

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»
ФГБОУ ВО «РГУТИС»
Филиал ФГБОУ ВО «РГУТИС» в г. Махачкале

Директор филиала
ФГБОУ ВО «РГУТИС»
в г. Махачкале
Ханбабаева З.М.
« 31 » 08 2017 г.



МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ
ДИСЦИПЛИНЫ (СПО)

ОП.07. ПСИХОЛОГИЯ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

основной образовательной программы среднего профессионального
образования-программы подготовки специалистов среднего звена по
специальности 43.02.11 «Гостиничный сервис»

Квалификация: менеджер

Разработчики:

должность	подпись	ФИО, ученая степень и звание
К.и.п., преподаватель		Нурдуева С.Г.

Рабочая программа согласована и одобрена руководителем ООП

должность	подпись	ФИО, ученая степень и звание
Преподаватель		Темирбекова А.З.

ВВЕДЕНИЕ

Настоящие рекомендации предусматривают набор материалов для проведения практических занятий по дисциплине «Психология делового общения».

Материалы, изложенные в данных рекомендациях, позволят закрепить полученные студентами теоретические знания по изучаемой дисциплине. Решение задач, участие в деловых играх, рассмотрение конкретных ситуаций, предусмотренных практическими занятиями, позволят студентам приобрести умения и навыки использовать теоретические знания в практической деятельности организаций.

При разработке содержания практических занятий использованы различные варианты:

- блиц-опросы;
- решение задач;
- тестирование;
- деловые игры;
- рассмотрение конкретных ситуаций.

Дисциплина «Психология делового общения» является курсом цикла общепрофессиональные дисциплины Государственного образовательного стандарта специальности 43.02.11 «Гостиничный сервис». Курс «Психология делового общения» имеет комплексный характер и направлен на углубление знаний, получение практических навыков в макро- и микросреде.

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Структура практических занятий

№ темы	Название практического занятия	Кол-во часов	Форма проведения и контроля
1	Тема 1. Основные принципы и методы психологии	4	Опрос
2	Тема 2. Закономерности внутренней психической деятельности	4	Тестирование.
3	Тема 3. Психологическая и этическая культура. Психологические особенности сервисной деятельности	4	Тестирование.
4	Тема 4. Профессиональное поведение и этика взаимоотношений в трудовом коллективе, в общении с потребителями (заказчиками). Эстетика внешнего облика работника (имидж и стиль).	4	Опрос.
5	Тема 5. Психологические особенности делового общения в сфере сервиса. Приемы организации коммуникаций в сфере сервиса, принципы ведения партнерской беседы.	4	Блиц-опрос. Тестирование.
6	Тема 6. Взаимодействия в группе (при работе с	4	Блиц-опрос. Тестирование.

	потребителями и в трудовом коллективе)		
7	Тема 7. Причины возникновения и способы урегулирования конфликтных ситуаций в сфере профессиональной деятельности	4	Блиц-опрос. Тестирование.
8	Тема 8. Психология принятия управленческих решений	4	Блиц-опрос. Тестирование.
9	Тема 9. Социально - психологические основы деятельности руководителя	4	Тестирование

Содержание практических занятий

Планы семинарских занятий, методические указания, контрольные вопросы, литература

Практическое занятие 1. Предмет управленческой психологии

Цель практического занятия

1. Развитие социальной психологии и основные теоретические подходы в западной и отечественной социальной психологии.
2. Методы социальной психологии: методы исследования, методы воздействия, методы практической работы.

Методические указания

Используя рекомендованную ниже литературу, в процессе подготовки к семинарскому занятию по вопросу «Развитие психологии делового общения и основные теоретические подходы в западной и отечественной социальной психологии» следует проанализировать историю развития социально-психологического знания с древнейших времен, уделив особое внимание предпосылкам выделения социальной психологии в самостоятельную науку и основным этапам развития этой науки, их характеристике. Затем опишите

основные теоретические подходы в западной социальной психологии и развитие отечественной социальной психологии. Уясните содержание дискуссий о предмете социальной психологии, специфику социально-психологического знания.

При подготовке второго вопроса «Методы психологии делового общения: методы исследования, методы воздействия, методы практической работы» обратите внимание на основания, по которым осуществляется классификация методов. Уясните специфику применения общепсихологических методов в социальной психологии и подробно охарактеризуйте каждый метод исследования, а также методы воздействия и методы практической работы.

Контрольные вопросы

1. Что составляет предмет и каковы задачи психологии делового общения?
2. В чем отличие психологии делового общения от общей психологии? От социологии?
3. Назовите ученых, внесших большой вклад в развитие психологии делового общения в России.
4. Назовите наиболее известных представителей социальной психологии в Европе и Америке. Какой вклад они внесли в развитие психологии делового общения?
5. Какие методы социально-психологических исследований вы знаете?
6. Назовите тест, который используется для диагностики группы. Обоснуйте свой ответ.
7. В чем заключается специфика применения метода наблюдения в психологии?
8. Каковы критерии, по которым классифицируются социально-психологические явления и процессы?
9. Как соотносятся социально-психологические феномены?
10. Какова структура общественного сознания?

11. Какие функции выполняет психологии делового общения как наука?
12. При решении каких практических вопросов может быть использованы социально-психологические знания в сфере политики, образования, рекламы?
13. Освойте методы изучения социально-психологических явлений.
14. Подумайте, какими способами может достигаться решение задач, стоящих перед управленческой психологией?
15. Дайте сравнительно-сопоставительную характеристику основных методов управленческой психологии в нашей стране и за рубежом.
16. Создайте технологию изучения какой-то конкретной группы социально-психологических явлений.
17. Изучите своеобразие проявления идеологии и общественной психологии в современных условиях развития нашего общества.
18. Систематизируйте и обобщите в форме таблицы различия в проявлении подражания и заражения.

Контрольные задания

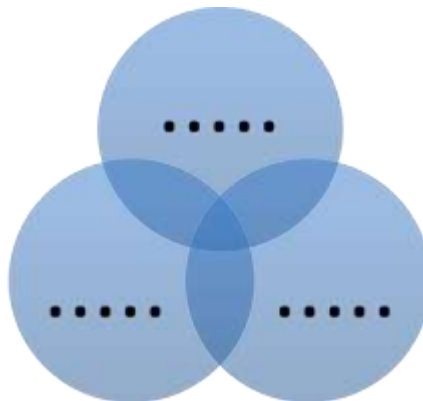
1. Обоснуйте представленное схематично положение.

Особенности, характеризующие степень принадлежности тех или иных методов

к управленческой психологии.

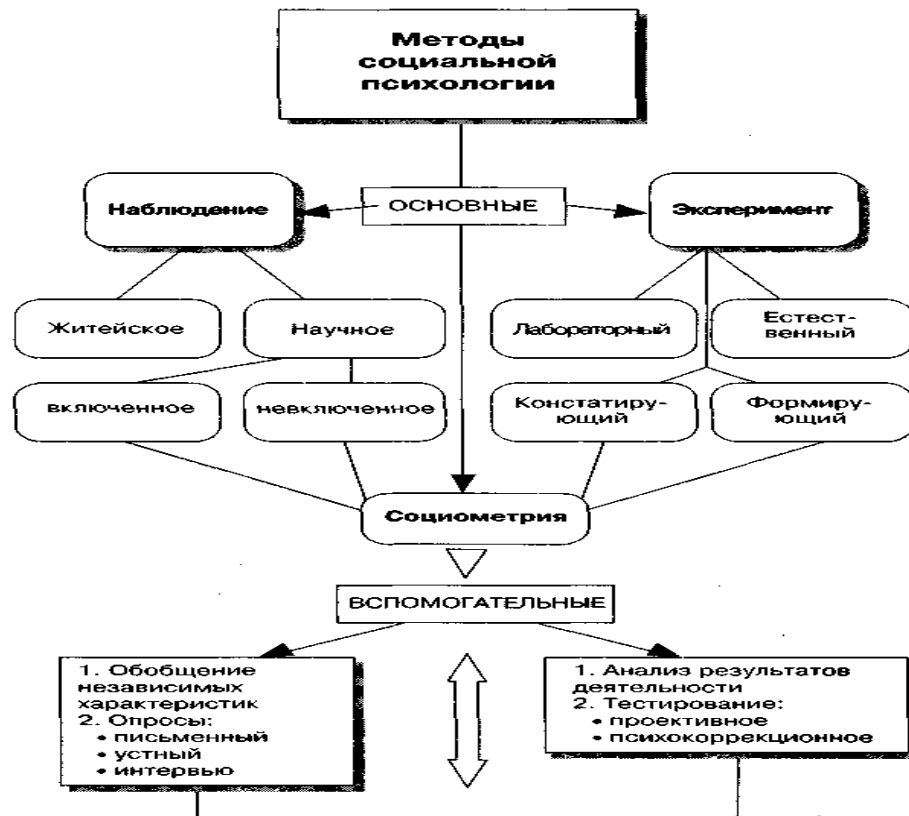


2. Расположите в данной матрице такие науки как социальная психология, психология и социология. Обоснуйте свой выбор

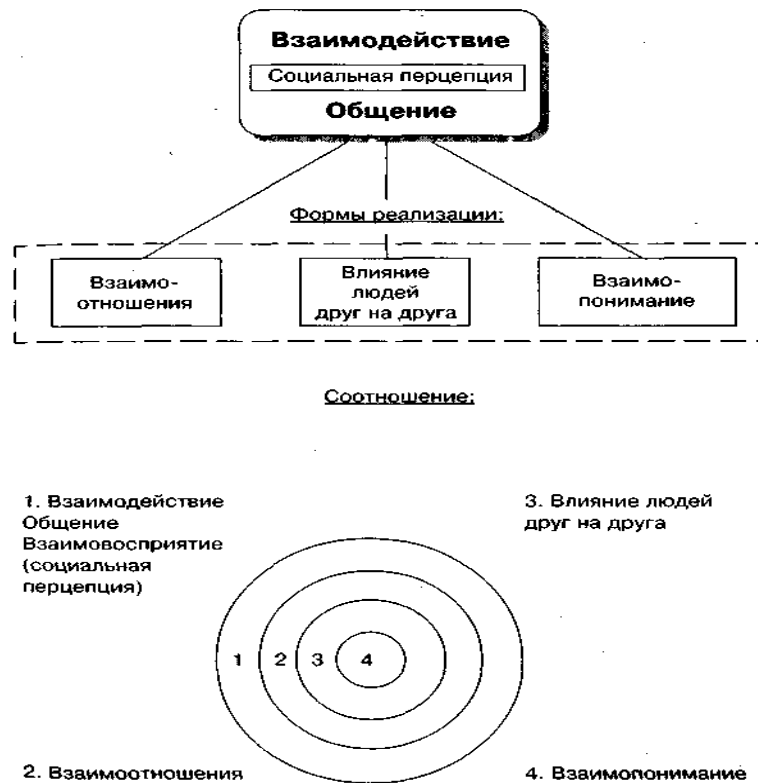


3. Охарактеризуйте основные направления зарубежной социальной психологии.

4. Дайте характеристику методам социальной психологии.



5. Раскройте соотношение базовых социально-психологических феноменов



Практическое занятие 2.

Социально-психологическая характеристика личности. Проблема социализации личности (2 часа).

Цель практического занятия

1. Содержание, стадии и механизмы социального развития личности в различных социально-психологических теориях.
2. Я-концепция личности, ее формирование. Социальная идентификация личности.

Методические указания

В процессе подготовки к семинарскому занятию по вопросу «Содержание, стадии и механизмы социального развития личности в различных социально-психологических теориях» проанализируйте специфику стадий и механизмов социального развития, обратив внимание на ключевые моменты развития личности в различных социально-психологических теориях.

Выявите различия в содержании психического развития в каждой социально-психологической теории.

При подготовке второго вопроса «Я-концепция личности, ее формирование. Социальная идентификация личности» проведите анализ понятия самосознания личности и выявите особенности в его формировании. Определите сущность социальной идентификации и факторы, влияющие на становление социальной идентификации.

Контрольные вопросы

1. В чем сущность социализации? Какие факторы социализации действуют стихийно, а какие целенаправленно?
2. Назовите основные сферы социализации личности и укажите их специфику.
3. Перечислите основные институты социализации.
4. Какую роль играет Я-концепция в структуре личности?
5. Почему механизмы социализации рассматриваются как относительно сложные способы усвоения социального опыта?
6. В чем специфика социально-психологических явлений в отличие от общепсихологических?
7. Какова возможная проблематика социально-психологических исследований?

Контрольные задания

1. По предложенной схеме дайте характеристику каждому источнику социализации.



2. Обоснуйте данные положения, в которых социализацию рассматривают как типичный и как единичный процесс. Приведите примеры.



3. Социально-психологические факторы социализации личности схематично представлены двумя большими группами. Раскройте их содержание и приведите примеры.



Практическое занятие 3. Социальные установки, поведение и социальные качества личности (2 часа)

Цель практического занятия - закрепление знаний о социальных установках, их функциях, структуре, изменении, об установках и реальном поведении, социально-психологических характеристиках и типах личностей.

Методические указания

При рассмотрении вопроса «Социальные установки, их функции, структура, изменение» раскройте понятие социальной установки, определите их основные функции и специфику их структуры. Рассмотрите как происходит процесс формирования социальных установок, и что влияет на их становление и изменение.

При подготовке второго вопроса «Установки и реальное поведение» обратите внимание какую роль играют установки в реальном поведении и на какие сферы жизни они распространяются.

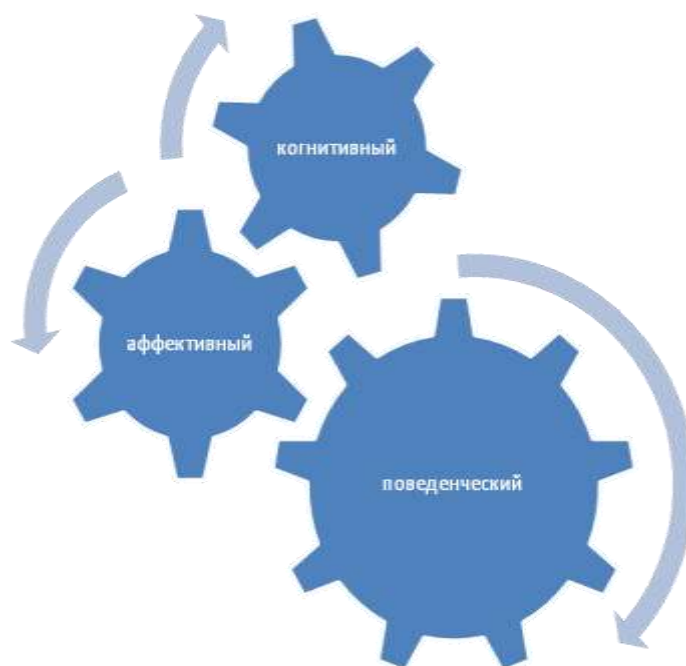
При подготовке третьего вопроса «Социально-психологические характеристики и типы личности» проанализируйте типы личности, предложенные различными представителями социальной психологии и выделите их основные социально-психологические характеристики.

Контрольные вопросы

1. Что такое социальная установка? Перечислите основные компоненты социальной установки.
2. Предвзгляд – это позитивное или негативное явление? Какие виды предвзвядков вы знаете?
3. Термин «аттитюд» и «социальная установка». Являются ли они синонимами?
4. Влияют ли установки на наше поведение?
5. Перечислите социально-психологические характеристики личности. Какие методики можно использовать для изучения социально-психологических особенностей?
6. В чем ключевое отличие между такими социально-психологическими типами личности как манипуляторы и актуализаторы?

Контрольные задания

1. По предложенной схеме дайте характеристику структуре аттитюда.



2. Охарактеризуйте восемь разновидностей манипуляторов по Э.Шострому.



Практическое занятие 4. Психология общения: содержание, цели и средства общения, техника и приемы организации коммуникаций. (2 часа)

Цель практического занятия

1. Общая характеристика и виды общения.
2. Коммуникативная функция общения.
3. Невербальное общение.

Методические указания

В ходе подготовки к вопросу «Общая характеристика и виды общения» следует проанализировать проблему общения в социальной психологии, рассмотреть уровни общения и классификацию видов общения, структуру и основные функции общения.

При подготовке второго вопроса «Коммуникативная функция общения» следует особое внимание уделить коммуникативной функции общения как основной функции, заключающейся в передаче и обмене информации.

4. При рассмотрении третьего вопроса «Невербальное общение» обратите внимание на различия между вербальной и невербальной коммуникации, раскройте специфику невербальной коммуникации и охарактеризуйте основные группы невербальных средств общения.

Контрольные вопросы

1. В чем заключается специфика межличностного обмена информацией? Какие факторы влияют на искажение содержания информации при передаче?
2. Чем определяется формальное и неформальное общение?
3. Назовите основные функции коммуникации.
4. Как вы полагаете, что может быть причиной плохой коммуникации?
5. Что общего и различного между вербальной и невербальной коммуникацией? Для чего используется невербальный язык общения?

Контрольные задания

1. Дайте характеристику трем сторонам общения



2. Обдумайте, как меняется ваш голос в различных ситуациях. В каких ситуациях он меняется в наибольшей степени? Осознаете ли вы эти перемены?
3. Опишите пять-шесть жестов, которые вы чаще всего используете в разговорах с людьми. Для чего вы их используете?

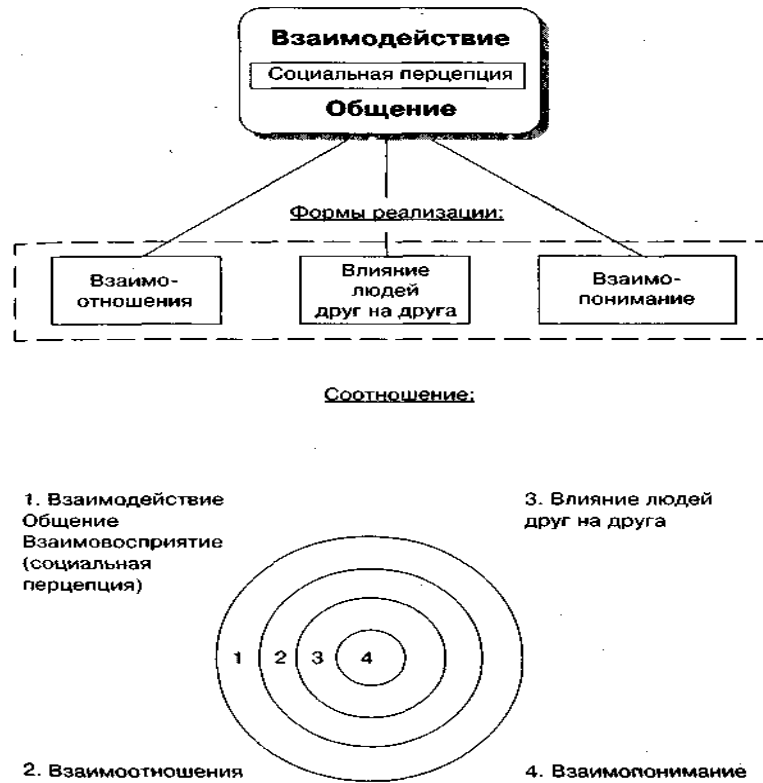
Практическое занятие 5. Восприятие и познание людьми друг друга (4 часа)

Цель практического занятия

1. Общение как перцептивный процесс, его сущность и механизмы.
2. Проблема точности межличностного восприятия.

Контрольные задания

1. Раскройте соотношение базовых социально-психологических феноменов



Контрольные вопросы:

1. Типология социальной перцепции?
2. Место межличностной перцепции в социальном восприятии?
3. Механизмы перцептивного процесса?
4. Ошибки в процессе восприятия?
5. Эффекты в перцептивном процессе?
6. Источники и причины непонимания в перцептивном процессе?
7. Самоконтроль в перцептивном процессе?
8. Направления развития перцептивных способностей?

Практическое занятие 6. Взаимодействие в процессе общения (4 часа)

Цель практического занятия

1. Мотивы взаимодействия и социального поведения.

2. Социально-психологический конфликт.
3. Эффективное общение и его техники.

Методические указания

В процессе подготовки к вопросу «Мотивы взаимодействия и социального поведения» следует рассмотреть взаимодействие как организацию совместной деятельности, раскрыть основные формы и мотивы взаимодействия и мотивы.

При подготовке второго вопроса «Социально-психологический конфликт» необходимо рассматривать конфликт как одну из форм взаимодействия, характеризуемую наличием противоположных тенденций у субъектов взаимодействия. Также охарактеризуйте основные элементы социально-психологического конфликта.

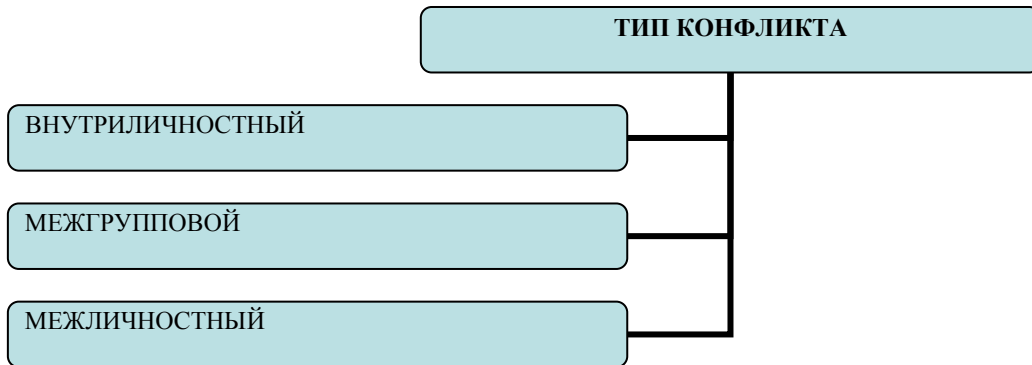
При подготовке третьего вопроса «Эффективное общение и его техники» определите специфику эффективного общения, и раскройте суть техник применяемых для улучшения эффективности общения.

Контрольные вопросы

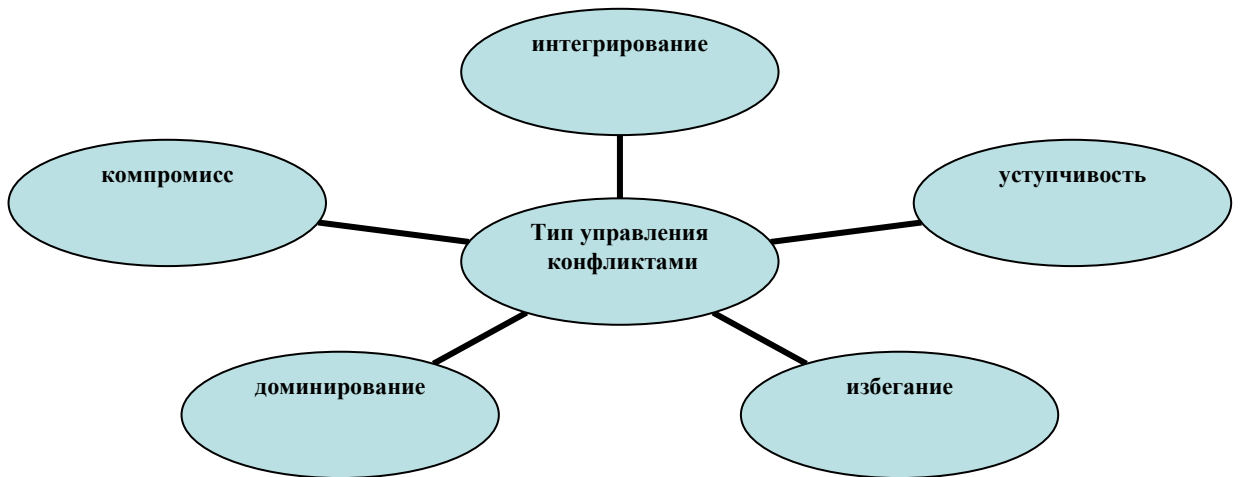
1. На основании каких критериев выделяют стратегии взаимодействия?
2. Почему стратегии компромисса является более перспективной в социальном плане, чем стратегия сотрудничества? Что является основным условием реализации стратегии компромисса?
3. Каковы положительные и отрицательные стороны конфликта?
4. Почему открытый конфликт предпочтительнее латентного?
5. Перечислите техники эффективного общения.

Контрольные задания

1. По схеме дайте характеристику типов конфликта



2. По приведенной ниже схеме охарактеризуйте типы управления конфликтами на межличностном уровне.



ГЛОССАРИЙ

1. Психологические отношения – субъективные связи, возникающие в результате фактического взаимодействия людей и сопровождаемые различными эмоциональными и другими переживаниями индивидов, в них участвующих.

2. Общественное (массовое) сознание – это результат материальной, духовной и психологической жизни общества, его материального, социального и исторического развития. По своему содержанию оно есть не что иное, как отражение в головах множества людей состояния их

жизнедеятельности, общественных и психологических отношений как в историческом, так и конкретно-ситуативном плане.

3. Идеология – компонент общественного сознания, теоретическое, системно-научное осознание (отражение) людьми действительности через призму их социальных интересов.

4. Общественная психология – представляет собой нижний уровень общественного сознания, связанный с непосредственным отражением людьми их социального бытия. Она является более динамичной формой отражения в сознании людей воздействий окружающего мира. Психика непосредственно отражает конкретные факты, события, явления общественной жизни, в то время как идеология формирует устойчивое отношение к ним, реальное поведение людей в связи с этими конкретными ситуациями. Психология изменяется вслед за динамикой трансформации факторов общественного бытия, непосредственно детерминирующих ее. Идеология же устойчива в той степени, в какой устойчивы коренные интересы человека и групп людей, она более консервативна. Задача общественной психологии – отражать бытие, а идеологии – систематизировать результаты этого отражения.

5. Подражание – это социально-психологический процесс следования личности или группы какому-либо эталону, образцу, проявляющийся в принятии, заимствовании и воспроизведении внешних (поведенческих) или внутренних (психологических) особенностей других людей. В социальной психологии его обычно рассматривают в двух планах:

- 1) как подражание какому-то конкретному человеку;
 - 2) как подражание нормам, выработанным группой;
- и трех формах:

- а) копирования – осуществления того же, что делает и другой человек;
- б) конгруэнции – осуществления согласованных действий людей и групп;
- в) референтности – когда человек копирует или конгруэнтен людям (группе), не присутствующим при данном контакте.

6. Заражение – социально-психологический механизм передачи эмоционального состояния от одного человека или группы к другим в условиях непосредственного контакта, отражающий их подверженность определенным состояниям и психологическому воздействию (влиянию) со стороны других людей. В отличие от подражания в содержательной стороне заражения доминирует бессознательная, невольная (психофизиологическая) предрасположенность человека или группы к переживанию определенного настроения и доведения накала слабо контролируемых чувств до достаточно высокого уровня.

7. Идентификация – это социально-психологический механизм познания личностью или группой других людей в ходе непосредственных или опосредованных контактов с ними, при котором осуществляется сравнение или сопоставление внутренних состояний или положения партнеров, а также образцов для подражания со своими психологическими и другими характеристиками. Идентификация представляет собой процесс эмоционального и иного самоотождествления человека с другим человеком, группой, образцом. Это механизм социализации личности, осуществляющий «присвоение» индивидом своей человеческой сущности. Идентификация может классифицироваться в соответствии с тем, кто и что является точкой отсчета: личность воспринимающего и оценивающего или личность другого человека. В первом случае собственные личностные качества отождествляются с качествами другого человека. При этом субъективное (в представлении) сближение качеств и оценок осуществляется через

приписывание другому своих личностных особенностей. Во втором случае отождествление идет также через сравнение другой личности со своей, но сближение качеств и оценок в представлении осуществляется благодаря приписыванию себе личностных особенностей другого.

10. Внушение – это влияние на других людей, которое они воспринимают неосознанно.

11. Конформность – в отличие от внушения представляет собой явление сознательного изменения мнений, оценок, которая ситуативно и сознательно позволяет поддерживать и согласовывать представления (нормы) по поводу происходящих событий в жизни и деятельности людей.

12. Убеждение – это процесс длительного воздействия на другого человека, в ходе которого он сознательно усваивает нормы и правила поведения партнеров по взаимодействию.

13. Взаимодействие – это процесс непосредственного или опосредованного воздействия объектов (субъектов) друг на друга, порождающий их взаимную обусловленность и связь. Под взаимодействием в отечественной социальной психологии, кроме того, обычно понимается не только влияние людей друг на друга, но и непосредственная организация их совместных действий, позволяющая группе реализовать общую для ее членов деятельность.

14. Межличностное взаимодействие – это случайные или преднамеренные, частные или публичные, длительные или кратковременные, вербальные или невербальные контакты и связи двух и более человек, вызывающие взаимные изменения их поведения, деятельности, отношений и установок.

15. Обратная связь между людьми – процесс взаимонаправленных ответных действий, который служит поддержанию последующего взаимодействия и в ходе которого осуществляется также намеренное или ненамеренное сообщение другому лицу того, как его поведение и действия (или их последствия) восприняты или пережиты.

16. Совместимость-несовместимость людей:

Психофизиологическая совместимость – основывается на взаимодействии особенностей темперамента, потребностей индивидов.

Психологическая совместимость – взаимодействие характеров, интеллектов, мотивов поведения.

Социально-психологическая совместимость предусматривает согласование социальных ролей, интересов, ценностных ориентации участников.

Социально-идеологическая совместимость основана на общности идеологических ценностей, на сходстве социальных установок (по интенсивности и направленности) относительно возможных фактов действительности, связанных с реализацией этнических, классовых и конфессиональных интересов.

17. Социальные мотивы взаимодействия (мотивы, по которым человек вступает во взаимодействие с другими людьми):

- 1) максимизации общего выигрыша (кооперация);
- 2) максимизации собственного выигрыша (индивидуализм);
- 3) максимизации относительного выигрыша (конкуренция);
- 4) максимизации выигрыша другого (альтруизм);
- 5) минимизации выигрыша другого (агрессия);
- 6) минимизации различий в выигрышах (равенство).

18. Стратегии поведения во взаимодействии:

1. Сотрудничество, направленное на полное удовлетворение участниками взаимодействия своих потребностей (реализуется мотив либо кооперации либо конкуренции).
 2. Противодействие, предполагающее ориентацию на свои цели без учета целей партнеров по общению (индивидуализм).
 3. Компромисс, реализующийся в частном достижении целей партнеров ради условного равенства.
 4. Уступчивость, предполагающая принесение в жертву собственных интересов ради достижения целей партнера (альтруизм).
 5. Избегание, которое представляет собой уход от контакта, потерю собственных целей для исключения выигрыша другого.
19. Скрытое взаимодействие включает в себя одновременно два уровня: явный, выраженный словесно, и скрытый, подразумеваемый. Оно предполагает либо глубокое знание партнера, либо большую чувствительность к невербальным средствам общения – тону голоса, интонации, мимике и жестам, поскольку именно они передают скрытое содержание.
20. Отношения человека представляют собой целостную систему индивидуальных, избирательных, сознательных связей личности с различными сторонами объективной действительности.
- Субъект-объектные (однаправленные) отношения – это все отношения личности к действительности и к другим людям, исключая отношения между ними и самоотношение.
- Субъект – субъектные (взаимонаправленные) отношения включают в себя не только отношения человека к другому человеку, но и отношение к самому себе под влиянием социального окружения, т.е. самоотношение.

21. Межличностные отношения (взаимоотношения) людей – это субъективные связи, возникающие в результате их фактического взаимодействия и сопровождаемые уже различными эмоциональными и другими переживаниями (симпатиями и антипатиями) индивидов, в них участвующих. Они формируются не только в процессе прямого взаимодействия и совместной деятельности людей, влияя на их ход и результаты, но и через личностное отношение к труду, другим индивидам, самому себе. Выделяют:

- дистанцию между партнерами или степень их психологической близости (близкую, далекую);
- оценку отношений (позитивную, негативную, противоречивую, безразличную);
- позицию партнеров (доминирование, зависимость, равенство);
- степень знакомства.

22. Эмоционально-исповедные дружеские отношения строятся при условии взаимной симпатии, эмоциональной привязанности и доверчивости. Они характеризуются:

- высокой доверительностью между партнерами, взаимораскрытием внутреннего мира (доверие тайн, мечтаний, интимных переживаний, скрывааемых черт личности, фактов биографии);
- снятием социальной внешней маски поведения (возможность быть самим собой);
- понижением самоконтроля и раскованностью в контакте («когда не боишься, что тебя не так поймут, неверно оценят твой поступок»);
- преобладанием положительного оценочного отношения партнеров (отсутствие осуждения, насмешки, неприятия).

23. Инструментальная дружба основана на взаимной помощи в тех или иных жизненных обстоятельствах. Эти отношения близки к товарищеским, но отличаются от них тем, что цели дружеских инструментальных отношений могут не выходить за пределы личной выгоды каждого из партнеров.

24. Вражда – предполагает негативные эмоциональные установки по отношению к партнеру: ненависть, антипатию, неприятие. Отношения вражды проявляются в отсутствии доверия, скупости в контактах и передаче информации партнеру: нарушение его планов, препятствие в деятельности, намеренное занижение его самооценки, статуса, намеренная дезориентация сознания и самосознания партнера. В целом отношения вражды проявляются во всевозможных попытках дестабилизации, разрушения, нивелировки личности партнера и его жизнедеятельности.

25. Общение – процесс взаимодействия человека с человеком, осуществляемый с помощью средств речевого и неречевого воздействия и преследующий цель достижения изменений в познавательной, мотивационной, эмоциональной и поведенческой сферах участвующих в общении лиц. В ходе общения его участники обмениваются не только своими физическими действиями или продуктами, результатами труда, но и мыслями, намерениями, идеями, переживаниями и т.д.

26. Стороны общения:

Межличностная сторона общения отражает взаимодействие человека с непосредственным окружением: с другими людьми и теми общностями, с которыми он связан своей жизнью.

Когнитивная сторона общения отвечает на вопросы о том, кто собеседник, что он за человек, чего от него можно ожидать, и многие другие, связанные с личностью партнера. Она охватывает не только познание другого человека,

но и самопознание. В результате в процессе общения формируются образы-представления о себе и партнерах, которые регулируют этот процесс.

Коммуникативно-информационная сторона общения представляет собой обмен между людьми различными представлениями, идеями, интересами, настроениями, чувствами, установками и т.п.

Эмотивная сторона общения связана с функционированием эмоций и чувств, настроения в личных контактах партнеров. Они проявляются в выразительных движениях субъектов общения, их действиях, поступках, поведении. Через них проступают взаимные отношения, которые становятся своеобразным социально-психологическим фоном взаимодействия, предопределяя больший или меньший успех совместной деятельности.

Поведенческая сторона общения служит целям согласования внутренних и внешних противоречий в позициях партнеров. Она обеспечивает управляющее воздействие на личность во всех процессах жизнедеятельности, раскрывает стремление человека к тем или иным ценностям, выражает побудительные силы человека, регулирует взаимоотношения партнеров в совместной деятельности.

27. Психологическая структура общения:

Мотивационно-целевой компонент представляет собой систему мотивов и целей общения. Мотивами общения членов могут быть: а) потребности, интересы одного человека, проявляющего инициативу в общении; б) потребности и интересы обоих партнеров общения, побуждающие их включиться в общение; в) потребности, вытекающие из совместно решаемых задач. Основными целями общения могут быть: получение или передача полезной информации, активизация партнеров, снятие напряженности и управление совместными действиями, оказание помощи и влияние на других людей. Цели участников общения могут совпадать или противоречить, исключать друг друга. От этого зависит и характер общения.

Коммуникационный компонент общения в узком смысле слова представляет собой обмен информацией между общающимися индивидами.

Интерактивный компонент общения состоит в обмене не только знаниями, идеями, но и влияниями, взаимными побуждениями, действиями. Взаимодействие может выступать в виде кооперации или конкуренции, согласия или конфликта, приспособления или оппозиции, ассоциации или диссоциации.

Перцептивный компонент общения проявляется в восприятии друг друга партнерами по общению, взаимном изучении и оценке ими друг друга. Это связано с восприятием внешнего облика, поступков, действий человека и их истолкованием. Взаимная социальная перцепция при общении очень субъективна, что проявляется и в не всегда правильном понимании целей партнера по общению, его мотивов, отношений, установок на взаимодействие и др.

28. Функции общения:

- 1) прагматическая функция общения отражает его потребностно-мотивационные причины и реализуется при взаимодействии людей в процессе совместной деятельности. При этом само общение очень часто выступает самой важной потребностью;
- 2) функция формирования и развития отражает способность общения оказывать воздействие на партнеров, развивая и совершенствуя их во всех отношениях;
- 3) функция подтверждения дает людям возможность познать, утвердить и подтвердить себя;
- 4) функция объединения-разъединения людей, с одной стороны, посредством установления между ними контактов способствует передаче друг другу необходимых сведений и настраивает их на реализацию общих целей, намерений, задач, соединяя их тем самым в единое целое, а с другой

стороны, она может способствовать дифференциации и изоляции личностей в результате общения;

5) функция организации и поддержания межличностных отношений служит интересам налаживания и сохранения достаточно устойчивых и продуктивных связей, контактов и взаимоотношений людей в интересах их совместной деятельности;

6) внутриличностная функция общения реализуется в общении человека с самим собой (через внутреннюю или внешнюю речь, достроенную по типу диалога). Такое общение может рассматриваться как универсальная форма мышления человека.

29. Средства общения:

вербальные средства общения – в качестве знаковых систем используются устная и письменная речь;

невербальные средства общения – применяются неречевые средства общения: жесты рук, особенности походки, голоса, а также выражение лица (мимика), глаза (микромимика), поза, движения всего тела в целом (пантомимика), дистанция и т.п. Невербальные средства общения делятся на: визуальные, акустические, тактильно-кинестезические и ольфакторные.

30. Виды общения:

Межперсональное общение – ее участниками являются конкретные личности, обладающие специфическими индивидуальными качествами, которые раскрываются по ходу общения и организации совместных действий.

Ролевое общение – ее участники выступают как носители определенных ролей (покупатель–продавец, учитель–ученик, начальник–подчиненный). В ролевом общении человек лишается определенной спонтанности своего поведения, так как те или иные его шаги, действия диктуются исполняемой

ролью. В процессе такого общения человек проявляет себя уже не как индивидуальность, а как некоторая социальная единица, выполняющая определенные функции.

Доверительным общение отличается тем, что в его ходе передается особо значимая информация. Доверительность – существенный признак всех видов общения, без чего нельзя осуществлять переговоры, решать интимные вопросы.

Конфликтное общение характеризуется взаимным противостоянием людей, выражениями недовольства и недоверия.

Личное общение – это обмен неофициальной информацией.

Деловое общение – процесс взаимодействия людей, выполняющих совместные обязанности или включенных в одну и ту же деятельность.

31. Формы общения:

Императивное общение – это авторитарная, директивная форма взаимодействия с партнером по общению с целью достижения контроля над его поведением, установками и мыслями, принуждения его к определенным действиям или решениям. Партнер по общению в этом случае выступает пассивной стороной. Конечная незаулалированная цель императивного общения – принуждение партнера. В качестве средств оказания влияния используются приказы, предписания и требования.

Манипулятивное общение – это форма межличностного взаимодействия, при которой влияние на партнера по общению с целью достижения своих намерений осуществляется скрытно. Вместе с тем манипуляция предполагает объективное восприятие партнера по общению, скрытым же выступает стремление добиться контроля над поведением и мыслями другого человека. При манипулятивном общении партнер воспринимается не как целостная уникальная личность, а как носитель определенных, «нужных» манипулятору свойств и качеств. Однако человек, выбравший в

качестве основного именно этот тип общения с другими, в итоге часто сам становится жертвой собственных манипуляций. Самого себя он тоже начинает воспринимать фрагментарно, переходя на стереотипные формы поведения, руководствуется ложными мотивами и целями, теряя стержень собственной жизни (Доценко Е.Л., 1994).

Диалогическое общение – это равноправное субъект-субъектное взаимодействие, имеющее целью взаимное познание, самопознание партнеров по общению. Оно позволяет достичь глубокого взаимопонимания, самораскрытия партнеров, создает условия для взаимного развития.

32. Психологические барьеры общения – препятствия, преграды в общении, которые могут возникать как в связи с эмоциональным состоянием общающихся лиц, так и в связи с несовпадением смыслов высказывания, просьб, приказов и т.п. В состоянии субъекта при возникновении барьеров наблюдаются усиленные отрицательные переживания (например, переживание стыда, вины, страха, тревоги, снижение самооценки и др.). В целом барьеры общения можно подразделить на барьеры эстетические, моральные, эмоциональные.

33. Механизм обратной связи в общении. Содержание данного механизма состоит в том, что в межличностной коммуникации процесс обмена информацией как бы удваивается и, помимо содержательных аспектов, информация, поступающая от реципиента к коммуникатору, содержит сведения о том, как реципиент воспринимает и оценивает поведение коммуникатора.

33. Коммуникативные стили:

1) доминантный (стратегия, направленная на снижение роли других в коммуникации);

- 2) драматический (преувеличение и эмоциональная окраска содержания сообщения);
- 3) спорный (агрессивный или доказывающий);
- 4) успокаивающий (расслабляющая стратегия, направленная на снижение тревожности собеседника);
- 5) впечатляющий (стратегия, нацеленная на то, чтобы произвести впечатление);
- 6) точный (нацеленный на точность и аккуратность сообщения);
- 7) внимательный (высказывание интереса к тому, что говорят другие);
- 8) воодушевленный (частое использование невербального поведения – контакт глаз, жестикуляция, движение тела и т.д.);
- 9) дружеский (тенденция поощрения других и заинтересованность в их вкладе в общение);
- 10) открытый (тенденция выражать свое мнение, чувства, эмоции, личностные аспекты своего «я»).

34. Коммуникативный барьер – это психологическое препятствие на пути адекватной передачи информации между партнерами по общению.

Барьер понимания может появиться из-за погрешностей в самом канале передачи информации – это фонетическое непонимание. Барьер фонетического непонимания порождает такой фактор, как невыразительная быстрая речь, речь-скороговорка и речь с большим количеством звуков-паразитов.

Семантические барьеры непонимания связаны с различиями в системах значения (тезаурусах) участников общения. Не меньшую роль в разрушении нормальной межличностной коммуникации может сыграть стилистический барьер, возникающий при несоответствии стиля речи коммуникатора и ситуации общения или стиля речи и актуального психологического состояния реципиента и др.

Логический барьер непонимания возникает в тех случаях, когда логика рассуждения, предлагаемая коммуникатором либо слишком сложна для восприятия реципиента, либо кажется ему неверной, либо противоречит присущей ему манере доказательства. Можно говорить о существовании «женской» и «мужской» психологической логики, о «детской логике» и т.д.

Барьеры социально-культурного различия. Это социальные, политические, религиозные и профессиональные различия, которые приводят к разной интерпретации тех или иных понятий, употребляемых в процессе коммуникации.

Барьеры отношения – чисто психологически феномен, возникающий в процессе общения коммуникатора и реципиента. Речь идет о возникновении чувства неприязни недоверия к своему коммуникатору, которое распространяется и на передаваемую им информацию.

35. Межличностное восприятие (социальная перцепция) представляет собой сложный процесс: а) восприятия внешних признаков других людей; б) последующего соотнесения полученных результатов с их действительными личностными характеристиками; в) интерпретации и прогнозирования на этой основе возможных их поступков и поведения.

36. Функции межличностного восприятия:

- познание себя, являющееся начальной базой для оценки других людей;
- познание партнеров по взаимодействию, дающее возможность сориентироваться в социальном окружении;
- установление эмоциональных отношений, обеспечивающее выбор наиболее надежных или предпочтительных партнеров;
- организация совместной деятельности на основе взаимопонимания, позволяющая достигать наибольшего успеха.

37. Психологические эффекты межличностного восприятия:

Эффект новизны при восприятии людьми друг друга заключается в том, что по отношению к знакомому человеку наиболее значимой оказывается последняя, т.е. более новая информация о нем. А по отношению к незнакомому человеку более значима первая информация.

Эффект первичности состоит в том, что вероятность припоминания нескольких первых элементов однородного материала более высока, чем средних (при этом чем объемнее предъявляемый материал и чем выше темп его предъявления, тем меньшее количество первых элементов припоминается).

Эффект ореола – это распространение первичной общей оценки человека (людей) на восприятие его (их) поступков и личностных качеств. Так, если первое впечатление о человеке (людях) в целом благоприятно, то в дальнейшем все его (их) поведение, черты и поступки начинают переоценивать в положительную сторону. В них выцеляют и преувеличивают лишь положительные моменты, а отрицательные как бы недооценивают или вообще не замечают. Если же общее первое впечатление о каком-либо человеке (людях) оказалось отрицательным, то даже положительные его (их) качества и поступки в последующем не замечают либо недооценивают на фоне гипертрофированного внимания к недостаткам.

38. Механизмы межличностного восприятия

Стереотипизация. Под социальным стереотипом понимается устойчивый образ или представление о каких-либо явлениях или людях, свойственное представителям той или иной социальной группы. Стереотип это «сокращенное», упрощенное и ценностно окрашенное представление о действительности, функционирующее в общественном сознании. Он возникает в сознании члена данной социальной группы как результат

многократно повторяемой связи определенных символов с определенной категорией явлений, а также на основе восприятия, не связанного с прямым опытом: «Нам говорят об окружающем мире до того, как мы его увидим и оценим». Стереотипизация – характерная особенность переработки личностью внешнего воздействия. Она тесно связана со стремлением человека «рассортировать» полученную им информацию, «разложить ее по полочкам» в сознании. Для подобной сортировки используются наиболее характерные, броские, «лежащие» на поверхности черты объекта, явления и т.п. Сознание человека неизменно стремится упрощать эти критерии, с тем чтобы расширить рамки категорий, в которые можно было бы вместить как можно больше явлений. Человеку вообще свойственно искать общее в разном, «суммировать» познание, обобщать. Стереотипы способствуют закреплению традиций и привычек. В этом плане они выступают как средство защиты психического мира личности и как средство ее самоутверждения. Стереотипы – преимущественно неточные образы реальности: они могут быть основаны на «ошибке», на привычке принимать предвзятость за истину. Наиболее известны этнические стереотипы – образы типичных представителей определенных наций, которые наделяются фиксированными чертами внешности и особенностями характера.

Эмпатия – это эмоциональное сопереживание другому человеку, которая проявляется в форме отклика одного человека на переживание другого. Через эмоциональный отклик люди познают внутреннее состояние других. Эмпатия основана на умении правильно представлять себе, что происходит внутри другого человека, что он переживает, как оценивает окружающий мир. Ее почти всегда интерпретируют не только как активное оценивание субъектом переживаний и чувств познающего человека, но и как положительное отношение к партнеру.

Аттракция – как механизм межличностного восприятия представляет собой познание другого человека, основанное на формировании устойчивого

позитивного чувства к нему. В этом случае понимание партнера по взаимодействию возникает благодаря появлению привязанности к нему, дружеского или более глубокого интимно-личностного отношения. При прочих равных условиях люди легче принимают позицию того человека, к которому испытывают эмоционально положительное отношение. Происходит это так. Всякий сигнал, поступающий к человеку через его органы чувств, может исчезнуть без следа, а может сохраниться в зависимости от его значимости и эмоционального заряда. Эмоционально значимый сигнал, «минуя» сознание, остается в сфере бессознательного. В этом случае человек, оценивая свое отношение к другим людям, говорит, что не знает, почему он относится так, а не иначе. Следовательно, если в процессе общения посылать партнеру сигналы таким образом, чтобы: во-первых, сигнал был эмоционально значимым; во-вторых, его значение было положительным; в-третьих, чтобы этот сигнал не осознавался, партнер будет утверждать, что общение было приятным, а собеседник человеком, к себе располагающим.

Рефлексия – это механизм самопознания в процессе межличностного восприятия, в основе которого лежит способность человека представлять себе то, как он воспринимается его партнером. Это не просто знание или понимание партнера, а знание того, как партнер понимает меня, своеобразный удвоенный процесс зеркальных отношений друг с другом.

Каузальная атрибуция (стремление к выяснению причин поведения субъекта) – механизм интерпретации поступков и чувств другого человека.

Установлено, что у каждого человека есть свои «излюбленные» схемы причинности, т.е. привычные объяснения чужого поведения:

- 1) люди с личностной атрибуцией в любой ситуации склонны находить виновника случившегося, приписывать причину произошедшего конкретному человеку;

- 2) в случае ситуативной атрибуции люди склонны прежде всего винить обстоятельства, не утруждая себя поисками конкретного виновника;
- 3) при стимульной атрибуции человек видит причину случившегося в предмете, на который было направлено действие (ваза упала потому, что плохо стояла), или в самом пострадавшем (сам виноват, что попал под машину).

При изучении процесса каузальной атрибуции выявлены различные закономерности. Например, причину успеха люди чаще всего приписывают себе, а неудачу – обстоятельствам. Характер приписывания зависит также и от меры участия человека в обсуждаемом событии. Оценка будет различна в случаях, если он был участником (соучастником) или наблюдателем. Общая закономерность состоит в том, что по мере роста значимости случившегося испытуемые склонны переходить от обстоятельственной и стимульной атрибуции к личностной (т.е. искать причину случившегося в осознанных действиях личности).

39. Взаимопонимание – это социально-психологический феномен, сущность которого проявляется:

- 1) в согласовании индивидуального осмысления предмета общения;
- 2) взаимоприемлемой двусторонней оценке и принятии целей, мотивов и установок партнеров по взаимодействию, в ходе которых наблюдается близость или схожесть (полная или частичная) когнитивного, эмоционального и поведенческого реагирования на приемлемые для них способы достижения результатов совместной деятельности.

Взаимопонимание людей вместе с тем выступает таким уровнем их взаимодействия, при котором они осознают содержание и структуру настоящего и возможного очередного действия партнера, а также взаимно содействуют достижению единой цели.

Источниками (причинами) недопонимания могут быть:

- отсутствие или искажение восприятия людьми друг друга;
- различия в структуре подачи и восприятия речевых и иных сигналов;
- дефицит времени для умственной переработки получаемых и выдаваемых сведений;
- умышленное или случайное искажение передаваемой информации;
- отсутствие возможности исправить ошибку или уточнить данные;
- отсутствие единого понятийного аппарата для оценки личностных качеств партнера, контекста его речи и поведения;
- нарушение правил взаимодействия в процессе выполнения конкретной задачи;
- потеря или перенос на другую цель совместных действий и др.

40. Социально-психологическая сторона личности выявляет ее основные качества и характеристики, позволяющие играть определенные роли в обществе, занимать определенное положение среди других людей. Входящие в нее отношения к другим людям представляют собой совокупность проявлений индивидуально- и социально-психологических качеств личности, отражающих типичное поведение в общении и взаимодействии с другими людьми.

41. Социальные роли личности – типичные способы поведения личности, обусловливаемые индивидуально- и социально-психологическими особенностями, позволяющими завоевывать определенный авторитет и доверие со стороны других людей.

42. Социальные позиции личности – взгляды, убеждения и представления личности, реализуемые и отстаиваемые ею в отношениях с другими людьми.

43. Социальные установки личности – настроенность на определенное отношение к обществу и к другим людям.

44. Социально-психологические черты личности – «общительность–замкнутость», «альтруизм–эгоизм», «бесконфликтность–конфликтность», др.

45. Социально-психологические типы личности:

Манипуляторы – им характерна тщательно маскируемая фальшь при контактах с людьми; стремление фальсифицировать личные переживания при фактическом равнодушии к окружающим; намеренная расчетливость в подборе средств воздействия на последних; тщательно скрываемый цинизм по отношению к основным ценностям межличностного взаимодействия.

Ему надо во что бы то ни стало владеть ситуацией: он навязывает свою волю во всем, пытается манипулировать любой фразой, любой ситуацией. Человек развивает способность манипулировать другими людьми, чтобы избегать неприятностей и добиваться желаемого, причем развивает бессознательно. Соккрытие своих истинных эмоций – таков удел манипулятора. Основную свою задачу манипулятор видит в том, чтобы производить некоторое «должное впечатление». Наряду с потребностью управлять манипулятор испытывает потребность в руководстве свыше. Манипуляция не является необходимым отношением к жизни и не приносит никакой действительной пользы. Слишком часто манипулятор использует свое знание психологии других людей в качестве рациональных объяснений для своего неблагоприятного поведения, оправдывая свои текущие несчастья ссылками на прошлый опыт и прошлые неудачи. Манипулятор – это личность, вставшая на путь самоуничтожения, которая использует или контролирует себя и других людей в качестве «вещей». Таким образом, манипулятор относится сам к себе и к другим людям, как к неодушевленным предметам.

Он никогда не бывает самим собой, он даже не может расслабиться, поскольку его система игр и маневров требует, чтобы он постоянно играл надлежащую роль. Стиль жизни манипулятора включает в себя четыре основные характеристики: ложь, неосознанность, контроль и цинизм.

Актуализаторы – им характерны такие социально-психологические качества, как честность и искренность во взаимоотношениях с другими людьми, устойчиво проявляемый интерес к последним, самостоятельность и открытость в выражении своих мнений, вера в собственные силы и в разум тех, с кем вступает в общение. Философия жизни актуализатора отмечена четырьмя характеристиками: честностью, осознанностью, свободой и доверием.

46. Социализация личности – это двусторонний процесс усвоения индивидом социального опыта того общества, к которому он принадлежит, с одной стороны, и активного воспроизводства и наращивания систем социальных связей и отношений, в которых он развивается, – с другой.

Человек не только воспринимает социальный опыт и овладевает им, но и активно преобразует его в собственные ценности, установки, позиции, ориентации, в собственное видение общественных отношений. При этом личность субъективно включается в разнообразные социальные связи, в исполнение различных ролевых функций, тем самым преобразуя окружающий ее социальный мир и себя саму. Социализация личности осуществляется в процессе адаптации к окружающей среде и к социальным отношениям.

47. Социальная адаптация – это процесс вхождения личности в социально-ролевые связи и отношения, овладения ею социальными нормами, правилами, ценностями, социальным опытом, социальными отношениями и действиями.

Социальная адаптация личности осуществляется в двух сферах:

- социально-психологической сфере жизнедеятельности личности – системе общественно-психологических связей и отношений личности, возникающих при исполнении ею различных социально-психологических ролей, поэтому различают социально-психологическую адаптацию личности;
- сфере профессиональных, учебно-познавательных и других деятельностных связей и отношений личности, поэтому нужно говорить еще и о профессионально-деятельностной адаптации личности.

В связи с этим принято выделять первичную и вторичную социализацию. Считается, что первичная социализация связана с формированием обобщенного образа действительности, а вторичная социализация представляет собой приобретение специфически-ролевого знания, когда роли прямо или косвенно связаны с разделением труда.

48. Социально-психологическая адаптация личности – это процесс приобретения ею определенного статуса, овладения теми или иными социально-психологическими ролевыми функциями. В процессе социально-психологической адаптации личность стремится достигнуть гармонии между внутренними и внешними условиями жизни и деятельности.

49. Социальный статус – положение личности в системе межличностных отношений, определяющее его права, обязанности и привилегии.

50. Социально-психологическая адаптация

различается двух типов:

1) прогрессивной, которой свойственно достижение всех функций и целей полной адаптации и в ходе реализации которой достигается единство, с одной стороны, интересов, целей личности, и групп общества в целом – с другой;

2) регрессивной, которая появляется как формальная адаптация, не отвечающая интересам общества, развитию данной социальной группы и самой личности.

Некоторые психологи обозначают регрессивную адаптацию как конформную, основанную на формальном принятии личностью социальных норм и требований. В такой ситуации личность лишает себя возможности самореализоваться, проявить свои творческие способности, испытать чувство собственного достоинства.

51. Факторы социализации личности:

Макрофакторы – это социальные и природные детерминанты социализации и развития личности, обусловленные ее проживанием в составе больших социальных общностей.

- Страна, государство. Специфика развития страны, государства определяет важнейшие особенности социализации населения, особенно молодежи.
- Культура – система духовных форм обеспечения жизнедеятельности и социализации людей. Она охватывает все стороны жизни человека – биологическую (еда, сон, отдых, половой акт, естественные отправления, нужды в чем-либо), производственную (создание средств материального жизнеобеспечения – орудий труда, пищи, одежды, жилищ), духовную (язык и речевая деятельность, мировоззрение, эстетическая деятельность и др.), социальную (коммуникация, социальные отношения).

Мезофакторы – это детерминанты социализации личности, обусловленные ее проживанием в составе общностей средней величины.

- Этнос (нация). Принадлежность к той или иной нации, ее традициям во многом определяет специфику социализации личности.
- Региональные условия.
- Тип поселения.
- Средства массовой коммуникации.

Микрофакторы – это детерминанты социализации личности, относящиеся к воспитанию и обучению людей в малых группах (семье, трудовом коллективе, религиозной организации или учебном заведении).

Индивидуально-личностные факторы социализации личности не менее значимы. С точки зрения психологии, социализация не может рассматриваться как простое, механическое отражение личностью непосредственно испытанного или полученного в результате наблюдения социального опыта. Усвоение этого опыта субъективно. Одни и те же социальные ситуации по-разному воспринимаются, по-разному переживаются различными личностями. А потому разные личности могут выносить из объективно одинаковых социальных ситуаций различный социальный опыт.

Многое зависит и от того, в каких условиях развиваются и проходят социализацию конкретные личности.

52. Механизмы социализации:

Традиционный механизм социализации представляет собой усвоение человеком норм, эталонов поведения, взглядов, которые характерны для его семьи и ближайшего окружения (соседского, приятельского, профессионального). Это усвоение происходит, как правило, на неосознанном уровне с помощью запечатления, некритического восприятия господствующих стереотипов.

Институциональный механизм социализации действует в процессе взаимодействия человека с институтами общества, с различными организациями, как специально созданными для социализации, так и реализующими социализирующие функции параллельно со своими основными функциями (производственные, общественные, клубные и др. структуры, а также средства массовой коммуникации).

Стилизованный механизм социализации действует в рамках субкультуры. Под субкультурой в общем виде понимается тот комплекс ценностей, норм, морально-психологических черт и поведенческих проявлений, которые типичны для людей определенного возраста или конкретного профессионально-культурного слоя, который в целом создает конкретный стиль жизни той или иной возрастной, профессиональной или социальной группы.

Межличностный механизм социализации функционирует в процессе взаимодействия человека с субъективно значимыми для него лицами и представляет собой психологический механизм межличностного переноса благодаря эмпатии и идентификации. Значимыми лицами могут быть родители, любимый учитель, уважаемый взрослый, сослуживец, друг-сверстник своего или противоположного пола.

Рефлексивный механизм социализации связан с внутренним диалогом, в котором человек рассматривает, оценивает, принимает или отвергает те или иные ценности, свойственные различным институтам общества, семье, сверстникам, значимым лицам и т.д.

Основные источники:

- М.П. Кошечая и др. Профессиональная этика и психология делового общения. 2014
- Барышева А. В. Этика и психология делового общения (сфера сервиса): Учебное пособие / А.Д. Барышева, Ю.А. Матюхина, Н.Г. Шередер. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2013. - 256 с
<http://www.znaniium.com/catalog.php?bookinfo=375870>
- Бороздина Г. В. Психология делового общения: Учебник / Г.В. Бороздина. - 2-е изд. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 295
<http://www.znaniium.com/catalog.php?bookinfo=465327>
- И.П. Кошечая Профессиональная этика и психология делового общения: Учебное пособие / И.П. Кошечая, А.А. Канке. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2014. - 304 с.
<http://www.znaniium.com/catalog.php?bookinfo=444527>
- Иванова И. С. Этика делового общения: Учебное пособие / И.С. Иванова. - 3-е изд., испр. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 168 с.
<http://znaniium.com/catalog.php?bookinfo=417747>

Дополнительные источники:

- Психология и этика делового общения: учебник для студентов вузов /под ред. В.Н.Лавриенко.-5-е изд., перераб. И доп.-М.:ЮНИТИ-ДАНА,2012.- 415с.

- Борисов В. К.Этика деловых отношений: Учебник / В.К. Борисов, Е.М. Панина, М.И. Панов и др. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 176 с.

<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=502708>

- Островский Э. В.Психология менеджмента: Учебное пособие / Э.В. Островский; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 240 с

<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=428132>

Самостоятельная работа студента

Методические рекомендации по освоению дисциплины и выполнению самостоятельной работы

В процессе освоения учебной дисциплины студентам рекомендуется закреплять знания, полученные на лекционных и практических занятиях. Для этого предлагаются следующие виды самостоятельной работы по учебному курсу.

- Отработка пропущенных аудиторных занятий. Теория сдается в форме письменного ответа на контрольные вопросы по теме. Практические занятия отрабатываются в соответствии с предлагаемыми заданиями.
- разработка лекций - в соответствии с учебно-тематическим планом курса.
- Подготовка докладов по темам практических занятий.
- Реферативная работа по одной из тем курса.
- Проведение учебного мини-исследования, тематически близкого к области интересов студента бакалавра.
- Выполнение творческой научно-исследовательской работы по одной из тем курса.
- Подготовка доклада по итогам НИР для выступления на студенческой научной конференции.
- Подготовка тезисов по тематике курса, самостоятельно или под руководством преподавателя.

Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Темы сообщений	К-во часов
1.	Связь управленческой психологии с другими науками. История формирования научного социально-психологического знания в России.	4
2.	Исследования в области управленческой психологии и этика	4
3.	Этапы в формировании социальных установок у человека в процессе социализации.	4
4.	Изучение установок в западной социальной психологии	6
5.	Личностная зрелость человека	6
6.	Формы межличностного психического взаимодействия.	6
7.	Имидж личности управленца как социально-психологическое явление	6
Итого		36

ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Тема: МЕТОДЫ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Задание 1. Планирование исследований с использованием скрытых методов измерений.

Представьте себе, что вы – социальный психолог, занимающийся исследованием альтруизма. В частности, вы хотите выяснить, какие факторы влияют на решение людей оказать помощь нуждающимся. Вместо того чтобы полагаться на анкету с вопросами об альтруизме, вы решаете использовать некоторые скрытые методы измерения поведения. Какие это могут быть измерения? Как вы будете собирать данные? Каковы ограничения при применении этих измерений?

1. Опишите один или несколько скрытых методов измерений поведения. Обязательно объясните, почему каждый из них является скрытым.
2. Какие конкретные процедуры вы используете для сбора данных с помощью этих методов?
3. Перечислите достоинства и недостатки (например, затраты денег и времени, доступность, точность) использования каждого из этих методов.
4. Сформулируйте гипотезу о влиянии какой-либо переменной (возраст или пол помогающего и реципиента, присутствие свидетелей и др.) на поведение, связанное с оказанием помощи, и опишите, как бы вы проверили эту гипотезу, используя скрытые методы измерения поведения, связанного с оказанием помощи.

Задание 2. Ознакомление с различными этическими проблемами, возникающими при исследованиях в области социальной психологии.

Ознакомьтесь с исследованиями, кратко описанными далее, подумайте, насколько велико потенциальное значение (теоретическое или практическое) полученных результатов.

Брэймел заставил студентов мужского пола поверить, что их гомосексуально возбуждают фотографии мужчин. Он давал испытуемым обоего пола противоречивую информацию об уровне их маскулинности или фемининности. В условиях одного из экспериментов эта информация была якобы основана на результатах сложной серии психологических тестов, в которых участвовали испытуемые. Во всех исследованиях в конце эксперимента испытуемым объясняли, что они были обмануты.

Какие этические проблемы вы усматриваете в этих исследованиях?

Подвергалось ли опасности физическое или психологическое благополучие испытуемых? Если да, то в чем заключалась эта опасность? Узнали ли испытуемые что-либо ценное о самих себе?

После того как испытуемые выполнили экспериментальное задание, исследователь дал им понять, что эксперимент окончен, что он теперь «хочет объяснить, в чем было дело, чтобы они имели представление, зачем они это делали». Объяснение было ложным и служило для того, чтобы на его основе провести истинные экспериментальные манипуляции, которые включали в себя обращение к испытуемым с просьбой стать помощниками экспериментатора. Задача помощника состояла в том, чтобы сказать следующему испытуемому, что эксперимент, в котором он только что участвовал, был интересным и доставил удовольствие. (На самом деле это был довольно скучный эксперимент.) У испытуемого также просили разрешения

обращаться к нему в последующем, когда экспериментатору может понадобиться его помощь, если «постоянный помощник не сможет прийти, а эксперимент уже назначен на определенное время и должны прийти испытуемые». Эти только что завербованные помощники, конечно, на самом деле и были испытуемыми, а испытуемые — настоящими помощниками экспериментатора. За свои услуги в качестве помощников экспериментатора испытуемые получали плату вперед. Половина из них получила по 1 доллару; вторая половина — по 20 долларов. Однако, когда они закончили выполнение задания, исследователи попросили их вернуть деньги.

Какие этические проблемы встают в связи с этим исследованием? Возникла ли угроза собственному достоинству или тайне личной жизни испытуемых? Если да, то каким образом? Какую пользу принесло испытуемым их участие в исследовании?

Исследователи обзванивают по телефону домохозяек. Звонящий называет фиктивную группу потребителей, которую он якобы представляет, и задает домохозяйке вопросы об используемых ею моющих средствах, чтобы составить отчет для «издания, посвященного бытовому обслуживанию», для которого тоже придумано фиктивное название. Через несколько дней, экспериментатор звонит снова и спрашивает, не позволит ли домохозяйка пяти или шести человекам прийти к ней домой, чтобы «подсчитать и классифицировать» все используемые ею хозяйственные товары для другого отчета в том же издании. Если домохозяйка соглашается, звонящий говорит, что пока он просто составляет список желающих и что с ней свяжутся, если решат использовать ее при составлении обзора. Ни к одной из домохозяек в дальнейшем не обращаются.

Какие этические проблемы встают в связи с этим экспериментом? Являются ли такие телефонные звонки неэтичным вторжением в частную жизнь, или они ничем не отличаются от других непрошенных звонков лиц, проводящих опросы общественного мнения, предлагающих товары, собирающих пожертвования и т.п.?

Человек, опирающийся при ходьбе на трость, притворно падает в вагоне метро. Из его рта течет струйка «сценической крови». Если к «жертве» кто-либо подходит, то она позволяет этому человеку помочь ей подняться. Если никто не подходит до остановки поезда, то другой исследователь, изображающий пассажира, якобы помогает ей, и они вместе выходят из вагона.

Какие этические проблемы встают в связи с этим экспериментом? Возникают ли какие-нибудь проблемы в связи с тем фактом, что пассажиры не знали, что они были участниками научного исследования? Какую роль играет то, что пассажиры реагировали публично (их реакции могли видеть многие)?

Напишите отчет по итогам обсуждения каждой из представленных в данном задании проблем.

Задание 3. Формирование умений разработки методики измерений.

Представьте себе, что вы профессиональный агент измерений и вас наняли на работу, которая заключается в том, чтобы внести изменения в одну из следующих областей.

А. Добиться того, чтобы люди прекратили дискриминацию против конкретной группы меньшинства (например, нанимали на работу больше людей, принадлежащих к этой группе).

Б. Добиться того, чтобы люди приняли какое-либо поведение, способствующее сохранению окружающей среды (например, сократили потребление бензина или подвергали отходы вторичной обработке).

В. Убедить людей голосовать за определенного политика, который по данным опросов общественного мнения сильно отстает в популярности.

Г. Какая-либо другая проблема, выбранная вами или вашим преподавателем.

Ответьте на предлагаемые ниже вопросы. Предполагается, что у вас имеется доступ к достаточному количеству денег или ресурсов, необходимых для проведения идеальной компании по осуществлению выбранного вами изменения. В своей работе укажите, каковы будут наши конкретные цели, а затем наметьте шаги, которые вы предпримете для их достижения. Там, где это необходимо, приведите теоретические принципы, которые вы используете при разработке своей методики изменений.

1. Какую из проблемных областей вы выбрали для своей работы?
2. Перечислите конкретные цели, которые вы ставите перед своей программой изменений. Другими словами, какое реальное поведение людей будет свидетельствовать о том, что в результате ваших усилий произошли изменения?
3. Какие методы вы будете использовать? Приведите конкретные примеры, т.е. как будут выглядеть ваши агитационные плакаты, что вы будете говорить людям, проводя компанию посещений на дому, или какие вы будете использовать стимулы или вознаграждения?
4. На каких теоретических принципах основывается ваша методика?
5. Как вы узнаете о том, что ваша программа изменения поведения привела к успеху?

Задание 8. Анализ различных способов убеждения, которые используют люди, просящие денег у других людей, и определение того, какие просьбы наиболее эффективно заставляют людей отдать деньги.

Выполняя это задание, наблюдайте за одним или несколькими людьми, которые просят денег у других людей (например, нищие или люди, которые собирают пожертвования на благотворительные цели). Наблюдая каждый эпизод, опишите:

- 1) просителя (пол, возраст, внешность, на какие цели просил);
- 2) каждого человека, к которому он обращался (пол, возраст, внешность и т.д.);
- 3) тип высказанной просьбы (например, юмористическая, вызывающая чувство вины, социальное давление);
- 4) результат (получил ли проситель деньги, разговаривал ли донор с просителем, выражал ли он какие-либо эмоции и т.д.).

Проанализируйте ваши наблюдения.

1. Просьбы какого типа приводят к наибольшему успеху и заставляют людей дать деньги? Как вы считаете, почему они действуют лучше всего?
2. Обнаружили ли вы, что люди определенных типов дают деньги чаще, чем другие? Если да, то по каким причинам это происходит?
3. Какими способами люди уклонялись от пожертвований?
4. Исходя из ваших наблюдений, какие факторы вы считаете решающими в процессе получения денег и почему?

Тема: ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ СРЕДЫ

Задание 1. Изучение среды аудитории университета и её влияния на уровень активности студентов.

Р. Соммер и его коллеги (1973), изучавшие экологию учебных помещений, обнаружили, что уровень активности и отметки были выше у тех студентов, которые сидели в первых рядах и в центральных частях аудиторий колледжа. Однако поскольку студенты сами выбирают для себя места, то можно считать, что эти открытия отражают

один или оба следующих процесса: 1) самоселекцию студентов, когда более способные, словоохотливые или более заинтересованные учебной студентами выбирают передние и центральные места; 2) экологическое влияние, когда большая активность, лучшая учеба и более высокие отметки связаны с некоторыми аспектами положения места в аудитории.

Для исследования этого явления нарисуйте план помещения и расположения мест для трех аудиторий, в которых та занимаетесь (например, большой лекционной аудитории, маленькой и аудитории для проведения семинаров). Укажите уровни активности студентов, занимающих различные места в аудитории (Н — низкий, С — средний, В — высокий).

Какое влияние оказывает среда аудитории на уровень активности студентов? Какие качества характерны для студентов, которые сидят близко к преподавателю или впереди? Какие качества характерны для студентов, которые выбрали места в задних рядах?

Оформите отчет, показав на бланке тип аудитории, шти помещения, расположение мест и уровень активности.

Задание 2. Ознакомление с порядком применения и интерпретации теста двадцати вопросов.

В зависимости от того, в какой именно системе отношений осуществляется исполнение ролей, все они подразделяются на *социальные* (начальник, мать, муж и т.п.), *внутри групповые* (лидер, марионетка, шут), *межличностные* (покровитель, партнер, любимая) и наконец, *индивидуальные* (по усвоенному личностью и ставшему частью ее «Я» наиболее традиционному набору ролей). В принципе возможно и более дробное деление ролей (слишком уж многообразны системы отношений, в которые мы вступаем в течение своей жизни). В тесте двадцати вопросов испытуемого просят в течение 12 минут дать 20 различных ответов на вопрос, обращенный к самому себе: «Кто я такой?» Ответы необходимо давать в том порядке, в котором они приходят в голову, не заботясь о последовательности, грамматике и логике.

Полученный список рассматривается прежде всего с точки зрения двух категорий суждений: *присоединяющих*, в которых испытуемый относит себя к какой-либо группе и которые обычно находятся в начале списка, и *дифференцирующих*, где он указывает свои специфические, отличающие его от других признаки. Помимо этого ответы подразделяются по социальным группам (и соответственно ролям) пол, возраст, национальность, профессия и др.; идеологическим убеждениям — философские, политические, моральные высказывания, а также интересам, увлечениям, стремлениям, целям и по самооценке. Наиболее частыми категориями являются следующие: профессиональная идентичность, семейные роль и статус, пол и возраст. Особое внимание следует обращать на ответы, которые передают сознательную идентификацию человека с определенными категориями ролей, т.е. с теми, которые он не просто должен, но хочет и стремится выполнять.

Проведите анализ ролевого набора 3—5 человек при помощи теста двадцати вопросов. Сформулируйте выводы по каждому испытуемому.

Тема: ПСИХОЛОГИЯ МАЛЫХ ГРУПП

Задание 1. Анализ структуры студенческой группы.

Нарисуйте круг, разделите его, как пирог, на куски-секторы по количеству человек в вашей учебной или дискуссионной группе. Размер каждого куска должен отражать вклад

каждого человека в деятельность группы. Обязательно «отрежьте» кусок и для себя, и для вашего преподавателя и обозначьте на каждом куске фамилию и инициалы того, для кого он предназначен.

1. Какими критериями вы пользовались для определения размера вклада каждого человека в деятельность группы (например, сколько он говорит, качество его высказываний, количество интересных вопросов, влияние на других)?
2. Опишите, каким образом вы делили пирог. Дали ли вы всем одинаковые куски, или вы дали некоторым людям куски значительно большего размера, чем другим?
3. Назовите трех человек, которые получили самые большие куски. Действовали ли они как лидеры группы? Если да, то опишите аспекты их лидерского поведения.
4. Как вы оценили себя по сравнению с другими членами группы? Какую роль вы играли в группе? Как вы вели себя во время групповых дискуссий?

Задание 2. Формирование навыков работы с методикой «Определение индекса групповой сплоченности по Сишору».

Групповая сплоченность — чрезвычайно важный параметр, показывающий степень интеграции группы, ее сплочения в единое целое. Ее можно определить с помощью методики, состоящей из пяти вопросов с несколькими вариантами ответов на каждый. Ответы оцениваются в баллах ПО приведенным в скобках значениям (максимальная сумма — 19 баллов, минимальная — 5).

1. Как вы оценили бы свою принадлежность к группе?
 1. Чувствую себя ее членом, частью коллектива (5).
 2. Участвую в большинстве видов деятельности (4).
 3. Участвую в одних видах деятельности и не участвую в других (3).
 4. Не чувствую, что являюсь членом группы (2).
 5. Живу и существую отдельно от нее (1).
 6. Не знаю, затрудняюсь ответить (1).
2. Перешли бы вы в другую группу, если бы представилась такая возможность (без изменения прочих условий)?
 1. Да, очень хотел бы перейти (1).
 2. Скорее перешел бы, чем остался (2).
 3. Не вижу никакой разницы (3).
 4. Скорее всего, остался бы в своей группе (4).
 5. Очень хотел бы остаться в своей группе (5).
 6. Не знаю, трудно сказать (1).
3. Каковы взаимоотношения между членами вашей группы?
 1. Лучше, чем в большинстве коллективов (3).
 2. Примерно такие же, как и в большинстве коллективов (2).
 3. Хуже, чем в большинстве коллективов (1).
 4. Не знаю, трудно сказать (1).
4. Какие у вас взаимоотношения с руководством?
 1. Лучше, чем в большинстве коллективов (3).
 2. Примерно такие же, как и в большинстве коллективов (2).
 3. Хуже, чем в большинстве коллективов (1).
 4. Не знаю (1).
5. Каково отношение к делу (учебе и т.п.) в вашем коллективе?
 1. Лучше, чем в большинстве коллективов (3).
 2. Примерно такие же, как и в большинстве коллективов (2).

3. Хуже, чем в большинстве коллективов (1).
4. Не знаю (1).

Определите индекс групповой сплоченности вашей студенческой группы.

Задание 3. Оценка психологической атмосферы в студенческой группе.

Замерять психологическую атмосферу в группе, т.е. динамичную составляющую психологического климата, можно с помощью несложной методики, в которой приводятся десять противоположных по смыслу пар слов. Испытуемый должен поставить крестик над черточкой между каждой из пар, причем черточки, задающие «дистанцию» между парами, кодируются по 9-балльной шкале слева направо по схеме: 9 8 7 6 5 4 3 2 1.

Чем выше суммарный балл, тем лучше атмосфера в группе (ее можно оценивать и по составляющим).

Дружелюбие	_____	Враждебность
Согласие	_____	Несогласие
Удовлетворенность	_____	Неудовлетворенность
Увлеченность	_____	Равнодушие
Продуктивность	_____	Непродуктивность
Теплота	_____	Холодность
Сотрудничество	_____	Отсутствие сотрудничества
Взаимная поддержка	_____	Недоброжелательность
Занимательность	_____	Скука
Успешность	_____	Неуспешность

Оцените психологическую атмосферу в вашей студенческой группе.

Задание 4. Изучение невербальной коммуникации.

Люди стремятся к тому, что им нравится, и избегают того, что им не нравится. Мы судим о чувствах людей, наблюдая за их устремлением к людям, вещам или, наоборот, от них. Ученые, исследующие невербальную коммуникацию, обнаружили, что человек проявляет чувство большей приязни с помощью следующих сигналов: он стоит ближе к другому человеку, а не отдаляется от него; сидя, он наклоняется вперед, а не отклоняется назад; он смотрит другому человеку прямо в лицо, а не в сторону; он прикасается к другому человеку; он поддерживает с ним визуальный контакт, стараясь встретиться взглядом; он продлевает физический контакт, например при рукопожатии, затягивая прощание; он жестикулирует, приветствуя другого человека, для чего протягивает руки к нему.

В этом задании вы займетесь более систематическим изучением невербальной коммуникации, проведя два сеанса наблюдений в каком-нибудь общественном месте, например в парке, ресторане или аудитории. Главными объектами ваших наблюдений будут две пары. Вам нужно выбрать для своих наблюдений одну пару людей, которые кажутся друзьями или влюбленными (высокая аффилиация). Другая пара должна состоять из людей, которые кажутся незнакомыми друг другу, как будто они только что встретились (низкая аффилиация). Понаблюдайте за невербальной коммуникацией между членами каждой пары

и запишите свои наблюдения. Затем сравните ваши оценки и укажите черты сходства и/или различия между двумя парами в этом виде коммуникации.

Отчет о наблюдениях

1. Составьте краткое описание двух пар, за которыми вы наблюдали (укажите пол людей, характер обстановки, время суток и др.). Опишите невербальные проявления аффилиации в таблице.

Невербальные проявления аффилиации

Невербальное поведение	Пара с низкой аффилиацией	Пара с высокой аффилиацией
1. Взаимный визуальный контакт 2. Расстояние между членами диады 3. Прикосновения 4. Поза 5. Ориентация тела (ориентировано прямо на партнера или в сторону) 6. Лицевые экспрессии 7. Жесты руками 8. Прочее		

2. Каковы сходные черты невербальной коммуникации у этих двух пар?
3. Каковы различия в невербальной коммуникации этих двух пар?
4. Дополнительные комментарии к вашим наблюдениям.

Задание 5. Владение навыками эмоционально-волевой саморегуляции и самосовершенствования в искусстве коммуникативной самоорганизации.

Невербальные средства общения

Упражнение «Подарок». Каждый участник без слов, жестами, мимикой должен показать, какой подарок он «дарит» имениннице; она и все пробуют угадать, что это за подарок.

Упражнение «Сообщение». Разбиваются по парам, каждый должен без слов, жестами сообщить своему напарнику какое-то сообщение, а тот должен понять и рассказать, в чем смысл сообщения. Затем участники меняются ролями.

Упражнение «Наводка». Разбиваются на две команды, каждая из которых выбирает несколько слов и записывает их на отдельных листочках бумаги, затем из чужой команды выбирают человека, которому дают прочитать «слово», и он должен жестами объяснить своей команде, что это за слово, а команда должна угадать это слово; далее выбирается другой человек из чужой команды, который «показывает» новое слово. Сравняется, какая команда быстрее и правильнее отгадывала слова.

Упражнение «Передача чувств». Все встают в шеренгу, в затылок друг к другу, первый человек поворачивается ко второму и передает ему мимикой какое-либо чувство (радость, гнев, печаль, удивление и т.п.), второй должен передать следующему это же чувство и т.д. У последнего спрашивают, какое чувство он «получил», и сравнивают с тем, какое чувство было послано вначале, и как каждый участник понимал «полученное» им чувство.

Восприятие и познание людьми друг друга при общении Упражнение «Общение без слов». Выполняется молча. Участники встают в два концентрических круга лицом друг к другу. Внешний и внутренний круги двигаются в противоположные стороны. Оказавшиеся

напротив друг друга люди образуют пару. Ведущий просит их закрыть глаза и поздороваться с помощью рук, открыть глаза и двигаться дальше. Вновь по команде образуются пары, которые получают задание: положите руки на плечи друг другу, посмотрите в течение минуты в глаза партнеру, улыбнитесь, опустите руки и начинайте двигаться дальше. Следующие задания: поборитесь руками, помириться руками, выразите поддержку с помощью рук, попрощайтесь. После упражнения участники обмениваются впечатлениями.

Трансактный анализ общения

Упражнение «Определи стиль общения». Ведущий зачитывает пример семейного диалога, а участники должны определить, какой стиль общения скрывается за каждой фразой персонажей (правильные ответы приведены в скобках).

Муж. Почему ты не подумала, как мы проведем отпуск? (*Обвиняющий.*)

Жена. Что ты кричишь? У меня столько же времени, сколько и у тебя! (*Обвиняющий.*)

Сын. Замолчите же наконец! Вы оба кричите. Я не поеду ни в какой отпуск. (*Обвиняющий.*)

Муж. А тебе что за дело? Напрасно вы, молодой человек, суете нос, куда не следует. (*Обвиняющий.*)

Жена. В последнем номере «Аргументов и фактов» написано, что, планируя отпуск, надо помнить о том, что необходимо сменить ритм жизни. (*Расчетливо.*)

Муж. Как хочешь, дорогая. (*Заискивая.*)

Сын. Ты всегда замечательно планируешь, мама. (*Заискивая.*)

Жена. Ну и хорошо. Утром я намечу маршрут. (*Расчетливо.*)

Затем участники разбиваются на тройки и сами придумывают семейные диалоги между мужем, женой, взрослым сыном/дочкой, реализуя разные стили общения.

Упражнение «Ребенок — Взрослый». Участники, разделившись на пары, говорят друг другу любые фразы с позиции Ребенка, надо попытаться ответить с позиции Взрослого. Проанализировать, насколько трудно реагировать с позиции Взрослого.

Упражнение «Уговорить на субботник». Выбрать активного и гибкого участника для исполнения роли рабочего, которого уговаривают прийти на субботник (косить сено), но тот отказывает «начальнику». В роли начальника могут побывать многие участники, их задача — убедить, уговорить рабочего. Анализ аргументации в каждом конкретном случае включает позицию партнеров (Родитель, Взрослый, Ребенок), переходы, трудности отказов.

Упражнение «Вербализация чувств». Каждый участник должен выразить свои чувства трем членам группы (хотя бы одно положительное и одно негативное чувство), сформулировав к ним сначала «Ты-высказывание», а затем то же чувство через «Я-высказывание». Проанализировать, какие чувства испытывает человек, к которому обращались с тем и другим высказыванием.

Упражнение «Конфликты». Участники делятся по парам. Первый член пары обвиняет в чем-то другого, создавая ситуацию конфликта, типичного для семьи или школы. Второй реагирует тремя разными способами: а) оправдывается и извиняется (с позиции ребенка, жертвы, заискивателя); б) использует «Ты-высказывание» для ответных обвинений (с позиции родителя, обвинителя, преследователя, бунтующего ребенка); в) использует «Я-высказывание» по схеме. Затем участники меняются ролями и придумывают новую ситуацию. Каждая пара показывает группе свою ситуацию и варианты решений. Группа анализирует увиденное, правильность использования приема «Я-высказывания».

Упражнение «Анализ проблемных ситуаций». Ведущий рассказывает о проблемной ситуации.

Идет урок, учительница уже объяснила новую тему, когда в класс вошел опоздавший ученик Шапкин, он опаздывает часто.

Шапкин. Здрасьте. Можно?

Учитель. Здравствуй, Шапкин. Что опять случилось?

Шапкин. Я... отводил сестру в детский сад... и мы... забыли вещи и должны были вернуться... потому что забыли...

Учитель. Ну все, хватит, Шапкин, мне все ясно. Ты опять врешь. Больше это тебе так не пройдет. Иди к директору и не мешай мне работать!

Ведущий предлагает участникам группы проанализировать приемы общения учительницы и предложить ситуацию с учетом «Я-высказываний». Все участники предлагают свои варианты поведения учительницы. Предпочтительно ролевое разыгрывание вариантов. После этого предлагается следующий вариант.

Шапкин. Я... отводил сестру в детский сад... и мы... забыли вещи и должны были вернуться...

Учитель. Миша, ты же хорошо понимаешь, что это все легко проверить. Всякий раз, когда слышу твои оправдания, я чувствую, что я тебе не верю и что, мне тебя не жалко. Садись, Миша, разберемся позже.

Ведущий комментирует ситуацию, которая разрешилась без очевидного внешнего конфликта.

Ролевая игра «Магазин». Выбрать людей для роли кассира и покупателя.

Кассир обвиняет покупателя, что тот взял из магазина перчатки. Отсутствует чек, который бы доказывал, что перчатки куплены в другом магазине. Покупатель должен доказать, что перчатки куплены в другом магазине. Если покупатель не справляется со своей задачей, ему помогают другие члены группы. Если кассир сразу отступает, его заменяет другой член группы.

Провести анализ позиций, стратегии, тактики, стиля общения.

Ролевая игра «В автобусе». Водитель автобуса учитывал желания нескольких подвыпивших пассажиров и останавливал там, где его просили. Когда автобус вышел из графика, пожилой трезвый пассажир просит притормозить и выпустить его между двумя остановками. Водитель резко отказывается.

Нужно разыграть диалог в этой ситуации (судя по разговору, подвыпившие пассажиры, для которых водитель делал остановки, могли оказаться знакомыми водителю). Пронести анализ позиций, тактики, стиля общения.

Ролевая игра «Трудное решение». На начальника цеха на улице напала группа пьяных парней. Из критической ситуации его спас рабочий его цеха. Через несколько дней начальник обнаруживает, что тот самый рабочий выносит продукцию фабрики. Об этом знают только они двое.

Задание: как ты в роли начальника цеха поведешь себя в этой ситуации? Что скажешь рабочему? Разыграть диалог, проанализировать позиции, тактики общения.

Ролевая игра «Телефон». Обеденный перерыв. По телефону говорят на какую-то личную тему. Тебе надо позвонить точно в определенное время.

Задание: как привлечь внимание человека, который говорит по телефону, и попросить разрешения на свой разговор? При этом человек, который говорит по телефону, старается избежать контакта, притворяясь, что не замечает коллегу, который тоже хочет поговорить. Проанализировать методы привлечения внимания, позиции и тактики общения.

Задание 6. Изучение процесса выработки и принятия группового решения в ходе общения и групповой дискуссии с помощью деловой игры «Потерпевшие кораблекрушение».

Время проведения: около 1 часа.

Порядок проведения (для руководителя занятия)

1. Ознакомление всех участников с условиями игры.
2. Попросите каждого самостоятельно проранжировать названные предметы с точки зрения их важности для выживания (поставить цифру 1 у самого важного предмета, цифру 2 — у второго по значению и т.д., цифра 15 будет соответствовать наименее полезному предмету).

На этом этапе упражнения дискуссии между участниками запрещены. Отметьте среднее индивидуальное время выполнения задания.

3. Разбейте группу на подгруппы примерно по 6 человек. Одного студента из каждой подгруппы попросите быть экспертом.

Предложите каждой подгруппе составить общее для группы ранжирование предметов по степени их важности (как они это делали по отдельности).

На этом этапе допускается дискуссия по поводу выработки решения.

Отметьте среднее время выполнения задания для каждой подгруппы.

4. Оцените результаты дискуссии в каждой подгруппе.

Для этого:

— выслушайте мнения экспертов о ходе дискуссии и о том, как принималось групповое решение, первоначальные версии, использование веских доводов, аргументов и т.д.;

— зачитайте «правильный» список ответов, предложенный экспертами ЮНЕСКО. Предложите сравнить «правильный» ответ, собственный результат и результат группы: для каждого предмета списка надо вычислить разность между номером, который присвоил ему индивидуально каждый студент, группа, и номером, присвоенным этому предмету экспертами. Сложите абсолютные значения этих разностей для всех предметов (если сумма больше 30, то участник или подгруппа «утонули»);

— сравните результаты группового и индивидуального решения; стал ли результат группового решения более правильным по сравнению с решениями отдельных людей?

УСЛОВИЯ ИГРЫ «ПОТЕРПЕВШИЕ КОРАБЛЕКРУШЕНИЕ»

Представьте себе, что вы дрейфуете на яхте в южной части Тихого океана. В результате пожара большая часть судна и ее груза уничтожена. Яхта медленно тонет. Ваше местонахождение неясно из-за поломки основных навигационных приборов, но примерно вы находитесь на расстоянии тысячи километров от берега.

На борту осталось 15 предметов, которые не повреждены пожаром. В дополнение к ним вы располагаете прочным надувным плотом с веслами, на котором может разместиться экипаж. Список сохранившихся предметов.

1. Сектант.
2. Зеркало для бритья.
3. Канистра с 25 литрами воды.
4. Противомоскитная сетка.
5. Одна коробка с армейским рационом.
6. Карты Тихого океана.
7. Надувная плавательная подушка.
8. Канистра с 10 литрами нефтегазовой смеси.
9. Маленький транзисторный радиоприемник.
10. Репеллент, отпугивающий акул.
11. Два квадратных метра непрозрачной пленки.
12. Один литр рома крепостью 80%.
13. 450 метров нейлонового каната.

14. Две коробки шоколада.
15. Рыболовная снасть.

ОТВЕТЫ ЭКСПЕРТОВ ЮНЕСКО

Основными вещами, необходимыми человеку, потерпевшему кораблекрушение в океане, являются предметы, служащие для привлечения внимания, помогающие выжить до прибытия спасателей. Навигационные средства имеют сравнительно небольшое значение: если даже маленький спасательный плот и в состоянии достичь земли, то нет достаточного количества воды и пищи для жизни в течение этого периода. Следовательно, самым важным для потерпевших являются зеркало для бритвы и канистра нефтегазовой смеси. Эти предметы могут быть использованы для сигнализации воздушным и морским спасателям. Вторыми по значению являются канистра с водой и коробка с армейским рационом.

Правильная ранжировка предметов

1. Зеркало для бритвы, необходимое для сигнализации воздушным и морским спасателям.
2. Канистра с нефтегазовой смесью. Ее можно поджечь, и она будет плыть по воде, привлекая внимание.
3. Канистра с водой для утоления жажды.
4. Коробка с армейским рационом.
5. Непрозрачная пленка для сбора дождевой воды и для защиты от непогоды.
6. Коробка шоколада как резервный запас пищи.
7. Рыболовная снасть. Оценивается ниже, чем шоколад, потому что нет уверенности, что удастся поймать рыбу.
8. Нейлоновый канат для связывания снаряжения, чтобы оно не упало за борт.
9. Плавательная подушка как спасательное средство на случай, если кто-то упадет за борт.
10. Репеллент, отпугивающий акул.
11. Ром, крепостью 80%. Его можно использовать в качестве антисептика.
12. Радиоприемник. Его ценность сомнительна, так как нет передатчика.
13. Карты Тихого океана. Они бесполезны без дополнительных навигационных приборов.
14. Противомоскитная сетка. Она не нужна — в океане нет комаров.
15. Сектант. Без таблиц и хронометра бесполезен.

Задание 7. Наблюдение в группе процессов, происходящих при обсуждении и принятии коллективного решения с помощью деловой игры «Путешествие на воздушном шаре».

Проигрывается ситуация, с которой сталкиваются менеджеры во время сокращения штатов.

Порядок проведения

1. Предложите участникам игры выбрать себе профессию: врач, инженер, учитель, художник и т.д. Одного студента попросите быть наблюдателем.

2. Участникам игры предлагается представить, что они — члены экипажа воздушного шара. Шар начинает падать, и остается совсем немного времени до того момента, когда он упадет в море. Чтобы этого не произошло, кто-то должен выпрыгнуть из корзины.
3. Группа принимает общее решение, кто прыгнет из корзины, исходя из того, кто будет менее полезен, если воздушный шар приземлится на необитаемом острове.
4. После дискуссии эксперт докладывает свои наблюдения о ее ходе: использование веских доводов, аргументов в защиту «своей» профессии, умение выслушивать друг друга, «авторитарные манеры» и т.д.

Задание 8. Изучение и анализ силы социального давления.

Наше социальное поведение формируется под влиянием ситуативных норм. Эти нормы часто выступают в роли неявных и неписаных законов, но, судя по тому, как люди реагируют на их нарушение, их влияние может быть очень сильным. Предлагаемое задание предназначено для того, чтобы помочь вам глубже осознать, какую власть над людьми имеют социальные требования. Вы совершите поступки, которые являются нарушением некоторых из этих норм, а затем проанализируете свои собственные реакции и реакции других людей.

Сначала выберите какую-нибудь неявную социальную норму (желательно, чтобы это не был явный закон или правило), касающуюся обычного повседневного поведения. Затем выберите поведенческий акт, который каким-либо образом нарушает эту норму или отклоняется от нее. Нарушением норм часто могут быть простые действия, которые не кажутся вызывающими и даже мало отличаются от общепринятых. Некоторые возможные варианты таких действий перечислены далее, однако вы и студенты вашей группы можете придумать много других примеров.

Внешний вид

Оденьтесь в совершенно нехарактерном для себя стиле: например, если вы обычно носите джинсы, то наденьте платье или костюм, или наденьте такую одежду, которая считается неуместной или неподходящей для определенной ситуации.

Межличностное поведение

Разговаривая с каким-нибудь человеком, стойте или слишком близко, или слишком далеко от него. Старайтесь держаться на выбранном вами расстоянии, даже если собеседник будет стараться отодвинуться или приблизиться.

Разговаривая с каким-нибудь человеком, старайтесь не смотреть ему прямо в глаза. Вместо этого смотрите на какую-нибудь конкретную точку, например на макушку собеседника, на его ухо, на землю под ногами и т.д.

Социальный этикет

Когда кто-нибудь спросит вас: «Как поживаете?» или «Как дела?», во всех подробностях расскажите о состоянии своего здоровья и имеющихся у вас медицинских симптомах, о своих эмоциональных переживаниях, о том, что вы делали в последнее время и т.п.

Попробуйте громко запеть, находясь вместе с другими людьми в лифте или в автобусе.

Какое бы поведение вы ни выбрали, вам нужно повторить его много раз в различных ситуациях. Лучше заниматься этим целый день. Тогда у вас появится много возможностей оценить реакции людей (в том числе и ваши собственные) и заметить любые интересные закономерности. Например, реакции могут зависеть от пола и возраста человека, места действия (в университете или за его пределами), характера ситуации и т.д.

Предупреждение. Ваша задача – вести себя так, чтобы не выполнить какую-нибудь неявную социальную норму; вы не должны нарушать законы или другие правила. Более того, в соответствии с этическими принципами психологического исследования вы не должны совершать никаких поступков, которые могли бы причинить вред другим людям или вам самим.

1. Какую неявную социальную норму вы пытались нарушить? Опишите свои действия и обстановку, в которой они происходили.
2. Как люди реагировали на нарушение этой конкретной нормы? Опишите их вербальные и невербальные реакции, а также все замеченные вами закономерности.
3. Как реагировали вы сами, когда нарушали какую-то норму? Опишите свои мысли и чувства и укажите, изменялись ли они со временем или в зависимости от ситуации.

Тема: СОЦИОМЕТРИЧЕСКИЙ МЕТОД ИССЛЕДОВАНИЯ ГРУППЫ

Термин «социометрия» означает измерение межличностных взаимоотношений в группе. Основоположителем социометрии является известный американский психиатр и социальный психолог Дж. Морено. Он не случайно так назвал этот метод. Совокупность межличностных отношений в группе составляет, по Дж. Морено, ту первичную социально-психологическую структуру, которая во многом определяет не только целостную характеристику группы, но и душевное состояние ее членов.

Социометрическая техника применяется для диагностики межличностных и межгрупповых отношений в целях их изменения, улучшения и совершенствования. С помощью социометрии можно изучать типологию социального поведения людей в условиях групповой деятельности, судить о психологической совместимости членов конкретных групп.

СОЦИОМЕТРИЧЕСКАЯ ПРОЦЕДУРА

Общая схема действий при социометрическом исследовании заключается в следующем. После постановки задач исследования и выбора объектов измерений формулируются основные гипотезы и положения, касающиеся возможных критериев опроса членов групп. Здесь не может быть полной анонимности, иначе социометрия окажется малоэффективной. Требование экспериментатора раскрыть свои симпатии и антипатии нередко вызывает внутренние затруднения у опрашиваемых и проявляется у некоторых людей в нежелании участвовать в опросе. Когда вопросы или критерии социометрии выбраны, они заносятся на специальную карточку или предлагаются в устном виде (по типу интервью). Каждый член группы обязан отвечать на них, выбирая тех или иных членов группы в зависимости от большей или меньшей склонности, предпочтительности их по сравнению с другими, симпатий или, наоборот, антипатий, доверия или недоверия и т.д.

Внедрение этого метода в исследования советских психологов связано с именами Е.С. Кузьмина, Я.Л. Коломинского, В.А. Ядова, И.П. Волкова и др.

Социометрическая техника применяется для диагностики межличностных и межгрупповых отношений в целях их изменения, улучшения и совершенствования. С помощью социометрии можно изучать типологию социального поведения людей в условиях групповой деятельности, судить о психологической совместимости членов конкретных групп.

Вместе с официальной или формальной структурой общения, отражающей рациональную, нормативную, обязательную сторону человеческих взаимоотношений, в любой социальной группе всегда имеется психологическая структура неофициального или неформального порядка, формирующаяся как система межличностных отношений, симпатий и антипатий. Особенности такой структуры во многом зависят от ценностной ориентации участников, их восприятия и понимания друг друга, взаимооценок и самооценок. Как правило, неформальных структур в группе возникает несколько (структуры взаимоподдержки, взаимовлияния, популярности, престижа, лидерства и др.). Неформальная структура зависит от формальной структуры группы в той степени, в которой индивиды подчиняют свое поведение целям и задачам совместной деятельности, правилам ролевого взаимодействия. С помощью социометрии можно оценить это влияние. Социометрические методы позволяют выразить внутригрупповые отношения в виде числовых величин и графиков и таким образом получить ценную информацию о состоянии группы.

Для социометрического исследования важно, чтобы любая структура неформального характера, хотим мы этого или нет, всегда в тех или иных отношениях проецировалась на формальную структуру, т.е. на систему деловых, официальных отношений, и тем самым влияла на сплоченность коллектива, его продуктивность. Эти положения проверены экспериментом и практикой.

Наиболее общей задачей социометрии является изучение неофициального структурного аспекта социальной группы и царящей в ней психологической атмосферы.

Социометрическая процедура может иметь целью:

- а) измерение степени сплоченности—разобщенности в группе;
- б) выявление «социометрических позиций», т.е. относительного авторитета членов группы по признакам симпатии — антипатии, где на крайних полюсах оказываются «лидер» группы и «отвергнутый»;
- в) обнаружение внутригрупповых подсистем, сплоченных образований, во главе которых могут быть свои неформальные лидеры.

Социометрическая карточка, или социометрическая анкета, составляется на заключительном этапе разработки программы. В ней член группы должен указать свое отношение к другим членам группы по выделенным критериям (например, с точки зрения совместной работы, участия в решении деловой задачи, проведения досуга и т.д.). Критерии определяются в зависимости от программы исследования: изучаются ли отношения в производственной группе, группе досуга, во временной или стабильной группе.

При опросе без ограничения выборов в социометрической карточке после каждого критерия должна быть выделена графа, размеры которой позволили бы давать достаточно полные ответы. При опросе с ограничением выборов справа от каждого критерия на карточке чертится столько вертикальных граф, сколько выборов мы предполагаем разрешить в данной группе.

Социометрическая карточка

№	Тип	Критерии	Выборы		
1	Учеба	Кого бы вы хотели выбрать своим старостой?			

2	Досуг	Кого бы вы хотели пригласить на встречу Нового года?			
---	-------	--	--	--	--

Когда социометрические карточки заполнены и собраны, начинается этап их математической обработки. Простейшими способами количественной обработки являются табличный, графический и индексологический.

СОЦИОМАТРИЦА

Вначале следует построить простейшую социоматрицу (см. далее «Пример социоматрицы»). Результаты выборов разносятся по матрице с помощью условных обозначений.

Анализируя социоматрицу по каждому критерию, можно получить наглядную картину взаимоотношений в группе. Могут быть построены суммарные социоматрицы, дающие картину выборов по нескольким критериям, а также социоматрицы по данным межгрупповых выборов.

Основное достоинство социоматрицы — возможность представить выборы в цифровом виде, что, в свою очередь, позволяет проранжировать членов группы по числу полученных и отданных выборов, установить порядок влияний в той или иной конкретной группе. На основе социоматрицы строится социограмма — карта социометрических выборов (социометрическая карта), производится расчет социометрических индексов.

Пример социоматрицы для группы, численностью N членов

№	Кто выбирает: фамилия испытуемого	i-члены: кого выбирают						Сделанные выборы		Всего
1	А-ов		+	+	-	-		2	2	4
2	В-ов	+	+	+	-					
3	Г-ев	+	-	-	-					
4	П-ов	+								
5	С-ов	+								
	Полученные $\Sigma(+)$	4	2	2	0					
	Полученные $\Sigma(-)$	0	1	0	3					
	Всего									

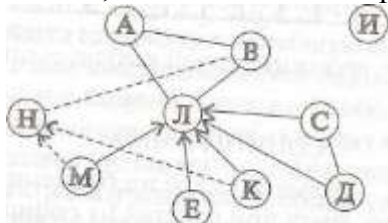
Примечание: + положительный выбор; — отрицательный выбор.

СОЦИОГРАММА

Социограмма — схематическое изображение реакции испытуемых друг на друга при ответах на социометрический критерий. Социограмма позволяет произвести сравнительный анализ структуры взаимоотношений в группе в пространстве на некоторой плоскости («щите») с помощью специальных знаков.

Социограммная техника является существенным дополнением в анализе социометрического материала, ибо она дает возможность более глубокого качественного описания и наглядного представления групповых явлений.

— Анализ социограммы начинается с отыскания центральных, наиболее влиятельных членов, затем взаимных пар и группировок.



Группировки составляются из взаимосвязанных лиц, стремящихся выбрать друг друга. Наиболее часто в социометрических измерениях встречаются положительные группировки из 2, 3 членов, реже из 4 и более членов.

Задание 1. Овладение умениями составления социометрических критериев.

Составьте перечень критериев для социометрии подростков (старших школьников, студентов).

1. Коммуникативный положительный.
2. Коммуникативный отрицательный.
3. Гностический положительный.
4. Гностический отрицательный.
5. Одинарный положительный.
6. Одинарный отрицательный.
7. Двойной положительный.
8. Двойной отрицательный.

Задание 2. Освоение процедур социометрии.

Выполните по предлагаемым данным социометрию группы (в том числе: социоматрицу, социограмму концентрическую, индексы статуса — для пяти человек, психологической взаимности группы). Сделайте выводы. Характеристика группы: всего 9 человек (из них юноши 1, 8, 6, 9).

- 1-й выбрал 2 и 8, отверг 4 и 6; 6-й выбрал 8, отверг 1 и 4;
 2-й выбрал 8 и 1, отверг 7 и 9; 7-й выбрал 2 и 8, отверг 1 и 6;
 3-й выбрал 8 и 9, отверг 1 и 4; 8-й выбрал 2 и 4, отверг 3;
 4-й выбрал 7 и 5, отверг 1 и 6; 9-й выбрал 5 и 8, отверг 7 и 6.
 5-й выбрал 4 и 8, отверг 3 и 6.

Задание 3. Формирование умений проводить социометрическое обследование.

Выполните социометрическое обследование школьного класса или студенческой группы.

Задание 4. Освоение процедур аутосоциометрии как вспомогательного средства диагностики межличностных отношений в группе.

Как известно, аутосоциометрический метод предусматривает субъективное определение самими испытуемыми взаимных отношений всех членов группы друг к другу и к себе лично. При этом обычно совершаются следующие действия:

- ранжирование других лиц в соответствии с представлениями об их внутригрупповых статусах;
- выражение мнений о наличии отношений симпатии и антипатии среди них;
- определение собственного положения в системе межличностных отношений в группе.

Рассмотрим особенности использования аутосоциометрии.

Построение аутосоциограмм. Подготовка к этой процедуре предполагает (как и традиционная социометрия) установление доверительных отношений испытуемых к психологу, готовность к участию в опросе, выполнение требований конфиденциальности, самостоятельности действий респондентов и общей ориентировки их в особенностях предстоящей работы.

Каждому участнику опроса выдается список всех членов группы под соответствующими порядковыми номерами, незаполненная мишеневая социограмма из четырех кругов, вписанных друг в друга, текст инструкции и образец условных обозначений.

Примерный текст инструкции. Используя свойственную вам психологическую наблюдательность, расположите всех членов группы на бланке согласно положению, которое они

занимают. Не бойтесь допустить неточности или ошибки, ведь речь идет именно о вашем мнении. Однако постарайтесь быть предельно объективными.

Номера, обозначающие товарищей, которым симпатизируют очень многие в группе, поместите в центральный круг; тех, кому симпатизируют многие, — во второй круг; тех, кому симпатизируют только некоторые, — в третий; тех, кто не пользуется особой симпатией, — в четвертый, наконец, тех, кто вызывает общую антипатию, оставьте за пределами кругов.

Не забудьте поставить и свой номер в соответствующей позиции. После этого соедините номера, обозначающие членов группы следующими линиями: прямая черта будет означать, что эти люди испытывают взаимную симпатию друг к другу; линия со стрелкой — симпатию без взаимности; пунктирная линия — взаимную антипатию; пунктирная линия со стрелкой — антипатию одного лица к другому. Обозначьте и свое отношение к людям, и их отношение к вам. Следует заметить, что возможен и вариант, когда респонденты руководствуются конкретными социометрическими критериями, а не определяют весьма обобщенные и расплывчатые отношения симпатии и антипатии.

Тема: ПРОБЛЕМА СООТНОШЕНИЯ ЛИЧНОСТИ И СОЦИУМА

Задание 1. Ознакомление с порядком применения и интерпретации методики «Внешнегрупповая референтометрия».

В современной психологии давно уже выделено как самостоятельное и важное понятие *референтной группы* — круга значимых других, мнения которых являются определяющими для личности и с которыми она — и в прямом контакте, и мысленно — соотносит свои

оценки, действия и поступки. Естественно, что определение референтного круга является весьма важным в плане сбора информации о значимых для человека отношениях.

В приведенной далее методике предлагается определить референтов. Для этого тестируемым предлагается 10 вопросов-ситуаций (1-А) и список людей, окружающих их (1-Б).

Нужно выбрать по каждому вопросу-ситуации не менее двух человек; при этом второе лицо должно быть из тех, которые значимы в меньшей степени, чем первое лицо.

1-А

1. С кем вы отправитесь в поездку (деловую командировку) в другой город?
2. У вас случилась неприятность. Кому вы расскажете?
3. Вы хотите отпраздновать свой день рождения. С кем вы его проведете?
4. Есть ли у вас человек, с которым вы стараетесь проводить больше времени?
5. Кто может указать вам на ваши недостатки, кого вы больше слушаете?
6. Вы встретили человека, который вам понравился. Кто может помочь правильно оценить его?
7. Вы хотите изменить свою жизнь. С кем вы посоветуетесь об этом?
8. Кто может быть для вас примером в жизни?
9. Кому вы хотели бы понравиться больше всего?
10. С кем вы больше всего откровенничаете?

1-Б

1. Родители (отец, мать).
2. Родственники (дедушка, бабушка, дядя, тетя).
3. Брат, сестра.
4. Взрослый знакомый.
5. Знакомый родителей.
6. Друзья.
7. Лучший друг (подруга).
8. Компания, приятели.
9. Знакомая девушка, знакомый юноша.
10. Товарищи по учебе, работе.
11. Товарищи по клубу, секции, студии и т.п.
12. Историческая личность.
13. Известный всем человек.
14. Человек, о котором ты знаешь от других.
15. Литературный персонаж.

После выбора следует попросить отложить список 1 -Б и по 5-балльной шкале (5, 4, 3, 2, 1) оценить каждое из выбранных лиц. Обработка полученных данных достаточно проста. Все упомянутые лица записываются в отдельный список без повторений, затем «оценки» лиц заносятся в список и суммируются для каждого из них. После сравнения два-три лица, имеющие наибольшее количество баллов, выписываются на отдельный листок в порядке уменьшения количества баллов. Эти люди и составляют референтную группу.

Определите референтный круг 3—5 лиц подросткового или юношеского возраста. Сформулируйте выводы по каждому испытуемому.

Задание 2. Ознакомление с особенностями применения модифицированной шкалы «симпатической дистанции» Д. Фелдса.

Помимо референтности существует еще один параметр, описывающий отношения человека с другими людьми, — так называемая «психологическая близость». Степень ее

различна для разных людей из привычного круга общения человека, и именно ее-то можно определить с помощью несколько модифицированной шкалы «симпатической дистанции» Д. Фелдса.

Предложите юношам и девушкам выписать в столбик людей, с которыми они привычно общаются в течение последних нескольких месяцев. После того как эта работа будет закончена, предоставьте им возможность оценить свою «психологическую близость» с этими людьми по шкале, которую для удобства лучше выписать на доске. Шкала эта содержит 11 степеней, выражающих ту или иную степень близости оцениваемого человека в порядке ее уменьшения.

1. Он мог бы быть моим лучшим другом.
2. Я не провожу различий между ним и близкими мне людьми.
3. Я мог бы открыть ему свою душу.
4. Я мог бы проводить с ним свое свободное время.
5. Я мог бы провести с ним отпуск.
6. Я мог бы пригласить его к себе в гости.
7. Я не стал бы обсуждать с ним важных проблем.
8. Я не доверил бы ему выполнение ответственных заданий.
9. Я уволился бы, если бы мне пришлось работать с ним.
10. Я не выпускал бы его в общество.
11. Я запретил бы ему иметь детей.

Определите «психологическую близость» с другими людьми из привычного круга общения 3—5 лиц юношеского возраста. Сформулируйте выводы по каждому испытуемому.

Задание 4. Формирование навыков работы с методикой «Q-сортировка».

Этот методический прием используется для изучения представлений о себе. Разработан В. Стефансоном и впервые опубликован в 1958 г.

Испытуемому предлагается набор карточек, содержащих утверждения или общительность, необщительность, принятие «борьбы» и избегание «борьбы». Тенденция к зависимости определяется как внутреннее стремление индивида к принятию групповых стандартов и ценностей: социальных и морально-этических. Тенденция к общительности свидетельствует о контактности, стремлении образовать эмоциональные связи как в своей группе, так и за ее пределами. Тенденция к «борьбе» — активное стремление личности участвовать в групповой жизни, добиваться более высокого статуса в системе межличностных взаимоотношений; в противоположность этой тенденции избегание «борьбы» показывает стремление уйти от взаимодействия, сохранить нейтралитет в групповых спорах и конфликтах, склонность к компромиссным решениям. Каждая из тенденций имеет внутреннюю и внешнюю характеристику, т.е. зависимость, общительность и «борьба» могут быть истинными, внутренне присущими личности, а могут быть внешними, своеобразной «маской», скрывающей истинное лицо человека. Если число положительных ответов в каждой сопряженной паре (зависимость—независимость, общительность—необщительность, принятие «борьбы» — избегание «борьбы») приближается к 20, то мы говорим об истинном преобладании той или иной устойчивой тенденции, присущей индивиду и проявляющейся не только в определенной группе, но и за ее пределами.

Исследование проводится следующим образом. Испытуемому предъявляется карточка утверждений и предлагается ответить «да», если оно соответствует его представлению о себе как члене конкретной группы, или «нет», если оно противоречит его представлению, и только в исключительных случаях разрешается ответить: «сомневаюсь», т.е. разложить на три группы ответов. Ответы испытуемого разносятся по соответствующим ключам и подсчитываются тенденции по каждой из сопряженных пар. Так как отрицание одного

качества является признанием полярного качества, количество ответов «да» складывается с количеством ответов «нет» противоположных тенденций.

В результате мы получаем суммарное количественное определение для каждой из перечисленных тенденций. Для сведения результатов в границы от +1 до —1 полученное число мы делим на 10. Предполагается, что ответ «да» имеет положительный знак, а ответ «нет» — отрицательный. Три-четыре ответа «сомневаюсь» по отдельным тенденциям расцениваются нами как признак нерешительности, уклончивости, астеничности, однако в других случаях это может свидетельствовать об известной избирательности в поведении, о тактической гибкости, стеничности. Эти качества можно верифицировать, анализируя их в совокупности с другими личностными особенностями.

Возможна и нулевая оценка, когда суммы ответов «да» и «нет» совпадают. Именно такое положение может явиться источником внутреннего конфликта личности, находящейся во власти имеющих одинаковую выраженность противоположных тенденций.

Определенный интерес представляет использование этой методики в качестве взаимооценки для сравнения представлений о самом себе с мнением каждого о каждом внутри группы.

ОПРОСНИК

1. Критичен к окружающим и товарищам.
2. Возникает тревога, когда в группе начинается конфликт.
3. Склонен следовать советам лидера.
4. Не склонен создавать слишком близкие отношения с товарищами.
5. Нравится дружелюбность в группе.
6. Склонен противоречить лидеру.
7. Испытывает симпатии к одному-двум членам группы.
8. Избегает встреч и собраний в группе.
9. Нравится похвала лидера.
10. Независим в суждениях и манере поведения.
11. Готов встать на чью-либо сторону в споре.
12. Склонен руководить товарищами.
13. Радуется общению с одним-двумя друзьями.
14. Внешне спокоен при проявлении враждебности со стороны членов группы.
15. Склонен поддерживать настроение своей группы.
16. Не придает значения личным качествам членов группы.
17. Склонен отвлекать группу от ее целей.
18. Испытывает удовлетворение в противопоставлении себя лидеру.
19. Хотел бы сблизиться с некоторыми членами группы.
20. Предпочитает оставаться нейтральным в споре.
21. Нравится, когда лидер активен и хорошо руководит.
22. Предпочитает хладнокровно обсуждать разногласия.
23. Недостаточно сдержан в выражении чувств.
24. Стремится сплотить вокруг себя единомышленников.
25. Недоволен слишком формальными отношениями.
26. Когда обвиняют — теряется и молчит.
27. Предпочитает соглашаться с основными направлениями.
28. Привязан к группе в целом больше, чем к определенным товарищам.
29. Склонен затягивать и обострять спор.
30. Стремится быть в центре внимания.
31. Хотел бы быть членом более узкой группировки.

32. Склонен к компромиссам.
33. Испытывает внутреннее беспокойство, когда лидер поступает вопреки его ожиданиям.
34. Болезненно относится к замечаниям товарищей.
35. Может быть коварным и вкрадчивым.
36. Склонен принять на себя руководство в группе.
37. Откровенен в группе.
38. Возникает нервное беспокойство во время группового разногласия.
39. Предпочитает, чтобы лидер брал на себя ответственность при планировании работ.
40. Не склонен отвечать на проявление дружелюбия.
41. Склонен сердиться на товарищей.
42. Пытается вести других против лидера.
43. Легко находит знакомства за пределами группы.
44. Старается избегать быть втянутым в спор.
45. Легко соглашается с предложениями других членов группы.
46. Оказывает сопротивление образованию группировок.
47. Насмешлив и ироничен, когда раздражен.
48. Возникает неприязнь к тем, кто пытается выделиться.
49. Предпочитает меньшую, но более интимную группу.
50. Пытается не показывать свои истинные чувства.
51. Становится на сторону лидера при групповых разногласиях.
52. Инициативен в установлении контактов в общении.
53. Избегает критиковать товарищей.
54. Предпочитает обращаться к лидеру чаще, чем к другим.
55. Не нравится, когда отношения в группе становятся слишком фамильярными.
56. Любит затевать споры.
57. Стремится удерживать свое высокое положение в группе.
58. Склонен вмешиваться в контакты товарищей, нарушать их.
59. Склонен к перепалкам, задиристый.
60. Склонен выражать недовольство лидером.

Ключ

<i>1. Зависимость</i>	3,9,15,21,27,33,39,45,51,54
<i>2. Независимость</i>	6,12,18,24,30,36,42,48,57,60
<i>3. Общительность</i>	5,7,13,19,25,31,37,Ю43,49,52
<i>4. Необщительность</i>	4,10,16,22,28,34,40,46,55,58
<i>5. Принятие «борьбы»</i>	1,11,17,23,29,35,41,47,56,59
<i>6. Избегание «борьбы»</i>	2,8,14,20,26,32,38,44,50,53

Изучите с помощью описанной методики представления 3-5 человек о себе. Сформулируйте выводы по каждому испытуемому.

Тема: СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ СВОЙСТВА ЛИЧНОСТИ

Задание 1. Изучение различий в восприятии мотиваций разными людьми.

Это задание позволяет сравнить оценки ваших товарищей-студентов по ряду пунктов с собственными оценками. Далее в таблице перечислены несколько возможных причин, по которым студенты выбрали для себя колледж. Оцените, насколько важную, с вашей точки зрения, роль сыграла каждая из этих причин при выборе колледжа, пользуясь следующей шкалой: 1 — совсем не важную; 2 — слабо важную; 3 — умеренно важную; 4 — достаточно важную; 5 — чрезвычайно важную. Оцените таким образом одного или двух человек.

Причины, по которым выбран колледж	А Важность причины (1-5)	Б Важность причины (1—5)
Желание родителей		
Стремление уехать из дома		
Хорошая научная репутация		
Хорошее местоположение		
Желание найти жениха или невесту		
Хорошая социальная обстановка		
Легкость поступления		

Опишите сравнительные результаты оценок двух человек.

Задание 2. Изучение различий в восприятии разными людьми городской окружающей среды.

С. Милграм предложил концепцию «психологических карт» для исследования восприятия человеком городской окружающей среды. Вы можете адаптировать этот метод для того, чтобы понять, как вы сами и другие люди воспринимают ваш университетский городок. Метод основан на изображении карты университетского городка. Главное, чтобы человек изобразил городок так, как он его видит, не стремясь к географической точности. Сначала нарисуйте карту университетского городка сами. Затем выберите двух знакомых, которые могут иметь различное отношение к городку (например, первокурсник и старшекурсник), и попросите их нарисовать свои карты городка. Не показывайте им другие карты, пока они не нарисуют свои собственные.

1. Есть ли какие-нибудь объекты или границы, которые нанесены на все три карты? Если есть, то какие?
 2. Представлены ли некоторые части городка на картах в преувеличенном виде или более подробно, чем другие его части? Если да, то как эти выделенные части карты отражают интересы и виды деятельности человека, нарисовавшего карту? Например, может быть, старшекурсник отметил на карте все библиотеки, а первокурсник нарисовал различные игровые площадки и спортивные сооружения?
 3. Какие объекты университетского городка не отражены на картах?
 4. Есть ли в картах какие-либо другие закономерности или искажения?
- Напишите письменный отчет по итогам этого задания, укажите с чем, на ваш взгляд, связано различие в восприятии людьми городской окружающей среды.

Задание 3. Формирование навыков работы с методиками изучения компетентности в общении на примере оценки уровня общительности (тест В. Ф. Ряховского).

Тест позволяет определить уровень коммуникабельности человека. Отвечать на вопросы следует, используя три варианта ответов — «да», «иногда» и «нет».

ОПРОСНИК

1. Вам предстоит ordinaria или деловая встреча. Выбивает ли вас ее ожидание из колеи?
2. Вызывает ли у вас смятение и неудовольствие поручение выступить с докладом, сообщением, информацией на каком-либо совещании, собрании или тому подобном мероприятии?
3. Не откладываете ли вы визит к врачу до последнего момента?
4. Вам предлагают выехать в командировку в город, где вы никогда не бывали. Приложите ли вы максимум усилий, чтобы избежать этой командировки?
5. Любите ли вы делиться своими переживаниями с кем бы то ни было?
6. Раздражаетесь ли вы, если незнакомый человек на улице обратится к вам с просьбой (показать дорогу, назвать время, ответить на какой-то вопрос)?
7. Верите ли вы, что существует проблема «отцов и детей» и что людям разных поколений трудно понимать друг друга?
8. Постесняетесь ли вы напомнить знакомому, что он забыл вам вернуть деньги, которые занял несколько месяцев назад?
9. В ресторане либо в столовой вам подали явно недоброкачественное блюдо. Промолчите ли вы, лишь рассерженно отодвинув тарелку?
 10. Оказавшись один на один с незнакомым человеком, вы не вступите с ним в беседу и будете тяготиться, если первым заговорит он. Так ли это?
 11. Вас приводит в ужас любая длинная очередь, где бы она ни была (в магазине, библиотеке, кассе кинотеатра). Предпочитаете ли вы отказаться от своего намерения или встанете в хвост и будете томиться в ожидании?
 12. Бойтесь ли вы участвовать в какой-либо комиссии по рассмотрению конфликтных ситуаций?
 13. У вас есть собственные сугубо индивидуальные критерии оценки произведений литературы, искусства, культуры, и никаких чужих мнений на этот счет вы не приемлете. Это так?
 14. Услышав где-либо в кулуарах высказывание явно ошибочной точки зрения по хорошо известному вам вопросу, предпочитаете ли вы промолчать и не вступать в разговор?
15. Вызывает ли у вас досаду чья-либо просьба помочь разобраться в том или ином служебном вопросе или учебной теме?
16. Охотнее ли вы излагаете свою точку зрения (мнение, оценку) в письменной форме, чем в устной?

Оценка ответов:

«да» — 2 очка, «иногда» — 1 очко, «нет» — 0 очков. Полученные очки суммируются и по классификатору определяется, к какой категории относится испытуемый.

КЛАССИФИКАТОР ТЕСТА

30—31 очко. Вы явно некоммуникабельны, и это ваша беда, так как больше всего страдаете от этого вы сами. Но и близким вам людям нелегко. На вас трудно положиться в деле, которое требует групповых усилий. Старайтесь быть общительнее, контролируйте себя.

25—29 очков. Вы замкнуты, неразговорчивы, предпочитаете одиночество, поэтому у вас мало друзей. Новая работа и необходимость новых контактов если и не ввергают вас в

панику, то надолго выводят из равновесия. Вы знаете эту особенность своего характера и бываете недовольны собой. Но не ограничивайтесь только таким недовольством — в вашей власти переломить эти особенности характера. Разве не бывает, что при какой-либо сильной увлеченности вы приобретаете вдруг полную коммуникабельность? Стоит только встряхнуться.

19—24 очка. Вы в известной степени общительны и в незнакомой обстановке чувствуете себя вполне уверенно. Новые проблемы вас не пугают. И все же с новыми людьми сходитесь с оглядкой, в спорах и диспутах участвуете неохотно. В ваших высказываниях порой слишком много сарказма без всякого на то основания. Эти недостатки исправимы.

14—18 очков. У вас нормальная коммуникабельность. Вы любознательны, охотно слушаете интересного собеседника, достаточно терпеливы в общении, отстаиваете свою точку зрения без вспыльчивости. Без непри-

ятных переживаний идете на встречу с новыми людьми. В то же время не любите шумных компаний; экстравагантные выходки и многословие вызывают у вас раздражение.

9—13 очков. Вы весьма общительны (порой, быть может, даже сверх меры). Любопытны, разговорчивы, любите высказаться по разным вопросам, что, бывает, вызывает раздражение окружающих. Охотно знакомитесь с новыми людьми. Любите быть в центре внимания, никому не отказываете в просьбах, хотя не всегда можете их выполнить. Вспыльчивы, но отходчивы. Вам недостает усидчивости, терпения и отваги при столкновении с серьезными проблемами.

4—8 очков. Вы, должно быть, «рубаха-парень». Общительность бьет из вас ключом. Вы всегда в курсе всех дел, вы любите принимать участие в дискуссиях, хотя серьезные темы могут вызвать у вас хандру. Вы охотно берете слово по любому вопросу, даже если имеете о нем поверхностное представление, всюду чувствуете себя в своей тарелке, беретесь за любое дело, хотя не всегда можете успешно довести его до конца. По этой самой причине руководители и коллеги относятся к вам с некоторой опаской и сомнениями. Задумайтесь над этими фактами.

3 очка и менее. Ваша коммуникабельность носит болезненный характер. Вы говорливы, многословны, вмешиваетесь в дела, которые не имеют к вам никакого отношения. Беретесь судить о проблемах, в которых совершенно не компетентны. Вольно или невольно вы часто бываете причиной разного рода конфликтов. Вы вспыльчивы, обидчивы, нередко бываете необъективны. Серьезная работа не для вас. Людям — и на работе, и дома, и вообще повсюду — трудно с вами. Воспитывайте в себе терпеливость и сдержанность, уважительно относитесь к людям, наконец, подумайте о своем здоровье — такой стиль жизни не проходит бесследно.

Задание. Проведите оценку уровня общительности 3—5 человек. Сформулируйте выводы по каждому испытуемому.

Задание 5. Формирование навыков работы с методиками изучения компетентности в общении на примере тестовой карты коммуникативной деятельности.

Чтобы оценить стиль общения человека с аудиторией, рекомендуем заполнить тестовую карту коммуникативной деятельности, разработанную на основе анкеты А.Н. Леонтьева. Для этого необходимо выступить в качестве экспертов четырем-пяти лицам, имеющим опыт общения с аудиторией. Каждый эксперт работает независимо, после чего определяется усредненная оценка. Оценка проводится по предлагаемой шкале, при обсуждении обоснуйте ее.

1. Доброжелательность	7654321	Недоброжелательность
2. Заинтересованность	7654321	Безразличие
3. Поощрение инициативы	7654321	Подавление инициативы
4. Открытость (свободное выражение чувств, отсутствие «маски»)	7654321	Закрытость (стремление держаться за социальную роль, боязнь своих недостатков, тревога за престиж)
5. Активность (все время в общении, держит слушателей «в тонусе»)	7654321	Пассивность (не управляет процессом общения, пускает его на самотек)
6. Гибкость (легко схватывает и разрешает возникающие проблемы, конфликты)	7654321	Жесткость (не замечает изменений в настроении аудитории)
7. Дифференцированность (индивидуальный подход) в общении	7654321	Отсутствие дифференцированное в общении (нет индивидуального подхода)

Если усредненная оценка экспертов колеблется в пределах от **45—49 баллов**, то коммуникативная деятельность очень напряженная и близкая к модели активного взаимодействия. Оратор достиг вершин своего мастерства, свободно владеет аудиторией. Как дирижер прекрасно распределяет свое внимание, все средства общения органично вплетены во взаимодействие с обучаемыми. Непосвященному может показаться, что собралась компания давно знающих друг друга людей для обсуждения последних событий. Однако при этом все заняты общим делом, а занятия достигают поставленной цели.

35—44 балла — высокая оценка. Дружеская, непринужденная атмосфера царит в аудитории. Все участники занятия заинтересованно наблюдают за ведущим или обсуждают поставленный вопрос. Активно высказываются мнения, предлагаются варианты решения проблемы. Стихийность отсутствует.

Ведущий корректно направляет ход беседы, не забывая отдать должное юмору и остроумию собравшихся. Всякое удачное предложение тут же подхватывается и поощряется умеренной похвалой. Занятие проходит продуктивно в активном взаимодействии сторон.

20—34 балла характеризуют ведущего как вполне удовлетворительно овладевшего приемами общения. Его коммуникативная деятельность довольно свободна по форме, он легко входит в контакт с аудиторией, но не все оказываются в поле его внимания. В импровизированных дискуссиях он опирается на наиболее активную часть собравшихся, остальные же выступают большей частью в роли наблюдателей. Занятие проходит оживленно, но не всегда достигает поставленной цели. Содержание занятия может произвольно приноситься в жертву форме общения. Здесь возможны проявления элементов моделей дифференцированного внимания и негибкого реагирования.

11—19 баллов — низкая оценка коммуникативной деятельности человека в аудитории. Имеет место односторонняя направленность воздействия. Незримые барьеры общения препятствуют живым контактам сторон. Аудитория пассивна, инициатива подавляется доминирующим положением ведущего. Его стиль уподобляется авторитарной или неконтактной моделям общения.

При очень низких оценках (**7—10 баллов**) всякое взаимодействие с аудиторией отсутствует. Общение развивается по моделям дикторского или гипорефлексивного

стиля. Оно обезличено, по психологическому содержанию анонимно и практически ничем не отличается от массовой публичной лекции. Все функции ограничиваются лишь информационной стороной.

Эффективному взаимодействию общающихся могут препятствовать самые разные факторы, известные как барьеры общения — расстояние, отсутствие видимости и слышимости.

Задание 6. Формирование навыков работы с методиками изучения компетентности в общении на примере теста на оценку самоконтроля в общении.

Тест разработан американским психологом М. Снайдером.

Внимательно прочтите десять предложений, описывающих реакции на некоторые ситуации. Каждое из них вы должны оценить как верное или неверное применительно к себе. Если предложение кажется вам верным или преимущественно верным, поставьте рядом с порядковым номером букву «В», если неверным или преимущественно неверным — букву «Н».

1. Мне кажется трудным искусство подражать привычкам других людей.
2. Я бы, пожалуй, мог свалить дурака, чтобы привлечь внимание или позабавить окружающих.
3. Из меня мог бы выйти неплохой актер.
4. Другим людям иногда кажется, что я переживаю что-то более глубоко, чем это есть на самом деле.
5. В компании я редко оказываюсь в центре внимания.
6. В разных ситуациях и в общении с разными людьми я часто веду себя совершенно по-разному.
7. Я могу отстаивать только то, в чем искренне убежден.
8. Чтобы преуспеть в делах и в отношениях с людьми, я стараюсь быть таким, каким меня ожидают видеть.
9. Я могу быть дружелюбным с людьми, которых я не выношу.
10. Я не всегда такой, каким кажусь.

Люди с высоким коммуникативным контролем, по Снайдеру, постоянно следят за собой, хорошо знают, где и как себя вести, управляют своими эмоциями. Вместе с тем у них затруднена спонтанность самовыражения, они не любят непрогнозируемых ситуаций. Их позиция: «Я такой, какой я есть в данный момент». Люди с низким коммуникативным контролем более непосредственны и открыты, у них более устойчивое «Я», мало подверженное изменениям в различных ситуациях.

Подсчет результатов

По одному баллу начисляется за ответ «Н» на 1-й, 5-й и 7-й вопросы и за ответ «В» на все остальные. Подсчитайте сумму баллов.

0—3 балла — у вас низкий коммуникативный контроль. Ваше поведение устойчиво, и вы не считаете нужным изменяться в зависимости от ситуаций. Вы способны к искреннему самораскрытию в общении. Некоторые считают вас «неудобным» в общении по причине вашей прямолинейности.

4—6 баллов — у вас средний коммуникативный контроль, вы искренни, но не сдержанны в своих эмоциональных проявлениях, подстраиваете свое поведение под окружающих людей.

7—10 баллов — у вас высокий коммуникативный контроль. Вы легко входите в любую роль, гибко реагируете на изменение ситуации и даже в состоянии предвидеть впечатление, которое производите на окружающих.

Задание. Проведите оценку коммуникативного контроля 3—5 человек. Сформулируйте выводы по каждому испытуемому.

Тема: МЕЖЛИЧНОСТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ

Задание 1. Изучение зависимости стиля коммуникации от пола говорящего и/или пола слушателя.

Студенты наблюдают за разговорами пар испытуемых одного или разного пола и записывают характерные особенности речи наблюдаемых партнеров. Собранные студентами данные обсуждаются в группе. Участники оценивают зависимость стиля коммуникации от трех независимых переменных: пола говорящего (можно ли считать, что мужчины и женщины по-разному разговаривают с людьми?), пола адресата (можно ли считать, что люди по-разному разговаривают с мужчинами и с женщинами?) и полового состава пары (можно ли считать, что люди говорят с собеседником своего пола не так, как с собеседником противоположного пола?).

Перед сбором информации студентам надо принять определенные решения о том, за кем и где они будут наблюдать, в какой обстановке. Место, где проводятся наблюдения, должно быть общественным и легко доступным (так, чтобы можно было услышать разговоры, не вторгаясь в частную жизнь говорящих), привлекать много пар людей (одного пола и разного пола), и это должно быть место, где люди обычно много разговаривают (избегайте залов для занятий и библиотек). Можно выбрать многолюдные кафе и комнаты отдыха в общежитиях. Выберите для наблюдения людей примерно одинакового возраста, имеющих одинаковый статус. Вам надо также решить, в течение какого времени вы будете наблюдать за каждой парой (например, одну минуту, три минуты).

Какие конкретные коммуникационные характеристики вы выберете в качестве зависимых переменных? Внесите названия переменных и форму оценки каждой из них в бланки для результатов наблюдений. Желательно, чтобы вы провели наблюдения минимум за тремя парами: женщина—женщина, мужчина—мужчина и мужчина—женщина. Запишите оценки на бланках и принесите заполненные бланки на занятия, чтобы можно было объединить результаты и провести их статистический анализ.

Коммуникационные переменные

1. Время разговора.

Как часто говорит данный собеседник. Как долго он говорит каждый раз (для измерения этого времени нужен секундомер).

2. Прерывание собеседника.

Завершение фразы за собеседника. Преждевременные ответы (человек начинает говорить до того, как его собеседник закончил). Неуместные замечания или смена темы.

3. Смена темы.

Введение новой темы. Развитие новой темы, предложенной собеседником.

4. *Вопросы (иногда на них указывает только интонация).*

С целью критики. С целью получения информации или помощи. С целью выразить сомнение.

5. *Просьбы.*

Императивные («Принеси кофе»). Вежливые («Будь добр, принеси кофе»). Обычные обращения, связанные с желанием что-либо получить («А еще кофе не осталось?»). Намеки («Я бы выпил немного кофе»). Обоснования, поддерживающие просьбы.

6. *Проявления уступчивости.*

Согласие, игнорирование или отказ в ответ на просьбу. Согласие с мнениями, несогласие или компромисс.

7. *Интенсификаторы* (слова, увеличивающие силу утверждения: «очень», «определенно», «несомненно» и др.).

8. *Проявления уклончивости* (слова, уменьшающие силу утверждения: «вроде бы», «похоже, что», «немножко», «как бы», «я предполагаю», «я догадываюсь»...).

9. *Вопросы, следующие за утверждением.* «Так и надо делать, не правда ли?»...

Наблюдение стиля коммуникации

Пара 1:

А: Ж-Ж

Б:М-Ж

В:М-М

Коммуникационные переменные	А	Б	В
1			
2			

Задание 2. Изучение чувства ревности как тени любви.

Человек испытывает ревность, когда поставлены под угрозу дорогие для него романтические отношения. Ревность является защитной реакцией человека на воспринимаемую им угрозу, поэтому она отличается от зависти: завидуя, человек желает того, чего у него нет (а ревнуя, он защищает то, что имеет). Поскольку ревность – это реакция, возникающая, когда поставлены под угрозу дорогие романтические отношения, то она отличается от реакций, возникающих в ответ на угрозу для других ценных людьми отношений.

Как вы думаете, кто чаще испытывает ревность – мужчины или женщины? Люди, состоящие в долговременных отношениях, или люди, состоящие в кратковременных отношениях? Молодые люди или старые? Это задание даст вам возможность проверить вашу гипотезу, какова бы она ни была.

Как вы думаете, кто чаще испытывает ревность – мужчины или женщины? Люди, состоящие в долговременных отношениях, или люди, состоящие в кратковременных отношениях? Молодые люди или старые? Это задание даст вам возможность проверить вашу гипотезу, какова бы она ни была.

Сначала решите всей группой, какая выборка вас интересует (например, мужчины по сравнению с женщинами; люди, прожившие со своим партнером более двадцати лет, по сравнению с людьми, которые провели вместе менее года). Затем каждый студент должен будет найти мужчину и женщину, объяснить, что его группа выполняет проект на тему о ревности, и спросить, хотят ли они помочь, ответив на вопросы. Тем, кто проявит интерес

к проекту, надо вручить экземпляр опросника «Реакция на ревность». После того как они закончат отвечать на вопросы, спросите их, интересуют ли их результаты, которые будут получены после анализа ответов. (Если они проявят интерес, обязательно в дальнейшем передайте им отчет о выполнении задания.) Чтобы проверить вашу гипотезу, сравните средние результаты, полученные на двух выборках, а затем проведите t-тест, чтобы выяснить, имеют ли полученные различия статистическую значимость. Кроме общих различий вы можете сравнить средние значения показателей физиологических и эмоциональных реакций.

Если вам захочется выполнить не групповой проект, а индивидуальное задание на эту тему, то для получения относительно надежных выводов и обобщений вам будет необходимо проинтервьюировать как минимум 30 человек, по 15 в каждой группе.

ОПРОСНИК: РЕАКЦИИ НА РЕВНОСТЬ

Постарайтесь вспомнить ситуацию, в которой вы испытали самую сильную ревность. Насколько сильно у вас были выражены названные физиологические и эмоциональные реакции? (Пользуйтесь, пожалуйста, одной и той же шкалой для оценки всех реакций.)

1	2	3	4	5	6	7
полное			умеренное			высокая
отсутствие			степень			интенсивность

Физиологические реакции.

Жар _____
 Холод _____
 Головокружение _____
 Головная боль _____
 Обморок или потеря сознания _____
 Прилив крови к голове _____
 Нервный срыв _____
 Возбуждение и прилив энергии _____
 Сексуальное возбуждение _____
 Физическая слабость _____
 Потеря аппетита _____
 Нервная дрожь _____
 Тошнота _____
 Дрожь в руках или потные ладони _____
 Сосание под ложечкой _____
 Желудочные колики _____
 Учащение сердцебиения _____
 Одышка _____
 Кошмарные сны _____
 Бессоница _____

Эмоциональные реакции

Ярость _____ -
 Чувство своей неполноценности _____
 Тревога _____

Унижение _____
 Фрустрация _____
 Депрессия _____
 Жалость к себе _____
 Боязнь потери _____
 Чувство вины _____
 Смушение _____
 Зависть _____
 Горе _____
 Боль _____
 Гнев _____
 Беспомощность _____
 Чувство собственника _____
 Чувство незащищенности _____
 Упреки в адрес другого человека _____
 Возбуждение _____
 Обида _____
 Чувство безнадежности _____
 Ощущение, что попал в ловушку _____
 Уверенность в своей правоте _____
 Раздражение и досада _____
 Снижение самооценки _____
 Чувство отверженности _____

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО НАПИСАНИЮ РЕФЕРАТИВНЫХ РАБОТ

Реферат по социальной психологии является одним из видов самостоятельной работы студентов педагогических вузов по изучению психологии. Данный вид работы способствует повышению качества усвоения программного материала, углубленному пониманию наиболее сложных вопросов курса, расширению круга рассматриваемых проблем, овладению научными методами анализа социально-психологических и психолого-педагогических проблем.

Работая с литературными источниками, не следует ограничиваться простым пересказом содержания прочитанного. Необходимо выделить наиболее важные теоретические положения и обосновать их, раскрыть особенности различных точек зрения на один и тот же вопрос, оценить практическое и теоретическое значение результатов реферируемой работы, а также выразить собственное отношение к идеям и выводам автора, подкрепив его определенными аргументами (личным опытом, высказываниями других исследователей и пр.).

Реферируемый источник, списки использованной литературы, а также все ссылки на литературные работы должны быть оформлены по алфавиту с указанием фамилии и инициалов автора, название источника, места и года издания; для журнальных статей необходимо указать фамилию и инициалы автора, название статьи, журнала, год издания и номер.

*Реферат по управленческой психологии
 студента ... курса (фамилия, имя, отчество) факультета, группы
 Тема: ".....".*

год выполнения.

ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

1. Поведение в конфликте и индивидуально-типологические особенности.
2. Несовпадение представлений о взаимных потребностях супругов как основа семейных конфликтов.
3. Основные способы предупреждения и разрешения конфликтов в деятельности педагогов.
4. Методы исследования конфликтов и управление ими.
5. Представленность внутриличностного конфликта у выпускников вуза.
6. Формы проявления и способы разрешения внутриличностных конфликтов студентов в период обучения.
7. Влияние активных методов обучения на развитие коммуникативной компетентности.
8. Влияние психологической совместимости членов группы на социально-психологический климат группы.
9. Гендерный аспект ценностных ориентаций персонала
10. Демографический аспект в представленности ценностных ориентаций личности управленца.
11. Социально-психологический климат коллектива и его обусловленность деятельностью руководителя.
12. Трансформация гендерных ценностей личности в сфере образования.
13. Специфика гендерных ценностей в социальных группах (профессиональные, возрастные, этнические)
14. Профессиональные деформации личности в системе «человек-человек»
15. Социально-психологическая профессиональная адаптация педагогов.
16. Исследование коммуникативных качеств современных руководителей.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ КУРСА «УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ»

I. Введение. Социально-психологические феномены и их механизмы

Психология управления (организационная психология) – отрасль социальной психологии, уделяющая главное внимание анализу проблем, связанных с воздействием на группы, общество в целом или отдельные его звенья с целью их упорядочения, сохранения качественной специфики, совершенствования и развития.

Отрасли социальной психологии:

Этническая психология – отрасль социальной психологии, которая изучает психологические особенности людей как представителей различных этнических общностей.

Психология религии – это отрасль социальной психологии, изучающая психологию людей, вовлеченных в различные религиозные общности, а также их религиозную деятельность.

Политическая психология – отрасль социальной психологии, исследующая различные стороны психологических явлений и процессов, относящихся к сфере политической жизни общества и политической деятельности людей.

Психология социального воздействия – слабо пока развитая отрасль социальной психологии, занимающаяся изучением особенностей, закономерностей и методов влияния на людей и группы в различных условиях их жизни и деятельности.

Психология общения раскрывает своеобразие процессов развития отношений и обмена информацией между людьми и социальными группами.

Психология семьи (семейных отношений) ставит перед собой задачи всестороннего изучения специфики отношений между членами начальной ячейки человеческого общества.

Социальная психология личности – отрасль социальной психологии, исследующая человека, включенного в различные общественные и межличностные отношения.

Психология масс — отрасль социальной психологии, изучающая особенности поведения людей в толпе, в условиях паники и страха, психологические особенности функционирования слухов и мифов, массовых коммуникационных процессов, рекламы и др.

Психология конфликтных отношений (конфликтология) – бурно развивающаяся отрасль социальной психологии, нацеленная на доскональное исследование психологической специфики и содержания различных конфликтов и выявление наиболее эффективных путей их разрешения.

Психологические отношения – субъективные связи, возникающие в результате фактического взаимодействия людей и сопровождаемые различными эмоциональными и другими переживаниями индивидов, в них участвующих.

Общественное (массовое) сознание – это результат материальной, духовной и психологической жизни общества, его материального, социального и исторического развития. По своему содержанию оно есть не что иное, как отражение в головах множества людей состояния их жизнедеятельности, общественных и психологических отношений как в историческом, так и конкретно-ситуативном плане.

Идеология – компонент общественного сознания, теоретическое, системно-научное осознание (отражение) людьми действительности через призму их социальных интересов.

Общественная психология – представляет собой нижний уровень общественного сознания, связанный с непосредственным отражением людьми их социального бытия. Она является более динамичной формой отражения в сознании людей воздействий окружающего мира. Психика непосредственно отражает конкретные факты, события, явления общественной жизни, в то время как идеология формирует устойчивое отношение к ним, реальное поведение людей в связи с этими конкретными ситуациями. Психология изменяется вслед за динамикой трансформации факторов общественного бытия, непосредственно детерминирующих ее. Идеология же устойчива в той степени, в какой устойчивы коренные интересы человека и групп людей, она более консервативна. Задача общественной психологии – отражать бытие, а идеологии – систематизировать результаты этого отражения.

Подражание – это социально-психологический процесс следования личности или группы какому-либо эталону, образцу, проявляющийся в принятии, заимствовании и воспроизведении внешних (поведенческих) или внутренних (психологических) особенностей других людей. В социальной психологии его обычно рассматривают в двух планах:

- 1) как подражание какому-то конкретному человеку;
 - 2) как подражание нормам, выработанным группой;
- и трех формах:

- а) *копирования* – осуществления того же, что делает и другой человек;
- б) *конгруэнции* – осуществления согласованных действий людей и групп;
- в) *референтности* – когда человек копирует или конгруэнтен людям (группе), не присутствующим при данном контакте.

Заражение – социально-психологический механизм передачи эмоционального состояния от одного человека или группы к другим в условиях непосредственного контакта, отражающий их подверженность определенным состояниям и психологическому воздействию (влиянию) со стороны других людей. В отличие от подражания в содержательной стороне заражения доминирует бессознательная, невольная (психофизиологическая) предрасположенность человека или группы к переживанию определенного настроения и доведения накала слабо контролируемых чувств до достаточно высокого уровня.

Идентификация – это социально-психологический механизм познания личностью или группой других людей в ходе непосредственных или опосредованных контактов с ними, при котором осуществляется сравнение или сопоставление внутренних состояний или положения партнеров, а также образцов для подражания со своими психологическими и другими характеристиками. Идентификация представляет собой процесс эмоционального и иного самоотождествления человека с другим человеком, группой, образцом. Это механизм социализации личности, осуществляющий «присвоение» индивидом своей человеческой сущности. Идентификация может классифицироваться в соответствии с тем, кто и что является точкой отсчета: личность воспринимающего и оценивающего или личность другого человека. В первом случае собственные личностные качества отождествляются с качествами другого человека. При этом субъективное (в представлении) сближение качеств и оценок осуществляется через приписывание другому своих личностных особенностей. Во втором случае отождествление идет также через сравнение другой личности со своей, но сближение качеств и оценок в представлении осуществляется благодаря приписыванию себе личностных особенностей другого.

Внушение – это влияние на других людей, которое они воспринимают неосознанно.

Конформность – в отличие от внушения представляет собой явление сознательного изменения мнений, оценок, которая ситуативно и сознательно позволяет поддерживать и согласовывать представления (нормы) по поводу происходящих событий в жизни и деятельности людей.

Убеждение – это процесс длительного воздействия на другого человека, в ходе которого он сознательно усваивает нормы и правила поведения партнеров по взаимодействию.

Психология взаимодействия и взаимоотношений людей

Взаимодействие – это процесс непосредственного или опосредованного воздействия объектов (субъектов) друг на друга, порождающий их взаимную обусловленность и связь. Под взаимодействием в отечественной социальной психологии, кроме того, обычно понимается не только влияние людей друг на друга, но и непосредственная организация их совместных действий, позволяющая группе реализовать общую для ее членов деятельность.

Межличностное взаимодействие – это случайные или преднамеренные, частные или публичные, длительные или кратковременные, вербальные или невербальные контакты и

связи двух и более человек, вызывающие взаимные изменения их поведения, деятельности, отношений и установок.

Обратная связь между людьми – процесс взаимонаправленных ответных действий, который служит поддержанию последующего взаимодействия и в ходе которого осуществляется также намеренное или ненамеренное сообщение другому лицу того, как его поведение и действия (или их последствия) восприняты или пережиты.

Совместимость-несовместимость людей:

Психофизиологическая совместимость – основывается на взаимодействии особенностей темперамента, потребностей индивидов.

Психологическая совместимость – взаимодействие характеров, интеллектов, мотивов поведения.

Социально-психологическая совместимость предусматривает согласование социальных ролей, интересов, ценностных ориентации участников.

Социально-идеологическая совместимость основана на общности идеологических ценностей, на сходстве социальных установок (по интенсивности и направленности) относительно возможных фактов действительности, связанных с реализацией этнических, классовых и профессиональных интересов.

Социальные мотивы взаимодействия (мотивы, по которым человек вступает во взаимодействие с другими людьми):

- 1) максимизации общего выигрыша (кооперация);
- 2) максимизации собственного выигрыша (индивидуализм);
- 3) максимизации относительного выигрыша (конкуренция);
- 4) максимизации выигрыша другого (альтруизм);
- 5) минимизации выигрыша другого (агрессия);
- 6) минимизации различий в выигрышах (равенство).

Стратегии поведения во взаимодействии:

1. *Сотрудничество*, направленное на полное удовлетворение участниками взаимодействия своих потребностей (реализуется мотив либо кооперации либо конкуренции).
2. *Противодействие*, предполагающее ориентацию на свои цели без учета целей партнеров по общению (индивидуализм).
3. *Компромисс*, реализующийся в частном достижении целей партнеров ради условного равенства.
4. *Уступчивость*, предполагающая принесение в жертву собственных интересов ради достижения целей партнера (альтруизм).
5. *Избегание*, которое представляет собой уход от контакта, потерю собственных целей для исключения выигрыша другого.

Скрытое взаимодействие включает в себя одновременно два уровня: явный, выраженный словесно, и скрытый, подразумеваемый. Оно предполагает либо глубокое знание партнера, либо большую чувствительность к невербальным средствам общения – тону голоса, интонации, мимике и жестам, поскольку именно они передают скрытое содержание.

Отношения человека представляют собой целостную систему индивидуальных, избирательных, сознательных связей личности с различными сторонами объективной действительности.

Субъект-объектные (однаправленные) *отношения* – это все отношения личности к действительности и к другим людям, исключая отношения между ними и самоотношение.

Субъект – субъектные (взаимонаправленные) *отношения* включают в себя не только отношения человека к другому человеку, но и отношение к самому себе под влиянием социального окружения, т.е. самоотношение.

Межличностные отношения (взаимоотношения) людей – это субъективные связи, возникающие в результате их фактического взаимодействия и сопровождаемые уже различными эмоциональными и другими переживаниями (симпатиями и антипатиями) индивидов, в них участвующих. Они формируются не только в процессе прямого взаимодействия и совместной деятельности людей, влияя на их ход и результаты, но и через личностное отношение к труду, другим индивидам, самому себе. Выделяют:

- *дистанцию между партнерами* или степень их психологической близости (близкую, далекую);
- *оценку отношений* (позитивную, негативную, противоречивую, безразличную);
- *позицию партнеров* (доминирование, зависимость, равенство);
- *степень знакомства*.

Эмоционально-исповедные дружеские отношения строятся при условии взаимной симпатии, эмоциональной привязанности и доверчивости. Они характеризуются:

- высокой доверительностью между партнерами, взаимораскрытием внутреннего мира (доверие тайн, мечтаний, интимных переживаний, скрываемых черт личности, фактов биографии);
- снятием социальной внешней маски поведения (возможность быть самим собой);
- понижением самоконтроля и раскованностью в контакте («когда не боишься, что тебя не так поймут, неверно оценят твой поступок»);
- преобладанием положительного оценочного отношения партнеров (отсутствие осуждения, насмешки, неприятия).

Инструментальная дружба основана на взаимной помощи в тех или иных жизненных обстоятельствах. Эти отношения близки к товарищеским, но отличаются от них тем, что цели дружеских инструментальных отношений могут не выходить за пределы личной выгоды каждого из партнеров.

Вражда – предполагает негативные эмоциональные установки по отношению к партнеру: ненависть, антипатию, неприятие. Отношения вражды проявляются в отсутствии доверия, скупости в контактах и передаче информации партнеру: нарушение его планов, препятствие в деятельности, намеренное занижение его самооценки, статуса, намеренная дезориентация сознания и самосознания партнера. В целом отношения вражды проявляются во всевозможных попытках дестабилизации, разрушения, нивелировки личности партнера и его жизнедеятельности.

Психология общения людей

Общение – процесс взаимодействия человека с человеком, осуществляемый с помощью средств речевого и неречевого воздействия и преследующий цель достижения изменений в познавательной, мотивационной, эмоциональной и поведенческой сферах участвующих в общении лиц. В ходе общения его участники обмениваются не только своими физическими

действиями или продуктами, результатами труда, но и мыслями, намерениями, идеями, переживаниями и т.д.

Стороны общения:

Межличностная сторона общения отражает взаимодействие человека с непосредственным окружением: с другими людьми и теми общностями, с которыми он связан своей жизнью.

Когнитивная сторона общения отвечает на вопросы о том, кто собеседник, что он за человек, чего от него можно ожидать, и многие другие, связанные с личностью партнера. Она охватывает не только познание другого человека, но и самопознание. В результате в процессе общения формируются образы-представления о себе и партнерах, которые регулируют этот процесс.

Коммуникативно-информационная сторона общения представляет собой обмен между людьми различными представлениями, идеями, интересами, настроениями, чувствами, установками и т.п.

Эмотивная сторона общения связана с функционированием эмоций и чувств, настроения в личных контактах партнеров. Они проявляются в выразительных движениях субъектов общения, их действиях, поступках, поведении. Через них проступают взаимные отношения, которые становятся своеобразным социально-психологическим фоном взаимодействия, предопределяя больший или меньший успех совместной деятельности.

Поведенческая сторона общения служит целям согласования внутренних и внешних противоречий в позициях партнеров. Она обеспечивает управляющее воздействие на личность во всех процессах жизнедеятельности, раскрывает стремление человека к тем или иным ценностям, выражает побудительные силы человека, регулирует взаимоотношения партнеров в совместной деятельности.

Психологическая структура общения:

Мотивационно-целевой компонент представляет собой систему мотивов и целей общения. Мотивами общения членов могут быть: а) потребности, интересы одного человека, проявляющего инициативу в общении; б) потребности и интересы обоих партнеров общения, побуждающие их включиться в общение; в) потребности, вытекающие из совместно решаемых задач. Основными целями общения могут быть: получение или передача полезной информации, активизация партнеров, снятие напряженности и управление совместными действиями, оказание помощи и влияние на других людей. Цели участников общения могут совпадать или противоречить, исключать друг друга. От этого зависит и характер общения.

Коммуникативный компонент общения в узком смысле слова представляет собой обмен информацией между общающимися индивидами.

Интерактивный компонент общения состоит в обмене не только знаниями, идеями, но и влияниями, взаимными побуждениями, действиями. Взаимодействие может выступать в виде кооперации или конкуренции, согласия или конфликта, приспособления или оппозиции, ассоциации или диссоциации.

Перцептивный компонент общения проявляется в восприятии друг друга партнерами по общению, взаимном изучении и оценке ими друг друга. Это связано с восприятием внешнего облика, поступков, действий человека и их истолкованием. Взаимная социальная перцепция при общении очень субъективна, что проявляется и в не всегда правильном понимании целей партнера по общению, его мотивов, отношений, установок на взаимодействие и др.

Функции общения:

- 1) *прагматическая функция общения* отражает его потребностно-мотивационные причины и реализуется при взаимодействии людей в процессе совместной деятельности. При этом само общение очень часто выступает самой важной потребностью;
- 2) функция формирования и развития отражает способность общения оказывать воздействие на партнеров, развивая и совершенствуя их во всех отношениях;
- 3) функция подтверждения дает людям возможность познать, утвердить и подтвердить себя;
- 4) функция объединения-разъединения людей, с одной стороны, посредством установления между ними контактов способствует передаче друг другу необходимых сведений и настраивает их на реализацию общих целей, намерений, задач, соединяя их тем самым в единое целое, а с другой стороны, она может способствовать дифференциации и изоляции личностей в результате общения;
- 5) функция организации и поддержания межличностных отношений служит интересам налаживания и сохранения достаточно устойчивых и продуктивных связей, контактов и взаимоотношений людей в интересах их совместной деятельности;
- 6) *внутриличностная функция общения* реализуется в общении человека с самим собой (через внутреннюю или внешнюю речь, построенную по типу диалога). Такое общение может рассматриваться как универсальная форма мышления человека.

Средства общения:

вербальные средства общения – в качестве знаковых систем используются устная и письменная речь;

невербальные средства общения – применяются неречевые средства общения: жесты рук, особенности походки, голоса, а также выражение лица (мимика), глаза (микромимика), поза, движения всего тела в целом (пантомимика), дистанция и т.п. Невербальные средства общения делятся на: визуальные, акустические, тактильно-кинестезические и ольфакторные.

Виды общения:

Межперсональное общение – ее участниками являются конкретные личности, обладающие специфическими индивидуальными качествами, которые раскрываются по ходу общения и организации совместных действий.

Рольное общение – ее участники выступают как носители определенных ролей (покупатель–продавец, учитель–ученик, начальник–подчиненный). В ролевом общении человек лишается определенной спонтанности своего поведения, так как те или иные его шаги, действия диктуются исполняемой ролью. В процессе такого общения человек проявляет себя уже не как индивидуальность, а как некоторая социальная единица, выполняющая определенные функции.

Доверительным общение отличается тем, что в его ходе передается особо значимая информация. Доверительность – существенный признак всех видов общения, без чего нельзя осуществлять переговоры, решать интимные вопросы.

Конфликтное общение характеризуется взаимным противостоянием людей, выражениями недовольства и недоверия.

Личное общение – это обмен неофициальной информацией.

Деловое общение – процесс взаимодействия людей, выполняющих совместные обязанности или включенных в одну и ту же деятельность.

Формы общения:

Императивное общение – это авторитарная, директивная форма взаимодействия с партнером по общению с целью достижения контроля над его поведением, установками и мыслями, принуждения его к определенным действиям или решениям. Партнер по общению в этом случае выступает пассивной стороной. Конечная незавуалированная цель императивного общения – принуждение партнера. В качестве средств оказания влияния используются приказы, предписания и требования.

Манипулятивное общение – это форма межличностного взаимодействия, при которой влияние на партнера по общению с целью достижения своих намерений осуществляется скрытно. Вместе с тем манипуляция предполагает объективное восприятие партнера по общению, скрытым же выступает стремление добиться контроля над поведением и мыслями другого человека. При манипулятивном общении партнер воспринимается не как целостная уникальная личность, а как носитель определенных, «нужных» манипулятору свойств и качеств. Однако человек, выбравший в качестве основного именно этот тип общения с другими, в итоге часто сам становится жертвой собственных манипуляций. Самого себя он тоже начинает воспринимать фрагментарно, переходя на стереотипные формы поведения, руководствуется ложными мотивами и целями, теряя стержень собственной жизни (Доценко Е.Л., 1994).

Диалогическое общение – это равноправное субъект-субъектное взаимодействие, имеющее целью взаимное познание, самопознание партнеров по общению. Оно позволяет достичь глубокого взаимопонимания, самораскрытия партнеров, создает условия для взаимного развития.

Психологические барьеры общения – препятствия, преграды в общении, которые могут возникать как в связи с эмоциональным состоянием общающихся лиц, так и в связи с несовпадением смыслов высказывания, просьб, приказов и т.п. В состоянии субъекта при возникновении барьеров наблюдаются усиленные отрицательные переживания (например, переживание стыда, вины, страха, тревоги, снижение самооценки и др.). В целом барьеры общения можно подразделить на барьеры эстетические, моральные, эмоциональные.

Механизм обратной связи в общении. Содержание данного механизма состоит в том, что в межличностной коммуникации процесс обмена информацией как бы удваивается и, помимо содержательных аспектов, информация, поступающая от реципиента к коммуникатору, содержит сведения о том, как реципиент воспринимает и оценивает поведение коммуникатора.

Коммуникативные стили:

- 1) *доминантный* (стратегия, направленная на снижение роли других в коммуникации);
- 2) *драматический* (преувеличение и эмоциональная окраска содержания сообщения);
- 3) *спорный* (агрессивный или доказывающий);
- 4) *успокаивающий* (расслабляющая стратегия, направленная на снижение тревожности собеседника);
- 5) *впечатляющий* (стратегия, нацеленная на то, чтобы произвести впечатление);
- 6) *точный* (нацеленный на точность и аккуратность сообщения);
- 7) *внимательный* (высказывание интереса к тому, что говорят другие);
- 8) *воодушевленный* (частое использование невербального поведения – контакт глаз, жестикация, движение тела и т.д.);
- 9) *дружеский* (тенденция поощрения других и заинтересованность в их вкладе в общение);

10) открытый (тенденция выражать свое мнение, чувства, эмоции, личностные аспекты своего «я»).

Коммуникативный барьер – это психологическое препятствие на пути адекватной передачи информации между партнерами по общению.

Барьер понимания может появиться из-за погрешностей в самом канале передачи информации – это фонетическое непонимание. Барьер фонетического непонимания порождает такой фактор, как невыразительная быстрая речь, речь-скороговорка и речь с большим количеством звуков-паразитов.

Семантические барьеры непонимания связаны с различиями в системах значения (тезаурусах) участников общения. Не меньшую роль в разрушении нормальной межличностной коммуникации может сыграть стилистический барьер, возникающий при несоответствии стиля речи коммуникатора и ситуации общения или стиля речи и актуального психологического состояния реципиента и др.

Логический барьер непонимания возникает в тех случаях, когда логика рассуждения, предлагаемая коммуникатором либо слишком сложна для восприятия реципиента, либо кажется ему неверной, либо противоречит присущей ему манере доказательства. Можно говорить о существовании «женской» и «мужской» психологической логики, о «детской логике» и т.д.

Барьеры социально-культурного различия. Это социальные, политические, религиозные и профессиональные различия, которые приводят к разной интерпретации тех или иных понятий, употребляемых в процессе коммуникации.

Барьеры отношения – чисто психологически феномен, возникающий в процессе общения коммуникатора и реципиента. Речь идет о возникновении чувства неприязни недоверия к своему коммуникатору, которое распространяется и на передаваемую им информацию.

Межличностное восприятие и взаимопонимание

Межличностное восприятие (социальная перцепция) представляет собой сложный процесс: а) восприятия внешних признаков других людей; б) последующего соотнесения полученных результатов с их действительными личностными характеристиками; в) интерпретации и прогнозирования на этой основе возможных их поступков и поведения.

Функции межличностного восприятия:

- познание себя, являющееся начальной базой для оценки других людей;
- познание партнеров по взаимодействию, дающее возможность сориентироваться в социальном окружении;
- установление эмоциональных отношений, обеспечивающее выбор наиболее надежных или предпочтительных партнеров;
- организация совместной деятельности на основе взаимопонимания, позволяющая достигать наибольшего успеха.

Психологические эффекты межличностного восприятия:

Эффект новизны при восприятии людьми друг друга заключается в том, что по отношению к знакомому человеку наиболее значимой оказывается последняя, т.е. более новая информация о нем. А по отношению к незнакомому человеку более значима первая информация.

Эффект первичности состоит в том, что вероятность припоминания нескольких первых элементов однородного материала более высока, чем средних (при этом чем объемнее предъявляемый материал и чем выше темп его предъявления, тем меньше количество первых элементов припоминается).

Эффект ореола – это распространение первичной общей оценки человека (людей) на восприятие его (их) поступков и личностных качеств. Так, если первое впечатление о человеке (людях) в целом благоприятно, то в дальнейшем все его (их) поведение, черты и поступки начинают переоценивать в положительную сторону. В них выщеляют и преувеличивают лишь положительные моменты, а отрицательные как бы недооценивают или вообще не замечают. Если же общее первое впечатление о каком-либо человеке (людях) оказалось отрицательным, то даже положительные его (их) качества и поступки в последующем не замечают либо недооценивают на фоне гипертрофированного внимания к недостаткам.

Механизмы межличностного восприятия

Стереотипизация. Под *социальным стереотипом* понимается устойчивый образ или представление о каких-либо явлениях или людях, свойственное представителям той или иной социальной группы. Стереотип это «сокращенное», упрощенное и ценностно окрашенное представление о действительности, функционирующее в общественном сознании. Он возникает в сознании члена данной социальной группы как результат многократно повторяемой связи определенных символов с определенной категорией явлений, а также на основе восприятия, не связанного с прямым опытом: «Нам говорят об окружающем мире до того, как мы его увидим и оценим». *Стереотипизация* – характерная особенность переработки личностью внешнего воздействия. Она тесно связана со стремлением человека «рассортировать» полученную им информацию, «разложить ее по полочкам» в сознании. Для подобной сортировки используются наиболее характерные, броские, «лежащие» на поверхности черты объекта, явления и т.п. Сознание человека неизменно стремится упрощать эти критерии, с тем чтобы расширить рамки категорий, в которые можно было бы вместить как можно больше явлений. Человеку вообще свойственно искать общее в разном, «суммировать» познание, обобщать. *Стереотипы* способствуют закреплению традиций и привычек. В этом плане они выступают как средство защиты психического мира личности и как средство ее самоутверждения. Стереотипы – преимущественно неточные образы реальности: они могут быть основаны на «ошибке», на привычке принимать предвзятость за истину. Наиболее известны этнические стереотипы – образы типичных представителей определенных наций, которые наделяются фиксированными чертами внешности и особенностями характера.

Эмпатия – это эмоциональное сопереживание другому человеку, которая проявляется в форме отклика одного человека на переживание другого. Через эмоциональный отклик люди познают внутреннее состояние других. Эмпатия основана на умении правильно представлять себе, что происходит внутри другого человека, что он переживает, как оценивает окружающий мир. Ее почти всегда интерпретируют не только как активное оценивание субъектом переживаний и чувств познающего человека, но и как положительное отношение к партнеру.

Аттракция – как механизм межличностного восприятия представляет собой познание другого человека, основанное на формировании устойчивого позитивного чувства к нему. В этом случае понимание партнера по взаимодействию возникает благодаря появлению привязанности к нему, дружеского или более глубокого интимно-личностного отношения. При прочих равных условиях люди легче принимают позицию того человека, к которому испытывают эмоционально положительное

отношение. Происходит это так. Всякий сигнал, поступающий к человеку через его органы чувств, может исчезнуть без следа, а может сохраниться в зависимости от его значимости и эмоционального заряда. Эмоционально значимый сигнал, «минуя» сознание, остается в сфере бессознательного. В этом случае человек, оценивая свое отношение к другим людям, говорит, что не знает, почему он относится так, а не иначе. Следовательно, если в процессе общения посылать партнеру сигналы таким образом, чтобы: во-первых, сигнал был эмоционально значимым; во-вторых, его значение было положительным; в-третьих, чтобы этот сигнал не осознавался, партнер будет утверждать, что общение было приятным, а собеседник человеком, к себе располагающим.

Рефлексия – это механизм самопознания в процессе межличностного восприятия, в основе которого лежит способность человека представлять себе то, как он воспринимается его партнером. Это не просто знание или понимание партнера, а знание того, как партнер понимает меня, своеобразный удвоенный процесс зеркальных отношений друг с другом.

Каузальная атрибуция (стремление к выяснению причин поведения субъекта) – механизм интерпретации поступков и чувств другого человека. Установлено, что у каждого человека есть свои «излюбленные» схемы причинности, т.е. привычные объяснения чужого поведения:

- 1) люди с личностной атрибуцией в любой ситуации склонны находить виновника случившегося, приписывать причину произошедшего конкретному человеку;
- 2) в случае ситуативной атрибуции люди склонны прежде всего винить обстоятельства, не утруждая себя поисками конкретного виновника;
- 3) при стимульной атрибуции человек видит причину случившегося в предмете, на который было направлено действие (ваза упала потому, что плохо стояла), или в самом пострадавшем (сам виноват, что попал под машину).

При изучении процесса каузальной атрибуции выявлены различные закономерности. Например, причину успеха люди чаще всего приписывают себе, а неудачу – обстоятельствам. Характер приписывания зависит также и от меры участия человека в обсуждаемом событии. Оценка будет различна в случаях, если он был участником (соучастником) или наблюдателем. Общая закономерность состоит в том, что по мере роста значимости случившегося испытуемые склонны переходить от обстоятельственной и стимульной атрибуции к личностной (т.е. искать причину случившегося в осознанных действиях личности).

Взаимопонимание – это социально-психологический феномен, сущность которого проявляется:

- 1) в согласовании индивидуального осмысления предмета общения;
- 2) взаимоприемлемой двусторонней оценке и принятии целей, мотивов и установок партнеров по взаимодействию, в ходе которых наблюдается близость или схожесть (полная или частичная) когнитивного, эмоционального и поведенческого реагирования на приемлемые для них способы достижения результатов совместной деятельности.

Взаимопонимание людей вместе с тем выступает таким уровнем их взаимодействия, при котором они осознают содержание и структуру настоящего и возможного очередного действия партнера, а также взаимно содействуют достижению единой цели.

Источниками (причинами) *недопонимания* могут быть:

- отсутствие или искажение восприятия людьми друг друга;
- различия в структуре подачи и восприятия речевых и иных сигналов;
- дефицит времени для умственной переработки получаемых и выдаваемых сведений;

- умышленное или случайное искажение передаваемой информации;
- отсутствие возможности исправить ошибку или уточнить данные;
- отсутствие единого понятийного аппарата для оценки личностных качеств партнера, контекста его речи и поведения;
- нарушение правил взаимодействия в процессе выполнения конкретной задачи;
- потеря или перенос на другую цель совместных действий и др.

Социальная психология личности

Социально-психологическая сторона личности выявляет ее основные качества и характеристики, позволяющие играть определенные роли в обществе, занимать определенное положение среди других людей. Входящие в нее отношения к другим людям представляют собой совокупность проявлений индивидуально- и социально-психологических качеств личности, отражающих типичное поведение в общении и взаимодействии с другими людьми.

Социальные роли личности – типичные способы поведения личности, обусловливаемые индивидуально- и социально-психологическими особенностями, позволяющими завоевывать определенный авторитет и доверие со стороны других людей.

Социальные позиции личности – взгляды, убеждения и представления личности, реализуемые и отстаиваемые ею в отношениях с другими людьми.

Социальные установки личности – настроенность на определенное отношение к обществу и к другим людям.

Социально-психологические черты личности – «общительность–замкнутость», «альтруизм–эгоизм», «бесконфликтность–конфликтность», др.

Социально-психологические типы личности:

Манипуляторы – им характерна тщательно маскируемая фальшь при контактах с людьми; стремление фальсифицировать личные переживания при фактическом равнодушии к окружающим; намеренная расчетливость в подборе средств воздействия на последних; тщательно скрываемый цинизм по отношению к основным ценностям межличностного взаимодействия.

Ему надо во что бы то ни стало владеть ситуацией: он навязывает свою волю во всем, пытается манипулировать любой фразой, любой ситуацией. Человек развивает способность манипулировать другими людьми, чтобы избежать неприятностей и добиваться желаемого, причем развивает бессознательно. Соккрытие своих истинных эмоций – таков удел манипулятора. Основную свою задачу манипулятор видит в том, чтобы производить некоторое «должное впечатление». Наряду с потребностью управлять манипулятор испытывает потребность в руководстве свыше. Манипуляция не является необходимым отношением к жизни и не приносит никакой действительной пользы. Слишком часто манипулятор использует свое знание психологии других людей в качестве рациональных объяснений для своего неблагоприятного поведения, оправдывая свои текущие несчастья ссылками на прошлый опыт и прошлые неудачи. Манипулятор – это личность, вставшая на путь самоуничтожения, которая использует или контролирует себя и других людей в качестве «вещей». Таким образом, манипулятор относится сам к себе и к другим

людям, как к неодушевленным предметам. Он никогда не бывает самим собой, он даже не может расслабиться, поскольку его система игр и маневров требует, чтобы он постоянно играл надлежащую роль. Стиль жизни манипулятора включает в себя четыре основные характеристики: ложь, неосознанность, контроль и цинизм.

Актуализаторы – им характерны такие социально-психологические качества, как честность и искренность во взаимоотношениях с другими людьми, устойчиво проявляемый интерес к последним, самостоятельность и открытость в выражении своих мнений, вера в собственные силы и в разум тех, с кем вступает в общение. Философия жизни актуализатора отмечена четырьмя характеристиками: честностью, осознанностью, свободой и доверием.

Социализация личности – это двусторонний процесс усвоения индивидом социального опыта того общества, к которому он принадлежит, с одной стороны, и активного воспроизводства и наращивания систем социальных связей и отношений, в которых он развивается, – с другой.

Человек не только воспринимает социальный опыт и овладевает им, но и активно преобразует его в собственные ценности, установки, позиции, ориентации, в собственное видение общественных отношений. При этом личность субъективно включается в разнообразные социальные связи, в исполнение различных ролевых функций, тем самым преобразуя окружающий ее социальный мир и себя саму. Социализация личности осуществляется в процессе адаптации к окружающей среде и к социальным отношениям.

Социальная адаптация – это процесс вхождения личности в социально-ролевые связи и отношения, овладения ею социальными нормами, правилами, ценностями, социальным опытом, социальными отношениями и действиями.

Социальная адаптация личности осуществляется в двух сферах:

- социально-психологической сфере жизнедеятельности личности – системе общественно-психологических связей и отношений личности, возникающих при исполнении ею различных социально-психологических ролей, поэтому различают социально-психологическую адаптацию личности;
- сфере профессиональных, учебно-познавательных и других деятельностных связей и отношений личности, поэтому нужно говорить еще и о профессионально-деятельностной адаптации личности.

В связи с этим принято выделять первичную и вторичную социализацию. Считается, что *первичная социализация* связана с формированием обобщенного образа действительности, а *вторичная социализация* представляет собой приобретение специфически-ролевого знания, когда роли прямо или косвенно связаны с разделением труда.

Социально-психологическая адаптация личности – это процесс приобретения ею определенного статуса, овладения теми или иными социально-психологическими ролевыми функциями. В процессе социально-психологической адаптации личность стремится достигнуть гармонии между внутренними и внешними условиями жизни и деятельности.

Социальной статус – положение личности в системе межличностных отношений, определяющее его права, обязанности и привилегии.

Социально-психологическая адаптация

различается двух типов:

- 1) прогрессивной, которой свойственно достижение всех функций и целей полной адаптации и в ходе реализации которой достигается единство, с одной стороны, интересов, целей личности, и групп общества в целом – с другой;

2) регрессивной, которая появляется как формальная адаптация, не отвечающая интересам общества, развитию данной социальной группы и самой личности.

Некоторые психологи обозначают регрессивную адаптацию как конформную, основанную на формальном принятии личностью социальных норм и требований. В такой ситуации личность лишает себя возможности самореализоваться, проявить свои творческие способности, испытать чувство собственного достоинства.

Факторы социализации личности:

Макрофакторы – это социальные и природные детерминанты социализации и развития личности, обусловленные ее проживанием в составе больших социальных общностей.

- Страна, государство. Специфика развития страны, государства определяет важнейшие особенности социализации населения, особенно молодежи.
- Культура – система духовных форм обеспечения жизнедеятельности и социализации людей. Она охватывает все стороны жизни человека – биологическую (еда, сон, отдых, половой акт, естественные отправления, нужды в чем-либо), производственную (создание средств материального жизнеобеспечения – орудий труда, пищи, одежды, жилищ), духовную (язык и речевая деятельность, мировоззрение, эстетическая деятельность и др.), социальную (коммуникация, социальные отношения).

Мезофакторы – это детерминанты социализации личности, обусловленные ее проживанием в составе общностей средней величины.

- Этнос (нация). Принадлежность к той или иной нации, ее традициям во многом определяет специфику социализации личности.
- Региональные условия.
- Тип поселения.
- Средства массовой коммуникации.

Микрофакторы – это детерминанты социализации личности, относящиеся к воспитанию и обучению людей в малых группах (семье, трудовом коллективе, религиозной организации или учебном заведении).

Индивидуально-личностные факторы социализации личности не менее значимы. С точки зрения психологии, социализация не может рассматриваться как простое, механическое отражение личностью непосредственно испытанного или полученного в результате наблюдения социального опыта. Усвоение этого опыта субъективно. Одни и те же социальные ситуации по-разному воспринимаются, по-разному переживаются различными личностями. А потому разные личности могут выносить из объективно одинаковых социальных ситуаций различный социальный опыт.

Многое зависит и от того, в каких условиях развиваются и проходят социализацию конкретные личности.

Механизмы социализации:

Традиционный механизм социализации представляет собой усвоение человеком норм, эталонов поведения, взглядов, которые характерны для его семьи и ближайшего окружения (соседского, приятельского, профессионального). Это усвоение происходит, как правило, на неосознанном уровне с помощью запечатления, некритического восприятия господствующих стереотипов.

Институциональный механизм социализации действует в процессе взаимодействия человека с институтами общества, с различными организациями, как специально созданными для социализации, так и реализующими социализирующие функции параллельно со своими основными функциями (производственные, общественные, клубные и др. структуры, а также средства массовой коммуникации).

Стилизованный механизм социализации действует в рамках субкультуры. Под *субкультурой* в общем виде понимается тот комплекс ценностей, норм, морально-психологических черт и поведенческих проявлений, которые типичны для людей определенного возраста или конкретного профессионально-культурного слоя, который в целом создает конкретный стиль жизни той или иной возрастной, профессиональной или социальной группы.

Межличностный механизм социализации функционирует в процессе взаимодействия человека с субъективно значимыми для него лицами и представляет собой психологический механизм межличностного переноса благодаря эмпатии и идентификации. Значимыми лицами могут быть родители, любимый учитель, уважаемый взрослый, сослуживец, друг-сверстник своего или противоположного пола.

Рефлексивный механизм социализации связан с внутренним диалогом, в котором человек рассматривает, оценивает, принимает или отвергает те или иные ценности, свойственные различным институтам общества, семье, сверстникам, значимым лицам и т.д.

Психология малой группы

Малая группа – это немногочисленная по составу, хорошо организованная, самостоятельная единица социальной структуры общества, члены которой объединены общей целью, совместной деятельностью и находятся в непосредственном личном контакте (общении) и эмоциональном взаимодействии продолжительное время.

Виды малых групп:

Условные группы – это группы, объединенные по какому-то общему признаку, например по возрасту, полу и т.д.

Реальные группы – это группы, в которых люди постоянно находятся в повседневной жизни и деятельности. Они бывают естественными и лабораторными. Естественные – это группы, реально существующие в обществе. Лабораторные – это группы, созданные в интересах их научного изучения.

Формальные группы – это группы, которые имеют официально заданную извне структуру. Формальная группа функционирует в соответствии с заранее установленными, обычно общественно фиксируемыми целями, положениями, инструкциями, уставами.

Неформальные группы – это группы, которые образуются на основе личностных предпочтений. Неформальная группа складывается на основе личных симпатий и антипатий ее членов.

Слаборазвитые группы – это группы, находящиеся на начальном этапе своего существования. *Высокоразвитые группы* – это группы давно созданные, отличающиеся наличием единства целей и общих интересов, высокоразвитой системы отношений, организации, сплоченности и т.д.

Диффузные группы – это группы случайные, в которых люди объединены лишь общими эмоциями и переживаниями.

Референтные (эталонные) группы – это группы, на которые люди ориентируются в своих интересах, личностных предпочтениях, симпатиях и антипатиях.

Нереферентные группы (группы членства) – это группы, в которых люди реально включены и трудятся.

Групповое мнение (групповые мнения) – совокупность оценочных суждений, в которых выражается общее или преобладающее отношение ее членов к определенным фактам, событиям или явлениям, имеющим место как внутри, так и за ее пределами. Групповое мнение выступает показателем развитости группы, ее сплоченности, эффективности совместных усилий ее членов, а в некоторых случаях и идеологической направленности ее психологии.

Традиции группы – сложившиеся на основе длительного опыта совместной деятельности ее членов и прочно укоренившиеся в их жизни нормы, правила и стереотипы поведения и действий, повседневного общения между людьми, соблюдение которых стало потребностью каждого члена малой группы.

Межличностные предпочтения в малой группе – это проявление совокупности реальных межличностных связей ее членов, существующих между людьми симпатий и антипатий. Они фиксируются с помощью метода социометрии. Указанный метод позволяет определить четкую систему межличностных и эмоциональных отношений в малой группе, поскольку дает возможность определить количество предпочтений, отданных тому или иному человеку, отразить их качественные характеристики, проявляющиеся в межличностной взаимности.

Лидер группы – лицо, завоевавшее авторитет и право на влияние на других членов малой группы. Он является порождением структуры взаимоотношений данной конкретной общности. Эта структура определяется целями группы, ценностями и нормами, в ней функционирующими. В результате выдвигается конкретный лидер. Он как бы олицетворяет систему предпочитаемых другими людьми целей и ценностей, выступает их непосредственным проводником в жизнь. За ним признается право вести за собой других членов, быть последней инстанцией в оценке различных новых ситуаций и обстоятельств.

Социально-психологический климат – качественная сторона межличностных отношений в группе, проявляющаяся в виде совокупности психологических условий, способствующих или препятствующих продуктивной совместной деятельности и всестороннему развитию людей в группе.

Руководство – процесс управления группой, осуществляемый руководителем как посредником между социальной властью (государством) и членами общности на основе правовых полномочий и норм, данных ему. Оно обеспечивает выполнение группой таких задач, как: целеполагание (выработка ближайших и отдаленных целей своей деятельности); поддержание взаимопонимания членов группы по важнейшим для них проблемам; информирование (передача членам группы необходимого объема сведений и сбор информации, поступающей от них); принятие решений (обеспечивает процесс формирования единого мнения группы по важнейшим вопросам реализации стоящих задач); контроль за деятельностью группы в важнейших сферах.

Стили руководства:

Демократический стиль характеризуется привлечением большинства членов группы к обсуждению основных вопросов и проблем, принятию определенных решений; взаимным распределением прав и обязанностей для развития самостоятельности и инициативы людей; расширением взаимного контроля и другой деятельности.

Авторитарный стиль связан с чрезмерным повышением роли руководителя. Последний обычно сам решает все вопросы, при этом он может учитывать, а может и не учитывать мнения других. Налицо постоянная повышенная требовательность ко всем членам группы, которая ограничивает их инициативу и самостоятельность.

Авторитарность часто сопровождается грубостью, запугиванием. Такое руководство исключает разъяснение и убеждение и сводится лишь к требованиям.

Либеральный стиль характерен для руководителей, которые не вмешиваются в деятельность и взаимоотношения членов малой группы, предоставляя последним самим решать свои проблемы. Руководители в этом случае не требуют ответственности за невыполнение задач членами малой группы, пускают развитие событий в ней на самотек.

Модели руководства:

Директивная модель. В ее основе лежат единоначалие (а часто и давление, диктат) руководителя, структурная простота и возможность оперативного управления всеми людьми. Эта модель порождает и закрепляет фронтальные и радиальные связи между руководителем и подчиненными; ограничивает деловую инициативу членов группы и способствует их пассивности, лицемерию по отношению к деятельности и руководителю; усиливает опасность постоянного увеличения числа промежуточных ступеней в управлении группой, препятствующих сотрудничеству всех ее членов в достижении целей общей деятельности; способствует созданию многочисленных микрогрупп; увеличивает необходимость контроля за большим числом исполнителей.

Кооперативная модель включает в себя возможности: активного коммуникативного и межличностного взаимодействия между членами группы и их руководителем, решения сложных задач небольшим числом подчиненных; взаимопонимания между руководителем и подчиненными; низкой конфликтности между людьми. Кроме того, она предполагает разветвленную групповую структуру, не ограничивает информационные возможности и личностную инициативу ее членов, порождает высокую удовлетворенность совместной деятельностью, уменьшает число иерархических ступеней в управлении; увеличивает ответственность и самоконтроль со стороны членов малой группы.

Групповое давление – важный механизм поддержания внутренней однородности и целостности малой группы. Значение его в том, что оно служит поддержанию общего постоянства и сплоченности в изменяющихся условиях совместной деятельности.

Конформизм – феномен вынужденного принятия человеком норм и ценностей группы под угрозой потери членства или устойчивого положения в ней.

Психология этнических общностей и больших групп

Этнос – социальная общность, исторически сложившаяся на определенной территории, осознающая свое этническое единство и обладающая относительно стабильными особенностями культуры, в том числе общим языком.

Этноцентризм – склонность человека воспринимать и оценивать различные явления на основе культурных стереотипов своей этнической общности.

Психология этнической общности (нации), или **национальная психология**, имеет свою материальную базу, своих конкретных носителей и отражает то общее, что есть у представителей целой нации (этнической общности) в мировосприятии, устойчивых формах поведения, чертах психологического облика, в реакциях, речи и языке, отношении к другим людям.

Национальное самосознание – осознание людьми своей принадлежности к определенной этнической общности и ее положения в системе общественных (государственных, межэтнических) отношений. Оно проявляется в идеях, взглядах, мнениях, чувствах, эмоциях, настроениях и выражает содержание, уровень и особенности представлений членов нации о своей определенной идентичности и отличии от представителей других общностей, о национальных ценностях и интересах, об истории нации, ее нынешнем состоянии и перспективах развития, а также о месте своей социально-этнической общности во внутригосударственных, межгосударственных и межнациональных отношениях.

Национальный характер – это исторически сложившаяся совокупность устойчивых психологических черт представителей той или иной этнической общности, определяющих привычную манеру их поведения и типичный образ действий и проявляющихся в их отношении к социально-бытовой среде, к окружающему миру, к труду, к своей и другим нациям.

Сущностные признаки массы:

Масса обладает статистическим характером общности. Это означает, что данная общность совпадает с множеством дискретных «единиц» и не представляет собой какого-либо самостоятельного, целостного образования, отличного от составляющих ее элементов.

Масса – статистически вероятностная общность. Это означает, что вхождение индивидов в данную общность носит неупорядоченный, случайный характер. Такая общность практически всегда отличается открытыми, размытыми границами, неопределенным количественным и качественным составом.

Масса – общность, отличающаяся ситуативным характером. Это означает, что она образуется и функционирует исключительно на базе и в границах той или иной конкретной деятельности, невозможна вне ее.

Масса почти всегда является неустойчивым образованием, меняющимся от случая к случаю, от одной конкретной ситуации к другой.

Масса – общность выражение гетерогенная, т.е. разнородная. Она откровенно внегрупповая или межгрупповая. В подобной общности разрушаются границы между всеми существующими социальными, демографическими, политическими, региональными, образовательными и иными группами.

. **Толпа** – изначально неорганизованное (или потерявшее организованность) скопление людей, не имеющее общей осознанной цели (или утратившее ее) и, как правило, находящееся в состоянии эмоционального возбуждения.

. **Паника** – это социально-психологический феномен проявления группового аффекта страха. Причем следует иметь в виду, что первичным является индивидуальный страх, который, однако, выступает предпосылкой, почвой для страха группового, для возникновения паники. Основная черта любого панического поведения людей – стремление к самоспасению. При этом возникший страх блокирует способность людей рационально оценивать данную ситуацию и препятствует мобилизации волевых ресурсов для организации совместного противодействия возникшей опасности.

. **«Циркулярная реакция»** (эмоциональное кружение), т.е. нарастающее обоюдонаправленное эмоциональное заражение в толпе. При возникновении паники страх одних участников панических действий передается другим, что в свою очередь усиливает страх первых. Действие этого механизма можно сравнить с процессом формирования

снежного кома: в толпе психологическое состояние, настроения и формы поведения людей резонируют, усиливаются путем многократного отражения по образцу цепной реакции, разгоняются, как частицы в ускорителе, и возбуждают толпу. Циркулярная реакция способна захватывать в свою орбиту большое количество людей, эмоционально стимулируя на психофизиологическом уровне распространение не только страха (в панической толпе), но и других эмоций: радости, грусти, злобы и т.д.

. Психологические особенности поведения человека в толпе:

Снижение самоконтроля (интернальности). У человека усиливается зависимость от толпы, он неосознанно подчиняется внешнему влиянию большой группы людей, т.е. возрастает экстернальность его поведения и снижается способность к произвольной регуляции собственного поведения.

Деиндивидуализация поведения людей в толпе: они постепенно утрачивают индивидуальность своего поведения, как бы уравниваясь, приходя к одному и тому же уровню психологических проявлений в поведении. Разные люди через поведение становятся похожими друг на друга.

Неспособность удерживать внимание на одном и том же объекте. Толпа в целом проявляет сниженные интеллектуальные качества по сравнению с составляющими ее индивидами, взятыми вне толпы. Среди особенностей интеллекта наиболее ярко проявляются возросшая *некритичность* мышления и легкая *переключаемость* внимания, которая определяется внешними условиями.

Характерные особенности переработки информации. Человек в толпе легко воспринимает разнообразную информацию, быстро перерабатывает ее и распространяет, при этом совершенно произвольно искажая, трансформируя воспринятую информацию, то есть, порождая слухи.

Повышенная внушаемость. Человек в толпе легко может поверить в необычную информацию, заведомо невыполнимые обещания (например, политиков на выборах), следовать невероятным и нередко даже абсурдным призывам, лозунгам и т.п. *Повышенная физическая, психофизиологическая и психическая активация.* В толпе, особенно в активной, происходит мобилизация всех ресурсов индивида, поэтому в толпе человек может проявить такие физические и психологические качества, которые становятся ему недоступными вне толпы, например: поднять что-то тяжелое, сломать прочное, быстро бежать, высоко прыгнуть и т.п.

Нетипичность, необычность поведения. По сравнению с привычными, каждодневными условиями человек часто проявляет неожиданные даже для него формы поведения (часто он потом не может поверить, что то-то и то-то было совершено им). Поэтому поведение человека характеризуется *непредсказуемостью*, что характерно и для толпы в целом.

Большая диффузная группа – это многочисленная, но нечетко определенная по составу, высокодинамичная и низкоинтегрированная совокупность людей, лишь локально и опосредствованно связанных друг с другом.

. Слухи – это форма искаженной (трансформированной) информации о значимом объекте, циркулирующей в больших диффузных группах в условиях неопределенности и социально-психологической нестабильности.

. Политическое сознание – система теоретических и обыденных взглядов, интересов, знаний, оценок, настроений и чувств, представляющая собой результат и процесс отражения политической реальности с учетом социальных интересов людей. Специфика политического сознания состоит в: а) высокой степени выражения и отражения социально-классовых

интересов индивидов и их групп; б) активном влиянии политики на другие формы общественного сознания (право, мораль, религию, науку, искусство и философию).

. *Религиозное сознание* – отличаются высокая чувственная наглядность, создание воображением различных религиозных образов, соединение адекватного действительности содержания с иллюзиями, наличие религиозной веры, символичность, диалогичность, сильная эмоциональная насыщенность, функционирование с помощью религиозной лексики и других специальных знаков. Религиозное сознание, как и общественное сознание в целом, включает в себя два компонента: религиозную идеологию и религиозную психологию, соотношение и взаимодействие которых определяют все многообразие конкретных видов религии. Специфику же самому содержанию религиозного сознания (и функционирующих внутри него идеологии и психологии) придает единство двух его сторон – содержательной и функциональной.

Содержательная сторона религиозного сознания формирует конкретные ценности и потребности верующих, их взгляды на окружающий мир и потустороннюю реальность, способствуя целенаправленному внедрению в их психику определенных идей, образов, представлений, чувств и настроений. В ней проявляется не только и не столько идеология, как это может показаться на первый взгляд и как считают некоторые ученые, но и особенности самой психологии верующих, выражающие качественные характеристики их мотивационных, интеллектуально-познавательных, эмоционально-волевых и коммуникативно-поведенческих процессов. К содержательной стороне религиозного сознания можно отнести: религиозную интерпретацию мифов и легенд; особенности вероучения, веры и поклонения; своеобразие религиозного и мистического опыта; общую специфику религиозных чувств и настроений, интеллекта и воображения, воли и поведения верующих.

Функциональная сторона религиозного сознания в своеобразной форме удовлетворяет потребности верующих, придавая нужную направленность проявлениям их идеологии и психологии, формируя их определенное морально-психологическое состояние, настроения и переживания, способствуя эффективному воздействию на их психику. К функциональной стороне религиозного сознания можно отнести специфику культовых действий и ритуалов, религиозного утешения, катарсиса религиозных чувств и настроений и т.д.

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. Возникновение и предмет управленческой психологии
2. Методы психологии управления
3. Социально-психологические явления
4. Социализация личности: содержание, механизмы, институты
5. Социальная идентификация личности. Я-концепция
6. Социальные установки, их функции и структура, изменение установок
7. Социальные установки и реальное поведение
8. Социально-психологические характеристики личности
9. Социально-психологические типы личности
10. Общая характеристика и виды общения
11. Коммуникативная функция общения
12. Невербальное общение
13. Социальное восприятие: сущность и общие закономерности
14. Эффекты межличностного восприятия
15. Социальное познание и межличностное познание

16. Ошибки межличностного восприятия и познания
17. Индивидуальный стиль социального познания
18. Взаимодействие, его структура и типы
19. Мотивы взаимодействия и социального поведения
20. Социально-психологический конфликт
21. Эффективное общение и его техники
22. Межличностные отношения и их компоненты
23. Виды межличностных взаимоотношений
24. Межличностная совместимость и межличностная аттракция
25. Понятие, характеристики, классификация социальных групп
26. Понятие, признаки и характеристики малой группы
27. Уровни развития малой группы и внутригрупповые феномены
28. Динамические процессы в группе и групповые эффекты
29. Психологические характеристики больших социальных групп
30. Психические явления в больших социальных группах
31. Психология толпы, паники и слухов
32. Этническая психология и этнопсихологические особенности личности

Основные источники:

- М.П. Кошечая и др. Профессиональная этика и психология делового общения. 2014
- Барышева А. В. Этика и психология делового общения (сфера сервиса): Учебное пособие / А.Д. Барышева, Ю.А. Матюхина, Н.Г. Шередер. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2013. - 256 с
<http://www.znanium.com/catalog.php?bookinfo=375870>
- Бороздина Г. В. Психология делового общения: Учебник / Г.В. Бороздина. - 2-е изд. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 295
<http://www.znanium.com/catalog.php?bookinfo=465327>
- И.П. Кошечая Профессиональная этика и психология делового общения: Учебное пособие / И.П. Кошечая, А.А. Канке. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2014. - 304 с.
<http://www.znanium.com/catalog.php?bookinfo=444527>
- Иванова И. С. Этика делового общения: Учебное пособие / И.С. Иванова. - 3-е изд., испр. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 168 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=417747>

Дополнительные источники:

- Психология и этика делового общения: учебник для студентов вузов / под ред. В.Н.Лавриенко.-5-е изд., перераб. И доп.-М.:ЮНИТИ-ДАНА,2012.-415с.
- Борисов В. К. Этика деловых отношений: Учебник / В.К. Борисов, Е.М. Панина, М.И. Панов и др. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 176 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=502708>
- Островский Э. В. Психология менеджмента: Учебное пособие / Э.В. Островский; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 240 с
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=428132>

