нововведениям, требующей или осуществляющей «позитивное лидерство». В конкурентные отношения такая личность вступает движимая желанием достичь личных целей, удовлетворить личные мотивы, а также желанием превосходства над другими людьми, ставя во главе угла свои личные потребности. Люди с высоким уровнем осмысленности жизни, относящиеся к «ориентированным на себя» более удовлетворены своей актуализацией, занимают более активную жизненную позицию, а значит и более результативны в конкурентной борьбе.

Дополнительно ряд авторов выделяют наличие у людей, ориентированных на конкуренцию: *экстраверсию, преимущественно внутренний локус-контроль, низкий уровень конформности, активность, оптимизм, стремление к самореализации.*

А.Г. Шмелев сделал анализ межиндивидуальных различий в отношении представлений о явлении «конкуренция» и пришел к выводу, что люди резко различаются по их готовности и стремлениям к ситуациям конкуренции. Уверенные в себе, оптимистичные и активные экстраверты идут на риск, связанный с ситуацией конкуренции. А неуверенные в себе, пессимистичные и пассивные интроверты избегают ситуации

конкуренции. Шмелев связывает отношение к конкуренции с готовностью и желанием активно взаимодействовать с миром и отсутствием страха перед этим взаимодействием. По его мнению, отказ от борьбы за свои интересы сопровождается применением механизма психологической защиты - «рационализация». В этом случае, низкая самооценка и низкая уверенность в себе, прикрываются такими оправдательными аргументами, когда успешным и уверенным в себе людям приписываются отрицательные моральные качества, а пассивным и неуверенным - положительные моральные качества [11, с.112-113].

Следует отметить, что отношение личности к конкуренции также во многом зависит от характера социальной культуры, в которой воспитывался человек.

В простых культурах большое значение приобретают нормы родственной и соседской взаимопомощи, что проявляется в развитие коллективистических качеств личности. А в культурах со сложной иерархической структурой и множеством выполняемых людьми ролей, выражена тенденция к конкурентному взаимодействию, эгоистическая доминантность и удовлетворение собственных целей. В культурах, склонным к конкуренции, детям с детства в семье прививают дух конкуренции и стремление к достижениям [13]. Иными словами, структура семьи также оказывает сильное влияние на то, какие правила взрослого поведения передаются детям в процессе социализации.

В связи с этим нам стал интересен вопрос отношения к конкуренции наших современников в России, воспитанных на границе коллективистской социальной культуры и последней тенденции к индивидуализму.

Для оценки отношения к конкуренции в современном российском обществе, обратимся к результатам исследования, проведенного нами с участием 100 добровольцев (52 женщин и 48 мужчин) в возрасте от 16 до 70 лет с использованием метода «Незаконченных предложений».

Участникам исследования было предложено завершить 10 предложений, относящихся к сфере межличностной и профессиональной конкуренции.

Полученные данные отражают имплицитные представления о понятии «конкуренция».

Оценивалось то отношение, которое выражалось испытуемыми в ответе на первую часть предложения. Это:

- нейтральное отношение
- положительное отношение
- отрицательное отношение

Внутри двух последних возможны дополнительные градации:

+2-максимальное, отчетливо выраженное, положительное отношение;

+1 - положительное отношение;

0 - нейтральный по смыслу ответ - отношение не выражено или непонятен его эмоциональный знак;

-1 - отрицательное отношение;

-2 - максимальное, отчетливо выраженное, отрицательное отношение.

Результаты проведенного исследования дали нам основание сделать следующие выводы.

Подавляющее большинство опрошенных людей, как мужчин, так и женщин, относятся к конкуренции в профессиональной среде и к конкуренции при построении карьеры как к положительному и неотъемлемому явлению, способствующему прогрессу, росту, достижению целей и повышению профессионализма и самореализации (83,3% ответов мужчин и 75% ответов женщин). Только 14,5% мужчин и 7,7% женщин оценили свое отношение к конкуренции в профессии, как

негативное, считая, что конкуренция в профессиональной среде «вызывает вражду, опасна, мешает, заставляет нервничать, жестока, мешает нормально трудиться, заставляет «иди по трупам», способствует интриганству».

Конкуренция в межличностном общении чаще оценивается опрошенными людьми с отрицательной стороны, и описывается как такое явление, которое «приводит к вражде, обострению отношений, мешает дружбе, разъединяет людей». (75% женщин и 64,6% мужчин).

То есть, конкуренция и в деловом и в межличностном общении наиболее положительно оценивается мужчинами, чем женщинами.

Но, тем не менее, 35,4% мужчин и 15,4% женщин считают, что межличностная конкуренция «привносит в общение бодрость, стимул, активность и вдохновляет» и оценивают ее положительно.

Отношение к людям, ориентированным на конкуренцию, у подавляющего большинства исследованных мужчин и женщин положительное и вызывающее уважение (58,3% мужчин и 71,2% женщин). Таких людей они воспринимают как «успешных, деятельных, активных, сильных, уверенных в себе и достигающих больших результатов». Отрицательное отношение к людям, готовым к конкуренции, связано с приписыванием им таких качеств как «лживость, интриганство, жестокость и агрессии».

То есть можно сделать вывод, что женщины рассматривают конкуренцию как силу, активность противника, конфликт и уважают эту силу. Мужчинами же конкуренция оценивается скорее, как движущая сила для саморазвития, что может являться следствием социального стереотипа мужского и женского типов поведения в обществе.

13,5% женщин наличие конкуренции заставляет чувствовать себя неуютно, нервничать, испытывать стресс и снижает самооценку. В то время как 97,9% мужчин и 86,5% женщин считают, что наличие конкуренции «стимулирует их к личностному развитию, самосовершенствованию, активности, позволяет двигаться вперед, думать, лучше работать, прогнозировать ситуации, сосредоточиваться, больше стараться и достигать поставленных целей».

Отношение к конкуренции как к *составляющей части общественных отношений* многими испытуемыми оценивается как обязательно присутствующее, необходимое, нужное, полезное и стимулирующее прогресс. Но, 20,8% мужчин и 11,5% женщин описывают конкуренцию как то, что «вредит обществу, как нечестную, без которой можно обойтись, и которая не нужна».

Если попытаться обобщить все полученные нами данные, то можно констатировать следующее:

- Представление о конкуренции в современном российском обществе носит скорее позитивный и конструктивный характер.

- Конкуренция рассматривается как активная движущая сила, способствующая прогрессу в обществе.

- В профессиональной среде конкуренция воспринимается как неотъемлемая ее часть и носит созидательный характер. Причем мужчинами конкуренция в профессии оценивается более положительно, чем женщинами.

- При построении карьеры готовность к конкуренции является дополнительным конкурентным преимуществом и способствует достижению целей участников процесса.

3. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключении хочется отметить, что конкуренция как неотъемлемая составляющая общественного развития часто становится доминирующим типом межличностных отношений. Понимание механизмов конкуренции дает возможность осознания и регулирования отношений между людьми.

Наличие конкуренции в межличностных отношениях, в том числе и в профессиональной среде - следствие того, что конкурентное поведение определяется природой самого человека. Конкуренция является процессом, который сопровождает любые социальные отношения на протяжении всего периода существования человечества и позволяет реализовать потенциал каждого человека, обеспечить его необходимыми ресурсами, достичь успеха и самореализации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 Абраменкова В.В. Подростковая субкультура как пространство самореализации // Мир психологии, № 1, 2008., С. 175-189

2 Вербицкий А.А., Ларионова О.Г. Личностный и компетентностный подходы в образовании: проблемы интеграции. М.: Логос, 2009. -336с.

3 Дарвин Ч. Происхождение видов путем естественного отбора или сохранение благоприятствуемых пород в борьбе за жизнь. Сочинения т.3: Из-во АН СССР, Москва, 1939. -840с.

4 Журавлев А.Л. Индивидуальный стиль руководства производственным коллективом/А.Л. Журавлев, В.Ф. Рубахин, В.Г. Шорин. - М.: Экономика, 1976. - С.119-273

5 Ильин Е.П. Психология общения и межличностных отношений. - СПб.: Питер, 200 - 576с.

6 Климов Е. А., Носкова О. Г. История психологии труда в России. Учеб. пособие. - М.: Изд-во Моск. ун-та, 1992. - 221 с.

7 Мак-Клелланд Д. Мотивация человека. СПб.: Питер, 2007-672с.

8 Митина Л.М. Психология развития конкурентоспособной личности. - М.: Московский психолого-педагогический институт; Воронеж: Издательство НПО «МОДЭК», 2002. -400с.

9 Рисмен Д. Некоторые типы характера и общество // Социологические исследования. 1993. - № 5, № 7. -С.144-151

10 Хайек Ф.А. Конкуренция как процедура открытия. // Международная экономика и международные отношения. 1989. - № 12- С.6-14

11 Шмелев А. Г. Конкуренция как метакатегория современной психологии. Сообщение 1. Вестник Южно-Уральского государственного университета. № 3 / том 7 / 2014. -С.105-115

12 Murrey H.A. Toward a classification of interaktion // Toward a General Theory of Aktion. Cambridge, Mass., 1951

13 Whiting J.W.M. Socialization Process and Personality//Psychological Anthropology/ F.L.K. Hsu (End.). Homewood: The Dorsey Press Inc., 1961. P. 355-378