

Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України
Чернігівський промислово - економічний коледж
Київського національного університету технологій та дизайну

ЗАТВЕРДЖУЮ

Заступник директора з НР

_____ С.В.Бондаренко

_____ 20__ р.

**Методичне забезпечення
лекційного курсу з дисципліни
Етика та психологія ділових відносин
для студентів спеціальностей:**

- 5.05050207 “Обслуговування та ремонт обладнання підприємств хімічної і нафтогазопереробної промисловості”
5.05070104 “Монтаж і експлуатація електроустаткування підприємств і цивільних споруд”
5.03050901 „Бухгалтерський облік”
5.05020201 „Монтаж, обслуговування засобів і систем автоматизації технологічного виробництва”
5.05130107 „Виготовлення виробів і покриттів з полімерних матеріалів”

Уклав

О.М. Гайдей

Розглянуто та схвалено
на засіданні циклової комісії
соціально-економічних та
гуманітарних дисциплін
Протокол № 2_
від „24_”_09_ 20 13_ р.

Голова циклової комісії

Л.М.Чубич

Лекція 1

Тема: Предмет психології, її завдання та методи.

Мета: визначити основні поняття психології як науки, сформувати зацікавленість дисципліною, залучити до творчої самостійної роботи.

Методи: словесний, наочний.

Матеріально – технічне забезпечення, дидактичні засоби та ТЗН: конспект, наочності.

План

- 1 Психологія як наука. Предмет психології.
- 2 Розвиток психології як науки.
- 3 Основні методи психологічних досліджень, їх застосування в професійній діяльності.
- 4 Основні галузі психології.

Література

- 1 Маклаков А.Г. Общая психология: Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2010. – 583
- 2 Загальна психологія: Підручник/ О.В.Скрипченко, Л.В.Долинська, В.Огороднійчук. – К.: Либідь, 2005. – 464с.
- 3 Основи психології: Навч. посібник для студентів вищих навч. закладів/ А.І.Веракіс, Ю.І.Завалевський, К.М.Левківський. – Х.- К.,2005. – 416с.

Вступ

Розбудова державності, входження України в європейський та світовий економічний, культурний, комунікативний простори зумовлюють новий етап у розвитку вітчизняної системи освіти.

Сучасна освіта, педагогіка намагаються відповісти на „питання життя”, яке століття тому поставив відомий вітчизняний вчений, педагог М. Пирогов. Це питання полягає в тому, якою повинна бути сучасна людина, які знання, а звідси й освіта, їй потрібні: загальнолюдські чи спеціальні, нам потрібно готувати дітей до того, щоб “бути людиною” чи нам потрібні тільки “негоціанти, солдати, механіки, моряки, лікарі, юристи, а не люди”.

Для демократичного і гармонійного суспільства не все одно, яким буде фахівець із вищою освітою: тільки висококваліфікованим ремісником чи, крім фахової підготовленості, він ще й стане висококультурною, духовною особистістю – стане інтелігентом. Кожну людину потрібно розглядати не просто як носія певної суми знань, а як особистість, громадянина держави з властивими йому цінностями, моральністю, інтересами. Тому таким важливим для України є питання гуманізації освіти.

За такого підходу велике значення має психолого-педагогічна підготовка студентів. Високий рівень психологічної та педагогічної культури необхідні людині як у повсякденному житті, так і в професійній діяльності.

Знання психіки інших, набуті людиною із особистого та соціального досвіду, важливі і можуть сприяти успішному орієнтуванню в соціальному середовищі. Однак ці знання несистематизовані, неглибокі і недостатні. Наслідком недостатнього знання себе та інших є значне зростання в світі та в нашій країні кількості серцевих та невротичних захворювань, конфліктів (побутових, пов’язаних

з професійною діяльністю, політичних тощо), велика кількість сімейних розлучень, зростання кількості самогубств та ін.

Успішність людини в сфері міжособистісних відносин, професійній діяльності, здатність протистояти маніпулятивним технологіям, її фізичне та психологічне здоров'я значною мірою залежать від рівня психологічних знань та психологічної культури.

Психологічна культура особистості (як елемент загальної культури) – сукупність психологічних здібностей, знань, вмінь, навиків, які допомагають успішному самопізнанню, самовираженню і самовихованню особистості, а також успішному спілкуванню і взаємодії в різних соціальних групах.

Але сучасна людина як в царині особистісних, так і професійних стосунків впливає також на інших людей, на себе, з метою навчання і виховання. Педагогічні знання дають можливість навчитися орієнтуватися в закономірностях, принципах навчання і виховання, оволодіти знаннями про різні форми, методи навчання і виховання, набути навичок аналізу проблемних педагогічних ситуацій у сім'ї, колективі та ін.

Тому Міністерство освіти і науки України й передбачило заходи обов'язкової психологічної та педагогічної підготовки студентів.

1 Психологія як наука. Предмет психології.

Психологія - одна з наук про людину, людські спільноти, їхнє життя й діяльність. Вона вивчає закономірності, механізми, умови, чинники та особливості розвитку й функціонування психіки, її взаємодію з внутрішнім і зовнішнім психічним, а також сутність і зміст останніх.

У наш час психологія одержала змогу для подальшого наукового продуктивного розвитку в різних напрямках. Які особливості психології як науки?

По-перше, психологія - наука про найскладніше явище - психіку, яке людство ще до кінця не вивчило й не усвідомило, про внутрішнє і зовнішнє психічне та їхню взаємодію.

По-друге, психологія є однією з наймолодших наук. Умовно її наукове становлення пов'язують з 1879 роком, коли німецький психолог В. Вундт у Лейпцизі створив першу у світі Лабораторію експериментальної психології. Однак у практичній площині психологія є однією із найдавніших, оскільки її застосовували ще в сиву давнину, коли наші предки готувалися до полювання, війн тощо. У кожному племені, фактично, були свої практичні психологи - це заклинателі, шамани, пророки, чаклуни, ясновидці та ін.

По-третє, наукова психологія відрізняється від побутової, народної і релігійної, тому що використовує більш фундаментальний і різноманітний інструментарій для здобування знання, прагне до узагальнень, дає змогу побачити загальні закономірності розвитку особистості й групи. Наукові знання не мають інтуїтивного характеру, а є більш раціональними й усвідомленими. Отже, наукова психологія володіє унікальним фактичним матеріалом, недоступним жодному іншому носію.

По-четверте, психологія є наукою розгалуженою, оскільки має десятки галузей.

По-п'яте, психологія має унікальне практичне значення для будь-якої людини та діяльності, у тому числі й психолога-практика.

Своєю назвою і першим визначенням психологія зобов'язана грецькій міфології. Ерот, син Афродіти, закохався в дуже гарну молоду жінку Психею. Але Афродіта

була незадоволена тим, що її син, Бог, хоче поєднати долю з простою смертною, і доклала всіх зусиль, щоб розлучити закоханих, змушуючи Психею пройти через ряд випробувань. Але кохання Психеї було таким сильним, а її прагнення зустрітися з Еротом таким великим, що це вразило богів, і вони вирішили допомогти їй виконати всі вимоги Афродіти. Ерот в свою чергу переконав Зевса - головне божество греків - перетворити Психею в богиню, зробивши її безсмертною. Так закохані з'єдналися навіки.

Для греків цей міф був класичним зразком справжнього кохання, вищої реалізації людської душі. Тому Психея - смертна, здобувши безсмертя, - стала символом душі, яка шукає свій ідеал.

Психологія - одна з наук про людину, її життя і діяльність. Психологія вивчає діяльність людини; її психічні процеси, стани, властивості; закони виникнення, розвитку і перебігу психічної діяльності; становлення психічних властивостей людини; життєве значення психіки.

Предметом психології є закономірності розвитку і проявів психічних явищ та їх механізми.

Психічне життя людини складне й має багато форм виявлення. Психічні явища — це своєрідні суб'єктивні переживання, суб'єктивні образи відображуваних у свідомості явищ реальної дійсності, це внутрішній світ людини в усій його повноті й різноманітності. Психічне життя людини охоплює її пізнавальну діяльність — відчуття, сприймання, пам'ять, мислення, уяву, емоційно-вольову — різноманітні почуття, переживання, а також прояви волі — вольові якості. Важливим аспектом психічного життя є спонуки до активності — потреби, інтереси, переконання, ідеали тощо. Особливу групу психічних явищ становлять індивідуально-психологічні властивості особистості — здібності, темперамент, характер та її психічні стани — піднесеність, пригніченість, схвильованість, байдужість та ін.

Основою виникнення психології як науки був побутовий емпіричний досвід людей. Психологічні знання допомогли людям краще пізнати одне одного, вплинути на окремі дії та вчинки, попередити небажані, врахувати індивідуальні особливості. Ці знання накопичувалися, передавалися з покоління в покоління, закріплювалися в прислів'ях, приказках, творах мистецтва. Однак в цілому ці знання були позбавлені систематичності, глибини доказовості і тому не могли бути міцною опорою для роботи з людьми.

Побутові психологічні знання істотно відрізняються від наукових перш за все тим, що вони базуються на інтуїції й носять конкретний ситуативний характер. Знання, якими оперує побутова психологія, ґрунтуються перш за все на спостереженнях і передбаченнях. Наукова психологія на протигагу побутової будується на узагальненнях, знання, в набутті яких істотну роль відіграє експеримент, носять усвідомлюваний характер.

В наш час замість поняття "душа" використовується поняття "психіка". З лінгвістичної точки зору "душа" і "психіка" - одне і те саме. Однак з розвитком культури і особливо науки значення даних понять не збігаються.

Термін "психологія" утворений від 2-х грецьких слів: psuche - душа, психіка, logos - знання, наука.

Психологія - це наука про факти, механізми і закономірності, формування та розвитку психіки як особливої форми життєдіяльності

2 Розвиток психології як науки.

Вживання слова «психологія» (від давньогрецьких слів «psyche» (душа) і «logia» (розуміння, знання) уперше зафіксовано в західноєвропейських текстах XVI ст. Поступово слово «психологія» ввійшло до буденного вжитку.

Психологами тоді називали знавців душі, людських пристрастей і характерів. Такі психологи користувалися життєвими знаннями.

Психологія на шляху до самостійної науки пройшла тривалий шлях, і лише всередині XIX ст. з розрізнених знань вона стала самостійною наукою. Однак і в попередні епохи уявлення про психіку (душу, свідомість, поведінку) не були цілковито позбавлені ознак науковості. Вони прорізувалися в надрах інших наук, зокрема філософії, медицині, природознавстві, у різних явищах соціальної практики та ін. У цьому вічному пошуку людства науково-психологічна думка дедалі більше набувала значення і сили, усвідомлюючи свій предмет.

Розвиток психологічної думки можна розділити на три етапи:

1-й етап - донаукова (міфологічна) психологія - коли панували анімістичні уявлення про душу. Донауковий період закінчується приблизно в VII-VI ст. до н.е., в цей період уявлення про душу ґрунтувалися на численних міфах і легендах, на казках і первісних релігійних віруваннях, що пов'язують душу з певними живими істотами (тотемами).

2-й етап - філософська психологія - коли психологія була частиною філософії, (починається на рубежі VII-VI ст. до н.е. до XIX ст.);

3-й етап - власне наукова психологія, з другої половини XIX ст. (тобто саме тим часом, коли, за Еббінгаузом, починалася вся історія психології). Цей період пов'язують із застосуванням у психології об'єктивного методу (експерименту), запозиченого в природничих наук, який дав їй змогу відокремитися від філософії. Цей підхід сьогодні є найпоширенішим. Недолік його у тому, що наукову психологію протиставляють усій попередній.

1 етап. Психологія як наука про душу. Міфологічний та філософський періоди.

Розуміння психології як науки про душу охоплює найбільший її період.

Найперші з відомих нам уявлень про душу належать до архаїчного суспільства і їх можна позначити терміном анімізм. Анімістичні уявлення про душу наближали її до повітря, тобто пов'язували з матерією. Душею, подібною до повітря, згідно з анімістичними уявленнями, були наділені не тільки люди й тварини, а й рослини, і навіть камені. Стародавні уявлення про навколишній світ були пов'язані з анімізмом - вірою в прихований за видимими речами сонм духів (душ) як особливих «агентів» або «примар», які покидають людське тіло з останнім подихом, а за деякими вченнями (наприклад, знаменитого філософа і математика Піфагора), вони безсмертні і вічно мандрують у тілах тварин і рослин. Стародавні греки називали душу словом «психе», що й дало назву науці «психологія».

Міфологічна картина світу, згідно з якою тіла заселяють душі (їхні «двійники» або «примари»), а життя залежить від свавілля богів, століттями панувала в суспільній свідомості.

Згодом відбувся перехід **від анімізму до гілозоїзму** (від грец. «hyle», що означає речовину, матерію і «зое» - життя), який розглядав увесь світ як **універсум**, де космос вважали живим. Межі між живим, неживим і психічним не робили. Усе це розглядали як породження єдиної первинної матерії (праматерії). Однак нове філософське вчення стало значним кроком на шляху пізнання природи психічного, стало альтернативою анімізму (хоча він і після цього впродовж сторіч, аж до наших

днів, знаходив безліч прихильників, які вважають душу зовнішньою для тіла сутністю). Гілозоїзм уперше розглянув душу (психіку) з погляду загальних законів ества, усталив непорушний і для сучасної науки постулат про початкову залученість психічних явищ у кругообіг природи.

Плозоїст **Геракліт** душу («психею») вбачав в образі іскри космосу - «вічно живого вогню», тому він говорив: «Пізнай самого себе». Але в устах філософа це зовсім не означало, що пізнати себе - значить зануритися вглиб власних думок і переживань, які відволікають від усього зовнішнього. «Якими б дорогами не йшов, не знайдеш меж душі, такий глибокий її Логос», - учив Геракліт.

Термін «логос», який увів Геракліт і який вживають донині, має тепер чимало значень. Але для древнього філософа він означав закон, за яким «усе тече», явища переходять одне в одне. Малий світ (мікрокосм) окремої душі подібний до макрокосму всього світоустрою. Тому осягати себе (свою психею) - значить заглиблюватися в закон (Логос), який додає вселенському перебігу речей виткану із суперечностей і катаклізмів динамічної гармонії.

Згідно з поглядами **Демокрита**, самі боги - ніщо інше як сферичні скупчення вогненних атомів. Людину також було створено з різного сорту атомів. Найрухоміші з них - атоми вогню. Вони утворюють душу.

Єдиним і для душі, і для космосу він визнав закон, згідно з яким немає безпричинних явищ, усі вони - невідворотний результат зіткнення атомів, що безперервно рухаються. Випадковими здаються події, причин яких ми не знаємо. Так з'явився принцип причинності, який потім назвали детермінізмом. Саме завдяки йому розвивалося наукове знання про психіку.

Для медика **Гіппократа** важливо було знати будову живого організму, причини, від яких залежать здоров'я і хвороба. Такою причиною Гіппократ вважав пропорцію, у якій змішані в організмі різні «соки» (кров, жовч, слиз). Різну пропорцію цих соків в організмі було названо темпераментом. Тому з ім'ям Гіппократа пов'язують назви чотирьох темпераментів, що дійшли до наших днів: сангвінічний (переважає кров), холеричний (переважає жовта жовч), меланхолійний (переважає чорна жовч), флегматичний (слиз). Для подальшої психології цей пояснювальний принцип, попри всю його наївність, мав важливе значення. Недаремно назви темпераментів збереглися дотепер. По-перше, було висунуто гіпотезу, відповідно до якої численні відмінності між людьми можна вмістити в дещо загальну картину поведінки. Тим самим Гіппократ поклав початок науковій типології, без якої не виникли б сучасні вчення про індивідуальні відмінності між людьми. По-друге, джерело і причину відмінностей Гіппократ шукав усередині організму. Душевні якості було поставлено в залежність від тілесних. Про роль нервової системи в ту епоху ще не знали, тому типологію Гіппократа називають гуморальною (від лат. «humor» - рідина).

Афінський філософ **Анаксагор** вважав, що природа складається з безлічі найдрібніших частинок. Однак виникало запитання: якими є ці частинки? Що вони собою становлять? І загалом, що є початком, завдяки якому з безладного скупчення і руху цих частинок виникають цілісні речі, а загалом з хаосу - організований космос. Він визнав таким початком «якнайтоншу річ», якій дав назву «нус» (розум). Від того, яка частка його є в різних тілах, залежить їхня досконалість. Однак «людина, - говорив Анаксагор, - є найрозумнішою з тварин унаслідок того, що має руки». Виходило, що не розум, а тілесна організація людини визначає її переваги.

Отже, **Геракліт, Демокрит та Анаксагор** створили інструмент майбутнього наукового способу осмислення світу. В основі наукового пізнання психічних явищ

було три ідеї: закономірного розвитку, причинності, організації (системності). Відкриті дві з половиною тисячі років тому пояснювальні принципи стали на всі часи основою пояснення душевних явищ.

Давньогрецький філософ **Сократ** радив звернутися до внутрішнього світу людини, її переконань і цінностей, до вміння діяти згідно з розумінням кращого. Сократ довів нероздільність мислення і спілкування (діалогу). Він був майстром усного спілкування. З кожною людиною, яку зустрічав, розпочинав бесіду, щоб змусити її замислитися над тим, як безтурботно вона вживає слова. Згодом почали говорити, що тим самим він став піонером психотерапії, мета якої - за допомогою слова оголити те, що приховано за покривом свідомості.

У його методиці таїлися ідеї, які відіграли через багато сторіч ключову роль у психологічних дослідженнях мислення. По-перше, роботу думки було поставлено в залежність від завдання, яке створює перешкоду в її звичайному перебігу. По-друге, робота розуму спочатку мала характер діалогу. Обидві ознаки: а) детермінуюча тенденція, створювана завданням, і б) діалогізм, який припускає, що пізнання спочатку соціальне, оскільки міститься в спілкуванні суб'єктів, стали у ХХ столітті головними орієнтирами експериментальної психології мислення.

У центр Сократ ставив розумову діяльність індивідуального суб'єкта (його продукти і цінності), уявлення про душу наповнилося новим наочним змістом. Його становили абсолютно особливі реалії, яких фізична природа не знає. Світ цих реалій став серцевиною філософії головного учня Сократа **Платона**, який з нового погляду оцінив процес мислення, відійшовши від сократівського зовнішнього діалогу. На думку Платона, процес мислення замінює діалог внутрішній. «Душа, роздумуючи, нічого іншого не робить, як розмовляє, питаючи сама себе, відповідаючи, стверджуючи і заперечуючи».

Феномен, який описав Платон, відомий сучасній психології як внутрішня мова, а процес її породження з мови зовнішньої (соціальної) одержав назву «інтеріоризації» (від лат. «interior» — внутрішній). У самого Платона цих термінів немає.

Однак у всіх об'єктах Платон бачив сферу вічних ідеальних форм, прихованих за небосхилом в образі царства ідей. Усе, що чуттєво сприймається, від нерухомих зірок до предметів, що безпосередньо відчуваються, - це лише затемнені ідеї, їхні недосконалі слабкі копії. Стверджуючи принцип первинності надмісних загальних ідей щодо всього того, що відбувається в тлінному тілесному світі, Платон став родоначальником філософії ідеалізму.

А душа, що осіла в тлінній плоті, залучається до вічних ідей через згадування, оскільки згадка є знанням. Душа згадує (для цього потрібні спеціальні зусилля) те, що їй довелося споглядати до свого земного народження.

Отже, філософи до Сократа, роздумуючи над психічними явищами, орієнтувалися на природу. Вони шукали як еквівалент цих явищ одну з її стихій, створюючи єдиний світ, яким правлять природні закони. Велика вибухова сила цього напряму думки в тому, що він завдав нищівного удару по древній вірі в душу як особливого двійника тіла.

Після софістів і Сократа в поясненнях душі позначився поворот до розуміння її діяльності як феномену культури. Бо абстрактні поняття й етичні ідеали, які входять до складу душі, не походять із сутності природи. Вони - породження духовної культури.

В обох орієнтаціях - і на природу, і на культуру - душу сприймали як зовнішню щодо організму реалію, або тілесну (вогнь, повітря тощо), або безтілесну (осередок

понять, загальнозначущих норм тощо). Йшлося про атоми (Демокрит) чи про ідеальні форми (Платон) - передбачали, що і одне, й інше потрапляє в організм ззовні.

Іншого погляду дотримувався **Арістотель**, який пояснював, що тілесне й духовне творять нероздільну цілісність. Душа, за Арістотелем, - це не самостійне єство, а форма, спосіб організації живого тіла. Підсумок роздумів Арістотеля («Душу від тіла відділити не можна») відразу заперечував ідеї, що перебували в центрі вчення Платона про минуле й майбутнє душі. Переживає, мислить, вчиться не душа, а цілісний організм. «Сказати, що душа гнівається, - писав філософ, - рівнозначне тому, начебто хтось сказав, що душа шие або споруджує будинок».

За Арістотелем, ідейне багатство світу приховане в чуттєвих земних речах, які сприймаємо й розкриваємо в безпосередньому спілкуванні з ними, спілкуванні, яке спирається на досвід. Душа організму - це його функція, робота. Розуміючи організм як систему, Арістотель виокремив у ній різні рівні здатності до діяльності.

Поняття здатності, яке ввів Арістотель, було важливою новацією, що назавжди увійшла до основної бази психологічних знань. Це поняття розділяло можливості організму (закладений у ньому психологічний ресурс) і його реалізацію. При цьому було окреслено схему ієрархії здібностей як функцій душі: а) вегетативна (вона є і в рослин); б) чуттєво-рухова (у тварин і людини); в) розумна (властива тільки людині). Функції душі ставали рівнями її розвитку.

У психологію введено ідею розвитку як найважливіший пояснювальний принцип. Функції душі розташовано у вигляді «драбини форм», де з низької і на її основі виникає функція вищого рівня (після вегетативної (рослинної) формується здатність відчувати, з якої розвивається здатність мислити). При цьому кожна людина під час перетворення з немовляти на зрілу істоту проходить ті ступені, які подолав за свою історію весь органічний світ (згодом це було названо біогенетичним законом).

Відмінність між чуттєвим сприйняттям і мисленням була однією з перших психологічних істин, які відкрили древні. Арістотель, наслідуючи принцип розвитку, прагнув знайти ланки, що ведуть від одного ступеня до іншого. У цих пошуках він відкрив особливу галузь психічних образів, які виникають без прямої дії речей на органи чуття. Нині їх заведено називати образами пам'яті та уяви (Арістотель говорив про фантазію). Ці образи підпорядковані, знову-таки, механізму асоціації (зв'язкам уявлень), що його відкрив Арістотель. Пояснюючи розвиток характеру, він стверджував, що людина стає такою, якою вона є, здійснюючи ті чи інші вчинки. Вчення про формування характеру в реальних учинках, які в людей, як істот «політичних», завжди припускають етичне ставлення до інших, ставило психічний розвиток людини в причинну, закономірну залежність від її діяльності.

Арістотель розвинув принцип причинності - цільову причину або «те, заради чого відбувається дія». Кінцевий результат процесу (мета) наперед впливає на його перебіг. Психічне життя цієї миті залежить не тільки від минулого, а й від потрібного майбутнього. Це було новим словом у розумінні її причин (детермінації). Арістотель запровадив ключові пояснювальні принципи психології: системності, розвитку, детермінізму.

Отже, Арістотель висунув абсолютно нову, порівняно з попередниками, картину будови, функцій і розвитку душі як форми тіла.

3 етап. Психологія як наука про свідомість

Тріумф механіки, її поняття й пояснювальні принципи створили спершу геометро-механічну (Г. Галілей), а потім - динамічну (І. Ньютон) картину природи. У неї вкладалося і таке фізичне тіло, як організм із його психічними властивостями. Перший нарис психологічної теорії, орієнтованої на геометрію й нову механіку, належить французькому математику, природодосліднику і філософу Рене Декарту (1596-1650). Він винайшов теоретичну модель організму як автомата - системи, що працює механічно. Живе тіло, яке в попередній історії знань розглядали як одушевлене, тобто обдароване і кероване душею, тепер звільнили від її впливу і втручання. Відмінність між неорганічними й органічними тілами пояснювали згідно з критерієм належності останніх до об'єктів, що діють як прості технічні пристрої.

У межах цієї теорії першим великим досягненням стало відкриття **Гарвеєм** кровообігу. Серце уявляли як помпу, яка перекачує рідину (для чого не є необхідною участь душі). Другим - відкриття **Декартом** рефлексу, що стало фундаментальним для фізіології і психології.

Оскільки достовірне знання про будову нервової системи в ті часи було мінімальне, то Декарт цю систему бачив у формі «трубок», якими проносяться легкі повітряноподібні частинки. Він називав їх «тваринними духами». Згідно з Декартовою схемою рефлексу, зовнішній імпульс приводить ці «духи» в рух, заносючи їх у мозок, звідки їх автоматично скеровано до м'язів. Гарячий предмет, обпалюючи руку, змушує відсмикувати її. Відбувається реакція, подібна до віддзеркалення світлового променя від поверхні. Термін «рефлекс», який з'явився після Декарта, означав віддзеркалення, реакцію м'язів - невід'ємний компонент поведінки.

Тому Декартова схема, попри її умоглядний характер, належить до категорії великих відкриттів. Вона відкрила рефлекторну природу поведінки, пояснивши її без залучення душі як рушійної тілом сили.

Декарт сподівався, що з часом не тільки прості рухи (такі, як захисна реакція руки на вогонь або зіниці на світло), а й найскладніші вдасться пояснити з допомогою фізіологічної механіки, яку він відкрив. Визнавши, що «машина» тіла і свідомість, зайнята власними думками (ідеями) та хотіннями, - це два незалежні один від одного єства (субстанції), Декарт вимушений був пояснити, як же вони співіснують у цілісній людині. Рішення, яке він запропонував, назвали психофізичною взаємодією.

Тіло впливає на душу, зумовлюючи в ній «пасивні стани» (пристрасті) у вигляді чуттєвих сприймань, емоцій тощо. Душа, володіючи мисленням і волею, впливає на тіло, примушуючи цю «машину» працювати і змінювати свій хід. Декарт шукав в організмі орган, де б ці дві несумісні субстанції все-таки могли спілкуватися. Він запропонував вважати таким органом одну із залоз внутрішньої секреції - «шишкоподібну» (епіфіз). Це емпіричне «відкриття» ніхто серйозно не прийняв.

Один із важливих для психології творів Декарта мав назву «Пристрасті душі». Цей зворот потрібно пояснити, оскільки і слово «пристрасть», і слово «душа» мають у Декарта особливе значення. Під «пристрастями» він розумів не сильні й тривалі відчуття, а «пасивні стани душі» - усе, що вона відчуває, коли мозок стрясають «тваринні духи» (прообраз нервових імпульсів), які проносяться туди по нервових «трубках».

Інакше кажучи, не тільки такі м'язові реакції, як рефлекси, а й різні психічні стани виникають автоматично, їх здійснює тіло, а не душа. Декарт сформулював проект «машини тіла», до функцій якої належать: «сприйняття, відображення ідей,

утримання ідей у пам'яті, внутрішні прагнення... Я бажаю, щоб ви міркували так, що ці функції відбуваються в цій машині через розташування її органів: вони здійснюються не більше і не менше, як рухи годинника або іншого автомата».

Декарт доводив, що тілесний пристрій і без душі спроможний успішно давати раду з опрацюванням психічного «матеріалу». Що ж тоді залишилося робити душі? Однак Декарт не тільки не позбавляє її колишньої царственої ролі у Всесвіті, а й підносить до ступеня субстанції (єства, яке не залежить ні від чого іншого), отже, рівноправної великої субстанції природи. Душа має володіти достовірним знанням суб'єкта про власні акти і стани, незримі ні для кого іншого. Душу визначали за єдиною ознакою - безпосереднє усвідомлення своїх явищ, які, на відміну від явищ природи, були позбавлені протяжності.

3 Основні методи психологічних досліджень, їх застосування в професійній діяльності.

Кожна наука застосовує певні методи наукового дослідження.

Методи наукових досліджень – це шлях досліджень, спосіб пізнання, прийоми і засоби, за допомогою яких здобуваються факти, використовувані для доведення положень, з яких, у свою чергу, складається наукова теорія.

Основними методами психології є спостереження, опитування, тестування, експеримент.

Спостереження – метод психологічного дослідження, який полягає у спостереженні за об'єктом дослідження, реєстрації та поясненні психологічних фактів. Метод спостережень характеризується безпосереднім сприйняттям явищ і процесів у їхній цілісності і динаміці.

Спостереження як метод психологічного дослідження відрізняється від звичайного спостереження тим, що попередньо планується і проводиться з дотриманням певних вимог. Зокрема, воно передбачає етап висування і перевірки гіпотези – судження про природу і сутність явища, що вивчається. Спостереження ведеться за планом, фіксується, в тому числі й з використанням технічних засобів. Застосування цього методу потребує спостережливості дослідника – вміння помічати характерні риси людини. Недоліки цього методу – вплив на результати спостереження рівня кваліфікації та індивідуально-психологічних особливостей спостерігача, його ставлення до об'єкта спостереження, непідконтрольність досліджуваного об'єкта, часто довга тривалість цього методу дослідження. Проте лише спостереженню психіка відкриває себе як осередок життя людини, тобто у її цілісності й повноті.

Позитивною стороною спостереження є також те, що під час спостереження не порушується природний хід психологічних явищ. Недоліком – те, що дослідник змушений чекати, коли виникне явище, яке його цікавить.

Різновидом спостереження є **самоспостереження (інтроспекція)** – вивчення дослідником особливостей власного внутрішнього світу. Переживаючи певний психічний стан, він в той же час спостерігає за собою, за своїми відчуттями, порівнює з аналогічними даними, що повідомляються йому. Цей метод має ще більше недоліків, ніж спостереження, проте й непересічну цінність, адже це прямий шлях людини до самопізнання. Самоспостереження стає тут самоаналізом – способом проникнення у сутність свого Я. Психологи використовують такі продукти самоспостережень: щоденники, автобіографії, листи, спогади.

Види спостережень.

Життєве і наукове.

Життєве – обмежується описуванням зовнішніх явищ, реєстрацією фактів. Відповідь про причини тих чи інших вчинків, дій знаходиться навмання, методом проб і помилок. Життєве спостереження відрізняється своєю випадковістю, неорганізованістю, безплановістю.

Наукове – передбачає наявність чіткого плану фіксування отриманих результатів у спеціальному щоденнику, формуванні гіпотези, яка пояснює психологічну природу спостережуваного явища, наявність узагальнень та висновків.

Зовнішнє і внутрішнє.

Зовнішнє (об'єктивне) – збір даних про психологію і поведінку людини шляхом прямого спостереження зі сторони.

Внутрішнє (суб'єктивне) або самоспостереження – використовується тоді, коли психолог-дослідник вивчає явища в тому вигляді, в якому вони відбиваються безпосередньо в його свідомості. Психолог-дослідник спостерігає за своїми образами, думками, почуттями, переживаннями.

Включене і стороннє.

Включене – дослідник виступає в ролі безпосереднього учасника того процесу, за ходом якого він веде дослідження.

Стороннє – не передбачає особисту участь спостерігача в тому процесі, який він вивчає.

Кожен з названих видів спостереження має свої особливості і використовується там, де він може дати найбільш достовірні результати.

Зовнішнє спостереження менш суб'єктивне, ніж самоспостереження і частіше використовується там, де ознаки, за якими потрібно спостерігати, легко можуть бути виділені і оцінені зовні.

Внутрішнє спостереження є незамінним і часто виступає єдиним доступним методом збору психологічної інформації у тих випадках, коли відсутні надійні зовнішні прояви, які цікавлять дослідника.

Вільне спостереження проводиться у тих випадках, коли неможливо точно визначити, що потрібно спостерігати, коли ознаки явища, яке вивчається, і його ймовірний хід наперед невідомі досліднику.

Стандартизоване спостереження краще використовувати тоді, коли у дослідника є точний і повний перелік ознак, які характерні для феномену, що вивчається.

Включене спостереження корисно у тому випадку, коли психолог може дати правильну оцінку явищу, лише відчувши його на самому собі. Але коли під впливом особистої участі дослідника його сприйняття й розуміння події може бути перекручене, то краще звертатися до стороннього спостереження, використання якого дозволяє більш об'єктивно судити про спостережуване.

Опитування – метод дослідження, при використанні якого людина відповідає на ряд питань, що їй задаються.

Види опитувань

Письмове – анкетування.

Анкетування – використовується, щоб одержати інформацію про типовість тих або інших явищ. На результативність анкетування впливає ряд умов: підбір питань, які найбільш точно характеризують досліджуване явище, що дають надійну інформацію; постановка як прямих, так і непрямих питань; вилучення підказок у формулюваннях питань; попередження двоїстого розуміння змісту питань.

Усне – інтерв'ю, бесіда.

Інтерв'ю застосовується у тих випадках, коли дослідник чітко намічає мету майбутнього дослідження, формулює коло основних і допоміжних питань, що дозволять з'ясувати сутність проблем, які цікавлять дослідника. При проведенні бесіди дослідник враховує можливі варіанти бесіди і передбачає її хід у випадку позитивних або негативних відповідей. Ефективність бесіди багато в чому залежить від уміння створювати в спілкуванні сприятливу морально-психологічну атмосферу, спостерігати за поведінкою співрозмовника, його мімікою, емоційними реакціями, бажанням відповідати або уникати відповідей.

Перевага усного опитування полягає в тому, що при бесіді, інтерв'ю, на відміну від анкети, ми можемо з'ясувати незрозумілі питання, змінити формулювання питання. Анкетування таких можливостей не має, але його перевага в тому, що воно дозволяє одночасно опитати велику кількість осіб і дає можливість формалізувати опрацювання отриманих результатів.

Тестування – спеціалізований метод психологічного дослідження, застосовуючи який можна отримати точну кількісну або якісну характеристику розвитку певних психічних явищ за допомогою порівняння їх показників з еталонними.

Тести – стандартизовані способи вимірювання конкретного психічного явища. Вони набули широкого застосування у психологічній діагностиці – теорії і практиці визначення рівня розвитку певних аспектів людської психіки. Тестів надзвичайно багато, і вони класифікуються залежно від спрямованості. Так, є тести інтелекту, тести загальних, творчих або професійних здібностей, тести особистості тощо. Створення тестів – трудомісткий і тривалий процес, що потребує неабияких зусиль, а використання їх передбачає наявність ґрунтовної професійної підготовки.

Тестові завдання подають у вигляді запитань, суджень, графічних зображень, малюнків, які мають спонукати експериментальну діяльність досліджуваних. Первинні результати (відповіді, час і помилки тощо) порівнюють з тестовими нормами – кількісними показниками виконання певного тесту, що складаються з урахуванням статі та віку досліджуваних. Норми визначаються в процесі стандартизації – попереднього випробування тесту на великих групах людей. За допомогою вимірювальних шкал – спеціальних числових систем – “сирі” оцінки переводяться в стандартні, що дає змогу зіставляти їх між собою. Застосування тесту – тестування – є досить точним засобом вимірювання індивідуальних відмінностей людей.

Проте тестування має й слабкі місця. Найважливішим з них є залежність його результатів від освіти досліджуваного, його можливостей оволодіти надбаннями культури. Потрібно також пам'ятати, що некоректно інтерпретовані тести можуть набути для особистості прогностичного значення.

Експеримент – метод психологічного дослідження, специфіка якого полягає в тому, що в ньому продумано створюється штучна ситуація, у якій досліджувана властивість виявляється найкраще і її можна точніше і легше оцінити. Це головний метод психологічних досліджень, який передбачає активне втручання дослідника в діяльність досліджуваного з метою створення умов, в яких виявиться психологічний факт.

Основна перевага експерименту полягає в тому, що він дозволяє надійніше, ніж всі інші методи, досліджувати певні психічні явища. Однак організувати і провести експеримент, що досліджує психіку, буває не так легко. Тому на практиці експериментальний метод зустрічається рідше, ніж інші. Крім того, проведення

психологічних експериментів потребує суворого дотримання етичних норм, щоб не зашкодити досліджуваному.

Види експериментального методу

Природний експеримент. Природний експеримент проводять у звичному для досліджуваного оточенні, і він, як правило, не усвідомлює себе об'єктом дослідження. Наприклад, вивчають ефективність різних методик навчання. Це дозволяє уникати впливу на результати намірів досліджуваного, його ставлення до експерименту, проте й не враховує дії факторів, які б могли його відволікти.

Лабораторний експеримент.

Лабораторний експеримент дає можливість не лише створювати, а й контролювати чинники, що впливають на його перебіг. Він здійснюється в спеціальних умовах, проводиться із застосуванням технічних засобів, що дає змогу подавати інформацію, реєструвати й обробляти відповіді на неї, діяльність досліджуваного визначається інструкцією, досліджуваний знає, що проводиться експеримент.

4 Основні галузі психології

Сучасна наукова психологія являє собою досить розмаїту систему дисциплін та галузей. За спрямованістю діяльності психологів на пізнання, дослідження або перетворення психіки доцільно виділяти три великі групи галузей - теоретичну, науково - прикладну та практичну психологію.

До теоретичної психології належать: загальна психологія, історія психології, експериментальна, генетична, соціальна, порівняльна, диференціальна психологія, психофізіологія, психологія особистості, моделювання психіки.

Загальна психологія систематизує експериментальні дані, здобуті у різних галузях психологічної науки, розробляє фундаментальні теоретичні проблеми психології, формулює основні принципи, категорії, поняття, закономірності, становить фундамент розвитку всіх галузей та розділів психологічної науки.

Історія психології розглядає формування психологічних категорій і понять упродовж усього часу існування наукової психології, історію психологічних досліджень у різні часи в різних школах та перспективи розвитку психології як науки.

Експериментальна психологія займається розробкою нових методів психологічного дослідження для більш глибокого вивчення психічної реальності.

Генетична психологія вивчає закономірності розвитку психіки тварин і людини у філогенезі (протягом біологічної еволюції усього живого та історичного розвитку психіки) і в онтогенезі (упродовж життя окремої особи).

Соціальна психологія досліджує психічні явища у процесі взаємодії людей у великих та малих суспільних групах, а саме: вплив засобів масової комунікації на різні верстви населення, особливості формування та поширення чутків, смаків, суспільних настроїв, моди, питання психологічної сумісності, між особистісних взаємин, групової атмосфери, роль лідера у групі, стосунки між членами сім'ї тощо.

Порівняльна психологія має предметом свого дослідження особливості психіки тварин (зоопсихологія) у порівнянні з психікою людини.

Диференціальна психологія досліджує індивідуально-психологічні особливості психіки з урахуванням вікового рівня розвитку та механізмів функціонування психіки, ролі задатків і здібностей індивіда тощо.

Психофізіологія вивчає фізіологічні механізми діяльності мозку, вищої нервової системи, які лежать в основі функціонування психіки.

Психологія особистості займається вивченням психічних властивостей людини як цілісного утворення, як певної системи психічних якостей, що має відповідну структуру, внутрішні взаємозв'язки, характеризується індивідуальністю та взаємопов'язана з навколишнім природним і соціальним середовищем.

Моделювання психіки як розділ теоретичної психології використовує наукові дані про психіку для побудови математичних і кібернетичних моделей психічних функцій (сприймання, мислення, пам'яті, розпізнавання, спілкування тощо) та всієї психіки загалом з метою розробки і вдосконалення технічних систем, перевірки наявних психологічних теорій за допомогою комп'ютерного моделювання (комп'ютерного експерименту).

До науково - прикладної психології слід віднести ряд галузей, для яких характерні дослідження і практичне використання знань з метою оптимізації поведінки та діяльності людей. **Напрями науково-прикладної психології доцільно розрізняти за певними ознаками:**

а) За видом діяльності та поведінки людини:

психологія праці досліджує психологічні закономірності трудової діяльності людини, психологічні основи наукової організації праці (НОП), особливості формування загальнотрудових умінь і навичок, вплив факторів виробничого середовища і технічних засобів праці на робітника з метою підвищення ефективності трудової діяльності людини;

інженерна психологія вивчає особливості діяльності оператора автоматизованих систем управління, розподілу та узгодження функцій між людиною і машиною, використовуючи здобуті знання в інженерно-психологічному проектуванні, експлуатації й оптимізації функціонування систем управління складними технічними комплексами та технологічними процесами. Інженерна психологія є важливою складовою ергономіки - науки про закони взаємодії оператора, машини і середовища та закономірності функціонування систем "людина - машина";

психологія творчості досліджує закономірності творчої (евристичної) діяльності, фактори стимуляції творчого пошуку винахідників, раціоналізаторів, умови розвитку творчої особистості та розробляє методи активізації творчості працівників науки, техніки, мистецтва, культури;

психологія "штучного інтелекту" зосереджує увагу на розробці й використанні формальних моделей психіки у створенні різних інтелектуальних кібернетичних систем, наприклад систем управління робототехнікою, автоматизованого перекладу, експертних систем тощо;

авіаційна психологія досліджує психологічні особливості діяльності людини в умовах польоту, визначає психологічні вимоги до професії у відборі та підготовці авіаційних кадрів, сприяє оптимізації праці льотного персоналу;

космічна психологія вивчає психологічні проблеми діяльності людини в умовах невагомості, просторової дезорієнтації під час перебування в космосі, психологічного напруження, яке виникає в екстремальних ситуаціях перевантаження організму або тривалої ізоляції від людей на орбіті. Розробляються рекомендації щодо підбору кандидатів у космонавти, їх підготовки, тренування на спеціальних пристроях (тренажерах), формування екіпажів космічних кораблів, здійснення психологічної підтримки космонавтів в умовах польоту;

військова психологія має предметом фактори ефективної поведінки людини в екстремальних умовах бойових дій, питання підвищення боєздатності військовослужбовців, підготовки військових кадрів, управління військами і бойовою технікою, стосунки між командирами та підлеглими, методи психологічної пропаганди і контрпропаганди тощо;

психологія управління та менеджменту здійснює дослідження процесів управління, організації суспільної діяльності людей на політичному, соціальному, економічному, виробничому тощо рівнях у державному, регіональному та місцевому масштабах з метою досягнення позитивних результатів у суспільному житті;

економічна психологія займається дослідженням ролі людського фактора у розв'язанні економічних, господарських проблем на макро- та мікроекономічному рівнях;

психологія торгівлі вивчає психологічні особливості людей для формування потреб покупців, правильної організації реклами та продажу товару, підвищення культури обслуговування населення тощо;

екологічна психологія досліджує психологічні фактори виникнення й розв'язання проблем взаємозв'язку між людиною і природою, оптимізації цього взаємозв'язку, подолання соціально-психологічних наслідків природних та техногенних катастроф;

психологія спорту вивчає закономірності поведінки людей в умовах спортивних змагань, методи відбору, підготовки, організації діяльності спортсменів та їхньої психологічної реабілітації після участі у змаганнях.

б) За психологічними питаннями розвитку людини у науково-прикладній психології можна виділити такі напрями:

вікова психологія досліджує онтогенез психічних властивостей особистості на різних вікових етапах. Виділяються такі її розділи, як психологія дошкільника, психологія молодшого школяра, психологія підліткового віку, психологія юнацтва, психологія дорослих, геронтопсихологія;

педагогічна психологія має своїм предметом психологічні закономірності навчання й виховання особистості та складається з таких розділів: психологія навчання, психологія виховання, психологія навчально-виховної роботи з аномальними та важковиховуваними дітьми;

в) За відношенням до нормальної або хворої психіки виділяються такі дисципліни:

психологія здоров'я - наука про психологічні основи здорового способу життя, збереження та поліпшення здоров'я людини;

медична психологія, що вивчає психологічні аспекти діяльності лікаря та особистості хворого і розподіляється на такі напрями: **нейропсихологія** (досліджує співвідношення між психічними явищами та фізіологічними структурами мозку), **психофармакологія** (наука про вплив лікарських речовин на психічну діяльність людини), **психотерапія** (вивчає та використовує засоби психологічної дії для лікування хворих), **психопрофілактика** (має справу із заходами попередження психічних захворювань), **психогігієна** (наука про систему засобів підтримання та забезпечення психічного здоров'я особистості на належному рівні).

г) За відношенням до права виділяється:

юридична психологія, що пов'язана з дослідженням проблем реалізації системи правової поведінки психологічними засобами і розподіляється на такі підрозділи:

судова психологія як наука про психологічні особливості поведінки суб'єктів кримінального процесу;

кримінальна психологія, предметом якої є психологічні особливості особистості правопорушника, мотиви правопорушення тощо;

виправно-трудова (пенітенціарна) психологія, що займається науковими та прикладними питаннями вивчення психіки ув'язненого, методами виправлення та перевиховання його особистості.

Практична психологія функціонує і розвивається як система спеціальних психологічних служб, спрямованих на надання безпосередньої допомоги людям у вирішенні їхніх психологічних проблем. Головна мета практичної психології - створити сприятливі соціальні та психологічні умови для діяльності в усіх сферах життя - від сімейних стосунків до управління державою, надати дієву допомогу у розвитку та захисті її психічного здоров'я. Основними функціями практичної психології є аналіз і прогнозування поведінки й діяльності людини, активний соціальний та психологічний вплив, консультативно-методична, просвітницька, профілактична, реабілітаційна, дорадча та психогігієнічна функції тощо.

Лекція 2

Тема: Пізнавальні психічні процеси: відчуття та сприйняття, пам'ять, уява, мислення

Мета:

Дидактична:

Ознайомити зі змістом пізнавальної діяльності особистості;

Встановити взаємозв'язок між пізнавальними психічними процесами

Усвідомити значення пізнавальних психічних процесів для професійної діяльності особистості.

Виховна:

Сприяти формуванню навичок самоконтролю власних емоційних станів.

Сприяти формуванню психологічної грамотності;

Сприяти формуванню пізнавального інтересу під час вивчення теми.

Розвиваюча:

Розвивати уяву, пам'ять, мислення, вольові якості.

Методи: словесний, наочний.

Матеріально – технічне забезпечення, дидактичні засоби та ТЗН: конспект, наочності.

План

- 1 Поняття про відчуття. Види відчуттів та їх характеристика.
- 2 Загальна характеристика сприйняття. Властивості сприйняття.
- 3 Поняття про пам'ять. Види пам'яті.
- 4 Поняття про уяву. Види уяви.
- 5 Поняття про мислення. Види мислення. Операції мислення.

Література

- 1 Маклаков А.Г. Общая психология: Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2010. – 583с.

- 2 Загальна психологія: Підручник/ О.В.Скрипченко, Л.В.Долинська, З.В.Огороднійчук. – К.: Либідь, 2005. – 464с.
- 3 3 Загальна психологія./ За редакцією академіка С.Д.Максименка. Підручник. – 2-ге вид., - Вінниця: Нова книга, 2004. – 704с.
- 4 Основи психології: Навч. посібник для студентів вищих навч. закладів/ А.І.Веракіс, Ю.І.Завалевський, К.М.Левківський. – Х.- К.,2005. – 416с.

1 Поняття про відчуття. Види відчуттів та їх характеристика.

Все, що ми знаємо про навколишній світ і про самих себе, так чи інакше пройшло через наші органи почуттів. Всі наші знання, таким чином, є продуктом того, що ми або бачили, або чули, або тримали в руках.

Відчуття - це відображення окремих властивостей предметів і явищ, що безпосередньо впливають на даний момент на рецептори.

Відчуття є основними каналами, по яких інформація з зовнішнього світу доходить до мозку. Відчуття, з одного боку, об'єктивні, тому що в них завжди відбивається зовнішній подразник, з іншого боку, - суб'єктивні, оскільки залежать від стану нервової системи людини та її індивідуальних особливостей.

Фізіологічною основою відчуттів є аналізатори, які включають:

рецептори (око, вухо і ін), нервові шляхи і відповідний ділянки мозку.

За традицією вважається, що у людини п'ять видів відчуттів: слух, зір, нюх, смак і шкірна чутливість. Між тим, тільки на шкірі є органи для сприйняття: дотику, тиску, тепла, холоду, болю. Підраховано, що на 1 см шкірної поверхні знаходиться 100 - 200 больових точок, 12-15 холодкових, 1-2 теплових, близько 25 точок, що сприймають дотик. Ці точки розподілені по тілу нерівномірно - їх значно більше на кінчиках пальців.

Види відчуттів.

Існують різні класифікації органів відчуттів і чутливості організму до подразників, що надходять до аналізаторів із зовнішнього світу або зсередини організму.

1 За розміщенням рецепторів в організмі — на поверхні, всередині організму, в м'язах і сухожиллях — розрізняють відчуття:

- **екстероцептивні**, що відображують властивості предметів та явищ зовнішнього світу (зорові, слухові, нюхові, смакові),

- **інтероцептивні**, що несуть інформацію про стан внутрішніх органів (відчуття голоду, спраги, втоми),

- **пропріоцептивні**, що відображують рухи органів тіла і його стан (кінестетичні та статичні). Як самостійні виокремлюють температурні відчуття, що є функцією особливого температурного аналізатора, який здійснює терморегуляцію і теплообмін організму з навколишнім середовищем.

Температурні відчуття належать також до дотикових.

2 Відповідно до системи аналізаторів розрізняють відчуття зорові, слухові, дотикові, больові, температурні, смакові, нюхові, голоду і спраги, статеві, кінестетичні та статичні. Кожний із цих різновидів відчуття має певний орган (аналізатор), певні закономірності виникнення та перебігу.

Зорові відчуття

Органом зорових відчуттів є око, в якому розрізняють частини — світлозаломлюючу (рогівка, зіниця, скловидне тіло) та світлочутливу (сітківка з її

чутливими до денного кольорового світла колбочками і чутливими до темряви паличками).

Розрізняють хроматичні та ахроматичні кольори.

Чутливість ока до кольорів є різною. До синього кольору чутливість у 40 разів менша, ніж до жовтого. Найяскравішою є жовтозелена частина спектра. Найсвітлішим є жовтий колір, від якого світлість спадає у бік червоного та фіолетового.

За звичайних умов людина здатна розрізнити до 150 кольорів за кольоровим тоном, 20 відтінків — за насиченістю, близько 200 — за світлістю. Чутливість до кольорів може ослаблюватися в результаті травм, захворювань. У 5–7 відсотків чоловіків і 1–1,5 відсотка жінок спостерігається дальтонізм, тобто нездатність розрізнити кольори. Це явище спадкового походження. Воно передається здебільшого по чоловічій лінії — від батька через доньку до внуків. Дальтонізм є протипоказанням для професійної діяльності, яка потребує розрізнення кольорів — кольорової сигналізації, при фарбуванні та ін.

Слухові відчуття

Слухові відчуття сприймаються за допомогою вуха — органу, у будові якого розрізняють звукопровідну та звукочутливу частини.

Звукопровідна частина вуха — зовнішнє вухо, барабанна перетинка, ковадло, молоточок та стремено, що містяться в середньому вусі. Вони проводять коливання звукової хвилі до центральної частини вуха, в якій міститься звукочутлива його частина — кортіїв орган. Він складається із слухової мембрани, поперечні волоконця якої довжиною 0,04 – 0,5 мм резонують на звукові хвилі, що надходять із середнього вуха, викликають збудження чутливих клітин кортієвого органу. Це збудження передається слуховим нервом до слухової ділянки кори великих півкуль головного мозку (скронева доля).

Тактильні відчуття дають знання про міру рівності та рельєфності поверхні предметів, яка відчувається при їх обмацуванні. Найбільше органів тактильного відчуття розміщено на пучках, кінчику язика.

При сильному тисненні на згадані органи відчувається біль. Тактильні відчуття, як і зір, відіграють велику роль у сприйманні форми, розміру предметів, розташуванні їх у просторі. Вони особливо розвинені у сліпих, компенсуючи відсутність зору при сприйманні деяких просторових явищ. На цьому принципі побудована азбука Брайля для сліпих, в якій літери зображено у вигляді опуклих крапок.

Больові відчуття, органів яких на зовнішній і внутрішній поверхнях тіла найбільше, сигналізують про порушення тканини і, що природно, викликають захисну реакцію. Спрямованість уваги на біль посилює його, а відвертання — ослаблює больові відчуття.

Температурні відчуття (холоду, тепла) спричинюються контактом з предметами, що мають температуру вищу або нижчу, ніж температура тіла. Температурні відчуття зумовлюються і органічними процесами (кровообігом), і психічними станами (емоційними переживаннями). Ці стани знайшли у мові образні вирази: “кидає то в жар, то в холод”. Температурні відчуття сигналізують про міру сприятливості оточення для життєдіяльності, про стан здоров'я організму.

Вібраційне чуття яскраво виявляється у глухих і сліпих. Глухі та сліпі реагують на вібрацію предметів, відчувають її ритмічність.

Органу вібраційного чуття поки що не знайдено. Це чуття значною мірою пов'язане із зоровою та слуховою чутливістю.

Нюхові відчуття

Нюхові відчуття здійснюються спеціальними нюховими пухирцями, розміщеними на внутрішній поверхні носа. Не тільки тварини, а й людина дуже чутлива до запахів. Нюхові відчуття сигналізують організму про придатність продуктів для вживання, про стан (чисте чи несвіже) повітря. Орган нюху людини дуже чутливий до запахів. Людина нюхом може відчутися наявності у повітрі дуже незначних часточок пахучої речовини, наприклад трояндової олії, сірководню, мускусу. Наприклад, у собак нюх так розвинений, що вони можуть відчутися одну молекулу пахучої речовини, розчиненої в одному кубічному сантиметрі рідини. Нюхові відчуття важливі не лише для життєдіяльності, а й для деяких професій: фахівці з деяких спеціальностей міру хімічної реакції або придатність продуктів випробовують нюхом.

Смакові відчуття

Органом смакових відчуттів є спеціальні чутливі до хімічних подразників колбочки, розміщені на язиці та піднебінні. Середня і нижча частини язика смакових органів не мають. Розрізняють чутливість до гіркого і найменшою мірою — до солодкого. Смаки здатні до змішування, тому відчувається кисло- чи гіркувато-солодке. Це дає можливість комбінувати різні смакові властивості продуктів у харчовій промисловості.

Статичні, або гравітаційні, відчуття відбивають положення нашого тіла у просторі — лежання, стояння, сидіння, рівновагу, падання.

Рецептори цих відчуттів містяться у вестибулярному апараті внутрішнього вуха. При зміні тіла відносно площини землі (при їзді, на воді, у літаку) та при захворюванні вестибулярного апарату виникає запаморочення, втрачаються рівновага, орієнтація у просторі.

Кінестетичні відчуття відбивають рухи та стани окремих частин тіла — рук, ніг, голови, корпусу. Рецепторами цих відчуттів є спеціальні органи, розміщені у м'язах і сухожиллях. Тиск на ці органи під час рухів викликає відчуття положення тіла. Кінестетичні відчуття, даючи знання про силу, швидкість, міру рухів, сприяють регуляції цілої низки дій. У багатьох професіях, у фізичній культурі ці відчуття сприяють координації рухів..

Органічні відчуття сигналізують про такі стани організму, як голод, спрага, самопочуття, втома, біль. Їх аналізатори містяться всередині організму і реагують на міру достатності в організмі поживних речовин, кисню або на наявність в органах тіла, у нервовій системі продуктів розпаду, що відбувається під час праці, вживання недоброякісних продуктів, алкоголю та ін.

2 Загальна характеристика сприйняття. Властивості сприйняття.

Відчуття - вихідне джерело інформації. Завдяки відчуттям ми пізнаємо окремі якості та властивості предметів і явищ. Однак у реальному психічному процесі дуже важко виділити відчуття самі по собі, так би мовити, в чистому вигляді. Вони завжди переживаються як властивості того чи іншого цілісного предмета чи явища: солодкий цукор, запашна троянда, холодний лід і т.д. Відчуття входять в структуру більш складного психологічного процесу - сприйняття.

Сприйняття - це цілісне відображення предметів і явищ об'єктивного світу при їх безпосередньому впливі на даний момент на органи чуття.

Відчуття і сприйняття нерозривно пов'язані один з одним. Сприйняття - результат діяльності системи аналізаторів.

Як і відчуття, сприйняття виникають тільки у разі безпосередньої дії об'єктів на аналізатори. Перехід від відчуттів до сприймань – це перехід до складнішого й повнішого їх відображення. Сприйняття не зводиться до суми окремих відчуттів, хоча й передбачає їх наявність у відображенні дійсності.

Але, крім відчуттів, сприйняття містить досвід людини у вигляді уявлень та знань. Будь-яке сприйняття є залежним від попереднього досвіду людини.

Фізіологічною основою сприйняття є складна аналітично-синтетична діяльність усієї кори головного мозку.

Найважливішими властивостями сприйняття є:

- предметність;
- цілісність;
- структурність;
- константність;
- апперцепція;
- осмисленість;
- вибірковість;
- ілюзія.

Предметність сприйняття виявляється в тому, що будь-який предмет або явище відображається не як механічна сума якостей і властивостей, а як об'єкт, який має свій зміст, природу, призначення.

Цілісність сприйняття полягає в тому, що образи відображених предметів та явищ постають у свідомості в єдності багатьох якостей і властивостей.

Сприймаючи певний об'єкт, ми виокремлюємо його окремі ознаки, аспекти, властивості й водночас об'єднуємо їх у єдине ціле, завдяки чому в нас виникає його цілісний образ.

Структурність сприйняття виявляється в тому, що, відображаючи предмети та явища в цілісності, людина виокремлює в них різні елементи, компоненти, підсистеми тощо.

Сприймаючи предмет, ми осмислюємо його як єдине ціле, що має свою структуру. Наприклад, на основі набутого досвіду, знань людина об'єднує окремі елементи в процесі сприйняття в цілісний образ, надає їм певної структури, сформованості. Наприклад, сприймаючи окремо літаки, злітну смугу, ангари, радіотехнічні засоби та інше, ми визначаємо об'єкт як аеродром.

Константність - це відносна постійність величини, форми, кольору предметів та явищ, що сприймаються.

Константність формується в процесі предметної діяльності та є необхідною умовою життя людини. Константність сприйняття забезпечується досвідом, що набувається в процесі індивідуального розвитку особистості й має велике практичне значення. Якби сприйняття не було константним, то під час кожного кроку, повороту, руху, кожної зміни освітлення ми б мали справу з новими предметами, переставали б упізнавати те, що було відоме раніше.

Апперцепція - це залежність змісту і спрямованості сприйняття від досвіду людини, її інтересів, ставлення до життя, установок, багатства знань.

Апперцепція - одна з найважливіших особливостей сприйняття. Не саме око сприймає, не ізольоване вухо чує звук, не окремо язик розрізняє смакові якості. Усі види сприйняття здійснює конкретна жива людина. У сприйманні завжди

виявляються індивідуальні особливості людини, її бажання, інтереси, певне ставлення до предмета сприйняття.

Сприйняття - це не лише чуттєвий образ, а й усвідомлення виокремленого об'єкта. Людина сприймає предмети, які мають для неї певне значення. Сприйняття людини тісно пов'язане з мисленням, із розумінням сутності предмета. Свідомо сприйняти предмет - означає подумки назвати його, тобто зарахувати його до певної групи, класу предметів, узагальнити його в слові.

Осмисленість сприйняття полягає в тому, що відображені предмети та явища порівнюються з минулим досвідом людини, відомостями і знаннями про них, на основі чого виникає відповідне ставлення до них.

Завдяки осмисленню сутності та призначення предметів стає можливим цілеспрямоване їх використання, практична діяльність із ними. Сприймаючи предмет, ми можемо точно назвати його або сказати, що він нам нагадує.

Вибірковість сприйняття полягає в тому, що при відображенні предметів та явищ відбувається виокремлення одних щодо до інших. Це відбувається під впливом попереднього досвіду людини, її нахилів, інтересів, установок і потреб.

Кожний фахівець намагається сприйняти в предметах та явищах головним чином те, що його цікавить, що він вивчає, а тому він не зауважує тих деталей у предметах та явищах, які не стосуються його фаху. Це створює індивідуальний підхід до сприйняття. Тому й кажуть про професійне сприйняття у людей різних спеціальностей.

Ілюзіями називають неадекватні сприйняття, які неправильно, викривлено, помилково відображають об'єкти, що діють на аналізатори. Ілюзії може бути зумовлено різними причинами. Однією з них є активізація старих тимчасових зв'язків у нових, істотно відмінних від попередніх, ситуаціях.

Існує чимало ілюзій, зумовлених різницею в яскравості предмета й фону сприйняття. На темнішому фоні фігури здаються світлішими, аніж на менш темному.

Ілюзії породжуються діяльністю різних аналізаторів. Найпоширенішими є зорові ілюзії. Вони мають найрізноманітніші причини: вироблені життєвою практикою прийоми зорового сприйняття, особливості зорового аналізатора, зміна умов сприйняття, образне передбачення побаченого, дефекти зору.

3 Поняття про пам'ять. Види пам'яті.

Пам'ять - психічний процес, який полягає в закріпленні, збереженні та наступному відтворенні минулого досвіду, що дає можливість його повторного застосування в життєдіяльності людини.

Види пам'яті

Виділяють такі види пам'яті за методом запам'ятовування:

- мимовільна — інформація запам'ятовується без спеціальних прийомів заучування, під час виконання діяльності або роботи з інформацією.
- довільна — цілеспрямоване заучування за допомогою спеціальних прийомів.

За характером переважаючої психічної активності:

- рухова — пам'ять на рухи та їх системи;
- емоційна — пам'ять на почуття, які виступають стимулом до діяльності;
- образна — пам'ять на уявлення: зорова, слухова, нюхова, смакова, дотикова;
- словесно-логічна — специфічна людська, запам'ятовується думка у формі понять.

За тривалістю збереження інформації:

- короткочасна пам'ять забезпечує запам'ятовування одноразової інформації на короткий проміжок часу - від кількох секунд до хвилини;
- довготривала пам'ять — збереження інформації протягом тривалого часу;
- оперативна пам'ять — проявляється під час виконання певної діяльності і необхідна для її виконання в кожний заданий проміжок часу.

Короткочасна пам'ять є практично повністю автоматичною і працює без будь-якої свідомої установки на запам'ятовування. Людина може охопити поглядом близько семи предметів, запам'ятовуючи у середньому від п'яти до дев'яти одиниць інформації, які вона спроможна точно відтворити через кілька десятків секунд після їхнього пред'явлення. Тому обґрунтовано вважають, що обсяг короткочасної пам'яті становить (7 ± 2) елементи.

Довготривала пам'ять забезпечує людині тривале збереження знань, умінь і навичок, що потрібні в житті. Встановлено що інформація найкраще запам'ятовується, якщо до неї повертатися через визначені проміжки часу. Перший складає 15-20 хв, що зв'язано з роботою короткочасної пам'яті. Через дві години в людини включаються функції довгострокової пам'яті. Найкраще повернутися до вивченого через вісім годин і через добу. Якщо ж матеріал не повторювати, він буде сприйматися як новий.

Пам'ять можна тренувати шляхом постійного використання так, щоб між нервовими клітинами (нейронами) мозку установилися чіткі зв'язки. Події, що запам'ятовуються в короткочасній пам'яті, швидко забуваються, у той час як події, що залишилися в довготривалій пам'яті, запам'ятовуються надовго і можуть бути відновлені через багато років.

4 Поняття про уяву. Види уяви.

Уява поряд із мисленням розглядається як вищий пізнавальний процес.

Уява являє собою процес утворення людиною на базі її попереднього досвіду образів предметів, об'єктів та явищ дійсності, які вона безпосередньо не сприймала і не сприймає зараз.

Найважливіше призначення уяви – здатність передбачити результат будь-якої діяльності людини ще до її початку. Уява носить характер упередження, орієнтує людину в ході діяльності шляхом створення образів як кінцевого, так і проміжного результатів роботи. Практична цінність уяви як пізнавального процесу полягає в тому, що вона дає змогу прийняти рішення та знайти відповідний вихід навіть при відсутності необхідної повноти знань, що являє собою обов'язкову умову процесу мислення. Завдяки утворенню образу кінцевого результату людина нібито “перестрибує” через відповідні етапи відсутності інформації. Мислення та уява доповнюють одне одного: залежно від ситуації людина використовує у своїй діяльності як систему понять, так і систему образів.

Уява може бути пасивною та активною.

Пасивна уява – це фантазії людини, що ніколи не втілюються у життя та пов'язані з потребами. Наприклад, людині завжди приємно подумати про щось радісне, привабливе, приємне, хоч вона і усвідомлює, що дані образи скоро не будуть втілені у життя, бо на даний час не планується відповідної програми поведінки.

Активна уява представлена уявою творчою та відтворюючою.

Творча уява передбачає самостійне створення нових образів, що реалізуються в оригінальних, неповторних та цінних продуктах діяльності людини.

Форми синтезування образів творчої уяви можуть бути різними.

1. Аглютинація або об'єднання в одному об'єкті ознак різних предметів, що не існують поруч у повсякденному житті. Наприклад, у технічній творчості таким чином створений танк-амфібія. У фольклорі – русалка, кентавр.

2. Загострювання ознак. Наприклад, шаржі та карикатури.

3. Гіперболізація – збільшення або зменшення предмета, зміна кількісних частин предмета. Наприклад, міфологічні образи – багаторукі богині.

4. Схематизація – створення образів на підставі акцентування схожих рис. Наприклад, художник відтворює пейзаж на полотні, безпосередньо спостерігаючи подібну картину природи.

5. Типізація – виявлення найбільш суттєвого, важливого та узагальнення даних рис у конкретному образі. Наприклад, створення образу літературного персонажу.

Відтворююча уява передбачає створення образів, що відповідають опису. Наприклад, сприймання художнього тексту.

Уява як пізнавальний процес набуває великого значення у пошуках нових, оригінальних рішень в усіх галузях людської діяльності. Неабияку роль даний пізнавальний процес відіграє на ранніх етапах наукової та дослідницької діяльності, у художній творчості та мистецтві. Фантазія – необхідна умова пошуку нового, розвитку особистості, виховання творчого ставлення до навчання та праці.

5 Поняття про мислення. Види мислення. Операції мислення.

Мислення — це процес опосередкованого й узагальненого відображення людиною предметів і явищ об'єктивної дійсності в їх істотних зв'язках і відношеннях.

Мислення людини нерозривно пов'язане з мовою, яка є знаряддям формування і способом існування думки. У слові закріплюється нагромаджений пізнавальний досвід, який людина при потребі використовує. Узагальнюючи в слові свої знання про предмети і явища дійсності, вона виходить за межі того, що дається їй безпосередньо у відчуттях і сприйманні, значно розширює свої пізнавальні можливості, вдосконалює своє мислення.

Мислення органічно пов'язане з практикою. Практика - джерело мислительної діяльності. Мислення породжується потребами людської практики і розвивається в процесі пошуку шляхів їх задоволення.

Значення мислення в житті людини полягає в тому, що воно дає можливість наукового пізнання світу, передбачення і прогнозування розвитку подій, практичного опанування закономірностями дійсності, постановки їх на службу своїм потребам і інтересам.

Мислення є підвалиною свідомої діяльності особистості, формування її розумових і інших властивостей. Рівень його розвитку визначає, якою мірою людина здатна орієнтуватися в навколишньому світі, як вона панує над обставинами і над собою.

Види мислення

Предметом мислення людини є пізнавальні завдання, які мають різне змістовне підґрунтя і зумовлюють різне співвідношення предметно-дійових, перцептивно-

образних і поняттєвих компонентів у їх розв'язанні. Залежно від цього розрізняють три головних різновиди мислення.

Наочно-дійове мислення - розв'язання завдання безпосередньо включається в саму діяльність. Особливо необхідне воно в тих випадках, коли найбільш ефективно розв'язання завдання можливе саме в процесі практичної діяльності.

Наочно-дійове мислення розвивається переважно у дітей до трьох років. Даний вид мислення пов'язаний із послідовним дослідженням, опануванням дійсності малою дитиною.

Наочно-образне мислення виявляється в тому, що людина оперує образами предметів та явищ, аналізуючи, порівнюючи чи узагальнюючи у них істотні ознаки. Воно присутнє й у вищих тварин. Основна характеристика наочно-дійового мислення відображена в назві: розв'язання завдання здійснюється внаслідок реальної видозміни ситуації за допомогою рухового акту, який спостерігається.

Функції образного мислення пов'язані з уявленням ситуацій і змін в них, які людина хоче одержати в результаті своєї діяльності, конкретизуючи загальні положення. За допомогою образного мислення повніше відтворюється вся різноманітність різних фактичних характеристик предмета. В образі може бути зафіксовано одночасно бачення предмета з кількох точок зору. Дуже важлива особливість образного мислення - встановлення незвичних, «неймовірних» поєднань предметів та їх якостей. На відміну від наочно-дійового мислення, при наочно-образному мисленні ситуація змінюється лише в плані образу.

Наочно-образне мислення значно розширює пізнавальні можливості особистості, дає змогу їй змістовніше і різноманітніше відображати реальність. Розвиток наочно-образного мислення відбувається в діяльності, характер якої вимагає оперування образами різного ступеня узагальнення, схематичного зображення предметів та їх символічного відображення.

Словесно-логічне мислення (або абстрактне) відбувається у словесній формі за допомогою понять, які не мають безпосереднього чуттєвого підґрунтя, властивого відчуттю і сприйняттю. Саме цей різновид мислення дає змогу виявляти загальні закономірності природи й суспільства, на рівні найвищих узагальнень розв'язувати завдання, будувати наукові теорії і гіпотези.

Використовуючи цей вид мислення, людина може аналізувати, порівнювати явища, предмети, ситуації, оцінюючи предмет, ситуацію, явище, як зі своєї точки зору, так і з інших точок зору.

Це мислення сьогодні виокремлюють як один з основних видів мислення, для якого притаманне використання понять, логічних конструкцій, що існують і функціонують на основі мови, мовних засобів.

Операції мислення :

аналіз (уявний розподіл) - виділення в об'єкті тих або інших його сторін, елементів, властивостей, зв'язків, стосунків і так далі; це розчленовування пізнаваного об'єкту на різні компоненти.

синтез (уявне об'єднання) - розумова операція, що дозволяє в єдиному аналітико-синтетичному процесі мислення переходити від частин до цілого.

узагальнення (уявне об'єднання в клас або категорію) - об'єднання багатьох предметів або явищ за якоюсь загальною ознакою.

порівняння - операція, що полягає в зіставленні предметів і явищ, їх властивостей і стосунків один з одним і у виявленні спільності або відмінності між ними.

абстрагування (виділення одних ознак та відмежування від інших) - розумова операція, заснована на відверненні від несуттєвих ознак предметів, явищ і виділенні в них основного, головного.

категоризація - операція віднесення одиничного об'єкту, події, переживання до деякого класу, яким можуть виступати вербальні і невербальні значення, символи і тому подібне.

Лекція 3

ТЕМА: Психологія особистості.

Мета:

Дидактична:

Усвідомити закономірності і особливості розвитку і формування особистості.

Встановити взаємозв'язок між поняттями «індивід», «особистість», «індивідуальність».

Виховна:

Сприяти формуванню толерантного ставлення до особливостей різних вікових категорій.

Сприяти формуванню психологічної грамотності;

Сприяти формуванню пізнавального інтересу під час вивчення теми.

Розвиваюча:

Розвивати уяву, пам'ять, мислення, вольові якості.

Методи: словесний, наочний.

Матеріально – технічне забезпечення, дидактичні засоби та ТЗН: конспект, наочності.

План:

- 1 Поняття про особистість. Структура особистості.
- 2 Формування та розвиток особистості.
- 3 Вікова періодизація. Вікові кризи особистості.

Література:

- 1 Маклаков А.Г. Общая психология: Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2010. – 583с.
- 2 Загальна психологія: Підручник/ О.В.Скрипченко, Л.В.Долинська, З.В.Огороднійчук. – К.: Либідь, 2005. – 464с.
- 3 3 Загальна психологія./ За редакцією академіка С.Д.Максименка. Підручник. – 2-ге вид., - Вінниця: Нова книга, 2004. – 704с.
- 4 Основи психології: Навч. посібник для студентів вищих навч. закладів/ А.І.Веракіс, Ю.І.Завалевський, К.М.Левківський. – Х.- К.,2005. – 416с.

1 Поняття про особистість. Структура особистості.

Особистість є об'єктом вивчення різних наук – філософії, соціології, етики, біології, педагогіки, психології тощо.

Категорія особистості посідає в сучасних наукових дослідженнях і в суспільній свідомості одне з центральних місць. Завдяки категорії особистості постають можливості для цілісного підходу, системного аналізу та синтезу психологічних функцій, процесів, станів, властивостей людини.

Для розуміння природи особистості потрібно з'ясувати співвідношення цього поняття з іншими поняттями, що використовуються як у класичній, так і в сучасній психології. Це насамперед поняття індивіда, людини, особистості, індивідуальності, суб'єкта.

В психології поняття „особистість” розглядають в сукупності понять: „людина”, „індивід”, „індивідуальність”.

I – людина

II – індивід

III – особистість

IV – індивідуальність

I. Людина – представник людського роду „*Homo sapiens*” (хомосапієнс).

II. Індивід – це окремий представник людського роду, конкретна самість.

III. Особистість – суспільна людина, якій притаманні погляди на життя, переконання, а значить розвинутий світогляд, яка активно реалізує свої здібності.

IV. Індивідуальність – сукупність неповторних рис в людини.

Людина стає особистістю за таких умов:

1 – коли народжується психічно-здоровою (народжена людина ще не є особистістю);

2 – коли формується у суспільства (серед людей).

Людина народжується на світ з генетично закладеними в неї потенційними можливостями стати саме людиною. Не слід вважати, що немовля — це «чиста дошка» (*tabula rasa*), на якій під впливом соціуму «пишуться» ознаки людяності. Немовляті притаманні анатомічні та фізіологічні властивості тіла й мозку, що належать тільки людині. Вони забезпечують у перспективі оволодіння прямоходінням, знаряддями праці та мовою, розвиток інтелекту, самосвідомості тощо.

Але система біологічних, генетичних, анатомічних, фізіологічних чинників передбачає становлення людини лише в певних соціальних, культурно-історичних умовах цивілізації.

Щоб підкреслити біологічно зумовлену належність новонародженої дитини і дорослої людини саме до людського роду та відрізнити їх від тварин, використовують поняття індивіда як протилежне поняттю особини тварини.

Тільки індивідні якості, тобто притаманні людині задатки, анатомо-фізіологічні передумови, закладають підвалини створення особистості.

З'являючись на світ як індивід, людина стає особистістю, і цей процес має історичний характер. Ще в ранньому дитинстві індивід включається в певну історично сформовану систему суспільних відносин, яку він застає вже готовою. Подальший розвиток людини всередині соціальної групи створює таке переплетення відносин, яке формує його як особистість.

Особистість – це система властивостей, яку набуває індивід у предметній діяльності і спілкуванні, що характеризує його з боку включення у суспільні відносини.

Особистість характеризується якісними та кількісними проявами психічних особливостей, які утворюють її індивідуальність.

Індивідуальність — це поєднання психологічних особливостей людини, що утворюють її своєрідність, відмінність від інших людей.

Індивідуальність проявляється у здібностях людини, в домінуючих потребах, інтересах, схильностях, у рисах характеру, в почутті власної гідності, у світобаченні,

системі знань, умінь, навичок, у рівні розвитку інтелектуальних, творчих процесів, в індивідуальному стилі діяльності та поведінки, в типі темпераменту, в характеристиках емоційної та вольової сфер тощо.

Індивідуальність формує важливу характеристику особистості людини, яка забезпечує властивий тільки їй стиль взаємозв'язків з навколишньою дійсністю.

Якщо уявити, за П. Жане, неймовірно: що внаслідок якихось драматичних подій зникли створені людством культура, мистецтво, наука, техніка, різноманітний предметний світ, інститути людської соціалізації, а маленькі діти залишилися в цих умовах без дорослих, які втілюють у своїй спільній діяльності суспільні стосунки, то розвиток індивіда за антропологічним типом припинився би, став неможливим, а в кращому разі пішов шляхом, характерним для тваринного світу. Зрозуміло, що про розвиток особистості в цих умовах зайве говорити.

Про це свідчать факти з життя дітей, які змалку потрапили до тваринних (вовчих) зграй. Такі діти хоч і народились індивідами, але їхній розвиток був деформований у середовищі тварин. Тому ці діти не стали людьми, їх так і не вдалося повернути на шлях людського розвитку. Ці факти доводять вирішальну роль соціального оточення, культурно-історичного середовища та властивих людині засобів соціалізації індивіда, творення особистості.

Спрямованість	Виявляється в потребах, інтересах, ідеалах, домінуючих мотивах діяльності, поведінці, світогляді.
Знання, вміння, навички	Набуваються в процесі життя та пізнавальної діяльності.
Індивідуально-типологічні особливості	Проявляються в темпераменті, характері, здібностях.

Психологічна структура особи

Як всяка організація, психічне життя має певну будову.

Відволікаючись від індивідуальних особливостей психічного складу, можна встановити типову структуру особи.

Перший компонент структури характеризує спрямованість особи або виборче відношення людини до дійсності. Спрямованість включає різні властивості, систему взаємодіючих потреб і інтересів, ідейних і практичних установок. При цьому одні з компонентів спрямованості домінують і мають провідне значення, тоді як інші виконують опорну роль. Домінуюча спрямованість визначає усю психічну діяльність особи.

Другий компонент визначає можливості особи і включає ту систему здібностей, яка забезпечує успіх діяльності. Здібності взаємозв'язані і взаємодіють один з одним. Як правило, одні із здібностей домінують, інші їм підкоряються.

Очевидно, на характері співвідношення здібностей позначається структура спрямованості. У свою чергу, диференціювання здібностей впливає на вибірковість стосунки особи до дійсності.

Третім компонентом в структурі особи є характер, або стиль поведінки людини в соціальному середовищі. Характер - складна синтетична освіта, де в єдності проявляються зміст і форма духовного життя людини. Хоча характер і не виражає

особу в цілому, проте представляє складну систему її властивостей, спрямованості і волі, інтелектуальних і емоційних якостей, типологічних особливостей, що проявляються в темпераменті.

У системі характеру також можна виділити провідні властивості. До них відносяться в першу чергу моральні, в другу чергу - вольові якості, які забезпечують певний стиль поведінки і спосіб рішення практичних завдань.

Четвертим компонентом, що надбудовується над усіма іншими, буде система управління, яку зазвичай означають поняттям "Я". "Я" - освіта самосвідомість особи, воно здійснює саморегуляцію: посилення або послаблення діяльності, самоконтроль і корекцію дій і вчинків, передбачення і планування життя і діяльності.

Структура особи буде неповною, якщо виключити з неї психічні процеси і стани.

Психічні процеси - динамічне віддзеркалення дійсності в різних формах психічних явищ. Під психічним станом слід розуміти що визначився зараз відносно стійкий рівень психічної діяльності, який проявляється в підвищеній або зниженій активності особи.

2 Формування та розвиток особистості.

Розвиток людини – це процес кількісних і якісних змін в організмі під впливом різноманітних детермінантів зовнішніх і внутрішніх, керованих і некерованих.

Результат розвитку людини – це її становлення як біологічного виду і як соціальної істоти. Біологічне в людині характеризується фізичним розвитком і включає в себе морфологічні, біохімічні та фізіологічні зміни. Соціальні зміни в людині передбачають її активне опанування соціальним досвідом і перехід його у внутрішній світ, усвідомлену активну участь людини в суспільно корисній діяльності та виконання певних соціальних ролей.

Основними напрямками розвитку людини є:

анатомо-фізіологічний (збільшення і розвиток кісткової та м'язової систем);

психічний (формування свідомості, самосвідомості, провідних рис властивостей особистості, когнітивних, почуттєвих і вольових процесів тощо);

соціальний (набуття соціального досвіду, в тому числі духовного, опанування соціальними функціями тощо).

В історії психології існувало два напрями у вирішенні питання розвитку особистості, які отримали назву біогенетичної і соціогенетичної концепції психічного розвитку особистості.

Біогенетична концепція виходить з того, що розвиток особистості людини визначається біологічним, переважно спадковим, фактором. Тому розвиток особистості носить спонтанний (мимовільний) характер.

На думку біогенетиків, людина від природи має нахили не тільки до деяких особливостей протікання емоційних реакцій, але і до певного комплексу мотивів (нахил до злочинності в одних, до успіхів в адміністративній діяльності у інших і т. п.). У людини нібито від природи запрограмовані не тільки форми його психічної діяльності, а й їх зміст, визначені етапи психічного розвитку та порядок їх виникнення

Соціогенетична концепція розглядає розвиток особистості як результат прямих впливів навколишнього соціального середовища. Соціогенетики, так само як і біогенетики, ігнорують власну активність людини, відводять їй пасивну роль істоти, що лише пристосовується до навколишнього оточення. Якщо слідувати

соціогенетичній концепції, то залишається незрозумілим, чому в одному і тому ж соціальному середовищі виростають часом такі різні люди.

Таким чином, ці концепції не можуть бути прийняті за основу розуміння закономірностей розвитку особистості. Ні та ні інша не здатні виявити рушійні сили психічного розвитку.

Діалектико - матеріалістична позиція. Біологічні властивості створюють лише передумови, необхідні для розвитку особистості. Особистість формується в процесі активної взаємодії з оточуючим, в діяльності.

Джерелом активності людини є його потреби. Активність особистості обумовлюється сукупністю потреб. Людина, відчуваючи потребу в чомусь, шукає можливість її задовільнити. Однак процес задоволення потреб є внутрішньо суперечливим процесом, що формує у людини складну систему усвідомлених і неусвідомлених мотивів. Задовольнити потреба можна тільки в активності, у духовній або фізичній діяльності. Проміжним засобом задоволення потреби, що спонукає людину до конкретної діяльності, виступає мотив.

Мотив - спонукання до діяльності, пов'язане із задоволенням певної потреби.

Розглянемо етапи формування особистості. Зупинимося на найголовніших і дуже великих етапах. За образним висловом А. Н. Леонтьєва, особистість 'народжується' двічі.

Перше її народження відноситься до дошкільного віку і знаменується встановлення перших ієрархічних відносин мотивів, першими підпорядкування безпосередніх спонукань соціальним нормам.

А. Н. Леонтьєв ілюструє цю подію прикладом, який широко відомий під назвою **'ефекту гіркої цукерки'**

Дитина-дошкільник отримує від експериментатора практично нездійсненне завдання: дістати віддалену річ, не встаючи зі стільця. Експериментатор виходить, продовжуючи спостерігати за дитиною з сусіднього приміщення. Після безуспішних спроб дитина встає, бере предмет і повертається на місце. Експериментатор входить, хвалить його і пропонує в нагороду цукерку. Дитина відмовляється від неї, а після повторних пропозицій починає тихо плакати. Цукерка виявилася для нього 'гіркою'.

Про що говорить цей факт? Аналіз подій показує, що дитина була поставлена в ситуацію конфлікту мотивів. Один його мотив - взяти потрібну річ (безпосереднє спонукання), другий-виконати умову дорослого ('соціальний' мотив). За відсутності дорослого верх взяло безпосереднє спонукання. Однак з приходом експериментатора актуалізувався другий мотив, значення якого ще посилювалося незаслуженою нагородою.

Відмова та сльози дитини - свідомство того, що процес освоєння соціальних норм і супідрядності мотивів вже почався, хоча і не дійшов ще до кінця.

Друге народження особистості починається в підлітковому віці і виражається в появі прагнення і здатності усвідомлювати свої мотиви, а також проводити активну роботу по їх підпорядкуванню і перепідпорядкуванню. Це здатність до самоусвідомлення, сам'якерування, самовиховання.

Між іншим, її обов'язковість зафіксована в такій юридичній категорії, як кримінальна відповідальність за вчинені дії. Ця відповідальність, як відомо, покладається на кожному душевно здорову людину, яка досягла повноліття.

Розвиток особистості відбувається у конкретних суспільних умовах.

Особистість завжди конкретно-історична, вона — продукт епохи, життя своєї країни, своєї сім'ї. Вона — очевидець та учасник суспільного руху, творець власної і загальної історії, об'єкт і суб'єкти сучасності.

У процесі розвитку особистості людина оволодіває засобами людської діяльності та спілкування, мовою, в неї формуються вищі психічні функції, свідомість, воля, самосвідомість, вона стає суб'єктом активного цілеспрямованого пізнання й перетворення навколишнього соціального та природного середовища. В неї з'являється здатність до самовдосконалення, самотворення власної особистості в процесі самопізнання, самовиховання та самонавчання. Вона вступає у «суб'єкт-суб'єктні» стосунки з іншими людьми.

3 Вікова періодизація. Вікові кризи особистості.

Вікова періодизація (класифікація) — поділ цілісного життєвого циклу людини на вікові відрізки (періоди), що вимірюються роками.

Визначають такі періоди вікового розвитку людини:

- **до народження** - пренатальний період (сьогодні він взагалі не підлягає психологічному дослідженню);

- **перед народженням та навколо нього** - перинатальний період (він досить плідно досліджений у трансперсональній психології С. Грофа, яка через техніки глибокого дихання і ЛСД-терапії дозволяє людині знов пережити досвід плоду в утробі матері та кризу народження - найвідповідальнішу в житті, згідно з О.Ранку);

- **від народження до 1 року** - вік немовляти (цей період завершується кризою 1-го року життя, яку пов'язують з початком ходіння й нейрофізіологічною перебудовою, що спричиняють фізичне стомлення, а також зі смисловим мовленням та оперуванням великою кількістю предметів, котрі ведуть до розумового стомлення; симптомом цієї кризи є постійний протест дитини);

- **від 1 до 3 років** - період переддошкільного дитинства (він закінчується кризою 3-х років, що її пов'язують з розвитком предметної діяльності; прояви цієї кризи вже більш яскраві: впертість, негативізм - тобто схильність до дій, протилежних вимогам, непокірливість, свавілля, деспотизм);

- **від 3 до 6-7 років** - період дошкільного дитинства (він закінчується кризою 7-ми років, котру пов'язують із викликаною походом до школи зміною соціальної ситуації, розумовим напруженням та розвитком самосвідомості);

- **від 6-7 до 10 років** - молодший шкільний вік (у цей період для розвитку самосвідомості дитини є дуже важливою оцінка оточуючих, вона оволодіває соціально-нормативною поведінкою);

- **від 10 до 15 років** - підлітковий вік (цей період супроводжується найбільш помітною кризою в житті людини, головним фактором якої визнається пубертат - статеве дозрівання; у підлітка інтенсифікується фізичний, розумовий, моральний, соціальний розвиток; перебудовується організм, самосвідомість, система відношень до оточуючих; відчуття дорослості призводить до труднощів соціальної взаємодії);

- **від 15 до 17 років** - рання (перша) юність, або старший шкільний вік (цей період пов'язаний з інтенсивними пошуками свого місця у світі, із намаганнями збагнути сутність світу одразу і назавжди, із побудовою власного відношення до всіх явищ дійсності, котре базується на певній індивідуалізованій картині світу);

- **від 17 до 21 року** - юність, або друга юність (цей вік є періодом першого випробування власних сил і здібностей людини, коли вона розкриває свій потенціал на певному шляху творчого життєдіяння; відбувається професійне самовизначення);

• **від 21 до 35 років** - період молодості, або першої дорослості (у цей вік людина досягає певного піку своїх можливостей; саме характер і обсяг її досягнень постають факторами кризи 30-ти років, котра звично складається із загострення проблем наслідків професійного визначення, побудови сімейного життя, загального самоствердження);

• **від 35 до 60 років** - період зрілості, або другої дорослості (цей період є часом, коли людина опиняється не на «піці» своїх можливостей, але на певному їх «плато» - сталому стабільному рівні, на якому вона закріпилася; кризи 40-ка і 50-ти років є змістовно близькими одна до одної - розчарування, невдоволеність рутинною, намагання вирватися з об'ємів буденності до справжнього буття - тільки зростають обсяги симптомів стагнації розвитку);

• **від 60 до 75 років** - похилий вік (цей період звичайно є часом, коли людина стикається із першими ознаками власної психічної інволюції; вона або докладає зусиль, щоб оптимально функціонувати і досягти того новоутворення, яким визначається цей вік - мудрості, або впадає у відчай і швидко деградує; кризи цього і двох наступних періодів пов'язані із розвитком ставлення людини до кінця своєї життєдіяльності, із примиренням з його наближенням);

• **від 75 до 90** - старечий вік;

• **вище за 90** - довгожителі.

Лекція 4

Тема: Індивідуальні особливості особистості в поведінці, діяльності, спілкуванні.

Мета:

Дидактична:

Усвідомити закономірності і особливості розвитку і формування особистості.

Встановити взаємозв'язок між поняттями «темперамент», «характер», «здібності».

Виховна:

Сприяти формуванню толерантного ставлення до індивідуальних проявів особливостей людини

Сприяти формуванню психологічної грамотності;

Сприяти формуванню пізнавального інтересу під час вивчення теми.

Розвиваюча:

Розвивати уяву, пам'ять, мислення, вольові якості.

Методи: словесний, наочний.

Матеріально – технічне забезпечення, дидактичні засоби та ТЗН: конспект, наочності.

План:

1 Поняття про темперамент.

2 Типи темпераменту і їх психологічна характеристика.

3 Поняття про характер. Структура характеру.

4 Поняття про здібності. Види здібностей.

Література:

- 1 Маклаков А.Г. Общая психология: Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2010. – 583с.
- 2 Психология и этика делового общения: Учебник для ВУЗов / под ред. проф. Лавриненко. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2003.
- 3 Загальна психологія./ За редакцією академіка С.Д.Максименка. Підручник. – 2-ге вид., - Вінниця: Нова книга, 2004. – 704с.
- 4 Основи психології: Навч. посібник для студентів вищих навч. закладів/ А.І.Веракіс, Ю.І.Завалевський, К.М.Левківський. – Х.- К.,2005. – 416с.
- 5 Хміль Ф.І.. Ділове спілкування: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. – К.: „Академвидав”, 2004.

1 Поняття про темперамент.

Поведінка людини залежить не тільки від соціально зумовленої спрямованості її особистості, а й від специфіки її природної організації, зокрема такої індивідуально-психологічної особливості, як темперамент.

Спостерігаючи за людьми, неважко помітити їх неповторну індивідуальну своєрідність у загальній рухливості, швидкості мовлення, виявленні почуттів. Одні з них запальні, рухливі й веселі, інші — повільні, спокійні й холодні, ще інші — дуже переживають, але приховують свої почуття, кволі й пасивні. Ці індивідуальні відмінності зумовлені їх темпераментом.

Темперамент (лат. — устрій, узгодженість) — сукупність індивідуально-психологічних характеристик, що виявляються у силі, швидкості та врівноваженості нервових процесів.

Щоб відрізнити індивідуальні особливості поведінки, зумовлені темпераментом, від тих, які породжені мотивами і психічними станами, треба враховувати, що:

1) властивості темпераменту є стійкими і постійними протягом тривалого відрізка часу або навіть усього життя;

2) різні властивості темпераменту в людини поєднуються між собою не випадково, а закономірно і утворюють стійку структуру, що характеризує його тип.

Темперамент забарвлює всі психічні прояви індивіда, впливаючи на темп рухів і мови, перебігу емоції та мислення. Однак від нього не залежать ні інтереси, ні соціальні установки, ні моральна вихованість особистості. Він обумовлює характер перебігу психічної діяльності, а саме: швидкість виникнення і стійкість психічних процесів, їх психічний темп і ритм, інтенсивність психічних процесів і спрямованість психічної діяльності на певні об'єкти.

Історія розвитку вчення про темперамент

Існування індивідуальних відмінностей у психічній діяльності людини було помічено давно. Вчення про темперамент виникло у давнину. Давньогрецький лікар Гіппократ (V ст. до н.е.), а потім римський лікар Гален (II ст. до н.е.), спостерігаючи індивідуальні особливості поведінки людини, зробили спробу описати і пояснити ці особливості. Гіппократ вважав, що в тілі людини є чотири рідини: кров, слиз, жовч і чорна жовч. Домінування однієї з них і визначає темперамент людини.

Назви темпераментів походять від назв рідин: холеричний темперамент — походить від латинського слова chole (жовч), сангвінічний — від sanquis (кров),

флегматичний – від phlegma (слиз), меланхолічний – від melas chole (чорна жовч). Назви темпераментів збереглися до наших днів.

Типи вищої нервової діяльності і темперамент

Уперше науковий підхід до з'ясування фізіологічних основ темпераменту застосував І. Павлов у своєму вченні про типи вищої нервової діяльності у тварин і людини.

Ці основи він вбачав у особливостях функціонування кори великих півкуль головного мозку, її умовнорефлекторній діяльності. Спираючись на експериментальні дані, він показав, що нервові процеси в корі головного мозку характеризуються певними властивостями, які у своєму поєднанні утворюють типи вищої нервової діяльності (типи нервової системи).

Такими властивостями є сила, рівноваженість і рухливість процесів збудження і гальмування.

Сила – показник працездатності нервових клітин і нервової системи в цілому, здатність нервової системи тривалий час витримувати сильні подразники.

Холеричний, сангвінічний, флегматичний темпераменти відносять до сильного типу нервової системи (сильного темпераменту), меланхолічний – до слабкого типу нервової системи (слабкого темпераменту).

Рівноваженість – показник співвідношення (балансу) процесів збудження і гальмування.

У сангвінічного і флегматичного темпераментів процеси збудження і гальмування рівні за силою (збалансовані).

Холеричний темперамент – процес збудження домінує над процесом гальмування.

Меланхолічний темперамент – процес гальмування домінує над процесом збудження.

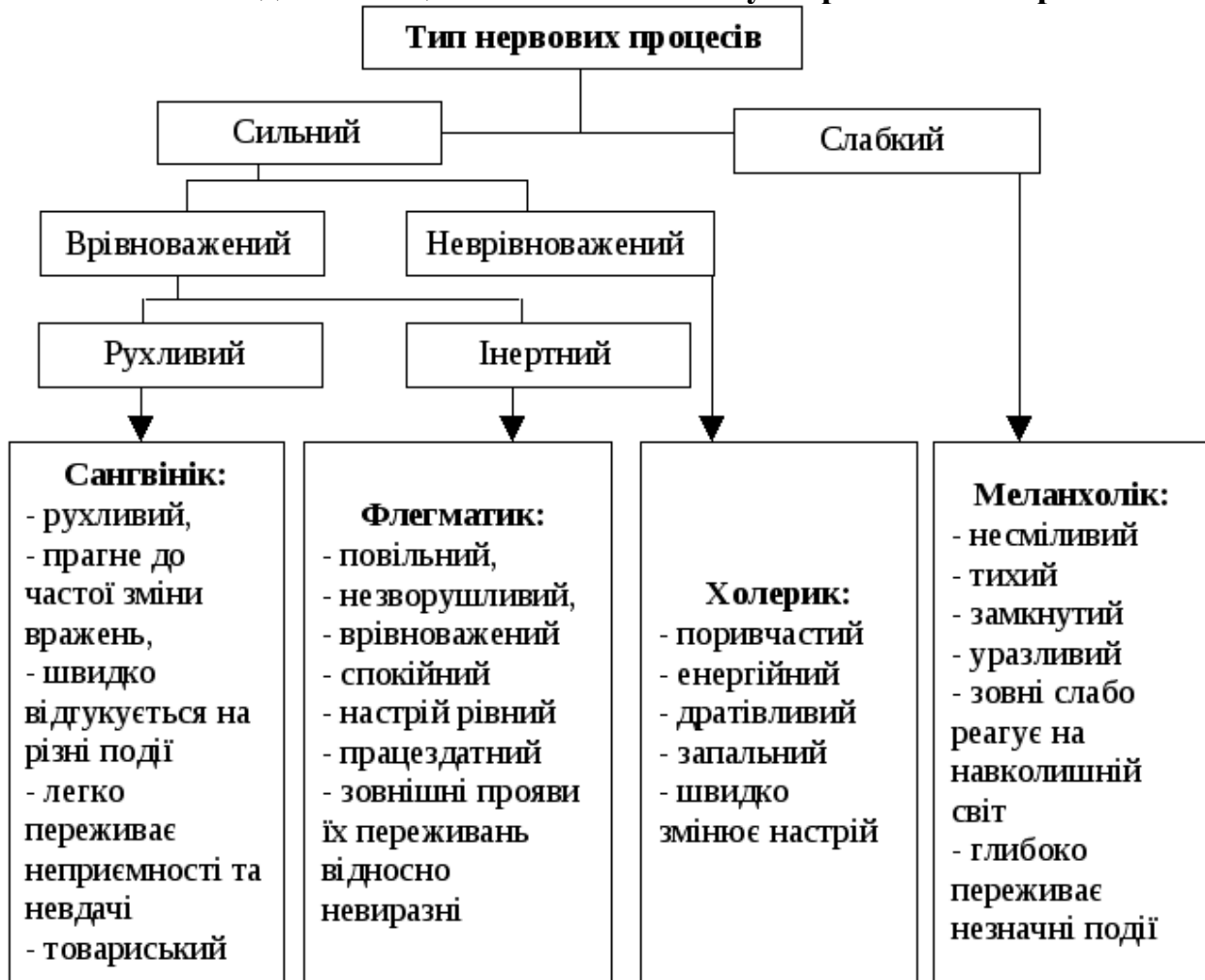
Рухливість – показник швидкості зміни процесів збудження і гальмування.

Холеричний, сангвінічний темпераменти – рухливі.

Флегматичний темперамент – інертний.

Меланхолічний темперамент – рухливий або інертний.

Певне поєднання цих властивостей утворює тип нервової системи.



Павлов виділив чотири види вищої нервової діяльності:

- 1 сильний, невірноважений;
- 2 сильний, урівноважений, рухливий;
- 3 сильний, урівноважений, інертний;
- 4 слабкий.

На його думку, ці типи вищої нервової діяльності відповідають чотирьом типам темпераментів: холеричному, сангвінічному, флегматичному і меланхолійному. Він вважав темперамент найзагальнішою характеристикою кожної людини, яка накладає відбиток на всю її діяльність.

2 Психологічна характеристика темпераментів

Кожен тип темпераменту характеризується різним рівнем вираження окремих властивостей і їх своєрідним поєднанням.

Холерик - це людина, нервова система якого визначається переважання збудження над гальмуванням, унаслідок чого він реагує дуже швидко, часто необдуманно, не встигає себе загальмувати, стримати, виявляє нетерпіння, поривчастість, різкість рухів, запальність, необузданність, нестриманість. Неврівноваженість його нервової системи визначає циклічність у зміні його активності і бадьорості: захопившись якою-небудь справою, він пристрасно, з повною віддачею працює, але сил йому вистачає не надовго, і, як тільки вони виснажуються, він допрацьовується до того, що йому вже несила. З'являється роздратований стан, поганий настрій, занепад сил і млявість («все валиться з

рук"). Чергування позитивних циклів підйому настрою й енергійності з негативними циклами спаду, депресії обумовлюють нерівність поведінки і самопочуття, його підвищену схильність до прояву невротичних зривів і конфліктів з людьми.

Сангвінік - людина із сильною, врівноваженою, рухливою нервовою системою володіє швидкою реакцією, його вчинки обдумані, життєрадісний, завдяки чому його характеризує висока опірність труднощам життя. Рухливість його нервової системи обумовлює мінливість почуттів, уподобань, інтересів, поглядів, високу пристосовність до нових умов. Це товариська людина, легко сходиться з новими людьми, і тому в нього широке коло знайомств, хоча він і не відрізняється постійністю в спілкуванні і прихильності. Він продуктивний діяч, але лише тоді, коли багато цікавих справ, тобто при постійному порушенні, в іншому випадку він стає нудним, млявим, відволікається. У стресовій ситуації виявляє «реакцію лева», тобто активно, обдумано захищає себе, бореться за нормалізацію обстановки.

Флегматик - людина з сильною, урівноваженою, але інертною нервовою системою, внаслідок чого реагує повільно; неговіркий, емоції виявляються уповільнено (важко розсердити, розвеселити); має високу працездатність, добре чинить опір сильним і тривалим подразникам, труднощам, але не здатний швидко реагувати в несподіваних, нових ситуаціях. Міцно запам'ятовує все засвоєне, не здатний відмовитися від вироблених навичок і стереотипів, не любить міняти звички, розпорядок життя, роботу, друзів, важко й уповільнено пристосовується до нових умов. Настрій стабільний, рівний. При серйозних неприємностях флегматик залишається зовні спокійним.

Меланхолік - людина зі слабкою нервовою системою, що володіє підвищеною чутливістю навіть до слабких подразників, а сильний подразник вже може викликати «зрив», «стопор», розгубленість, «стрес кролика», тому в стресових ситуаціях (іспит, змагання, небезпека і т. п.) можуть погіршитися результати діяльності меланхоліка порівняно зі спокійною звичною ситуацією. Підвищена чутливість призводить до швидкого стомлення і зниження працездатності (потрібно більш тривалий відпочинок). Незначний привід може викликати образ, сльози. Настрій дуже мінливий, але звичайно меланхолік намагається приховати, не виявляти зовні свої почуття, не розповідає про свої переживання, часто сумний, пригнічений, невпевнений у собі, стривожений, у нього можуть виникати невротичні розлади. Проте, володіючи високою чутливістю нервової системи, меланхоліки часто мають виражені художні і інтелектуальні здібності. В нормальних умовах меланхолік – людина глибока, змістовна, може бути хорошим працівником, успішно вирішувати життєві завдання. За несприятливих умов може перетворитись на замкнену, боязку, тривожну, раниму людину, схильну до важких внутрішніх переживань таких життєвих обставин, які на те не заслуговують. Такі люди намагаються ізолювати себе від життя з його хвилюванням, уникають товариства, бояться будь-якої відповідальності.

У чистому вигляді ці типи темпераменту рідко зустрічаються в житті. У більшості людей поєднуються властивості різних типів, а тому найчастіше говорять про змішаний тип темпераменту. Немає хороших чи поганих темпераментів.

Кожен тип має свої позитивні аспекти і недоліки.

Характеристика типів темпераменту

Холерик	Сангвінік	Флегматик	Меланхолік
1 Поведінка			
Неврівноважена	Добре врівноважена, моролюбива	Відмінно врівноважена, зверхня	Дуже неврівноважена, істерична
2 Хвилювання			
Сильні і короткочасні	Поверхневі, короткочасні	Слабкі і емоційні	Глибокі і затяжні
3 Настрій			
Нестійкий, переважно бадьорий	Стійкий, життєрадісний	Стійкий, без великих радощів і сумувань	Нестійкий, переважає песимізм
4 Мова			
Голосна, різка, неврівноважена	Голосна, жива, плавна	Монотонна, повільна	Тиха і з задиханням
5 Терпіння			
Слабке	Помірне	Дуже велике	Дуже слабе
6 Адаптація			
Гарна	Відмінна	Повільна	Важка
7 Комунікбельність			
Висока	Рівномірна	Невисока	Низька (замкненість)
8 Ставлення до критики			
Збуджена	Спокійне	Байдуже	Вразливе
9 Ставлення до нового			
Позитивне	Байдуже	Негативне	Оптимістичне змінюється на песимістичне і навпаки
10 Ставлення до небезпеки			
Бойове, ризиковане, без особливого розрахунку	Розраховане, але без особливого ризику	Байдуже	Розгублене, подавлене
11 Оцінка своїх здібностей			
Значно завищена	незначна переоцінка	Реальна	Недооцінена

3 Поняття про характер

Термін «характер» грецького походження і в перекладі означає «риси», «ознака», «особливість».

У наукове і побутове використання його вперше ввів давньогрецький учений, філософ і друг Арістотеля Теофраст (IV—III ст. до н. е.).

Із самого початку слово «характер» означало сукупність різних ознак (частіше морального плану), які відрізняють одну людину від іншої. Охарактеризувати людину означало виявити суттєві ознаки, які виокремлюють її серед інших людей. Поступово зміст його змінювався. У це поняття стали включати не всі істотні

ознаки, а тільки такі, які позначають властивий певній людині спосіб поведінки і взаємодії з іншими людьми.

Характер) — складне й індивідуально-своєрідне поєднання рис людини, яке формується в процесі розвитку під впливом умов життя та виховання і виявляється в її поведінці, ставленні до колективу, інших людей, праці, навколишньої дійсності та до самої себе.

Характер є основою особистості.

Виявляється характер людини в її діях та вчинках і накладає на них певний відбиток. Від нього залежить поведінка людини за різних обставин: рішучість у прийнятті рішень, наполегливість у досягненні поставленої мети, винахідливість при уникненні небезпеки тощо.

Характер формується протягом життя під впливом життєвих обставин. Однак людина не пасивний об'єкт їх впливу. Вона активно взаємодіє із середовищем, змінює його, переборює несприятливі умови. Не середовище саме по собі, а діяльність людини в ньому відіграє вирішальну роль у формуванні характеру. Оточення, в якому перебуває людина, умови її життя і діяльності, життєвий шлях — індивідуально-своєрідні й неповторні. Наслідком цього є нескінченна різноманітність людських характерів.

Знати характер людини дуже важливо.

Це дає можливість передбачити, як вона буде себе поводити за певних умов, чого від неї можна чекати, як вона виконуватиме доручення тощо.

Ідеї про психологічне розрізнення людей виникли ще в епоху ранньої античності й зумовлювались суспільними потребами. Так, грецький рабовласник, купуючи раба, уважно оглядав його зовнішність - м'язи, хребет, зуби, для того щоб визначити фізичну працездатність невільника. Однак рабовласника цікавили і психічні риси раба - чи буде він слухняним, стриманим, покірним та працелюбним. Тому саме в Давній Греції зароджується та виникає візуальна психодіагностика - теорія розрізнення рис характеру людини на основі її зовнішності.

Пізніше філософи і психологи, пояснюючи і класифікуючи людські характери, головними чинниками їх формування вважали особливості тіла. Так, **Арістотель** здійснював спроби визначати риси характеру людини, ототожнюючи її зовнішність з тваринами - приміром, якщо людина мала товстий бичачий ніс, то вважалась лінивою, форма лев'ячого носа означала поважність особи, тонке та рідке волосся, як у зайця, показувало боягузтво т. п.

У Середньовіччі найбільш відомим став дослідник характеру **І. Лафатер**, що заснував цілу теорію - френологію, яка вивчала риси характеру людини за формою її черепа. Згідно ідей френології череп поділявся на 27 ділянок, випукла форма яких говорила про вираженість певної риси характеру чи здібності людини, а ввігнута - про відсутність чи слабкий ступінь розвитку ознаки. Хоча погляди френології на сьогодні заперечуються офіційною наукою, вченими була запозичена ідея про функціональний розподіл не черепа, а головного мозку.

Відомими в історичному контексті є також погляди **Ч. Дарвіна** на вияви рис характеру людини через зморшки на її обличчі. Наприклад, характер зморшок на лобі діагностує зовсім різні риси характеру-якщо зморшки мають горизонтальний характер, то показують безпосередність, оптимізм та простодушність людини, а вертикальні зморшки свідчать про вдумливість, емоційну стриманість та критичність особистості.

На сьогодні науковці дещо скептично ставляться до діагностики рис характеру на основі зовнішності людини, психологи-практики обирають для цього численні стандартизовані та проєктивні тести. Вчені працюють над вивченням питань формування характеру, виявів національного характеру, проблеми гармонійності структури та виявів характеру.

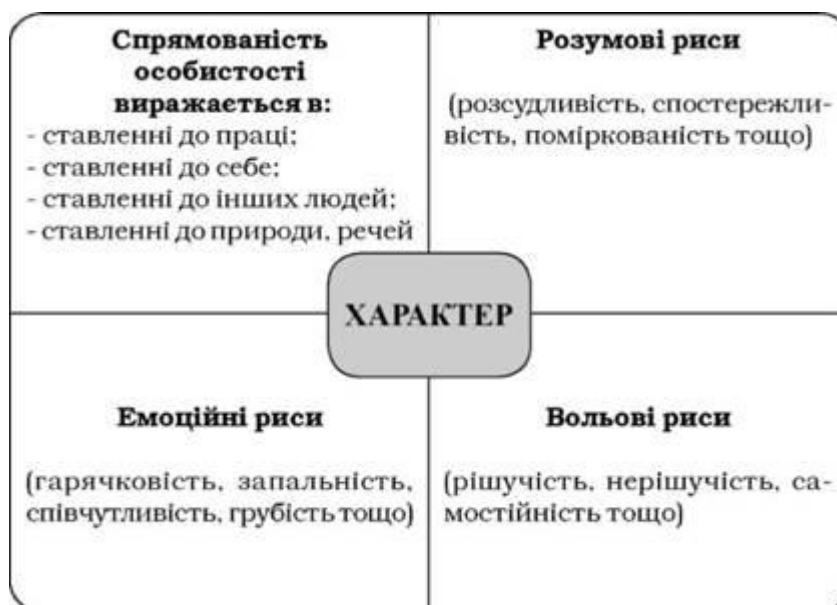
Пояснюючи фізіологічні основи характеру, **І. П. Павлов** писав, що їх становить система міцно закріплених реакцій людини на багаторазові впливи людського середовища. Характер спирається на сплав рис типу ВНД і складних систем умовних рефлексів, вироблених внаслідок індивідуального життєвого досвіду через вплив соціуму.

Властивості вищої нервової діяльності визначають в характері такі риси, як врівноваженість-неврівноваженість, рухливість-інертність, комунікабельність-замкнутість. Нервова система впливає й на інші прояви характеру - на тонус почуттів, мовлення, зовнішнє вираження рухів. Але тип вищої нервової діяльності не визначає змістовної сторони особистості в цілому. Наприклад, такі риси характеру як принциповість, чесність, ввічливість можна виробити на основі будь-якого типу нервової системи. Вища нервова діяльність впливає на процес формування окремих рис характеру (легкість, швидкість, темп). Наприклад, пристрасна, поривчаста наполегливість швидше і легше формується у людини з неуврівноваженою нервовою системою, а спокійна, повільна манера поведінки - на основі врівноваженої.

Структура характеру.

Характер як одна з істотних особливостей психічного складу особистості є цілісним утворенням, що характеризує людське "Я" як єдність. Розуміння характеру як єдності його рис не виключає виокремлення в ньому деяких ланцюгів з метою глибшого пізнання його сутності. Тобто створення структури рис характеру спирається на його умовний розподіл.

Визначити структуру характеру означає виокремити в ньому головні компоненти, без яких цілісність характеру уявити не можна:



Мал. Структура рис характеру

Спрямованість є головною складовою структури характеру особистості. Вона виявляється у вибірковому позитивному або негативному у ставленні особистості до дійсності, до вчинків і діяльності, до людей і до самої себе.

В свою чергу, спрямованість, що є інтегральною характеристикою людини, поєднує ставлення 1) до праці, 2) до себе, 3) до інших людей та 4) до природи, речей.

Ставлення до праці проявляється через позитивні чи негативні риси характеру - працелюбність, повагу до праці, старанність, дисциплінованість, організованість або ж зневагу до праці, лінощі, байдужість, недбалість та непослідовність.

Ставлення до себе залежить у людини від рівня розвитку її самосвідомості, здатності оцінювати себе. Такі риси характеру, як сором'язливість, почуття власної гідності, вимогливість до себе, відповідальність є позитивними і корисними якостями людини. Разом з тим, проявляються і негативні риси - нескромність, хвалькуватість, гордія, самовпевненість, егоїзм, безпринципна покора, безпідставна зневага або знецінювання себе.

Ставлення до людей виникає в результаті численних контактів з іншими особистостями і зумовлюється суспільними умовами життя. Ставлення до інших людей виявляється залежно від обставин і характеру оцінювання вчинків як в позитивних, так і в негативних рисах характеру. Серед позитивів, притаманних культурній людині, є справедливість, дотримання слова, щедрість, ввічливість, доброзичливість, чесність та принциповість. В їх основі лежить гуманізм особистості. До негативних рис характеру належать відчуженість, хвалькуватість, снобізм, дріб'язковість, грубість, нахабство тощо.

Серед розмаїття рис характеру помітні й ті, що виражають **ставлення особистості до природи і речей**. Ощадливість, дбайливість, охайність, бережливість, дбайливе ставлення до природи підносять людину, оцінюючись як позитивні. Антиподами цих рис є недбалість, вандалізм, транжирство, неакуратність тощо.

Розумові риси характеру виявляються в розсудливості, спостережливості, поміркованості. Спостережливість і розсудливість сприяють швидкій орієнтації в обставинах. Нерозсудливі люди легко хапаються за будь-яку справу, діють під впливом імпульсу. Розумова інертність, навпаки, виявляється в пасивності, байдужості, повільності, коли потрібно прийняти рішення, або у поверховому ставленні до справи без урахування її важливості.

Емоції стають підґрунтям таких рис характеру, як гарячковість, запальність, надмірна або вдавана співчутливість, всепрощення або брутальність, грубість, "товстошкірість", нечутливість до страждань інших, нездатність співчувати.

Воля як складова структури характеру зумовлює його силу, непохитність. Отже, воля, як вважають науковці, являє собою стрижневий компонент сформованого характеру. Сильна воля робить характер самостійним, стійким, непохитним, мужнім. Людина з таким характером здатна досягати бажаної мети. Людей із слабкою волею називають слабохарактерними. Навіть маючи багато знань і значний досвід, вони не здатні наполягати на справедливості і часто виявляють нерішучість, страх.

3 Поняття про здібності. Види здібностей.

Відомо, що за всіх рівних умов (рівня знань, навичок, витрат часу) різні люди досягають неоднакових результатів. Якість і засоби виконання будь-якої діяльності, її успішність і рівень досягнень залежать від здібностей особистості.

Здібності - це індивідуально-психологічні особливості людини, які відповідають умовам успішного виконання тієї чи іншої діяльності, а саме - набуття знань, умінь і навичок; використання їх у праці.

Кожна здібність має свою структуру, яка залежить від розвитку особистості.

Види здібностей.

Науковці використовують декілька класифікацій видів здібностей, що укладені за різними ознаками.



Мал. Види здібностей

Загальні здібності забезпечують відносну легкість і продуктивність в оволодінні знаннями і здійсненні різних видів діяльності. Загальні здібності - це розумові здібності: критичність розуму, його самостійність, глибина, допитливість, швидкість розумового орієнтування, швидкість мислення. Люди, що мають загальні (розумовими) здібності, як правило, швидко освоюються в нових видах діяльності, галузях знань, добре навчаються.

Спеціальні - проявляються в певній сфері діяльності людини - музиці, математиці, малюванні, спорті, техніці тощо.

У однієї людини можливе поєднання як загальних, так і спеціальних видів здібностей.

Прикладами високого рівня розвитку як загальних, так і спеціальних здібностей є Т. Г. Шевченко, М. В. Гоголь, М. В. Ломоносов та ін.

Учбові здібності проявляються як швидке і якісне засвоєння знань, вироблення вмій, однак не передбачають оригінальності продуктів діяльності.

Творчі - виявляються через створення людиною нестандартних, оригінальних продуктів діяльності.

Для досягнення рівня творчих здібностей людина спочатку виробляє учбові здібності.

Теоретичні - пов'язані з функціонуванням у людини теоретичного, абстрактного мислення. Люди, які володіють цими здібностями, схильні до наукової діяльності.

Практичні здібності передбачають наявність і переважання в діяльності практичного, наочно-дійового мислення. Люди з практичними здібностями віддають перевагу практичним справам у сферах виробництва, торгівлі, підприємницької діяльності тощо.

Кожен вид здібностей може проявитися як в ранньому, так і в зрілому віці і досягати високого рівня розвитку.

Коли говорять про здібності людини, то передбачають дві характеристики їх прояву:

- кількісну характеристика;
- якісну характеристика;

Якісний рівень прояву здібностей

- сфера прояву і застосування здібностей – до чого здібна людина

Кількісний рівень прояву здібностей

- рівень розвитку здібностей – якою мірою здібна людина

Мал. Рівні прояву здібностей

Рівні розвитку здібностей:

Задатки (анатомо-фізіологічні передумови до діяльності);

Обдарованість (це система здібностей людини, яка дозволяє їй досягнути значних успіхів в одній або кількох видах діяльності.);

Талант (високий рівень розвитку здібностей, насамперед спеціальних; талант завжди пов'язаний з групою здібностей);

Геніальність. Про неї говорять, коли творчі досягнення людини становлять цілу епоху в житті суспільства, у розвитку культури. Вважається, що за 5000 років цивілізації геніальних людей було не більше 400 чоловік (Арістотель, М. В. Ломоносов. Р. Декарт. Леонардо да Вінчі. Г. В. Лейбніц).

Лекція 5

Тема: Морально – психологічний клімат трудового колективу.

Мета:

Дидактична:

Усвідомити закономірності і особливості розвитку і формування трудового колективу.

Встановити взаємозв'язок між поняттями «стиль керівництва», «лідер», «морально – психологічний клімат колективу».

Виховна:

Сприяти формуванню толерантного ставлення до індивідуальних проявів особливостей людини;

Сприяти формуванню психологічної грамотності;

Сприяти формуванню пізнавального інтересу під час вивчення теми.

Розвиваюча:

Розвивати увагу, пам'ять, мислення, волюв'язкість.

Методи: словесний, наочний.

Матеріально – технічне забезпечення, дидактичні засоби та ТЗН: конспект, наочності.

План:

1 Морально – психологічний клімат колективу. Фактори, які впливають на формування морально-психологічного клімату.

2 Сумісність людей в колективі. Види сумісностей.

3 Поняття керівництва. Характеристика стилів керівництва.

4 Поняття лідерства. Психологічна типологія лідерів.

Література

- 1 Психология и этика делового общения: Учебник для ВУЗов / под ред. проф. Лавриненко. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2003.
- 2 Хміль Ф.І. Ділове спілкування: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. – К.: „Академвидав”, 2004.
- 3 Шеломенцев В.Н., Этикет и культура общения: Учебн. пособие. – Киев: ООО „Обериг”, 1995.
- 4 Гриценко Т.Б., Гриценко С.П., Іщенко Т.Д., Мельничук Т.Ф., Етика ділового спілкування: Навч. Посібник.- К.: Центр учбової літератури, 2007 – 344с.

1 Морально-психологічний клімат в колективі.

Морально-психологічний клімат характеризує взаємини індивідів, настроїв, що переважають у колективі, а також задоволеність роботою.

Фактори, які впливають на морально – психологічний клімат:

1 Особливості трудового процесу. Наприклад, якщо в процесі роботи члени колективу ізольовані чи обмежено спілкуються один з одним, то не може бути і мови про створення нормального морально-психологічного клімату. І навпаки, під час тісного спілкування один з одним, погодженості дій, постійній взаємодопомозі морально-психологічний клімат сприяє вирішенню найскладніших завдань. Отже, на характері взаємин працівників позначаються також максимальне зближення інтересів формальної і неформальної груп і зведення до мінімуму чи до ліквідації протиріч між членами колективу.

2 Неофіційна організаційна структура. Наявність друзів у колективі.

Безумовно, товариські контакти під час праці і по закінченні її, співробітництво і взаємодопомога формують інший клімат, ніж недоброчливі відносини, що проявляються в сварках і конфліктах.

2 Стиль керівництва.

Під час створення створенні здорового морально-психологічного клімату в колективі варто враховувати настроїв працівників, що залежить, у свою чергу, від організації трудового процесу – чіткості поставлених завдань, забезпеченості достатньою інформацією, необхідними матеріалами, ритмічності в роботі і т. ін. Коли колектив заздалегідь планує роботу з обсягами і термінами і чітко її виконує, то в ньому є всі передумови для гарного настрою, а разом з тим і відповідного морально-психологічного клімату.

Якщо ж у колективі немає чіткості в розподілі обов'язків, порушуються терміни виконання робіт, то навряд чи можна говорити про створення в ньому сприятливого морально-психологічного клімату.

3 Сумісність працівників, тобто можливість і прагнення їх до спільної діяльності.

Тому при формуванні колективу, а також при розподілі роботи необхідно враховувати не тільки індивідуальні психологічні якості індивідів, але й ступінь їх спрацьованості з іншими людьми, можливості об'єднання людей у групи. В організаціях і їхніх підрозділах, які складаються з психологічно сумісних людей, легше створити ефективно діючий колектив. І навпаки, якщо в колективі є психологічно несумісні люди, то наявні всі передумови конфліктів. Від такого колективу важко очікувати високих результатів у роботі.

4 Рівень задоволеності роботою всіх членів колективу. Створення індивіду умов задоволеності щодо відносин з колегами і керівництвом – застава

високоєфективної роботи й одна з головних передумов нормального морально-психологічного клімату. Задоволеність процесом праці – багатогранне і специфічне поняття. Якщо ті самі умови влаштовують одного працівника, то іншому вони можуть абсолютно не підходити. Тому дане питання є найбільш складним при вирішенні проблем морально-психологічного клімату колективу.

Задоволеність роботою може бути викликана різними обставинами.

Найбільш істотні наступні:

- характер праці, наприклад, льотчик задоволений своєю роботою тому, що любить літати;
- розмір заробітної плати, коли вона представляється достатньою, щоб компенсувати інші незручності;
- престижність професії, наприклад, лікаря, артиста;
- супутні роботі можливості цікавих зустрічей, відвідувань, поїздок, вражень і т. ін., наприклад, гіді, перекладачі, стюардеси тощо;
- можливість у перспективі одержати бажану професію чи роботу;
- специфічні особливості й умови роботи, що підходять даній людині, наприклад, місце розташування організації, приємний колектив, у якому багато друзів і симпатичних людей, зручний режим роботи і т. ін.

У кожного індивіда одна із зазначених обставин домінує над іншими. Тому, вивчаючи підлеглих, керівник виявляє цю обставину і вживає відповідних заходів. Аналізуючи схильності працівників до різних видів задоволеності, керівник ефективно прищеплює їм мотиви до праці, тобто використовує моральні фактори.

Значною мірою задоволеність залежить від розміру матеріальних і ступеня моральних заохочень, отриманих працівником. Оскільки матеріальні і духовні потреби людей постійно зростають, то їхня задоволеність може збільшуватися тільки з ростом обсягу матеріальних і духовних благ. У зв'язку з тим, що потреби в людей різні, ступінь задоволеності ними при такому ж самому співвідношенні виробленого й одержуваного також різна. Крім того, необхідно враховувати вік індивідів при їх заохоченні. Наприклад, молодь більш бажає бути заохочена матеріально, а люди старшого покоління – морально.

Задоволеність трудящих визначається також вмінням жити в колективі, підкорятися наказам і розпорядженням керівників, поважати думку товаришів. Зустрічаються люди, особливо серед молоді, яких обтяжує дисципліна, свідомість своєї підпорядкованості. Незалежно від того, подобається чи не подобається їм підкорятися, вони зобов'язані це робити. І якщо вони постійно заперечують, виникає незадоволеність в усіх працівників, у тому числі в дисциплінованих, що, у свою чергу, погіршує морально-психологічний клімат. У таких випадках керівник повинен провести індивідуальну роботу, для того щоб допомогти колективу зрозуміти і сприйняти відносини керівництва-підпорядкування як об'єктивну необхідність, що не уражає гідності підлеглих.

Морально-психологічний клімат істотно впливає на відносини більшості індивідів до порушників дисципліни. У здоровому колективі вони зустрічають одноставний осуд, що сприятливо позначається на настрої, характері задоволеності працею більшості робітників. Принципові відносини між працюючими позитивно відбиваються на результатах роботи всього колективу. Тому вивчення морально-психологічного клімату і створення умов для його поліпшення – найважливіший резерв підвищення ефективності роботи.

Отже, основними факторами, які впливають на стан соціально-психологічного клімату в колективі, є зміст праці та ступінь задоволення людей роботою; умови праці та побуту, задоволеність ними; ступінь задоволення характером міжособистісних стосунків зі співробітниками; стиль керівництва, особистість керівника, а також те, чи задоволений він співробітниками.

3 Сумісність людей. Види сумісностей.

Людські взаємини складаються за реальних життєвих обставин, під час спільної діяльності людей, в процесі їх взаємодії. На розвиткові відносин відчутно позначаються різноманітні об'єктивні чинники, що сприяють контактам або ускладнюють їх формування. Так, комфортні умови співпраці, забезпечення потрібних умов роботи, чітка організація праці неодмінно створюють сприятливі для взаємодії людей умови.

Водночас значний вплив на ефективність взаємодії мають психологічні чинники: ставлення людей один до одного і до інших людей, психологічна і практична готовність до співробітництва, іноді - індивідуально-психологічні особливості людей і таке ін.

Повсякденно керівникові доводиться вирішувати практичні завдання поліпшення взаємодії і взаємосумісності членів колективу.

Між психологічно сумісними людьми встановлюються добрі взаємини для спільної роботи, між психологічно несумісними — несприятливі.

Наявність навіть двох несумісних людей (особливо в малих групах) серйозно впливає на атмосферу в групі. Ще згубніші наслідки можуть бути в разі несумісності формального і неформального лідерів або безпосередньо пов'язаних з посадовими обов'язками керівників.

Несумісність породжує неприязнь, антипатію, конфлікт, що негативно впливає на спільну діяльність.

Сумісність — це оптимальне поєднання якостей окремих людей у процесі взаємодії, що сприяє успішному виконанню спільної діяльності.

У психології виділяють такі види сумісності: **фізичну, психофізіологічну, соціально-психологічну і психологічну сумісність.**

Фізична сумісність виявляється в гармонійному поєднанні фізичних якостей двох або кількох людей, що спільно діють. Наприклад, максимальна продуктивність фізичної роботи можлива тільки за умови, коли ті, хто разом її виконує, не поступаються один одному за силою і витривалістю.

Поширеним критерієм відбору можуть бути показники фізичної сумісності в спорті при комплектуванні команд (групування за ваговою категорією у важкій атлетиці).

Психофізіологічна сумісність передбачає єдність і взаємозв'язок особливостей аналізаторних систем, а також властивостей нервової системи людей під час діяльності. Психофізіологічна сумісність передбачає відповідність підлеглих за віком, рівнем фахового розвитку, ступенем підготовленості, виявом характеру, темпераменту і здібностей. За такої сумісності успіх колективної діяльності визначається не стільки індивідуальним внеском кожного, скільки якістю взаємодії і взаємного сприяння.

Так, робота на конвеєрі вимагає від кожного працівника певного темпу виконання виробничих операцій. У разі невідповідності психофізіологічних характеристик когось із працівників процес порушується або може і взагалі

припинитися. Для двох контролерів спільна робота по розрізненню насиченості кольорів буде неможливою, якщо їх здатність до розрізнення і чутливість сприймання кольорів різна. Ще більшого значення в межах цього різновиду сумісності набувають властивості темпераменту.

Соціально-психологічна сумісність передбачає відносини людей з такими властивостями особистості, що сприяють успішному виконанню соціальних ролей. У такому разі обов'язковою умовою є подібність характерів, здібностей, але обов'язкова їх гармонія.

Соціально-психологічна сумісність ґрунтується на єдності найближчої, віддаленої і перспективної мети, на спільності інтересів і установок членів колективу.

Психологічна сумісність передбачає спільність поглядів, переконань, соціальних установок, цінностей, відносин. Подібність поглядів, переконань, цінностей, моральних установок духовно об'єднує людей. Психологічна сумісність, яка виникає за наявності таких якостей, - це вищий інтегральний рівень сумісності людей, що характеризується глибинними, змістовними аспектами взаємодії і зумовлює ефективність їх діяльності.

Відсутність сумісності в групі людей, що виконують громадську або значущу для особистості діяльність, за певних обставин може стати передумовою конфлікту.

3 Поняття керівництва. Характеристика стилів керівництва.

Дуже важливими для успішної роботи колективу є не лише сформовані у ньому стосунки, що забезпечують ефективну взаємодію людей у процесі спільної роботи, але і те, яким чином спрямовується їх діяльність, які форми впливу використовуються для того, щоб спонукати людей до продуктивної праці.

Ці питання відносяться до компетенції керівника – людини, яка очолює колектив і використовує надану їй владу для впливу на поведінку людей, що у ньому працюють. **Стиль керівництва – це звична манера поведінки керівника щодо підлеглих.**

Основними стилями керівництва є автократичний, демократичний, ліберальний.



Мал. Основні стилі керівництва

Авторитарний стиль управління

Авторитарний стиль – це поведінка керівника, який має достатній обсяг влади для нав'язування своєї волі підлеглим.

Основними позитивними характеристиками керівника-автократа є: відданість, ризикованість, оперативність, настирливість тощо.

Негативним у керівника-автократа є: надмірна централізація влади, свідоме обмеження контактів з підлеглими, нетерпимість до заперечень, формальне проведення нарад, перевищення меж законів, часте застосування адміністративних стягнень тощо.

Автократичний тип керівника відрізняється схильністю до одноособового керівництва в гіпертрофованих формах, надмірною централізацією влади, особистим вирішенням абсолютної більшості питань, свідомим обмеженням контактів з підлеглими.

Керівник автократичного типу догматичний, прагне підпорядкувати весь колектив своїй волі, не виносить заперечень і не прислуховується до думки інших, часто втручається в роботу підлеглих і жорстко контролює їх дії, вимагає пунктуального виконання своїх вказівок. Народи проводить лише для дотримання формальності, оскільки рішення у нього підготовлені заздалегідь.

Критики і своїх помилок не визнає, однак сам любить покритикувати. Дотримується думки, що адміністративні стягнення - найкращий засіб впливу на підлеглих з метою досягнення високих показників праці. Працює багато, примушує працювати й інших, у тому числі в позаурочний час. Може йти на розрахований ризик.

Нікому не дозволяє "сісти собі на шию", однак вимагає від підлеглих все, що вважає за потрібне, незважаючи на те, що його вимоги нерідко виходять за межі власне службових відносин і призводять до порушення трудового законодавства.

Демократичний стиль управління.

Демократичний стиль – це поведінка керівника, який намагається не нав'язувати свою волю підлеглим, а створює клімат у колективі, де працівники мотивують себе самі до праці через потреби вищого рівня.

Основними позитивними характеристиками керівника-демократа є справедливість, повага до підлеглих, турбота про них, делегування другорядних питань підлеглим, прислуховування до думок підлеглих, доведення вказівок підлеглим у вигляді пропозицій, порад і навіть прохань, інформування колективу про стан справ та перспективи розвитку організації тощо.

Демократичний тип керівника, на відміну від автократа, прагне надання підлеглим самостійності відповідно до їх кваліфікації і функцій, які вони виконують, залучає їх до таких видів діяльності, як визначення цілей, оцінка роботи, підготовка та прийняття рішень, створює необхідні для виконання роботи передумови і справедливо оцінює зусилля, з повагою ставиться до людей і турбується про них.

Керівник демократичного типу особисто займається тільки найбільш складними і важливими питаннями, надаючи право підлеглим вирішувати усі інші. Він намагається радитися з ними і прислуховується до думки колег, не підкреслює своєї переваги і розумно реагує на критику, не уникає відповідальності ні за власні помилки, ні за помилки виконавців. Звичайно, йому, як і кожній людині, властиві побоювання за власний добробут. Однак, якщо цього вимагають інтереси справи, він сміливо йде на розрахований ризик. Максимально обґрунтовуючи рішення, що розробляються, він твердо втілює їх в життя.

Керівник демократичного типу вважає своїм обов'язком постійно і ґрунтовно, з повною відвертістю інформувати підлеглих про стан справ і перспективи розвитку колективу. При такій системі спілкування набагато легше мобілізувати підлеглих на реалізацію поставлених перед ними завдань, виховувати в них почуття справжніх господарів.

Отже, керівник-демократ орієнтується на можливості підлеглого, на його природне прагнення до самовираження свого інтелектуального і професійного потенціалу. Тим самим стимулюються сприйняття ним цілей системи як своїх

власних, його ініціативні дії в умовах самоуправління і самоконтролю. При такому підході функціональна діяльність керівника вдало поєднується з його роботою з виховання працівників, між ними зміцнюються почуття довіри і поваги.

Ліберальний стиль управління

Ліберальний стиль – це поведінка керівника, який надає своїм підлеглим майже повну волю у виборі завдань та контролю за ними.

Основними позитивними характеристиками керівника-ліберала є: ввічливість, добродушність до підлеглих, готовність вислуховувати пропозиції і навіть критику підлеглих тощо.

Негативним у керівника-ліберала є: відсутність ініціативи, очікування вказівок зверху, невпевненість, легкість впливу оточуючих, невимогливість до підлеглих, легко роздає нереальні обіцянки, безконтрольність, якщо вказівка не виконується підлеглим, може виконувати її сам тощо.

Ліберальний тип керівника відрізняється відсутністю розмаху в діяльності, безініціативністю і постійним очікуванням вказівок зверху, небажанням приймати на себе відповідальність за рішення і їх наслідки. Керівник-ліберал мало втручається у справи підлеглих і не виявляє достатньої активності, виступає в основному в ролі посередника у взаємовідносинах з іншими колективами. Як правило, він дуже обмежений, можливо, через свою невпевненість у власній компетентності, а отже, і в становищі, яке він займає в службовій ієрархії. Такий керівник несподіваний у діях, легко зазнає впливу оточуючих, схильний пасувати перед обставинами і миритися з ними, може без серйозних підстав скасувати раніш прийняте рішення.

У взаємовідносинах з підлеглими керівник-ліберал ввічливий і добродушний, ставиться до них з повагою, намагається допомогти у вирішенні їхніх проблем. Готовий вислуховувати критику і міркування, але у більшості випадків виявляється нездатним реалізувати висловлені йому думки. Недостатньо вимогливий до підлеглих. Не бажаючи псувати з ними відносин, часто уникає рішучих заходів. Здатний нехтувати своїми принципами, якщо їх дотримання загрожує його популярності в очах вищих начальників чи підлеглих.

У намаганні набути чи зміцнити авторитет здатний надавати підлеглим різного роду пільги, виплачувати безпідставні премії, схильний зволікати та перестраховуватися, рідко користується своїм правом казати “ні”, легко роздає нездійсненні обіцянки. Коли наражається на відмову підлеглому виконати його вказівку, радше змінить завдання, аніж буде домагатися виконання. В той же час не допускає думки про те, що має право заперечувати наказові вищого керівництва, навіть якщо такий наказ перевищує службові повноваження.

Не може захищати власну думку та позицію у складних ситуаціях. Керівник-ліберал не виявляє організаторських здібностей, слабо контролює та регулює діяльність підлеглих.

4 Поняття лідерства. Психологічна типологія лідерів.

Лідерство – це соціально-психологічний процес в колективі чи групі, побудований на впливі особистого авторитету людини на поведінку їх членів .

Лідерство – стосунки домінування і підпорядкування, впливу і прямування в системі міжособистісних стосунків у групі.

Лідерство (англ. leader — провідник, ведучий, керівник) виявляється у вмінні пробудити у співробітників мрію, до якої вони прагнуть наблизитися, «вдихнути» в них необхідну для цього енергію.

В основі даного процесу лежить здатність лідерів притягувати до себе людей, несвідомо викликати почуття захоплення і любові.

Лідер може бути керівником групи, а може ним і не бути.

Виділяють такі розбіжності між лідером і керівником:

- керівник звичайно призначається офіційно, а лідер висувається стихійно;
- керівникові надаються законом певні права й обов'язки, а лідер може їх не мати;
- керівник наділений певною системою офіційно встановлених санкцій, використовуючи які він може впливати на підлеглих, а лідеру ці санкції не надані;
- керівник представляє свою групу в зовнішній сфері стосунків, а лідер у сфері своєї активності обмежений в основному внутрішньо-груповими стосунками;
- керівник, на відміну від лідера, несе відповідальність перед законом за стан справ у групі;
- висунення лідера в більшій мірі залежить від настрою групи, в той час як керівництво – явище стабільне;
- сфері дій лідера – в основному мала група; поле діяльності керівника ширше, оскільки він представляє трудовий колектив в більш широкій соціальній системі.

Типи лідерів (Л.І.Уманський): лідер-організатор, лідер-ініціатор, лідер-умілець, лідер-емоційного притягання.

Лекція №6

Тема: Психологія групи.

Мета:

Дидактична:

Усвідомити закономірності і особливості розвитку і формування формальних та неформальних груп.

Встановити взаємозв'язок між поняттями «асоціація», «корпорація», «колектив».

Виховна:

Сприяти формуванню толерантного ставлення до індивідуальних проявів особливостей людини;

Сприяти формуванню психологічної грамотності;

Сприяти формуванню пізнавального інтересу під час вивчення теми.

Розвиваюча:

Розвивати увагу, пам'ять, мислення, вольові якості.

Методи: словесний, наочний.

Матеріально – технічне забезпечення, дидактичні засоби та ТЗН: конспект, наочності.

План:

- 1 Групи та їх класифікація
- 2 Рівні розвитку групи.
- 3 Динамічні процеси в малій групі.

Література:

- 1 Маклаков А.Г. Общая психология: Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2010. – 583с.
- 2 Загальна психологія: Підручник/ О.В.Скрипченко, Л.В.Долинська, З.В.Огороднійчук. – К.: Либідь, 2005. – 464с.
- 3 Загальна психологія./ За редакцією академіка С.Д.Максименка. Підручник. – 2-ге вид., - Вінниця: Нова книга, 2004. – 704с.
- 4 Основи психології: Навч. посібник для студентів вищих навч. закладів/ А.І.Веракіс, Ю.І.Завалевський, К.М.Левківський. – Х.- К.,2005. – 416с.

1 Групи та їх класифікація

Група - це сукупність людей, які виділяються із соціуму завдяки наявності певних ознак (спільна професія, уподобання, погляди).

Класифікація груп

Одна з найважливіших проблем у соціально-психологічному аналізі груп — їх класифікація.



Рис. 57. Класифікація соціальних груп

За безпосередністю взаємозв'язків групи можна поділити на умовні та реальні.

Умовні групи об'єднуються за певною ознакою (стать, вік, рівень освіти, вид діяльності, національність та ін.) і включають у себе людей, які не пов'язані об'єктивною, реальною взаємодією. Люди, що утворюють цю спільноту, ніколи не зустрічаються і нічого не знають один про одного.

Реальна група — це обмежена за розмірами спільність людей, яка існує у спільному просторі й часі та поєднується реальними стосунками взаємодії й спілкування. Умовні групи частіше виступають об'єктом соціологічного аналізу, а реальні групи досліджуються здебільшого соціальними психологами.

Групи бувають великі і малі.

Велика група — це кількісно обмежена спільність людей, виділена за певними соціальними ознаками (клас, нація, прошарок), або реальна, значна за розмірами та складноорганізована спільність людей, поєднана спільною діяльністю (певна організація). У великих групах виробляються суспільні та культурні цінності, традиції, громадська думка, соціальні норми.

Мала група — це відносно невелика кількість безпосередньо контактуючих людей, об'єднана спільними цілями або завданнями.

За суспільним статусом можна виділити формальні (офіційні) та неформальні (неофіційні) групи.

Формальні групи мають зовні задані соціальне значущі цілі діяльності. Для них характерні юридичне зафіксований статус, нормативне визначені структура (керівництва та підлеглості), права й обов'язки її членів.

Неформальна група утворюється завдяки внутрішнім факторам її існування (симпатії, дружбі, спільності інтересів), вона не має юридичного статусу, законодавче не регулюється. Неформальні групи можуть утворюватися як у межах формальних груп, так і поза ними.

За значущістю можна виділити референтні групи та групи належності.

Референтна група — це спільність, з якою людина порівнює себе, до якої відносить себе і на норми та цінності якої орієнтується у своїй поведінці та самооцінці. Ця група є значущою для особистості.

Група належності — це така група, до якої людина реально належить.

Крім того, можна класифікувати групи за рівнем розвитку або спільністю діяльності. За спільністю діяльності виділяють групи з індивідуально-груповою та взаємопов'язаною груповою діяльністю, за рівнем розвитку — дифузні групи, асоціації, корпорації, колективи.

Кожна людина є водночас членом різних соціальних груп, у яких вона формується та самореалізується. У цих групах вона виконує різні соціальні ролі, здійснює різні функції. Зрозуміти особистість, її життєвий шлях означає простежити історію розвитку людини в різних соціальних групах, взаємини з групами, до яких вона входила або входить.

2 Рівні розвитку групи

За рівнем розвитку розрізняються такі групи:

- дифузні;
- асоціації;
- корпорації;
- колективи.

Найнижча форма існування групи - дифузна. Найвища форма розвитку - колектив.

Дифузна група — нестійке короткочасне об'єднання людей, що виникає лише на основі особистісно значущої діяльності. У ній міжособистісні стосунки не опосередковує зміст спільної діяльності, оскільки вона відсутня. Склад групи — випадковий, відносини встановлюються на рівні симпатії — антипатії. Прикладом такої групи є люди, що їдуть в одному купе поїзда.

Асоціація - це більш складне утворення. Це група в якій відсутня діяльність, яка її об'єднує, організація та управління. Ціннісні орієнтації членів асоціації проявляються в умовах групового спілкування. Починає формуватися групова структура., Розвивається групова динаміка. З'являються загальні інтереси,

починається процес вироблення вимог до елементарних норм поведінки. З'являються прояви лідерства. Починає виявлятися консолідація. Формуються групові стану-готовність до спільної діяльності.

В залежності від соціальної спрямованості домінуючих ціннісних орієнтацій асоціації розділяють на просоціальні та асоціальні. В просоціальних асоціаціях домінують позитивні цінності (спільний перегляд кінофільмів чи відвідини виступів рок-груп). До асоціальних асоціацій відносяться групи, члени яких мають негативні ціннісні орієнтації (наприклад - футбольні фанати, які завжди готові вчинити бійку із уболівальниками команди суперників). Асоціальні асоціації можуть перерости у корпорації.

Корпорація (лат. corporatio - об'єднання) - організована група, що характеризується замкнутістю структури, максимальною централізацією та авторитарністю керівництва. Як правило, корпорації протиставляють себе суспільству в цілому і окремим соціальним групам зокрема на ґрунті захисту власних інтересів. Міжособистісні стосунки характеризуються як такі, де самоствердження одних членів корпорації відбувається за рахунок приниження почуття власної гідності їх партнерів по спілкуванню.

Найвища форма розвитку групи - колектив.

Колектив (від лат. collectivifous - збірний) - це група людей, що об'єднані загальною метою і які досягли високого рівня розвитку в ході соціально-значущої діяльності. Для колективу є притаманним високий рівень згуртованості його членів, колективістське самовизначення, високий рівень авторитетності членів цієї групи одне для одного, спільні інтереси, ціннісні орієнтації, установки та норми поведінки.

3 Динамічні процеси в малій групі.

Динамічні характеристики малої групи відображають групові процеси, які відтворюють увесь цикл життєдіяльності групи: утворення, становлення, розвиток, функціонування, розпад, а також нормативний вплив, феномен групового тиску, групову згуртованість, лідерство і прийняття групових рішень.

Групова динаміка охоплює всі види колективної взаємодії у групі. Йдеться про такі процеси, як групова згуртованість, влада, прийняття рішення, зміна влади, спосіб реагування на інші групи та ін. Більшість з них відбувається тільки в малій соціальній групі.

Групова динаміка (грец. dunamicos — сильний) — сукупність процесів, що відбуваються в малій групі і характеризують її з точки зору руху, розвитку та функціонування.

Групові процеси в колективі мають кількарівневу структуру, ядром якої є спільна діяльність, що обумовлена соціально-значущою метою.

Перший рівень структури колективу утворює ставлення його членів до змісту та цінностей колективної діяльності, які об'єднують їх в єдине ціле. Другий рівень структури колективу визначається міжособистісними стосунками, які опосередковані спільною діяльністю. Третій рівень структури колективу складається із міжособистісних стосунків опосередкованих ціннісними орієнтаціями, що не пов'язані зі спільною діяльністю. Цікаво, що закономірності, які діють на третьому рівні структури колективу, не завжди проявляють себе на другому і навпаки. Невипадково, фахівці із психології малих груп ввели такі поняття як інструментальна та експресивна функції групи - оскільки без введення до понятійного апарату цих змінних залишається незрозумілим, чому висновки, що

роблять члени групи на рівні дружніх стосунків (третьій рівень), не завжди впливають на ефективність дій групи. Виявляється, що інструментальна функція групи визначає критерії успішного виконання спільної роботи (рівень кваліфікації, ставлення до роботи, до партнерів), а експресивна функція - визначає ставлення до членів групи за критерієм «подобається/не подобається». Таким чином, член групи може позитивно оцінювати як приємну доброзичливу, з почуттям гумору людину, яку зовсім не сприймає в ролі ділового партнера. Згадайте розповсюджений вислів управлінців: «Гарна людина - це не професія». Навпаки, оцінюючи високопрофесійні характеристики колеги, член колективу буде терплячим до його суто людських якостей, при умові, що від нього залежать результати спільної роботи.

Динамічні процеси в малих соціальних групах.

Вивчення тих процесів, які відбуваються в житті групи є головним завданням соціально-психологічного аналізу. Насамперед, це процес утворення малих груп, процеси лідерства та прийняття групових рішень, ефективності групової діяльності. Іншими словами, це питання про те, коли і як сформована за зовнішніми ознаками група набуває чітко визначених психологічних характеристик.

Важливим аспектом проблеми формування малої групи є **феномен конформізму (пристосування)**. Конформна поведінка означає психологічну характеристику позиції індивіда стосовно позиції групи, прийняття або неприйняття ним певного стандарту, думки, міру підпорядкування індивіда груповому тиску. В будь-якій ситуації кожному члену групи доводиться часто приймати рішення під тиском зовнішніх умов та обставин всупереч власним переконанням. Підпорядкування груповим нормам виступає у відкритій формі (примусово) або закритій формі, тобто завуальовано (вплив традицій). Конформність може виявлятися у схильності уникати самостійних рішень та в пасивній, пристосовницькій орієнтації на сприймання готових оцінок, суджень, правил поведінки. Конформність слід відрізнити від позицій індивідуалізму (відкрита демонстрація власних переконань без урахування групових норм) та негативізму (протиставлення груповим нормам при одночасній нездатності сформулювати свої власні погляди).

Іншою стороною проблеми формування малої групи є проблема **групової згуртованості**. Насамперед, такі характерні процеси, як формування особливого типу зв'язків у групі, які дозволяють соціальну структуру перетворити в психологічну спільність людей, в складний психологічний організм, який живе за власними законами. Згуртованість групи означає, що сформований її склад є найбільш оптимальним у діяльному значенні, коли всі або переважна більшість членів прагнуть досягти певної групової мети. Згуртованість сприяє ефективному функціонуванню спільності, формуванню в ній сприятливого психологічного клімату, а також забезпечує стійкість групи перед деструктивною дією внутрішніх та зовнішніх умов. Залежно від того, які фактори єднають групу, можна виділити моральну – етичну згуртованість (зумовлену спільністю мети, переконань, духовних ціннісних орієнтацій членів групи); ділову згуртованість (яка ґрунтується на прагненні членів групи продовжувати спільну діяльність, керуючись певним принципом розподілу ролей); міжособову згуртованість (опосередковану взаємною симпатією, почуттям дружби, товариськості).

Групова сумісність — соціально-психологічний показник згуртованості групи, що виражає можливість безконфліктного спілкування і погодження дій індивідів в умовах спільної діяльності.

Згідно зі стратометричною концепцією групової активності групова сумісність реалізується на трьох рівнях:

1 Нижчий рівень. Основою його є психофізіологічна сумісність темпераментів і характерів, сенсомоторна узгодженість індивідів при виконанні спільних дій, згуртованість, яка виражається в інтенсивності комунікативних внутрігрупових зв'язків і у взаємності соціометричних виборів.

2 Більш високий рівень. Характеризується узгодженістю функціонально-рольових очікувань осіб групи стосовно того, що саме, з ким і в якій послідовності повинен робити кожен, реалізуючи суспільно-значущу і єдину для всіх ціль.

3 Вищий рівень. Відтворює предметно-цільову і ціннісно-орієнтаційну єдність.

Групова сумісність пов'язана з *міжособистісною сумісністю* — взаємним прийняттям партнерів по спілкуванню і спільній діяльності, заснованим на оптимальному узгодженні ціннісних орієнтацій, соціальних установок, інтересів, мотивів, потреб та інших індивідуально-психологічних характеристик індивідів. Критерієм міжособистісної сумісності є суб'єктивна задоволеність партнерів процесом та результатами взаємодії, яка супроводжується взаєморозумінням, взаємоповагою, взаємними симпатіями, впевненістю у благодетності контактів.

Групова та міжособистісна сумісність є передумовою і показником згуртованості групи, а та, в свою чергу, — одним із процесів групової динаміки, мірою потягу індивідів один до одного та до групи загалом, характеристикою ступеня їх єдності. Згуртованість при цьому не слід ототожнювати із *спрацьованістю* — узгодженим поєднанням дій членів групи у часі та просторі. Показником спрацьованості є продуктивність праці. Характеризуючи динамічні процеси в малій групі, не можна обійти питань її **організації і управління**. Проблема лідерства та керівництва є однією з кардинальних проблем соціальної психології. Хоча за походженням та соціальним статусом лідер і керівник суттєво відрізняються, все ж вони покликані разом стимулювати групу, спрямовувати її на вирішення певних завдань. Лідерство в сучасному розумінні цієї проблеми є чисто психологічною характеристикою поведінки окремих членів групи; керівництво ж в переважній мірі є соціальною характеристикою поведінки окремих членів групи; керівництво ж в переважній мірі є соціальною характеристикою відносин в групі, перш за все з точки зору розподілу ролей управління та підпорядкування. Лідерство необхідно розглядати як групове явище: лідер не може існувати наодинці він завжди ує як елемент групової структури, а лідерство є системою відносин у цій структурі. Тому особливий інтерес викликає питання про природу лідерства, першопричини його походження. В сучасній науці існують три підходи до виявлення суті цієї проблеми, розроблені американською школою соціальної психології.

“Теорія рис” (або “харизматична теорія”) – концентрує увагу на природних якостях лідера. Згідно цієї теорії, лідером може бути людина, яка володіє певним чином визначеною системою необхідних рис чи характеристик, наприклад, ініціативністю, діловитістю, комунікативністю, впевненістю, ентузіазмом, популярністю, красномовністю і т.д. Хибними сторонами цієї теорії слід вважати відсутність обґрунтованих критеріїв оцінки найважливіших рис лідерства, наприклад, що ж важливіше – професіоналізм чи красномовність? Чітких і однозначних відповідей дана теорія не дає.

“Ситуаційна теорія лідерства” – прагне утвердити думку про те, що в основному лідерство – це продукт конкретної ситуації. На певних етапах розвитку групи, як правило, в екстремальних ситуаціях виникає гостра необхідність, актуальність

авторитету чи соціального статусу окремих членів, коли на хвилі популярних ідей і промов з'являються так потрібні саме в цей час люди, здатні повести за собою інших. Прибічники даної теорії упевнено доводять, що лідерство рідко коли буває випадковим, це – закономірний процес, пов'язаний з особистісними характеристиками індивіда, значимістю ролі, яку він відіграє в групі і що найголовніше – свідомим прагненням бути в центрі, на вістрі розв'язання гострих проблем життєвості і життєдіяльності групи.

Як це часто буває в історії науки, два таких крайніх підходи породили третій, компромісний, який увійшов у соціальну психологію під назвою “синтетичної теорії лідерства”. Згідно з цією теорією лідерство розглядається як процес організації міжособистісних відносин в групі, а лідер – як суб'єкт управління цим процесом. Прийнятність даної позиції пояснюється тим, що відмінність лідера від інших членів групи проявляється тут не при наявності у нього особливих рис, а в результаті більш високого рівня впливу.

За стилем лідерство можна класифікувати за кількома напрямками, але загальноприйнятою вважається практика визначення лідерства за змістом рішень, які пропонує лідер групи та за технікою їх виконання. Авторитарний, демократичний та ліберальний стилі лідерства – найбільш характерні для малої групи. Однак цим класифікація лідерства не обмежується. Визначені, для прикладу, які типи лідерів: лідер-організатор, лідер-ініціатор, лідер-ерудит, лідер-генератор емоційного настрою, лідер-професіонал та ін. Всі ці характеристики важливі на певному етапі діяльності як лідера, так і керівника, а саме в процесі прийняття групових рішень.

Відмінності між керівником і лідером

Керівник	Лідер
<ul style="list-style-type: none"> — Призначається офіційно; — має надані законом певні права та обов'язки; — наділений системою офіційно встановлених санкцій, використовуючи які може впливати на підлеглих; — представляє свою групу в зовнішній сфері відносин; — несе відповідальність перед законом за справи у групі; — регулює офіційні відносини групи як соціальної спільності; — пов'язаний з усією системою суспільних відносин, оскільки керівництво є елементом макросередовища; 	<ul style="list-style-type: none"> — Визначається стихійно; — може не мати формальних прав і обов'язків; — не має офіційно встановлених певною системою санкцій; — у сфері своєї активності обмежений внутрігруповими стосунками; — не несе відповідальності перед законом за справи у групі; — регулює міжособистісні стосунки у групі; — лідерство виникає за наявності мікросередовища (мала група);
<ul style="list-style-type: none"> — керівництво є явищем стабільнішим, ніж лідерство; — процес прийняття рішення керівником значно складніший, він опосередкований багатьма обставинами, які не обов'язково мають витоки в цій групі чи організації; 	<ul style="list-style-type: none"> — висунення лідера залежить від настрою групи, змін у міжособистісних відносинах; — здебільшого приймає безпосередні рішення, які стосуються групової діяльності; — не намагається зберегти існуючу

<p>— добре розуміє особливості системи, її правила і процедури;</p> <p>— передусім зважає на кількісні, а не на якісні показники;</p> <p>— шукає добросовісних виконавців;</p> <p>— високоосвічений спеціаліст з великим досвідом, постійно підвищує свій професійний і науковий рівень, навчає складних процедур і методів;</p> <p>— не вибачає помилок ні собі, ні іншим;</p> <p>— вважає, що навіть висококомпетентні підлеглі нездатні працювати без контролю і вказівок зверху;</p> <p>— намагається створити собі хороший імідж, хоча це в принципі неможливо через конфліктну природу відносин між ним і підлеглими</p>	<p>систему, меншою мірою ніж керівник, спирається на загально прийнятні управлінські методи, може нехтувати правилами управлінської ієрархії;</p> <p>— головним принципом успіху вважає невимушеність;</p> <p>— шукає однодумців;</p> <p>— непередбачуваний, винахідливий;</p> <p>— переважно визнає свої помилки і не боїться виправляти їх;</p> <p>— діє за принципом рівності;</p> <p>— цінує повагу колег, має високу репутацію, з повагою ставиться до працівників, захищає їх інтереси</p>
--	--

Лекція 7

Тема: Конфлікти в ділових стосунках та шляхи їх розв’язання

Мета:

Дидактична:

З’ясувати динаміку розвитку конфліктної ситуації;

Сформувати навички розв’язання та виходу з конфліктної ситуації;

Виховна:

Сприяти формуванню толерантного ставлення до опонентів в конфліктній ситуації.

Сприяти формуванню навичок самоконтролю власних емоційних станів.

Розвиваюча:

Розвивати уяву, мислення, волюві якості.

Матеріально-технічне забезпечення, дидактичні засоби та ТЗН: конспект, наочності (таблиця конфліктогенів), приклади конфліктних ситуацій.

План:

- 1 Конфлікти, види, структура, стадії протікання.
- 2 Причини виникнення конфліктів.
- 3 Способи розв’язання конфліктних ситуацій.

Література:

- 1 Чмут Г.К., Чайка Г.Л.: Етика ділового спілкування: навч. посібник. – 2 вид., - К.: Викар, 2002.
- 2 Орбан-Лембрик Л.Є.. Психологія управління: посібник. – К.: академвидав, 2003.
- 3 Хміль Ф.І.. Ділове спілкуванняб навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. – К.: “Академвидав”, 2004.
- 4 Психология и этика делового общения: Учебник для ВУЗов / под ред. проф. Лавриненко. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2003.

1 Конфлікти. Види, структура, стадії протікання.

Суперечності, в яких сходяться найсуттєвіші потреби, прагнення, інтереси, цілі людей, виникають зазіхання на соціальний статус, престиж особистості, переростають у конфлікт.

Конфлікт (лат. *conflīctus* — зіткнення) — *зіткнення протилежних поглядів, інтересів і дій окремих людей та груп.*

Під час конфліктів змінюється система відносин і цінностей, сприймання реальності, відбувається різкий викид негативних емоцій. Його учасники виявляють підвищену підозріливість, нервозність, вдаються до невластивих собі дій. Зволікання з розв'язанням конфлікту, некваліфіковані дії керівництва щодо нейтралізації його можуть спричинити неврози, хворобливі стани, розлад стосунків між людьми.

Для управління конфліктною ситуацією керівник повинен знати психологічний механізм, джерела і причини виникнення, динаміку розвитку конфліктів, передбачати його розгортання і поведінку учасників, вміло обирати стратегію і тактику своєї поведінки.

Спроба уникнути конфлікту може спричинити зниження ефективності праці, погіршення морально-психологічного клімату в колективі, а часом і деструктивні зміни, якщо сутністю його є боротьба прогресивного з різними пережитками, несправедливими діями. Свідома спрямованість на розв'язання суперечностей конфліктним шляхом не обходиться без відчутних психологічних втрат — образ, переживань людей, негативних соціальних установок, відображається на ділових відносинах, паралізує роботу організації. Проте нерідко саме конфлікти допомагають розв'язати нагальні проблеми, зумовлюють зростання самосвідомості його учасників, об'єднують однодумців, спрацьовують як запобіжний клапан для безпечного і навіть конструктивного виходу емоцій. Тому ставитися до них необхідно як до закономірних явищ об'єктивної дійсності, якими слід управляти, враховуючи як соціальну природу конфліктів, так і їх психологічні наслідки.

Конфлікти в організації виникають у зв'язку з конкретними аспектами діяльності, взаємин людей в умовах суперечностей. У конфліктній ситуації завжди одна зі сторін сподівається, вимагає зміни поведінки, думок іншої. Учасників конфлікту називають опонентами, суперниками, противниками. Як правило, ними є окремі особи, які обстоюють інтереси групи, організації. Опоненти мають різну «вагу», «силу», тобто належать до різних рангів у конфлікті, що визначає їх шанси на перемогу. *Опонентом першого рангу* є особа, яка діє від свого імені і має на меті досягнення в конфлікті особистих цілей. *Опонент другого рангу* — особа чи група, яка дбає в конфлікті про групову мету. *Опонентом третього рангу* вважають структуру із взаємопов'язаних груп, а також особу, для якої важлива в конфлікті спільна мета.

Будь-який конфлікт починається з *конфліктної ситуації*, до складу якої входять *учасники конфлікту (опоненти)* і *об'єкт конфлікту* — об'єктивна причина, через яку опоненти вступають у «боротьбу». Початком конфлікту є *інцидент* — дія, спрямована на виникнення конфлікту. Між об'єктом конфлікту та інцидентом існує такий зв'язок, як між причиною і приводом. Наприклад, причиною конфлікту може бути неправильний стиль керівництва колективом, а приводом — інцидент, що виявився у нетактовності, грубості щодо працівника (працівників) або в різкій емоційній реакції на критику. Конфліктна ситуація та інцидент певною мірою незалежні: конфліктна ситуація може виникнути внаслідок дії об'єктивних

обставин, а інцидент — випадково; конфліктну ситуацію можуть провокувати, нагнітати спеціально, заради досягнення певних цілей, а інцидент не потребує цілеспрямованої підготовки, передумовою його є психологічна несумісність. Будь-яка конфліктна ситуація може поєднуватися і збігатися з будь-яким видом інциденту. Під час інциденту одна із сторін починає діяти всупереч інтересам іншої. Якщо їй відповідають тим самим, конфлікт із потенційного переростає в актуальний. *Предметом конфлікту* є та внутрішня причина (наприклад, особиста неприязнь), яка мотивує кожного опонента, що вступає в конфлікт.

Пізнанню природи, психологічних механізмів конкретних конфліктів значною мірою сприяє класифікація за різними ознаками. Різноманітність форм прояву, особливостей перебігу, наслідків конфліктів не дає змоги виробити єдиної їх класифікації. В основі більшості з них взято за критерій якусь одну характерну ознаку.

Класифікація конфліктів в організації *за безпосередніми причинами* виокремлює такі їх види:

- 1 **Конфлікти через інформаційні причини** (відсутність, дефіцит інформації; хибна інформація; відмінності у розумінні важливості, в інтерпретації інформації; в порядку та способах оцінювання).
- 2 **Конфлікти інтересів** (розбіжність виробничих, особистих інтересів).
- 3 **Конфлікти, породжені особливостями спілкування** (виразні емоції; хибне тлумачення та стереотипність мислення; відсутність зворотного зв'язку; повторювана негативна поведінка тощо).
- 4 **Організаційно-структурні конфлікти** (нерівність щодо влади та авторитету; відсутність необхідного часу; фізичні, географічні та інші чинники, що гальмують співробітництво).
5. **Конфлікти систем цінностей** (відмінності критеріїв оцінювання ідей та поведінки; розбіжності в цілях та ідеалах тощо).

За ознакою «об'єктивність — суб'єктивність причини» бувають:

- 1 **Ділові конфлікти**. Вони є породженням конкретних об'єктивних причин, пов'язаних із трудовою діяльністю в організації (суперечності в організації праці, стилі керівництва тощо). Будь-який діловий конфлікт може перетворитися в емоційний, коли об'єкт конфлікту втрачає свою значущість для опонентів. Здатність переростати в емоційні — найбільша небезпека ділових конфліктів.
- 2 **Емоційні конфлікти**. Відбуваються вони у формі перманентно ворожих стосунків його учасників, що періодично виникають із різних приводів. Джерела таких конфліктів в особистих якостях опонентів, передусім у їх психологічній несумісності.

За формою їх вияву (обсягом) розрізняють:

1. Внутрішньоособові конфлікти. Це конфлікти всередині людини. Вони є наслідком неузгодженості вимог організації з особистісними потребами, цінностями співробітника, суперечливості вимог, а також різноманітних перевантажень. За таких обставин до конфлікту задіюються однорівневі компоненти духовної структури особистості (наприклад, зіткнення життєвих принципів). Внутрішньоособовий конфлікт можливий і при зіткненні різнорівневих компонентів. Їх вивчали представники психоаналітичного напрямку (З. Фрейд, К.-Г. Юнг, К. Адлер, К. Хорні). Такі конфлікти є дуже важливою проблемою для життєдіяльності організації, вони, як правило, пов'язані з істотними відмінностями між інтересами справи (виражені в

позиції керівника) і мотивами, ціннісними орієнтаціями, що реалізуються у повсякденному житті поза її межами.

Види внутріособистісних конфліктів описав відомий американський психолог К. Левін:

- «*наближення — наближення*». Ситуація, коли індивід змушений вибрати між двома однаково привабливими альтернативами, що вимагають протилежних дій;

- «*наближення — віддалення*». Виникає, коли одна й та сама ціль є для індивіда однаково привабливою й непривабливою;

- «*віддалення — віддалення*». За таких обставин індивід вимушений вибрати між двома однаково непривабливими альтернативами, оскільки інших немає.

2. Міжособистісні конфлікти. У сфері управління та виробництва вони виникають у зв'язку з домаганнями на обмежені ресурси, капітал, робочу силу, використання устаткування, вакантну посаду, через відмінності характерів. Найпоширенішим їх типом є *діадні конфлікти*, в які втягнуті дві особи— носії різних цінностей, інтересів, думок. Це емоційно запальні, напружені конфлікти, які мають відкриту форму перебігу. Однією з найпоширеніших причин їх виникнення в організаціях є порушення норм статусно-рольової поведінки («конфлікт рольового очікування»). Найчастіше виникає на основі особистих симпатій-антипатій, які тісно переплітаються з діловими, кар'єрними та іншими інтересами. Інколи особиста антипатія неправомірно переноситься на ділові відносини, а виробничі суперечності розпалюють особистісні протистояння.

3. Конфлікти між особистістю і групою. Виявляються вони як протиріччя між очікуваннями, вимогами окремо особистості та сформованими в групі нормами поведінки й праці. Спричинюють їх неадекватність стилю керівництва рівню зрілості колективу, невідповідність компетентності керівника і компетентності фахівців колективу, неприйняття групою моральної позиції та характеру керівника.

4. Внутрігрупові конфлікти. Характерна ознака їх втягнутість у конфлікт усієї групи, утворення мікрогруп, які починають діяти як суб'єкти. Внутрігрупові конфлікти нерідко є продовженням діадного міжособистісного конфлікту, в який поступово входить уся група, створюючи нестерпну психологічну атмосферу. Можуть вони бути і наслідком розходження принаймні двох поглядів з приводу вирішення ділового питання. За таких обставин конфлікт каталізує пошук нових ідей, рішень.

5. Міжгрупові конфлікти. До цієї категорії належать конфлікти у формальних групах колективу (наприклад, між адміністрацією і профспілками), у неформальних групах, між формальними неформальними групами. Виникають як результат неефективного керівництва, коли функції двох і більше структурних підрозділів або істотно перетинаються, або розходяться за результатами, що неминуче зачіпає інтереси відділів. Співробітники, забуваючи про свої міжособистісні проблеми, об'єднуються у монолітну групу, яка відстоює свої потреби. Для керівника така ситуація є надзвичайно небезпечною, оскільки він змушений або обстоювати інтереси колективу перед вищим керівництвом і тим самим вступати з ним у конфлікт, або відмовитися репрезентувати інтереси колективу, ризикуючи бути підданим груповому неприйняттю та обструкції.

6. Міжорганізаційні конфлікти. Здебільшого розгортаються вони у формі конкуренції між організаціями, їх носіями та виразниками є власники, керівники вищої ланки, а рядові співробітники стають учасниками міжорганізаційних

конфліктів рідко.

За тривалістю перебігу фіксують:

- 1 Короткочасні конфлікти. Найчастіше вони є наслідком взаємного непорозуміння чи помилок, що швидко усвідомлюються.
- 2 Затяжні конфлікти. Пов'язані з глибокими морально-психологічними травмами або з об'єктивними труднощами.
- 3 Суб'єктивно зумовлені конфлікти. породжує їх дія особистісних особливостей конфліктуючих сторін, які гостро проявляють себе, наштовхуючись на перешкоди у задоволенні прагнень, бажань, інтересів. При цьому прийняте рішення здається помилковим, оцінка праці— неправильною, поведінка колег — неприйнятною.

За службово-комунікативними напрямками взаємодії між ієрархічними рівнями класифікують:

- 1 **«Вертикальні»** конфлікти. Виникають вони у взаєминах типу «працівник — керівник» і «керівник — працівник», що залежить від статусу особи — ініціатора конфлікту.
- 2 **«Горизонтальні»** конфлікти. Ситуація в таких конфліктах розгортається на лінії «працівник — працівник», а ініціатором його може бути хтось один або одночасно обидва працівники.

Це далеко не повний перелік класифікації конфліктів, оскільки їх багатогранність і психологічна складність дають змогу обирати різні критерії аналізу.

2. Причини виникнення конфліктів.

Конфлікти породжують різноманітні суперечності в організації, які становлять загрозу інтересам людей. Суперечності можуть стосуватися виробничої та соціальної сфер, організації та оплати праці, системи відносин, моральних норм. У сфері трудової діяльності найпоширенішими є конфлікти, пов'язані з недосконалим виробництвом та неправильним керівництвом і психологічними особливостями учасників управлінського процесу.

Головні джерела конфліктів, спричинених недосконалим виробництвом і неправильним керівництвом:

1. Недоліки в організації управління. Часто конфлікти виникають тому, що одному працівникові можуть давати вказівки кілька керівників. Такі вказівки не завжди погоджені між собою, що викликає непорозуміння і дезорганізацію в роботі. Нечітко визначені права і обов'язки. Це має наслідком перебирання на себе працівниками функцій, які їм більше подобаються або які легше виконувати. Поза сферою їх інтересів опиняються обов'язки, що потребують значних затрат праці, часу. Внаслідок цього відбувається блокування чийось інтересів, що виливається в конфліктну ситуацію. Такий розвиток подій може спричинити посилення ролі неформальної структури в організації, коли управлінська ініціатива переходить до неформальних лідерів, які позбавлені будь-якої відповідальності.

3. Інформація, прийнятна для однієї сторони та неприйнятна для іншої. Здебільшого це — неповні й неточні факти, чутки, що дезінформують партнерів; підозри в навмисному приховуванні чи оприлюдненні інформації; сумніви в надійності й цінності джерел інформації; спірні питання законодавства, правил порядку дій тощо.

4. Структурні чинники. Виявляються в існуванні у соціальній групі формальної та неформальної організацій. Як правило, вони розходяться в поглядах, інтересах щодо власності, соціального статусу, владних повноважень і звітності, соціальних норм і стандартів, традицій, системи безпеки, заохочення і покарання, розподілу ресурсів, товарів, послуг, доходів, географічного розташування (добровільна чи

змушена ізоляція), відкритості, інтенсивності контактів.

5. Неритмічність і нестабільність режиму праці. Наприклад, відсутність пауз для відпочинку зумовлює передчасну втому, зниження працездатності, часті помилки, напруженість у стосунках, різноманітні інциденти. Нестабільність праці спричинює психічну напруженість. Іноді вона є мобілізуючим чинником, активатором, навіть супроводжується позитивними емоціями. Надто висока напруженість призводить до втрати контролю над поведінкою, викликає негативні емоції тощо.

6. Невдоволеність працівників своєю діяльністю. Породжують її відсутність елементів творчості в трудовій діяльності, низький престиж і незначне соціальне значення праці, неадекватне матеріальне та моральне стимулювання, нераціональна система заробітної плати.

7. Упущення в технології. Наслідком їх є зниження заробітної плати працівників, до того ж не з їх вини.

8. Нечіткість та аритмічність забезпечення виконання завдань ресурсами. Йдеться про перебої у забезпеченні сировиною, матеріалами тощо. Це може призвести до зниження рівня трудової та виконавської дисципліни, до вимушених відпусток, штурмівщини тощо.

Причини виникнення конфліктів, пов'язаних із психологічними особливостями учасників управлінського процесу:

1. Ціннісні чинники. До них належать проголошені або заперечувані принципи; суспільні, групові, особистісні системи переконань, вірувань і поведінки (переваги, прагнення, забобони, побоювання); ідеологічні, культурні, релігійні, етичні, політичні, професійні цінності.

2. Чинники відносин, пов'язані з наявністю чи відсутністю задоволення від взаємодії. Визначальним критерієм при цьому є основа {добровільні, примусові), сутність (незалежні, залежні, взаємозалежні) відносин; тривалість, баланс сили, значущість їх для сторін; сумісність несумісність сторін (психологічна, морально-духовна) щодо цінностей; поведінка, внесок сторін у відносини (надії, гроші, час, емоції, енергія, репутація тощо).

3. Поведінкові чинники. Вони неминуче породжують конфлікти у разі зазіхання на чийсь інтереси, самооцінки, загрози фізичній, фінансовій, емоційній, соціальній безпеці; провокування негативних емоцій (егоїзм, безвідповідальність, несправедливість, скептицизм, загострена увага на дрібницях, грубість, тиск).

4. Незнання характерологічних, психологічних якостей іншої особи. Наділені різним характером і темпераментом індивіди по-різному реагують на конфлікт: холерик діє швидко, часто не вникаючи у суть справи; меланхолік довго зважує, роздумує, порівнює; флегматик реагує спокійно, нерідко дивується конфронтаційній поведінці колег; сангвінік оперативно аналізує події, прагне знайти розумний вихід, запропонувати прийнятний для обох сторін компроміс.

Різні типи характеру по-різному поведуться під час конфлікту:

— *легкозбуджуваний тип* є найбільш конфліктним, ніколи не прощає образ. Йому, як відомо, відповідає холеричний темперамент;

— *нестійкий тип* здебільшого орієнтується на того учасника конфлікту, який найвигідніший йому. Діям його не вистачає стабільності, він завжди чимось невдоволений. Такими здебільшого є особи меланхолічного темпераменту;

— *гіпертимний тип* засвідчують стабільно оптимістичний настрій, висока самооцінка. Він усім задоволений, ні в чому не бачить проблем, легковажно ставиться до помилок, непослідовний у вчинках, легко налагоджує неформальні відносини. У

ситуації постійних повчань, монотонності може виникнути конфлікт;

—*демонстративний тип* прагне будь-якою ціною звернути на себе увагу, діяти оригінально, що нерідко збіднює зміст його вчинків. Коли обмежують його інтереси, недооцінюють заслуги — конфлікт неминучий;

—*сенситивний тип*, вирізняючись підвищеною вразливістю, постійно страждає від відчуття власної неповноцінності, до всього ставиться з тривогою і настороженістю, глибоко відданий, вірний і надійний друг. Несправедливість, грубість, сварка з близькою людиною спричиняють конфлікт;

—*замкнений тип* постійно заглиблений у себе, важко йде на контакт, надто насторожено ставиться до інших, рідко зважається на значні життєві вчинки;

—*астенічний тип* у складних ситуаціях швидко втомлюється, що є наслідком його дисгармонійного розвитку, тому в поведінці виявляє надмір роздратованості, підозрілості, тривожності;

—*циклоїдний тип* у період піднесення настрою за умов монотонності діяльності, самотності, жорсткої дисципліни може проявляти роздратування, гнів, що істає причиною конфлікту. В період спаду настрою у нього загострюється сприймання неприємностей, спостерігаються пасивність, замкненість. Якщо в цей час ситуація вимагає активної діяльності, зміни звичного способу життя, то конфлікт є неминучим;

—*дистимний тип* характеризується постійно зниженим тонусом, песимізмом. Йому протипоказані ситуації, які вимагають активної діяльності, адже саме в таких ситуаціях можливі конфлікти;

—*тип характеру, що застрягає*. Риси, які сприяють конфліктам, — підозрілість, ревність та ін. Ситуації, в яких можливі конфлікти, — несправедлива образа, уражене самолюбство;

—*інтровертивний тип*, вирізняючись недостатньою комунікабельністю, заглиблений у себе, у конфліктах знадмірною стійкістю обстоює свої погляди, на все має власну точку зору, яка часто не збігається з думкою більшості. Грубість, безцеремонність підсилюють імовірність конфлікту;

—*екстравертивний тип*, для якого властива висока комунікабельність, відсутність власної думки, у конфліктних ситуаціях підпадає під вплив інших, що призводить до непродуманих вчинків. Змушена самотність, нерегламентованість життя можуть бути причиною конфлікту.

Загалом конфліктогенним індивідам бракує емпатії. У колективі, як правило, вони відособлюються. Багатьом із них властивий надмірний конформізм (власна думка за будь-яких умов пристосовується до чужих думок), негативізм (проявляється як бездумний опір будь-якій лінії поведінки, оціночним судженням).

5. Неправильне тлумачення думок, вчинків. Нерідко воно є наслідком слабкорозвинутого неформального спілкування, яке унеможливорює глибоке, всебічне пізнання співробітників. Породжують його психологічна скутість, невміння, боязнь виявити свої істинні якості, а також психологічна насиченість, коли одноманітність оточення, умов роботи, ритму праці викликає негативні емоції.

6. Недотримання загальноприйнятих моральних норм, переоцінювання власних можливостей, недооцінювання можливостей інших.

7. Порушення вікової гармонії. Йдеться про соціально-демографічні причини психологічних колізій в організації.

8. Недосконалий індивідуальний стиль керівництва .За результатами досліджень, директивний (авторитарний) і ліберальний стилі є потенційними

джерелами конфліктів керівника і працівників, особливо якщо їх незмінно застосовувати тривалий час.

9. Необ'єктивне оцінювання праці персоналу. Здебільшого воно проявляється в таких тенденціях:

— помилка центральної тенденції. Трапляється тоді, коли керівник, оцінюючи вклад співробітників, використовує переважно середні оцінки, уникаючи низьких або високих, що породжує зрівнялівку, ображає високоєфективних працівників;

— помилка контрасту і подібності. *Помилка контрасту* проявляється в намаганні керівника розглядати якості підлеглого з інших позицій, ніж власні. Наприклад, закономірно пишаючись своєю охайністю у роботі, він може недооцінювати цю якість у співробітників. *Помилка подібності* є наслідком приписування своїх якостей співробітникам й оцінювання їх за тією шкалою, що й власні. Наприклад, високо оцінюючи у себе таку якість, як організованість, керівник так само високо оцінює її у своїх підлеглих;

— гало-ефект (грец. галос — коло, диск; лат. ефектус — виконання, дія). Ця помилка є дуже поширеною. Полягає вона в тому, що керівник оцінює окремі ділові якості співробітника, спираючись на загальну думку про нього, і на цій підставі робить висновки;

- помилка поблажливості. Проявом її є завищене оцінювання працівника через симпатії до нього;

— помилка близькості. Наявна тоді, коли керівник порівнює оцінюваного з іншими під час атестації працівників, підбиття підсумків тощо.

Недосконале виробництво та неправильне керівництво є зовнішніми умовами виникнення конфлікту, які зазвичай зводяться до неможливості задовольнити певні мотиви і відносини їх суб'єктів. Зовнішні умови конфлікту в житті особи чи організації виникають з неминучою необхідністю. Так, реалізація одних мотивів неминуче породжує нові, які ще є не задоволеними. Така безперервна поява незадоволених мотивів є важливою передумовою розвитку особистості та організації. Позитивне розв'язання конфлікту полягає в усуненні об'єктивних причин, що стосуються недосконалого виробництва та керівництва.

Певні психологічні особливості індивіда належать до внутрішніх умов виникнення конфлікту, які пов'язані із суб'єктивними чинниками у діловій та виробничій сферах. Суб'єктивний чинник, як правило, породжує деструктивні конфлікти.

3 Способи розв'язання конфліктних ситуацій

Розв'язання конфлікту може бути повним та неповним. При повному розв'язанні усуваються причини конфлікту та конфліктні ситуації. Неповне розв'язання конфлікту відбувається тоді, коли усуваються не всі причини конфлікту та конфліктні ситуації.

Існуючі способи вирішення конфліктних ситуацій розподіляються на дві категорії: структурні та міжособові.

Міжособові способи вирішення конфліктів зводяться до п'яти варіантів типу поведінки, що їх має обрати конкретна людина при появі перших симптомів конфліктної ситуації.

1 Стиль суперництва - намагання у будь-який спосіб задовільнити власні інтереси, не враховуючи інтереси інших. Діє агресивно, використовує свої вольові якості.

2 Стиль уникання - людина намагається уникнути конфлікту, грає роль пасивного спостерігача або не помічає ознак конфлікту.

3 Стиль пристосування - людина не намагається відстоювати власні інтереси, віддає перевагу опоненту, кожного разу погоджується з тим на чому він наполягає.

4 Стиль співробітництва - пошук рішення, яке б задовольняло інтереси обох сторін.

5 Стиль компромісу - одна з сторін конфлікту йде на поступки в обмін на поступки з боку іншої сторони.

Лекція 8

Тема: Етикет ділового спілкування. Способи впливу на людей під час спілкування.

Мета:

Дидактична:

Оволодіти знаннями про способи впливу на людей;

Ознайомитися з видами маніпуляцій та особливостями протидії маніпуляторам;

Визначити основні аспекти вербальної та невербальної комунікації, механізми передачі інформації невербальними засобами.

Виховна:

Прививати культурну поведінку під час ділового спілкування;

Сприяти формуванню норм вербального та невербального спілкування.

Сприяти формуванню психологічної грамотності;

Сприяти формуванню пізнавального інтересу під час вивчення теми.

Розвиваюча:

Розвивати увагу, пам'ять, мислення, волюві якості.

Методи: словесний, наочний.

Матеріально – технічне забезпечення, дидактичні засоби та ТЗН: конспект, наочності.

План:

- 1 Зміст, структура, функції ділового спілкування.
- 2 Засоби спілкування.
- 3 Бар'єри у діловому спілкуванні.
- 4 Способи впливу на людей під час спілкування. Маніпулювання та актуалізація.

Література:

- 1 Осовська Г.В., Комунікації в менеджменті: курс лекцій. – К.: „Кондор”, 2003.
- 2 Чмут Г.К., Чайка Г.Л.: Етика ділового спілкування: навч. посібник. – 2 вид., - К.: Викар, 2002. – 223с.
- 3 Хміль Ф.І.. Ділове спілкування: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. – К.: „Академвидав”, 2004.- 278с.
- 4 Психология и этика делового общения: Учебник для ВУЗов / под ред. проф. Лавриненко. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2003.

1 Зміст, структура, функції ділового спілкування.

Спілкування в нашому житті відіграє дуже велику роль, а його психологічна природа надто складна. Людині важко бути щасливою, успішно працювати,

самовдосконалюватися, самостверджуватися не контактуючи з іншими. Спілкування, на думку вчених, є однією з нагальних потреб людини, яка живе в суспільстві. Воно потрібне їй для взаємодії з іншими людьми, для впорядкування взаємин з ними, для самоствердження в суспільстві. Потреба у спілкуванні виникає в перші місяці життя дитини, а на третьому році в неї вже виразно проглядає бажання спілкуватися з іншими. У перші сім років у дітей чітко виявляється потреба в доброзичливій увазі, у повазі до них з боку дорослих та у взаєморозумінні й співчутті. Ця потреба, як правило, залишається у людини найважливішою на все життя.

Спілкування – це сукупність зв'язків і взаємодій людей, груп, спільнот під час яких відбувається обмін інформацією, досвідом, вміннями, навичками, результатами діяльності.

Ділове спілкування – особлива форма взаємодії людей в процесі певного виду трудової діяльності, яка сприяє встановленню нормальної морально – психологічної атмосфери праці, партнерству між керівником та підлеглими, між колегами, створює умови для продуктивного співробітництва для забезпечення успіху загальної справи.

Функції спілкування.

Мова йде про підхід, що виділяє три основні класи таких функцій: інформаційно-комунікативну, регулятивно-комунікативну та афективно-комунікативну.

Інформаційно-комунікативна функція спілкування охоплює все, що має відношення до передачі та прийому інформації людиною. Йдеться не лише про готову інформацію, а також й про інформацію, яка створюється.

Регулятивно-комунікативна функція спілкування забезпечує не лише пізнання, а й регуляцію поведінки учасників спілкування, організацію сумісної діяльності людей в процесі взаємодії. З цією функцією пов'язані і способи впливу людей одне на одного: переконання, навіювання, наслідування, зараження, тощо.

Афективно-комунікативна функція спілкування відноситься до емоційної сфери особистості, визначає її ставлення до явищ навколишнього світу. В її основі лежить сприймання та розуміння іншої людини. В тому числі партнера по спілкуванню.

2 Засоби спілкування.

Спілкування людини підтримується певними засобами. Свої почуття, думки людина здатна виражати й закріплювати в словах і жестах, створюючи певний комунікативний простір, у якому об'єднуються, співіснують її внутрішній світ і світ зовнішній, об'єктивний. Такими засобами, які людина використовує в своєму спілкуванні, є **вербальні** (словесні) і **невербальні засоби** (міміка, пантоміміка, виражальні рухи тіла).

Спілкування вербальними засобами є не що інше як використання живого слова в передачі інформації. Лише людині притаманно вербалізувати свої почуття, емоції, поведінку через слово, що доводить її до найвищого ступеня розвитку порівняно з іншими представниками тваринного світу. Мова є явищем не тільки лінгвістичним, а й психологічним, естетичним і суспільним, вона охоплює всі сфери суспільного життя: науку, освіту, мистецтво та ін.

У суспільстві виокремилися різні види мови.

Внутрішня мова — це мова для себе. Відмітною рисою такого виду мови є те, що її не чують інші люди, і вона зрозуміла лише одній людині — вам.

Зовнішня мова — її ще називають усною, тобто та, яку чує людина, що перебуває поряд з вами. Це різновид мовлення, яке сприймається співрозмовниками на слух. Вона вважається економною, тобто потребує менше слів.

Діалогічна або розмовна мова — мова щоденного вжитку, включає в себе діалектні та жаргонні вирази, що використовуються в певній місцевості або представниками певної професії чи виду діяльності.

Монологічна мова — промовляється однією людиною при звертанні до іншої. Прикладами монологу можуть бути пояснення вчителя, відповідь учня, диктора та ін.

Літературна мова — мова, що відповідає певним нормам і є свідченням мовної культури.

Штучні мови: азбука Морзе, мова глухонімих, шифри, комп'ютерні мови (завдяки яким відбувається спілкування людини з комп'ютером).

Невербальні засоби спілкування

Невербальна (несловесна) комунікація — це система знаків, що використовуються у процесі спілкування і відрізняються від мовних засобами та формою виявлення. Науковими дослідженнями, зокрема, доведено, що за рахунок невербальних засобів відбувається від 40 до 80 % комунікації. Причому 55 % повідомлень сприймається через вирази обличчя, позу, жести, а 38 % — через інтонацію та модуляцію голосу.

Невербальна комунікація включає різні знакові системи: оптико-кінетичну, пара- та екстралінгвістичну, просторово-часову, контакт "очі в очі", які мають свої особливості.

Оптико-кінетична система знаків використовує жести, міміку, пантоміміку.

Паралінгвістична система — це система вокалізації мовлення, що характеризується якістю голосу, його діапазоном, тональністю і виражає почуття та стани людини.

Екстралінгвістична знакова система — це включення в мову пауз, інших нелінгвістичних компонентів (покашлювання, сміх), темп мовлення.

3 Бар'єри у діловому спілкуванні.

Бар'єр негативних емоцій

Емоції прийнято ділити на позитивні й негативні. Відповідно людина прагне до позитивних емоцій і хоче уникати негативних.

Основною причиною негативних емоцій є відчуття незадоволення, міжособистісні конфлікти, стреси.

Бар'єр негативних емоцій погано впливає на результати спілкування.

Бар'єри поганого настрою.

У людей настрої втрачається від багатьох причин: погані погоди, самопочуття, налії, які не збулися, погане фізичне самопочуття, хворобливість. Людина з поганим настроєм - поганий працівник і ще гірший партнер у спілкуванні.

Маючи на увазі, що поганий настрої «заразливий», легко передається співрозмовнику, очікувати твердої угоди, взаєморозуміння та довірливості, мабуть, не доводиться.

Бар'єри сприйняття.

Кожна людина хоче, щоб її розуміли. Для досягнення максимального ефекту комунікації необхідно розуміти, що існують бар'єри мови, наста-ноізи, враження.

Бар'єри мови:

- **Семантичний бар'єр розуміння.** Він пов'язаний з тим, що учасники спілкування використовують різні значення слів. Наприклад, скажемо, льотчик або танкіст чує в театрі слова: "Подати екіпаж!", то це може викликати в них легке здивування, тому що в п'єсі йдеться про карету, а вони уявляють собі людей, які керують машиною.

- **Стилістичний бар'єр розуміння.** Він звичайно виникає при невідповідності стилю мови того, хто говорить, і ситуації спілкування або стилю мови і стану того, хто в даний момент слухає.

- **Логічний бар'єр розуміння.** Він виникає в тих випадках, коли логіка міркування того хто говорить або занадто складна для розуміння слухаючого, або здається йому неправильною чи суперечить властивій йому манері доказів. Так, якщо запитати дитину, чому кораблик, який він пускає в ванні, плаває, вона відповість: "Тому що він червоний" або "Тому що він мій". У такому випадку говорять про дитячу логіку. Можна говорити про існування "жіночої" і "чоловічої" психологічної логіки та ін.

- **Фонетичний бар'єр.** Перешкода, створена особливостями мови того, хто говорить учасники комунікативного процесу розмовляють різними мовами і діалектами; (співрозмовники мають суттєві дефекти мови та дикції; партнери по спілкуванню перекручують граматичну структуру висловлювань; невиразна мова, велика кількість слів-паразитів, мова- скоромовка або дуже голосна мова та ін.)

Соціально-культурний бар'єр розуміння. Інколи причиною бар'єра розуміння можуть бути соціально-культурні відмінності між партнерами спілкування. Це можуть бути соціальні, політичні, релігійні і професійні відмінності, що приводять до різного пояснення тих або інших понять. В цій ситуації можна згадати приказку: "Ситий голодного не розуміє".

Бар'єри настанови.

Позицію людини в спілкуванні багато в чому визначає весь її життєвий досвід. Психологи стверджують, що настанова є в кожній людини. Її формування здійснюється незалежно підсвідомості. Вона становить власну школу цінностей. Різні люди мають різні настанови.

Бар'єр першого враження.

Спілкування приводить до контакту з новими людьми. І часто ми не розуміємо, що наші з ними взаєностосунки багато в чому були визначені першим ураженням. Це теж емоційний бар'єр. Ї хоча говорять, що перше враження найчастіше близьке до істини, все одно воно цілеспрямоване, розмите і часто просто помилкове. Висновки парто слід робити з усього обсягу інформації, а не тільки з одних лише зовнішніх ознак першого враження.

Справді, враження від людини в спілкуванні має велике значення. Її манери при цьому розкривають її виховання, соціальний статус, культуру, а інколи й професію.

4 Способи впливу на людей під час спілкування.

До способів спілкування відносять також способи впливу однієї людини на іншу (або інших), коли ми прагнемо "спровокувати" її поведінку в потрібному нам напрямі, знайти в системі її діяльності "слабкі місця", визначити фактори, що керують нею, і намагаємося змінити їх. Отже, будь-який вплив здійснюється з метою формування, закріплення або зміни установок, поглядів, взаємин, почуттів, дій тощо.

До групи психологічних способів впливу на людей належать навіювання, наслідування, психічне зараження і т. ін. Це механізми, які діють насамперед на

несвідоме. Існує ще такий важливий спосіб впливу, як переконання. На відміну від попередніх його використовують тоді, коли хочуть вплинути на свідомість людини.

Переконання — це спосіб впливу, коли людина звертається до свідомості, почуттів і досвіду іншої людини з тим, щоб сформувати в неї нові установки. Переконання впливає не тільки на розум, а й на почуття, якщо звернення до інших супроводжується емоціями. Отже, переконання — це такий вплив однієї людини на іншу або на групу людей, який діє на раціональне та емоційне в їхній єдності, формує нові погляди, відносини, що відповідають вимогам суспільства.

Переконання не дасть належного результату, якщо його підмінено моралізуванням. Тому краще не вживати слів типу "мусиш", "зобов'язаний", "як не соромно" та ін. Така форма приймається як формальна і до неї ставляться іронічно, а то і з презирством.

Мистецтво переконувати полягає як у тому, щоб бути приємним, так і в тому, щоб логічно обґрунтовувати свою позицію і переводити мислення в мовлення.

Проте якщо людина не хоче, щоб її переконали, тут не допоможуть ні логіка, ні аргументація. Не можна також досягти бажаного результату, якщо той, хто переконує, поводить себе зверхньо або поблажливо, прагне самоствердитися. А тому, аби переконати іншого, спочатку слід досягти того, щоб людина захотіла вислухати уважно й осмислено запропоновані їй докази.

Навіювання — це психологічний вплив однієї людини на іншу або на групу людей, що передбачає некритичне сприймання висловлених думок і волі

Під час навіювання не досягається згода, а лише забезпечується прийняття інформації, що містить готовий висновок. Використовуючи інформацію, людина, на яку впливають, має сама дійти необхідного висновку.

Виокремлюють такі види навіювання на людину:

- 1 коли вона перебуває в активному стані;
- 2 під гіпнозом;
- 3 під час сну.

Першим і основним є, звичайно, навіювання в активному стані.

Навіювання може бути **навмисним**. Це цілеспрямований і свідомо організований психологічний вплив, коли сугестор (тобто той, хто користується цим способом) знає, кому і що він хоче нав'язати і відповідно до цього добирає прийоми впливу. Бажано, щоб сугестор був людиною авторитетною, тоді йому довіряться.

Виокремлюють також навіювання **ненавмисне**, коли сугестор не ставить перед собою спеціальної мети, проте своїми словами та діями навіює іншому саме той стан, який би спонукав того до відповідної дії.

За змістом впливу та кінцевим результатом навіювання буває **позитивним і негативним, етичним і неетичним; за засобами впливу — прямим і непрямим**.

При прямому навіюванні сугестор закликає до певної дії. Вона передається як наказ, вказівка, розпорядження і заборона (наприклад: "Усім бути завтра о 9 годині на роботі", "Цей блок включати не будемо" та ін.). При непрямому навіюванні сугестор не говорить прямо про свою мету, проте виказує своє ставлення до предмета. Мета досягається за рахунок того, що викликаються сильні емоційні реакції.

Основними формами навіювання є натяк, схвалення, засудження (наприклад: "Наші сусіди вже закінчили оранку" або "У нас механік ніколи не перевіряє верстати" і т. ін.).

Одним із видів навіювання є **самонавіювання**. Це свідоме саморегулювання, навіювання самому собі уявлень, почуттів, емоцій. У цьому процесі людина сама створює модель стану або дій і вводить її у свою психіку.

Психічне зараження — спосіб психологічного впливу, що відомий із сивої давнини. Психічне зараження яскраво виявляється як засіб впливу в групах мало-знайомих людей (це спостерігається під час релігійного екстазу, паніки і т. ін.). Свідомі характеристики властиві майже однаковою мірою більшості індивідів, зникають у таких умовах і замінюються несвідомими. Цим, мабуть, пояснюється, чому в натовпі не спостерігаються дії, які потребують цілеспрямованого логічного мислення, і чому тут люди спілкуються на низькому рівні.

При психічному зараженні процес передавання емоційного стану відбувається від одного індивіда до іншого на несвідомому рівні. Унаслідок такого впливу індивід швидко переймається психічним станом інших людей.

У таких ситуаціях індивіди несвідомо йдуть за іншими, наслідуючи їхню поведінку.

Найбільшому психічному зараженню піддаються люди в натовпі.

Вони стають некритичними, імпульсивними. Почуття відповідальності, яке, звичайно, стримує окремих індивідів, у натовпі зникає. Люди починають мислити образами й готові діяти під впливом гасел, закликів визнаних ними лідерів.

Оскільки в натовпі народжуються бурхливі емоції, вплинути на них можна сильними засобами: перебільшувати, стверджувати, навіювати, заражати, повторювати. Люди в натовпі не чують аргументів, не зносять запитань, заперечень. Якщо якийсь оратор не поділяє думки, що захопила більшість людей, його виступ викликає у них гнів і прояв ворожості.

Якщо люди зібралися разом, вони інстинктивно шукають собі лідера, вожака і підкоряються йому. Проте нерідко вожаками стають нервово збуджені люди, які глибоко вірять у те, про що говорять, до чого закликають. За допомогою цієї віри вони впливають на людей. Чим коротші фрази-ствердження, кинуті ними в натовп, тим більший вплив вони мають. Внаслідок багаторазових повторень основна думка-ідея закріплюється в глибинах несвідомого. Потім вона перетворюється на установку як готовність до дії. Цю установку вже нелегко змінити. Чим привабливіший лідер, чим більшу силу волі він має, тим сильніше може впливати на натовп.

Психічне зараження може відігравати не лише деструктивну, а й позитивну роль. Найчастіше конструктивна дія зараження ентузіазмом спостерігається у професійній діяльності. Якщо люди люблять своє діло, то успіхи одного заражають інших, викликаючи в них інтерес, захоплення, а не заздрість і погані настрої.

Наслідування — особлива форма поведінки людини, що полягає у відтворенні нею дій інших осіб. Наслідування може бути як несвідомим, так і свідомим, цілеспрямованим.

У дорослих механізми наслідування набагато складніші, аніж у дітей. Дорослі більш критично сприймають зразки, запропоновані їм для наслідування. Останнє в цьому разі більшою мірою є елементом навчання. Це стосується професійної діяльності, спорту, мистецтва і т. ін. Наприклад, молодий спеціаліст

вчиться у досвідченого, наслідуючи зразки його дій, стратегії та тактики вирішення професійних завдань. Таке явище є позитивним.

На практиці навіювання, переконання, психічне зараження, наслідування рідко застосовуються в чистому вигляді. Найчастіше вони доповнюють одне одного, функціонують у системі.

Описані способи впливу на людей деякі автори називають механізмами. До таких механізмів належать і відоме маніпулювання людьми та актуалізація, яку йому протиставляють.

Маніпулювання та актуалізація.

Маніпулятор — це частина нашої особистості, яка свідомо (тоді це цинізм) або несвідомо вдається до всіляких хитрощів, щоб контролювати ситуацію та досягти своєї мети.

Найчастіше вміння маніпулювати іншими використовується в корисливих цілях. Багатьом добре відома така ситуація: студент під час семінару раптом, неначе захопившись, звертається до викладача: "Петре Васильовичу, це питання завжди було для мене загадкою. Виходить, що...", тобто ставить перед викладачем запитання, на яке мусить відповісти сам. Викладач любить свій предмет і цінує вияв захоплення ним з боку студента, тому починає ґрунтовно аналізувати проблему. Студент досяг своєї мети: використавши механізм маніпулювання, змусив замість себе відповідати викладача.

Відомий вчений Е. Шостром розрізняє чотири типи маніпуляторів.

Перший тип — активний — прагне впливати на інших, використовуючи активні методи. Він найчастіше вдається до техніки "обов'язків і очікувань", а також використовує свій соціальний статус — керівника, батька, викладача.

Другий тип — пасивний маніпулятор. Він демонструє роль безпорадного, такого, що мало в чому розуміється. Цим він підштовхує іншого виконати роботу за нього.

Третій тип ставиться до людей як до суперників, а то й ворогів, з якими він веде постійну боротьбу.

Четвертий тип — байдужий маніпулятор. Він намагається ніби уникнути контактів, демонструє індиферентність. Насправді все, що відбувається, йому не зовсім байдуже, інакше він так демонстративно не поведився б.

Маніпулювання насправді займає в житті кожної людини більше місця, ніж ми уявляємо. Кожна людина майже щодня буває маніпулятором або тим, на кого впливають. Маніпуляторам можна і треба протиставити інші дії, наприклад механізм актуалізації.

Актуалізатор — це людина, яка прислуховується до інших і враховує їхні інтереси, прагне до самореалізації своєї самобутності та унікальності. Він чесний у своїх думках і діях.

Актуалізатор — це людина, яка поважає гідність інших, переконливо передає свої думки і бажання, добре ставиться до людей і допомагає їм знайти власний шлях до розвитку. На жаль, актуалізатори навіть серед керівників трапляються не дуже часто.

Психологи стверджують, що всіх людей можна умовно поділити на дві групи. Одні — наші хороші друзі, які щиро і по-справжньому турбуються про нас (так звані актуалізатори); інші, при всій їхній привабливості, — добре замасковані диктатори (так звані маніпулятори).

Необхідно знати прийоми й методи, які застосовують маніпулятори, щоб досягти своїх цілей за рахунок партнера.

- Маніпулятор не пропускає нагоди підкреслити похибки чи недоліки інших, поглузувати над людиною, піднімаючи тим самим себе, задовольняючи свої амбіції.

- Маніпулятор завжди вважає правим себе і схильний привласнювати ваші ідеї, винаходи, переконливі аргументи.

- Маніпулятор не бачить чеснот інших людей, але дуже добре розпізнає недоліки.

- Він не припускає в інших наявності високих мотивів поведінки, прагне принизити значення моральних учинків, хоча себе схильний вважати моральною людиною.

- Добрим і щедрим маніпулятор виявляє себе тільки у спілкуванні з дуже вузьким колом найближчих йому людей.

У діловій бесіді маніпулятор вдається до таких прийомів, як узагальнення й перебільшення («що буде, якщо всі так зроблять?»), анекдот, щоб висміяти предмет розмови, використання авторитету, дискредитація співрозмовника, «перехід на особистості», ревізіонізм (зосередження уваги на фрагментах без урахування контексту), відведення дискусії вбік, переключення уваги на другорядні питання, уведення в оману, створення перешкод для досягнення угоди, перекручення сказаного, раптова заява про відсутність повноважень і т. ін.

Лекція 9

Тема: Імідж ділової людини.

Мета:

Дидактична:

Засвоїти особливості етичних вимог до оформлення візитних карток та ділових подарунків

Встановити взаємозв'язок між зовнішнім виглядом людини та її професійними досягненнями.

Виховна:

Виховувати прагнення до самоудосконалення, поваги до свого зовнішнього вигляду, толерантне ставлення до оточуючих.

Розвиваюча:

Розвивати логічне мислення, уяву, пам'ять.

Матеріально – технічне забезпечення, дидактичні засоби та ТЗН: конспект, зразки оформлення візитних карток,

План:

- 1 Візитні картки.
- 2 Ділові подарунки.
- 3 Діловий одяг.

Література

- 1 Шеломенцев В.Н., Этикет и культура общения: Учебн. пособие. – Киев: ООО „Обериг”, 1995.
- 2 Все об этикете. Книга о нормах поведения в любых жизненных ситуациях. Серия „1000 секретов успеха”. Ростов-на-дону: „Феникс”, 1997.

- 3 Деловой этикет: - 2-е изд.-К.: „Альтерпрес”, 2001.
- 4 Хміль Ф.І.. Ділове спілкування: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. – К.: „Академвидав”, 2004.
- 5 Осовська Г.В.. Комунікації в менеджменті: курс лекцій. – К.: „Кондор”, 2003.

1 Візитні картки

Ще кілька років тому візитним карткам як елементу ділової комунікації не було місця в існуючій у нас командно-адміністративній системі, тоді як наші зарубіжні партнери, особливо в розвинутих країнах Європи та Північної Америки, завжди надавали візитним карткам великого значення.

Використовуються візитні картки для:

- інформації в момент знайомства про себе і про підприємство, на якому ви працюєте;
- інформації про своє існування для осіб, в контактах з якими ви зацікавлені;
- підтримання контактів з партнерами, поздоровлень зі святом або з іншою подією;
- виразу подяки, співчуття, а також для супроводження квітів або подарунка.

Залежно від призначення виділяють шість основних типів візитних карток.

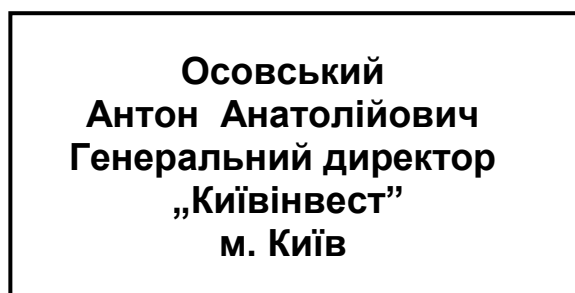
Варіант А

На візитній картці вказується прізвище, ім'я, по-батькові, посада, найменування і адреса організації, в якій працює дана особа, робочий телефон, а також, при необхідності, домашній. Це класичний приклад ділової візитки.

Виготовляється вона виключно на білому картоні чітко встановленого розміру (9x5 см). Текст друкується чітким чорним шрифтом. Єдина допустима кольорова пляма — це рекламний знак фірми в верхньому лівому кутку. Зверху — назва фірми, де працює особа, по центру — ім'я та прізвище (у нас — П.І.Б.); під ними посада, яку займає; в лівому нижньому кутку — адреса фірми; в правому — телефони. Нерідко поряд з телефонами друкуються оптимальний час для зв'язку. Даний тип картки використовується при знайомстві, яке відбулося, і застосовується як м'яка ненав'язлива форма прояву вашого інтересу та прояву надії на співробітництво.

Варіант Б

Картки цього типу використовуються для спеціальних і представницьких цілей. Якщо вам дають таку картку, це означає, що ваш співрозмовник просто представляє себе для полегшення спілкування і неналаштований на продовження знайомства. Просити його написати на картці свої координати не варто.



Варіант В

Представлений тип візитної картки використовується особами, які займають високий посадовий рівень (наприклад, міністрами, керівниками великих компаній, представниками президента тощо). Застосовується така картка на неофіційних зустрічах, наприклад, для вручення дамам.

**СОКОЛОВ
ВІКТОР ПАВЛОВИЧ**
**Міністр легкої промисловості
м. Київ**

Варіант Г

Дана картка використовується дружиною. Вона досить скупа на інформацію.

**Сидорчук
Надія Іванівна**
м. Київ

Варіант Д

Спільна або сімейна візитна картка. На картці вказується прізвище, імена, по-батькові подружжя, атакож їхдомашня адреса і телефон.

**Антон Анатолійович
і
Людмила Вікторівна
АНІСІМОВИ
м. Київ
вул. Вітрука 15, кв. 3,
34 – 25 – 17**

Варіант Е

Візитні картки фірми, підприємства або відділу. Представлений тип картки використовується з метою поздоровлення партнерів від імені вашої фірми. Наприклад, у День незалежності, на Різдво та ін. Розмір 2x7см.

Асоціація управління персоналом
м. Київ

В практиці ділових комунікацій існує маса відмінностей від вишена-ведених основних типів карток, які вживаються за межами бізнес—сфери. Це можуть бути візитки діячів мистецтв, науки, церкви та ін. Розмір таких карток, шрифт, розміщення тексту та колір паперу не регламентуються суворими правилами і тому можуть варіювати. Вони можуть бути виконані на різних матеріалах, найрізноманітніших

кольорів і найвичурнішими шрифтами. Зустрічаються також візитні картки, складені вдвічі, як книжка, з вказанням розміщення фірми, під'їзду до неї, місця парковки автомобілів.

Іноземні партнери добре орієнтуються в різновидах візитних карток, для них це азбука ділових відносин. Розглянемо основні положення: Направлення візитних карток рівнозначно візиту. Більш ввічливо залишати візитну картку особисто.

Візитна картка, яку залишає власник при особистому відвідуванні, повинна бути із зігнутим кутиком.

Деякі надають значення тому, як і який кутик візитної картки загнутий — верхній, нижній, атакож з якого боку. Тому, щоб уникнути непорозумінь, пов'язаних з неоднаковим у різних країнах тлумаченням загину, рекомендується загинати весь лівий край картки на 1/4 так, щоб чітко було видно слід загину. Потім розправити картку. Зігнути таким чином картку залишають у тих випадках, коли з якихось причин вас не змогли прийняти. Залишається вона або в офісі, або в резиденції партнера і свідчить про те, що ви особисто залишили її, а це є ознакою найбільшої поваги та пошани.

Візитну картку, яка направляється через посередника (кур'єра або водія) або по пошті, загинати не потрібно. Рекомендується, по можливості, написати кілька слів на картці. Такий запис унеможливить її використання якою-небудь сторонньою особою в недобрих цілях. Якщо картку залишили особисто, напис на конверті робиться олівцем, якщо ж надіслали поштою - чорнилом.

Відповіді на візитні картки повинні даватися протягом доби і також візитною картою.

Підписи на картці, зроблені від руки, мають такі значення.

P.R. (Pour remercier) - прояв подяки.

P.F. (Pour fe't) — вітання зі святом.

P.F.C. (Pourfaire connaissance) — ознака задоволення знайомством.

P.F.N.A. (PourfeliciterNouvel An) — вітання з Новим роком.

P.P.C. (Pourprendre conge) — прояв прощання при кінцевому від'їзді.

P.C. (Pourcondoleances) — прояв співчуття.

P.P. (Pour presentation) - заочне представлення.

Наприклад, вас привітали зі святом. Написавши на своїй картці в лівому нижньому кутку аббревіатуру- P.R., краще всього того ж дня її відіслати партнеру. Дякувати за вітання партнеру по телефону або вручати йому свою картку особисто не прийнято. Якщо ж ви це зробите, то, в першому випадку, скориставшись вашим дзвінком і вислухавши подяку, партнер може нав'язати ділову розмову для обговорення конкретного питання, до якого ви не готові. В другому випадку, можливий такий варіант, коли особиста зустріч, на якій ви планували віддати свою картку, з якихось причин не відбудеться. В обох випадках ви будете мати вигляд не досить вихованої людини.

Перебуваючи в чужій країні підчас національних свят, ви повинні першим привітати своїх партнерів. Не бійтеся, що, наприклад, в Японії не зрозуміють аббревіатуру відповідних французьких фраз. Існуючі правила, норми, традиції, стандартна міжнародна символіка однаково розуміються у всіх цивілізованих країнах. На візитних картках можна робити й більш розгорнуті написи, звичайно, від третьої особи. Наприклад, «Дякує за увагу», «Найкращі побажання в Новому році», «Бажає всього найкращого».

Заочне представництво в країні перебування здійснюється таким чином. Насамперед ви знайомитесь з консулом, послом або будь-якою офіційною

особою досить високого рангу в посольстві своєї країни. Проінформувавши його про мету свого візиту і бажання познайомитися з особою, яка вас цікавить, ви берете візитну картку консула. Далі, поставивши на ній надпис Р.Р., ви відправляєте її адресату разом зі своєю карткою. Картка консула — гарантія серйозності ваших намірів і, якщо бізнесмен, який вас цікавить, готовий з вами познайомитися, він вишле вам свою візитну картку. В цьому випадку ви телефонуєте за вказаним телефоном і домовляєтесь конкретно про зустріч.

При від'їзді з країни перебування свої візитні картки з аббревіатурою Р.Р.С. ви залишаєте партнерам, з якими хотіли б підтримувати стосунки й надалі.

З візитками можна пересилати подарунки (квіти, альбоми, книги, журнали, квитки в театр, на виставку, програми, фотографії), інколи вони посилаються разом з листом.

2. Ділові подарунки

В діловому світі, як і в повсякденному житті, прийнято робити подарунки, підносити речі з фірмовими знаками або в фірмовій обгортці. Однак необхідно знати, що тут потрібні міра, такт і виконання суворих, розроблених протягом багатьох років, правил. Вартість подарунка ніякого значення не має і залежить тільки від ваших можливостей. Виняток — дорогі речі: пам'ятайте, що, даючи своєму партнерові такий подарунок, ви тим самим ризикуєте поставити його в незручне становище. З одного боку, він може відчувати, що не заслуговує його, а з іншого — змушений відповідати таким же дорогим подарунком, а це не завжди відповідає його бажанням або можливостям. Однак не слід віддавати перевагу дрібним сувенірам, бо в цьому випадку ви можете здатися надто бережливими. Найбільш оптимальним подарунком є той, який відповідає бажанням і стилю партнера, несе відбиток вашого до нього ставлення.

При діловому візиті можна дарувати художньо оформлені вироби скульптури, гравюри, пам'ятні медалі, настінні тарілки, грамплатівки, які нагадують про вашу країну або ще краще — про вашу фірму. Одним із найбільш універсальних подарунків вважають книгу, яку можна принести кожній людині і з будь-якого приводу. Намагайтеся вибрати подарункове, гарно оформлене видання, з урахуванням інтересів вашого партнера.

При досить тісному знайомстві можливі й такі подарунки як напої, солодощі, тютюнові вироби та речі для паління, вироби з металу. Однак пам'ятайте, що жінці, навіть тій, яка палить, ніколи не дарують речі для паління, тютюнові вироби, а також міцні напої. Можна дарувати як виняток шампанське, колекційне десертне або сухе вино, але не молодим дівчатам.

Непристойно дарувати також предмети туалету (шкарпетки, сорочки, капелюхи, парфумерію, виняток — краватка, яка входить до числа допустимих сувенірів).

При виборі подарунка подумайте і про вік партнера, якому ви шукаєте подарунок. Це не означає, що є спеціально призначені подарунки для молодих людей або людей похилого віку, однак намагайтеся виявити такт, щоб не поставити в незручне становище людину похилого віку надто яскравою краваткою, а дівчину — сірою хустиною.

При оформленні подарунка важливо проявити добрий смак: загорнути його в яскравий папір, перев'язати стрічкою, прикласти свою візитну картку або святкову листівку.

Дарувати речі - це зовсім непроста справа. Від того, як ви піднесете свій подарунок, залежить і те, яке він справить враження. Має значення навіть те, даруєте ви його особисто чи через спільного знайомого. Подбайте, щоб ваш подарунок не прийшов із запізненням. Дарувати потрібно з тактом, приємними словами, короткими побажаннями, жартом.

Коли вас запрошують додому, то найкращий подарунок - живі квіти.

Якщо, з'явившись на свято, ви даруєте квіти у вітальні, їх можна залишити в обгортці. Якщо ж двері вам відкрив хтось із членів сім'ї, то перед входом в кімнату зніміть обгортку.

В давні часи існувала велика азбука квітів — кожна квітка щось означала. В наш час цією азбукою не користуються. Однак намагайтеся, щоб вас правильно зрозуміли: червоні троянди означають велике кохання, гортензії сприймаються як квіти скорботи. Особливо слід бути уважними із закордонними партнерами. Так, наприклад, французи сприймають гвоздики та хризантеми як символ нещастя. В цьому їх підтримують японці та іспанці. А от англійці, голландці, італійці і греки сприймають ці квіти з вдячністю. Мешканець Люксембургу вважатиме, що йому подарували сміття. Отже, скільки країн — стільки думок, тому слід обов'язково порадитися з продавцем відносно зробленого вибору.

Не можна дарувати речі, які були у вжитку, за винятком антикваріату, коштовностей, які даруються тільки дуже великими фірмами в особливих випадках, наприклад, на ювілеї. Подарунком для фірми може бути що-не-будь із оргтехніки, самовар, мікрохвильова піч і навіть автомобіль. Вдалим подарунком була б продукція вашого підприємства. Тим самим ви рекламуєте свій товар і вказуєте на шляхи до співробітництва. Подарунки фірмі дарують на загальних зборах робітників і в урочистій обстановці.

Приймати подарунки слід тактовно. Відразу ж у присутності того, хто дарує, розпакувати подарунок, якщо дозволяє ситуація, оцінити увагу і смак, висловити задоволення та подякувати. Дуже неввічливо відкласти подарунок, не розгорнувши його. Якщо подарунок не сподобався вам, намагайтеся ніяк не виявити свого незадоволення - будь-який подарунок приймайте з посмішкою.

Висловлюючи подяку тому, хто дарує, зробіть так, щоб не образити інших гостей, які прийшли з більш скромними подарунками або взагалі без них. За посланий або переданий через когось подарунок подякуйте відразу по телефону або коротким листом.

Відмовитися від подарунка можна лише в тому випадку, коли прийняти його було б непристойно або подарунок настільки цінний, що ви будете відчувати себе боржником. Неправильно було б спочатку вагатися, піддаючись умовлянням, а потім все-таки прийняти подарунок. Знайдіть достатні аргументи, щоб пояснити відмову твердо, але ввічливо.

Приймаючи подарунок, пам'ятайте, що людина, яка вибирала подарунок, хотіла зробити вам приємне. Інше питання — вдалося це їй зробити чи ні. Бажання порадувати партнера, зняти напругу у стосунках — цінніше самого подарунку.

3 Діловий одяг

Всі знають прислів'я: *Зустрічають по одягу, а проводжають по розуму*. При цьому підкреслюється, що розум, звичайно, головний, але зустрічають все ж таки за зовнішнім виглядом, за одягом.

У минулі часи одяг відображав належність людини до певної соціальної групи, професії. У багатьох випадках форма одягу строго регламентувалась, і ніхто

не смів її порушувати. Особливо суворі вимоги були при дворах.

У наш час вимоги до одягу не такі категоричні. Але й тепер в розвинутих демократичних країнах керівники фірм, офісів надають великого значення зовнішньому виглядові своїх працівників. Практика показує, що до акуратно одягнених людей виявляється більш уважне ставлення оточуючих.

Нині кожен може одягатись, як він забажає на свій смак. Але саме це робить людину відповідальною за свій зовнішній вигляд. Широкий вибір одягу дає змогу кожному повною мірою виявити свій смак, почуття прекрасного, нарешті, почуття міри, а також підкреслити переваги або приховати недоліки своєї фігури.

Однак чимало ситуацій сучасного життя вимагають певної форми одягу. Це, найперше, протокольні заходи. Протокол, наприклад, не дає змоги жінці з'явитися на офіційному прийомі в міні-спідниці. Винятком з правил було вручення американці Мері Куант у 1966 р. ордена британської імперії за моду носити міні-спідницю. На Церемонії в Букінгемському палаці авторка моди на міні-спідниці була в цьому одязі, зовсім несумісному з придворним етикетом.

Непоодинокі випадки, коли чоловіків чи жінок, які приходили до послів у різних справах, але були одягнені в дотерті джинси, шорти або міні-спідниці, не допускали до аудієнції.

Підвищені вимоги до одягу людей, які відправляються до театру, на концерти класичної музики і, звичайно ж, офіційний прийом. Строгим має бути одяг для відвідування заходів, які поєднують у собі святковий і офіційний характер. Це, зокрема, урочисті засідання, ювілейні концерти, в яких беруть участь державні діячі, послы, зарубіжні гості.

Форма одягу — найкраща характеристика людини, це свого роду ієрогліф, що відображає особистість зі всіма звичками і нахилами її. Естетика костюма має не менше значення в житті людини, ніж естетика поведінки. Неохайність в одязі рівноцінна моральному самогубству. Уміння одягатися належить як до науки і мистецтва, так і до звичок та почуттів. На думку Оноре де Бальзака, «Справа не стільки в костюмі, скільки в умінні його носити».

Одяг ділової жінки

Кращий *плащ* для жінок як для ділових, так і для особистих контактів — бежевого кольору. Потім — чорний, але будь-який повинен закривати спідницю.

Сукня, спідниця, пальто. Центральне місце в шафі ділової жінки повинен займати костюм із спідницею. Але спочатку про сукню жінки. Вона повинна відповідати всім життєвим ситуаціям: від суворо офіційного до неділового стилю. Для роботи найбільше підходить сукня з довгим рукавом, причому найбільш авторитетною буде сіра в тоненьку смужку.

Кращі кольори ділової сукні — темно-синій, рудувато-коричневий, сірий, світло-сірий. Найменш прийнятні кольори — зелений, оранжевий, світло-рожевий, яскраво-жовтий, яскраво-червоний, пурпуровий, ніжно-голубий, жовтогарячий. Будь-яка сукня, пошита із матеріалу, який використовують для спортивного одягу (вельвет, джинсова тканина), - не для установ. Дуже підходить для ділового одягу сукня з жакетом в тон. Блай-зер, який гармоніє із сукнею, надає жінці авторитетності і добре личить до ділового костюма.

Якщо жінка любить носити що-небудь із світлих тонів, то нехай це буде костюм із світлою спідницею.

Коли жінка знімає жакет, то залишається в спідниці і блузці. Але майте на увазі: для роботи в цьому випадку підходить тільки одне: чорна спідниця і чорна шовкова блуза (а її не завжди одягнеш під костюм).

Якщо з блайзером одягти контрастну сукню, то це відразу збільшить довіру до вас і підніме авторитет. Блайзер повинен приховувати, а не підкреслювати контури тіла, лацкани його повинні щільно прилягати.

Туфлі ділової жінки — лодочки темного кольору з каблуком приблизно 4 см. Переважаючі кольори: синій, чорний, темно-коричневий, непогано виглядають також сірі, бежеві та іржаво-коричневі. Панчохи обов'язково натурального кольору.

Зачіска. Головне, що повинна усвідомлювати жінка, — це те, що зачіска має бути завжди охайною. Вигадлива зачіска личить тільки до незвичайної сукні. Волосся повинно бути середньої довжини.

Ваша зачіска не повинна постійно відволікати увагу оточуючих зайвими локонами і завитками.

В психологічному плані темне волосся жінки більш уособлює владу, світле ж надає їй популярності. Діловій жінці недопустимо фарбувати волосся в два тони або більше.

Косметика. Найкраща косметика — це та, яку ніхто не бачить. Тут головний принцип: зовсім небагато косметики — і цілком достатньо. Виняток можуть скласти жінки, яким за сорок п'ять.

Якщо вам ще немає тридцяти п'яти, користуйтеся помадою, але неяскравою і не такою, яка дуже кидається у вічі.

Турбуючись про свою зовнішність при виході на роботу:

- не використовуйте дуже помітних тіней для очей;
- пам'ятайте: довгі нігті та накладні вії - тільки для актрис;
- ваш лак для нігтів — безкольоровий;
- тушшю для вій слід користуватися дуже обережно, якщо вона потече, то ваш авторитет буде близьким до катастрофи;
- якщо ви вищипуєте брови, то намагайтесь надати їм природного вигляду;
- якщо у вас дуже світлі брови, підкрасьте їх олівцем. Світлі брови надають обличчю втомленого вигляду, і така жінка виглядає менш впевнено та авторитетно.

Парфуми. Тут правила прості. Якщо ви хочете подобатися чоловікові, парфуми повинні бути тонкими і дорогими. Якщо ви хочете відповідати становищу поважного керівника, то їх запах має бути ледве відчутний.

Окуляри. Шанси багатьох маленьких жінок з непоказною зовнішністю зростають, коли вони одягають окуляри навіть з простими скляними лінзами.

Оправа має бути пластмасовою або роговою, середніх розмірів. Брюнетці слід підбирати оправу для окулярів в тон до її волосся. Блондинкам краще уникати оправ, колір яких хоч як-небудь нагадує колір їхнього волосся, для них підходить оправа тільки коричневого кольору.

Якими б модними не були темні або димчасті окуляри, ділова жінка їх ніколи не надіне.

Прикраси. Бути діловою жінкою — це не значить відмовитися від прикрас. Але слід пам'ятати, що краще не купувати 4-5 прикрас на рік, а ліпше купити одну якісну, яка вам дійсно личить.

Найнеобхідніша прикраса для ділової жінки — це обручка. Її варто носити, навіть якщо ви незаміжня. Обручка повідомляє, що ви зайняті лише справою і нічим іншим. Перстень не повинен бути з великим виступаючим каменем. На руці потрібно носити не більше одного персня.

Чим менше прикрас, тим краще. Якщо ділова жінка одягає прикрасу, то вона повинна бути функціональна або цілеспрямована. Великий коштовний кулон, наприклад, надає солідності невисокій жінці.

Годинник має бути простим, невеликого розміру і дещо схожим на чоловічий.

Парасолька. Вам необхідна добра проста парасолька, без усяких оборочок і яскравих кольорів, яка розкривається автоматично. Немає більш жалюгідного видовища, як жінка, яка мокне під дощем, мучиться зі своєю маленькою складаною парасолькою.

Ручка для письма. Авторучка повинна бути з надійним золотим або позолоченим пером. Ні в якому разі ділова жінка не повинна писати на людях недогризком олівця, дешевими ручками, які швидко втрачають зовнішній вигляд і завжди готові відмовити або розвалитися навпіл.

Кейс (дипломат), сумка, гаманець. Дипломат повинен бути шкіряним, темно-коричневим, простим. Але якщо ви вирішили носити на службу жіночу сумочку, то вона повинна бути зі шкіри, дуже доброї якості.

Всередині сумки повинні бути порядок та організація.

Спиртні напої. Найкраща порада: пити небагато, хоч келих можна піднімати часто (власне в цьому і полягає головний сенс бенкету). Жінкам краще пити білі німецькі вина і уникати міцних напоїв.

Кабінет. Стіни вашого кабінету мають бути пофарбовані тільки в стандартні кольори, які прийняті для фарбування службових приміщень. Широко розповсюджені такі кольори, як голубий і бежевий.

Не слід ставити квіти на свій письмовий стіл, буде краще, якщо вони стоятимуть у приймальні секретаря.

Непогано мати в кабінеті костюм на зміну (про всяк випадок), але він повинен бути надійно схований від чужих очей.

Ваше крісло не повинно бути надто великим, щоб ви в ньому не загубилися. Якщо ви тримаєте для гостей попільничку, то вона повинна бути невеликою, меншою, ніж ті, які, як правило, стоять у кабінетах чоловіків.

Якщо ви любите картини, краще вибрати щось нейтральне, скажімо, натюрморт.

Тканини. Сорочечна тканина, яка прийнята для чоловічих сорочок, добра і для жіночих блузок.

Вельвет - добрий для спорту, але не для ділового одягу. Бавовна «дихає», добре носить, але мнеться. Джинсова тканина - добра для спорту, але не для роботи. Мереживо зовсім не підходить для ділового одягу. Шкіра використовується тільки для взуття, сумок, рукавичок, дипломатів, слід уникати виробів під шкіру. Штучна тканина не вимагає особливого догляду, але носити її не варто. Атлас придатний тільки для вечірньої сукні. Замша добра і для роботи. Твід — прекрасний матеріал для ділових костюмів. Бархат — добрий, м'який матеріал, незамінний для костюмів, але не на роботі.

Існують деякі поради спеціалістів, які допоможуть жінкам досягти успіху.

Працюючи секретаркою або службовцем невисокого рангу, не одягайтесь як секретарка, якщо у вас є честолюбні задуми.

Правило для ділової жінки: одягайтесь відповідно до стилю роботи (посади), на яку ви претендуєте. Брючні костюми із штучної тканини, светри, брюки, сукні з великим малюнком говорять про повну відсутність честолюбства.

Костюм із спідницею повинен стати формою для будь-якої жінки, яка претендує на керівну посаду. Він засвідчує, що ви відчуваєте себе командиром. Доти, доки ви самі не докладете зусиль для самоудосконалення і просування, ніхто не замислиться над цим.

Одяг ділового чоловіка

Ніхто не буде заперечувати, що стиль одягу чоловіка впливає на його успіх в ділових контактах, а правильно обраний костюм створює робочу атмосферу.

Наш одяг — частина робочого середовища, він може багато розповісти про нашу особистість, становище в суспільстві й неодмінно повинен надавати своєму володарю авторитетного вигляду.

Далеко не всі ділові чоловіки одягаються правильно і це не від намагання виглядати гірше своїх можливостей. Часто вони впевнені, що одягаються гарно і навіть модно. Ця точка зору спирається на думку жінок, подруг і секретарок.

Але діловий одяг досить консервативний.

Який же вигляд повинен мати діловий чоловік?

Він солідний і впевнений у собі; діловий і привабливий; шляхетний, якому можна довіряти; не без претензії на елегантність.

Лінія. Це не стільки загальний силует одягу, скільки загальний напрямок ліній на піджаку, сорочці, краватці. На костюмі вони розміщуються або вертикальними смужками, або клітинами. Краватки бувають без малюнка, з абстрактним малюнком або з чітким напрямком ліній (горизонтальним, вертикальним, діагональним). Різноманітність напрямків ліній малюнка можуть мати і сорочки.

Лінії елементів одягу не повинні різко перетинатися одна з одною, але й не зливатися.

Стиль. Дисгармонійно буде виглядати діловий костюм у поєднанні з спортивною сорочкою в клітинку. Не поєднується костюм з широкими лацканами і вузьким галстуком. Якщо чоловік одягнений в темно-синій костюм, білу сорочку і темно-червоний галстук, то у нього добрий смак.

Костюм повинен бути однотонним: синім, сірим, бежевим, коричневим.

З однотонним костюмом поєднується будь-який малюнок сорочки. Якщо ж сюди додати однотонну краватку, то буде гарне тріо: однотонність — малюнок — однотонність. Гарно виглядає разом однотонний сірий костюм, світла сорочка з темно-червоними смужками, однотонний сірий галстук, який повторює колір костюма.

Інший варіант: той же костюм і сорочка, темно-червоний галстук, який повторює по кольору смужки сорочки.

Далі: сірий костюм, блакитна сорочка і темно-червона краватка. Ще один варіант: синій однотонний костюм, біла сорочка і краватка в горошок (чим дрібніший горошок, тим елегантніший вигляд)

Для однотонного костюма ми маємо три основних варіанти:

- однотонна сорочка, однотонна краватка;
- сорочка з малюнком, однотонна краватка;
- однотонна сорочка, краватка з малюнком.

Костюм в смужку. До нього не слід одягати сорочку в клітинку. Тут піде однотонна біла або голуба сорочка, а смуги на костюмі й поєднання їх за кольором з сорочкою освіжать загальний вигляд.

Костюм в смужку і смугаста сорочка будуть поєднуватися, якщо смуги одного із елементів не дуже виділяються. До костюма в смужку й однотонної сорочки більше підійдуть краватки в горошок або з геометричними фігурами.

Костюм в клітину. Сорочка повинна бути тільки однотонною, краватка без чіткої направленості малюнка або однотонна. Наприклад, синій костюм освіжить яскраво-блакитна сорочка, особливо якщо вона в тон смужкам костюма. Добрий ефект дає світло-сіра або блакитна краватка.

Сорочка плюс краватка. Від поєднання сорочки з краваткою змінюється загальний вигляд будь-якого костюма. В літньому варіанті краще всього світло-бежевий костюм, світла однотонна сорочка, темна краватка.

Краватка — чи не найголовніший показник вашого смаку і статусу, хоч чоловіки мало приділяють їй уваги.

Довжина краватки повинна бути такою, щоб у зав'язаному вигляді вона діставала пряжки поясу. Ширина краватки повинна гармонійно поєднуватися з шириною лацканів піджака. Найкращий матеріал: шовк, шерсть і бавовна.

Шовкові краватки личать до різних тканин і придатні для будь-яких ситуацій.

Краватка з тонкої шерсті хоч і схожа на шовкову, але не блищить і це надає їй менш церемоніального вигляду. Краватки з бавовняної тканини повинні бути легкими і за кольором, і за вагою.

Візерунки на краватці. Якщо ви не покладаетесь на свій смаку виборі малюнка, носіть однотонну краватку: вона підходить до будь-якої сорочки і будь-якого костюма. Добре мати в шафі однотонні краватки.

Краватки в горошок теж популярні, як і однотонні, але елегантніші за останніх. Основний тон краватки повинен домінувати в кольоровій гамі одягу, гармонуючи, або навпаки, контрастуючи з ним. Колір горошку підбирається під колір сорочки, найбільш поширенатемно-синя краватка в білий горошок. Чим дрібніший горошок, тим витонченіше ви виглядаєте. Краватка в горошок личить діловим людям.

Сорочки. Щоб сорочка добре сиділа, вона повинна бути по розміру.

Зверніть увагу на три моменти: сорочка не повинна збиратися в складки й пузиритися навколо талії, але і не повинна сковувати рухи. В русі сорочка не повинна вилазити з-під паса. Велике значення має кількість гудзиків і де вони пришиті, особливо для високих і повних чоловіків: в русі нижній гудзик може постійно вискакувати з-під паса. Необхідно слідкувати, щоб він був на 8 см нижче паса, якщо ж його нема — пришийте. Комірцець — це найбільш відповідальне місце. Він повинен бути завжди по розміру. Висота коміреця залежить від віку. Високий комірець сховає зморшки на шії. Сам комірець теж повинен бути без зморшок і складок та утворювати з вузлом галстука єдине ціле.

Манжети сорочки повинні бути трохи нижчі зап'ястя і на 1 см висуватися з-під рукава піджака, щільно прилягати до руки, але давати можливість вільно дивитися на годинник.

Тільки білі та однотонні сорочки говорять про ваш смак, авторитет і компетентність.

Ніколи, ні при яких обставинах не носіть червоних сорочок. Якщо у вас хворобливий колір обличчя, забудьте про сірий, жовтий і зелений колір. І пам'ятайте, що тільки гангстер одягне сорочку темнішу за костюм і краватку світлішу за сорочку.

В ділового чоловіка сорочка завжди повинна бути світліша за костюм і краватка темніша від сорочки.

Не слід з'являтися на роботі в сорочці з короткими рукавами. Кишені повинні бути тільки прості, без клапанів і гудзиків. Діловий чоловік не дозволить собі з'явитися в сорочці з погончиками.

До кожного костюма повинно бути по 3 сорочки і 2 краватки.

Для виступу слід одягати темно-синій або темно-сірий костюм, обов'язково однотонний, білу або дуже бліду однотонну сорочку і краватку, яка поєднується з кольором костюма. Тепер ви в центрі уваги, і в залі вас почують, якщо ви знаєте ще й що і як сказати.

Аксесуари

Ювелірні вироби. Носіть каблучку. Запонки повинні бути прості, маленькі. Гарно виглядають золоті або срібні запонки-кульки. На шиї повинен бути тільки галстук. Ніяких ланцюжків, медальйонів.

Гаманець потрібно підбирати з доброї шкіри темно-коричневого кольору.

Аташе — кейс (дипломат). Він повинен бути темно-коричневого кольору, шкіряний, без металевих прикрас. Чорний і сірий купляти не варто.

Ручка для письма і олівець. Бажано, щоб ручка була з надійним золотим пером. Ніколи не пишіть дешевими ручками.

Рукавички. їх має бути кілька пар. Найкращі — із коричневої шкіри. Непогано виглядає сірий колір. Вони повинні бути на тонкій підкладці.

Парасолька. Підходить нескладна, чорного кольору з простою ручкою.

Шарф повинен бути із шерсті або шовку, кольору, який збігається з кольором одягу. Білий шарф має дуже парадний вигляд.

Носові хустинки повинні бути з бавовни, підрублені, білі. Не купуйте кольорові хустинки або хустинки в тон краватки.

Взуття повинно бути чорного і коричневого кольору, але не лаковане.

Шкарпетки — тільки темного кольору, вище ікри і без єдиної зморшки.

Годинник повинен бути плоский на золотому браслеті або шкіряному ремінці.

Плащ. Найбільш прийнятні кольори — беж, синій, але не чорний.

Демісезонне пальто — дороге, однотонне. Воно повинно добре сидіти.

Зимове пальто — бежеве або синє. Хутро — благородних порід. Можна носити пальто із замші або шкіри, але не чорного кольору.

Характерні риси ділового чоловіка — це охайно зачесане волосся і начищене взуття. Чоловіки з темним волоссям мають більш авторитетний вигляд. Костюм повинен бути під колір волосся. Світлим і рудим не варто носити одяг під колір волосся. Ніколи ще борода і вуса не допомагали діловому успіху.

Отже, дотримуйтеся таких правил:

- одягайтесь, по можливості, добротню;
- слідкуйте за чистотою і порядком одягу;
- якщо не знаєте, що одягнути в якійсь конкретній ситуації, краще одягніться консервативно;
- одягайтесь в тому ж стилі, що і люди, з якими ви повинні зустрітися;
- не носіть нічого зеленого;
- слідкуйте, щоб ваше волосся було чистим;
- намагайтеся, щоб ваші вчинки, слова і одяг запам'ятовувались;
- носіть дипломат;
- завжди майте при собі коштовну ручку і олівець;
- носіть дорогі краватки;
- ніколи не знімайте піджак;
- перш ніж йти на ділове побачення, погляньте в дзеркало.

Якщо ви демонструєте продукцію своєї організації на якійсь виставці, пам'ятайте, що ваш одяг і весь вигляд в цілому — це частина інформації про загальний рівень вашого підприємства і про якість пропонованої вами продукції.

Чоловіки на роботі повинні одягатися так, щоб їх поважали, а не любили.

Лекція № 10

Тема: Особливості ділового етикету у спілкуванні з іноземцями

Мета:

Дидактична:

Засвоїти особливості ділового етикету в зарубіжних країнах

Усвідомити значення дотримання норм етикету під час спілкування з представниками різних країн

Виховна:

Виховання толерантного ставлення до національних традицій та особливостей ділового спілкування у зарубіжних країнах.

Розвиваюча:

Розвивати інтерес до культури інших народів.

Матеріально-технічне забезпечення та дидактичні засоби, ТЗН

конспект лекції, картки з прикладами ділових ситуацій.

План:

- 1 Особливості ділового етикету у спілкуванні з представниками європейських країн.
- 2 Особливості ділового етикету у спілкуванні з представниками східних країн та арабськими країнами.
- 3 Особливості ділового етикету у спілкуванні з представниками країн американського континенту.

Література

- 1 Шеломенцев В.Н., Этикет и культура общения: Учебн. пособие. – Киев: ООО „Обериг”, 1995.
- 2 Деловой этикет: - 2-е изд.-К.: „Альтерпрес”, 2001.
- 3 Хміль Ф.І.. Ділове спілкування: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. – К.: „Академвидав”, 2004.
- 4 Осовська Г.В.. Комунікації в менеджменті: курс лекцій. – К.: „Кондор”, 2003.

Одним із найважливіших принципів закордонного ділового етикету є підтримка чесних і шанобливих відносин із партнером. От чому вчинки та дії, пов'язані з незнанням норм і принципів, а також особливостей ділового етикету в країні перебування, можуть спричинити негативну емоційну реакцію і, як наслідок, негативно вплинути на результат ділових взаємин.

Існує національна специфіка ділового етикету, яку в разі ділової поїздки за кордон необхідно знати й обов'язково враховувати. Тому варто докладніше розглянути особливості ділового етикету в тих країнах, з якими у нас традиційно існують тісні торгові, економічні й виробничі зв'язки.

1 Особливості ділового етикету у спілкуванні з представниками європейських країн.

Велика Британія

Ділові люди Великої Британії — чи не найкваліфікованіші у діловому світі Заходу. Вони вміють ретельно аналізувати ситуацію, що виникає на ринку, складати короткотермінові й середньотермінові прогнози. Здатні дістатися найвищого рівня аналізу довготермінових перспектив, де, крім економічних, величезне значення мають соціальні, політичні й загальносвітові чинники.

Українським підприємцям бажано добре уявляти собі портрет англійського бізнесмена, чітко знати "правила гри" бізнесу в цій країні. Бізнесмен Великої Британії— це вимуштрувана, ерудована людина, в якій поєднуються найвища професійна підготовка і політичний інфантилізм. Суто людські чинники мають для нього величезне значення. Він спостережливий, обізнаний з літературою, мистецтвом, чудовий психолог, не терпить фальші й приховування, професійної слабкості в маркетингу.

У цьому разі краще одразу заявити, що вам бракує професійної підготовки і є чого повчитися у свого англійського колеги, й звернутися до нього по практичну допомогу. Англійці охоче діляться своїми знаннями і досвідом, нерідко відкривають таємниці ремесла й особливостей ринку.

Молоді англійські бізнесмени, котрі тільки входять у світ бізнесу, мають як спадок від своїх батьків чудову психологічну підготовку, а в коледжах і спеціалізованих комерційних школах вони навчаються на базі найсучаснішої техніки й відпрацьованих методологій. Важливим предметом у програмі навчання є соціальна психологія.

По завершенню навчання у Великій Британії здійснюють ретельний кадровий добір, що має надивовижу прискіпливий характер. Після конкурсу випускника зараховують до компанії за тимчасовим контрактом, а далі службова кар'єра цілком залежить від його професійних та особистісних якостей і соціального статусу.

На все це необхідно зважати, аби позитивно налаштувати до себе англійського бізнесмена. Так, приміром, якщо англійський партнер запросив вас на ланч, ви також маєте організувати аналогічний захід. У процесі ланча вихована людина не забуває про регламент, перед початком зустрічі вона неодмінно поцікавиться, скільки часу має його партнер, демонструючи в такий спосіб власне вміння цінувати свій і чужий час. Не варто засмучуватися, якщо перша зустріч не принесла бажаного результату. Проаналізуйте перебіг зустрічі й дайте оцінку своїм діям. Це сприятиме тому, щоб під час наступної зустрічі уникнути помилок.

В англійському діловому етикеті поширена низка правил вручення подарунків, які не розглядаються як хабар. До них належать календарі, записнички, запальнички, фірмові авторучки, а до Новорічних свят — алкогольні напої.

Для англійських фірм з метою визначення позицій на переговорах стосовно ухвалення контрактів (з експорту та імпорту) важливі такі чинники:

Нашим українським бізнесменам треба пам'ятати, що позиція на переговорах будь-якої англійської фірми, як правило, жорстка. На переговорах фіксується кожна деталь, кожен параметр контракту, залучається численний фактичний, довідковий і статистичний матеріал, обговорюється і визначається не тільки все, що має стосунок до контракту, а й діяльність, спрямована на подальший розвиток, на перспективи укладання інших угод, можливість співпраці у сфері виробництва та збуту.

Тож попри те, що англійські фірми і корпорації приймають рішення не так швидко, як, скажімо, європейські чи японські, ризик в ухваленому рішенні є мінімальним. Британський бізнес скрізь і завжди вправно й ефективно визначає і обстоює власні інтереси.

Англійський діловий етикет ведення комерційних переговорів характеризується такими нормами й особливостями:

/ англійські бізнесмени питанням переговорів приділяють обмаль часу, вони до них ставляться з неабияким прагматизмом, позаяк вважають, що найоптимальніше рішення можна знайти залежно від позиції партнера. Традиційним для них є вміння уникати гострих питань;

/ англійські підприємці — виробили певний ритуал ділового спілкування, якого слід суворо дотримуватися. Зокрема, треба знати фірмову структуру ринку товарів, рівень їхніх цін і тенденцію їх просування, особливості потрібної вам фірми і людей, котрі тут працюють. І лише після цього погоджуватися на ділову зустріч;

/ переговори з англійськими партнерами доречно починати не з предмета обговорення, а з суто життєвих проблем; погода, спорт, діти, література тощо. Намагайтеся позитивно налаштувати їх до себе, покажіть їм, що загальнолюдські цінності для вас не менш важливі за комерційні інтереси, неодмінно доведіть своє чемне ставлення до англійців та їхніх ідеалів. Усі питання мають бути виваженими й коректними;

/ для визначення позиції англійських фірм на перемовинах стосовно укладення контрактів і з експорту, і з імпорту конче важливий торгово-політичний чинник;

/ чим тривалішими є взаємини, тим легше англійському бізнесмену укласти угоду якщо не на власну шкоду, то принаймні з дуже невеликою вигодою.

Франція

Франція — важливий торговий партнер України.

Перш ніж встановлювати ділові відносини з французькими фірмами, бажано чітко окреслити мету цих відносин: вихід на ринок зі своїми товарами або закупівля їх, налагодження співробітництва і науково-технічних зв'язків; створення спільного підприємства тощо.

Етикет ділових взаємин вимагає:

/ дізнавшись якомога більше про фірму, надіслати на їхню адресу комплект рекламної літератури і каталогів про вашу продукцію, а також умови, на яких ви її постачаєте (все це треба викласти французькою мовою);

/ французи болісно реагують на вживання німецької та англійської мови у діловому спілкуванні, оскільки переконані, що це применшує їхню національну гідність і честь;

/ якщо ви імпортер, спрямовуйте запит із максимальним переліком того, що ви бажаєте одержати від французької фірми;

/ важливо пам'ятати, що в діловому житті Франції величезну роль відіграють зв'язки та знайомства. Еліта ділового світу франції обмежена, ніколи не знайомих нових людей вони до себе не наближують. Слід бути готовим і до бюрократичної тяганини, поки ваша пропозиція дійде до осіб високого рангу;

/ французи, на відміну від американців, уникають ризикованих фінансових операцій, вони віддають перевагу аргументованому і всебічному обговоренню кожної деталі майбутньої угоди;

/ трапляється, що під час обговорення французькі маркетологи, бізнесмени, підприємці переривають співрозмовника, висувають контраргументи або роблять критичні зауваження. Це не слід сприймати як вияв неповаги — так у них прийнято за діловим етикетом. Краще, коли ви добре підготуєтесь до переговорів, опануєте сутність справи й не дасте спантеличити себе, виявляючи власну наполегливість;

/ у Франції чимало важливих рішень ухвалюють не тільки в кабінеті, а й за обіднім столом (під час коктейлю, сніданку, обіду й вечері), хоча про справи заведено говорити після того, як подадуть каву;

/ доречні для застільної бесіди теми: книжки, виставки, спектаклі, історичні пам'ятки Франції й Парижа. Стережіться торкатися питань особистого гатунку:

віросповідання, службової посади, доходів і витрат; не слід обговорювати власні хвороби, сімейний стан, політичні преференції;

/ якщо вас запросили на вечерю — це велика честь. Прибути на вечерю треба на чверть години пізніше призначеного часу. Бажано прийти з квітами (тільки не білі і не хризантеми — це у Франції символ жалоби), краще принести пляшку шампанського і коробку шоколадних цукерок;

/ для французів кухня — це предмет національної гордості. Вони обожнюють різні компліменти стосовно якості страв і напоїв на столі. За французьким етикетом не прийнято залишати їжу на тарілці, підсолювати, користуватися прянощами — це неповага до хазяїв;

/ неодмінними супутниками французького застілля є культура споживання спиртних напоїв (пропонується чарка аперитиву, портвейн, анісовий лікер, віски, до яких подають солоні горішки, спеціальне печиво, невеличкі сандвічі із сиром і шинкою), три-чотири келихи вина (біле під рибу і морепродукти, червоне — під м'ясо і сир), а після десерту або кави — фруктові горілки, міцний лікер чи коньяк. Найважливішою етикетною вимогою є помірність у вживанні алкоголю;

/ у Франції не прийнято звертатися до співрозмовника на ім'я, якщо тільки вони самі про це не просили. Зазвичай вживають "мсьє", звертаючись до чоловіків, і "мадам" — якщо йдеться про жінок, незалежно від їхнього сімейного стану. Вважається нечемним, якщо до традиційних вітань не додати "мсьє" або "мадам" або їхні імена. Чоловіки, як правило, обмінюються рукостисканнями;

/ при діловому знайомстві у Франції необхідно вручити свою візитну картку, та оскільки тут надають неабиякого значення освіті, бажано зазначити на візитці вищий навчальний заклад, який ви закінчили, особливо якщо він користується доброю репутацією;

/ у Франції вимоги до зовнішнього вигляду ділової людини, згідно з етикетом, здебільшого є такими самими, що й у решті європейських країн, проте є одне важливе правило: одяг має бути високої якості з натуральних тканин. Існує загальна порада: "Виключіть зі свого гардероба все синтетичне".

Французький етикет ділового спілкування, й зокрема ведення комерційних переговорів вирізняється тим, що французькі підприємці намагаються уникати офіційних обговорень конкретних питань "віч-на-віч", "один на один".

На переговорах французькі бізнесмени щосили намагаються зберегти свою незалежність, утім, їхнє ставлення може різко змінитися залежно від того, з ким вони мають справу. Французи порівняно з американцями менш самостійні при ухваленні остаточних рішень. Вони орієнтуються більше на логічні докази і виходять з "найзагальніших принципів".

Французькі підприємці, бізнесмени інколи доволі жорстко ведуть переговори і, як правило, не мають "запасної позиції". Обираючи найчастіше конфронтаційний тип взаємодії, вони прагнуть при цьому зберегти чемність, ввічливість, делікатність, люб'язність, схильність до гумору та жартів і невимушеність у спілкуванні.

Італія

Знайомство з представником італійського ділового світу починається з обміну візитними картками, тому їх необхідно мати при собі в достатній кількості. Якщо у відповідь на простягнену картку ви не можете дати свою, треба вибачитися, пояснивши причину, і пообіцяти надіслати її за найпершої нагоди.

Італійські бізнесмени велике значення надають переговорам, що ведуться між людьми, котрі займають однакове становище в діловому світі та суспільстві. От чому

вони прагнуть дізнатися про трудову біографію, вік, посаду потенційних учасників перед діловими зустрічами.

Тексти на візитних картках італійських бізнесменів друкують італійською й англійською мовами (рідше — французькою).

Для представників українських ділових фірм етикет службових взаємин передбачає:

/ не забувати, що італійські бізнесмени, маркетологи надають неабиякого значення налагодженню приятельських, неформальних стосунків із іноземними партнерами, особливо у позаслужбовий час;

/ оскільки італійці дуже пишаються своєю країною як колискою багатьох видів мистецтв і ремесел, вияв поваги і знань у цій сфері завжди справляють сприятливе враження і вможливають створення атмосфери довіри і доброзичливості;

/ знати, що в спірних питаннях італійці прагнуть розумної поступки, у виняткових випадках намагаються вдаватися до послуг арбітражу;

/ необхідно знати деякі особливості італійського характеру в різних районах Італії та їхні відмітні риси в темпераменті, діловому хисті, навіть у тонкощах мови.

Ще кілька порад українському бізнесменові, котрий встановив контакт із італійськими партнерами.

Якщо ви прилетіли в аеропорт, і вас не зустріли, зателефонуйте своїм партнерам. Для цього потрібно мати дрібні гроші або жетони, а ще краще — телефонну картку. Однієї картки вартістю п'ять тисяч лір вистачить на 25 телефонних розмов у межах одного міста, або на три-чотири хвилини розмов із Києвом. Картку можна придбати у будь-якому газетному або тютюновому кіосках;

/ якщо ви зупинилися в готелі, зверніться з проханням до порт'є викликати таксі, воно буде за кілька хвилин;

/ якщо ви на вулиці, зайдіть у найближчу кав'ярню і зверніться з таким проханням до її власника;

/ у таксі сідайте на заднє сидіння — в Італії не прийнято сидіти поруч із водієм. Розрахуйтеся за лічильником або дайте трохи більше грошей, але ненабагато — в Італії шанують тих, хто не смітить грошима.

Німеччина

Українським фахівцям, котрі виїжджають з метою встановити контакти з німецькими партнерами, варто пам'ятати і знати таке:

/ якщо ви побачите, що німецькі партнери за вашої присутності замкнули на замок у бюро телефон або ксерокс, не ображайтеся — це звичайна німецька ощадливість (телефон у Німеччині коштує дорого). ;

/ у цілому світі відомо, що німці акуратні й надміру педантичні. Якщо ви не впевнені і вагаєтеся, чи зможете дотримати й виконати всі умови і терміни домовленостей із німецькими колегами, краще заздалегідь відмовтеся від своїх пропозицій;

/ брати до уваги схильність німецьких бізнесменів, підприємців до титулів. Для цього потрібно ще до початку перемовин з'ясувати всі титули ділових партнерів;

/ пам'ятайте, що німецькі бізнесмени мають звичку розписувати ділове і приватне життя за днями і годинами. Тому докладіть усіх зусиль, аби ваш німецький партнер занотував про зустріч із вами до свого кишенькового календаря, книжки-календаря, інакше ви ризикуєте наразитися на відмову. Запис дає змогу краще планувати свій час, що німці дуже цінують;

/ пунктуальність і суворота регламентація відчуваються скрізь. Чайові в ресторані або кав'ярні можна не давати — вони вже закладені у вартість вашого обіду.

Округляйте розмір чайових до повної суми, наприклад, якщо обід коштує 4 марки 20 пфенігів, заплатіть 5 марок. Великі чайові давати не прийнято.

У німецькому діловому етикеті при проведенні комерційних переговорів можна помітити наявність сухості та педантичності. Німецькі партнери завжди напрочуд розважливі.

Вони починають переговори, якщо впевнені в можливості ухвалення рішення, а під час переговорів полюбують обговорювати питання послідовно, старанно розглядати всі деталі. У процесі обговорення з такими партнерами їхніх і своїх позицій треба домагатися ясності, чіткості й стислості, уникати порожніх балачок. Усі пропозиції та зауваження мають бути суто діловими.

Замап'ятайте! Німецькі бізнесмени як ділові партнери завжди дуже пунктуальні й педантичні. Тож якщо ви вагаєтеся — слід одразу відмовитися від своїх пропозицій.

Фінляндія

Діловий етикет Фінляндії віддзеркалює особливості національного характеру фінів — працьовитість, ґрунтовність, завзятість. Вони користуються репутацією стриманих, замкнених і не дуже комунікабельних людей. Проте це не зовсім правильно. Насправді вони мають почуття гумору, полюбують пожартувати з самих себе і часто повторюють, що вони зовсім нещодавно були схожі на недосвідчених парубків із сільської глибинки, котрі зненацька опинилися у великому місті. Однак за останні роки багато чого змінилося, і вони набули впевненості в діловому спілкуванні. Сучасний діловий етикет фінських бізнесменів охоплює такі моральні вимоги:

/ надійність, ґрунтована на чесності, пунктуальності, педантичності, чіткості й коректності; / ввічливість і шанобливість (зокрема на свята, й особливо на Різдво і Новий рік, прийнято вітати своїх друзів і колег). Найліпше надіслати яскраву листівку. Якщо дарити подарунок, то він має бути недорогим, аби не поставити вашого компаньйона в незручне становище. У Фінляндії дуже цінують український розпис (таці, шкатулки, іграшки), а також горілку; / низку ділових питань фіни традиційно вирішують у сауні або ресторані, тож не бажано відмовлятися від таких запрошень і неодмінно відповідати на них взаємністю.

Фінська лазня (сауна) може стати для вас неоціненним помічником у комерційній діяльності.

2 Особливості ділового етикету у спілкуванні з представниками східних країн та арабськими країнами.

Японія

Діловий етикет японських бізнесменів дещо відрізняється від норм і правил ведення справ представниками західного світу при встановленні ділових контактів:

/ бізнесмени Японії віддають перевагу не листам і телефонним розмовам, а особистим контактам, але не прямим, а через третіх осіб — посередника (добре знаного, який зарекомендував себе у справі), він має бути відзначений матеріально або зустрічною послугою;

/ знайомство з японськими бізнесменами і підприємцями починається з обміну візитними картками. Якщо у відповідь на запропоновану візитку ви не дасте свою, це може спантеличити ба й навіть образити японського бізнесмена;

/ спілкування доречно між людьми, які займають приблизно однакове становище в діловому світі або суспільстві. Офіційне спілкування з підлеглими або нижчими за

чином, згідно з етикетом, може зумовити "втрату власного обличчя". Країна, що порушила етикет, не поцінується у діловому світі або виступає в ролі прохача;

/ при зустрічах із бізнесменами й на переговорах із представниками фірми слід бути пунктуальними: японці болісно ставляться до запізнень і затримок. Якщо ви не можете прибути своєчасно, попередьте про це японську сторону;

/ намагайтеся уникати рукостискань при зустрічі з японськими представниками вони віддають перевагу уклону;

/ за традиціями, ділові люди Японії уважно вислухають співрозмовника, не перериваючи й не роблячи жодних зауважень.

/ японський підприємець прагне реалізації продукції й одержання прибутку так само, як американці, але намагається сповнити ділові відносини духом гармонії (це вважається чеснотою). Японські бізнесмени уникають конфліктних ситуацій, намагаючись знаходити розумний компроміс.

Перш ніж вирушати до Японії, бажано якомога більше дізнатися про національні особливості та звичаї японського народу, ретельно опанувати досвід японського бізнесу. От чого етикет ділових відносин вимагає від бізнесменів-початківців, котрі їдуть до Японії:

/ бути максимально чемними, оскільки самі японці чемні й високо цінують таке поведіння із ними.

/ у присутності японських партнерів не слід нервуватися і гарячкувати. Треба поводитися спокійно і посміхатися до нестями. Спробуйте довести, що ви налаштовані доброзичливо, що ви практична, щира, чуйна, товариська людина. Порада проста: "не розчаруйте співрозмовника";

/ спробуйте бодай трохи розмовляти японською мовою, і ваші партнери високо оцінять вашу ретельність і прагнення збагнути національні, культурні особливості японського народу.

Японський діловий етикет ведення комерційних переговорів характеризується тим, що японські підприємці, якщо їм ідуть на великі поступки, відповідають тим самим. Вони не уникають, навіть стосовно слабшого партнера, такого прийому тиску, як загрози.

Під час ведення ділових переговорів японська сторона намагається уникати зіткнення позицій, разом з тим японські бізнесмени приділяють багато уваги розвиткові особистих відносин із партнерами.

У японців існує особлива система прийняття рішень, сутність якої полягає в тому, щоб в обговоренні проблеми брали участь якомога більше посадовців — від керівника до пересічного службовця. Тому рішення японської сторони завжди надто ефективні. Якщо ваш японець сказав, що буде в певний час у певному місці, можете не вагатися: він буде там за 2 хвилини до призначеного часу. На цій точності й обов'язковості ґрунтується практика японців у діловому спілкуванні. Точність в усьому — одна з найважливіших рис японського стилю переговорів.

Японський бізнесмен уважний, цим він спонукає співрозмовника продовжувати бесіду. На переговорах іноді трапляється сум'яття через те, що японською мовою "так" не обов'язково означає згоду із висловленим. Слово "ні" означає дисгармонію з позицією інших учасників переговорів, якщо позиція нечітка або думки учасників групи розділилися. Японський бізнесмен може відповісти позитивно тільки для того, щоб підтримати зовнішній бік єдності й гармонії.

Південна Корея

У Південній Кореї етикет ділового спілкування дуже відрізняється від західних стандартів, тому підприємці інших країн вважають корейських бізнесменів найважчими партнерами у світі, зокрема й через мовний бар'єр. Діловий етикет Кореї передбачає:

/ необхідність враховувати національну гордість і особливу чутливість корейців, адже багато століть вони були пригнобленою нацією. Вони пишаються своїми економічними успіхами і болісно сприймають будь-яке зазіхання на свою гідність;

/ Корейці дуже чемні й гостинні, влаштовують своїм гостям теплий прийом, однак це не означає, що вони дуже зацікавлені в партнері;

/ знати, що контакт із корейськими бізнесменами неможливо налагодити, звернувшись до них у письмовій формі. Домовитися про зустріч також не дуже просто без посередників, треба, щоб хтось рекомендував вас корейській фірмі. Проте якщо корейські підприємці виявлять цікавість до партнера — вони самі шукатимуть особистої зустрічі з ним;

/ якщо вам доведеться зустрічатися з бізнесменами у Південній Кореї, вам знадобляться візитні картки; на знак виявлення поваги у відповідь на простягнену вам візитку слід подавати власну обома руками: кореець не прийме візитну картку, якщо вона подається із порушенням правил етикету;

/ постійно пам'ятати, що в корейців перший склад — це прізвище, а два наступні — власні імена. За етикетом прийнято звертатися за посадою або на прізвище;

/ при розв'язанні проблем у царині ділових зв'язків у Південній Кореї вагому роль відіграють неформальні зв'язки, тому треба брати до уваги міцні кланові, регіональні, приятельські й родинні зв'язки у вищих ешелонах влади;

/ зважати на те, що корейці дуже педантичні в питаннях одягу- Для чоловіків і жінок обов'язковим є строгий діловий костюм. Буде нетактовним палити в присутності старших за віком і посадою. Молодший співробітник ніколи не порушить указівок, отриманих від свого начальника.

Той, хто бажає успішно співпрацювати з корейськими підприємцями та бізнесменами, має знати корейський діловий етикет, що зобов'язує, особливо під час переговорів, уникати загальних міркувань, а брати, як то кажуть, бика за роги, за наявності реальної й ретельно розробленої програми. Бізнесмени Кореї зазвичай логічно, послідовно і чітко викладають своє бачення проблем і шлях конкретного розв'язання їх.

При проведенні перемовин із корейцями варто пам'ятати, що вони не схильні демонструвати своє нерозуміння, і якщо хтось із них киває головою, це аж ніяк не означає їхньої згоди. Більше того, корейці не кажуть відкрито про свою незгоду з партнером і не доводять його неправоту (тому цього вони очікують і від співрозмовника).

Проте якщо вже рішення прийняте, корейська сторона висловлює готовність до негайних дій.

Китай

Для китайського ділового етикету характерні такі норми і принципи:

/ китайці не приймуть жодного рішення без достеменного вивчення всіх аспектів і передбачуваних наслідків, а з найважливіших питань рішення ухвалюються колегіально, і неодмінно узгоджуються на всіх рівнях;

/ щоб зберегти і скоротити терміни опрацювання й узгодження вашої пропозиції, краще надіслати її із вичерпним і конкретним описом за 3-4 тижні до відрядження;

/ китайські підприємці й бізнесмени надають важливого значення налагодженню приятельських, неформальних стосунків із іноземними партнерами. Вас можуть запитати про вік, сімейний стан, про дітей, — не соромтеся й не ображайтеся, це одна з норм етикету — вияв щирого інтересу до вашої особи;

/ гостинність. Вас радо запросять у гості або в ресторан на обід, де подадуть щонайменше 20 страв. Якщо ви не можете і не готові скуштувати запропоновані вам страви, не відмовляйтеся демонстративно. Спробуйте з'їсти бодай маленький шматочок, а решту змішайте на тарілці. Якщо подадуть суп на стіл — це означатиме, що обід добігає кінця. Гість підводиться і виходить через стіл першим. Господарі йдуть за ним;

/ подарунки, презенти краще робити не одній особі, а всій фірмі, організації, позаяк місцеві правила етикету можуть забороняти приймати індивідуальні подарунки;

/ вдягаються у Китаї напрочуд просто, костюм із краваткою обов'язковий лише на офіційних, дипломатичних прийомах і під час візитів вищих державних діячів.

Діловий етикет Китаю передбачає певний стиль ведення комерційних переговорів, який характеризується чітким розмежуванням окремих етапів:

/ початкове з'ясування позицій, обговорення їх і завершальний етап. Так, наприклад, на початковому етапі ведення ділових переговорів велику увагу приділяють зовнішньому вигляду партнерів і манері поведінки їх. На цій підставі робляться спроби визначити соціальний статус кожного учасника переговорів;

/ під час обговорення позицій значною мірою відбувається орієнтація на людей із вищим статусом. Серед членів делегації китайські бізнесмени вирізняють тих, хто виказує симпатії іншій стороні. Саме через них вони згодом намагатимуться впливати на позицію протилежної сторони. "Дух дружби" на переговорах має величезне значення;

/ на першому етапі успіх переговорів залежить від того, якою мірою вдасться переконати партнера в перевагах співробітництва з вами. От чому до складу делегації бажано включати висококваліфікованих фахівців, а також перекладачів, обізнаних зі специфічними термінами вашої справи;

/ китайські бізнесмени на комерційному етапі переговорів мають добре вкомплектовані кадри, мають у своєму розпорядженні величезну інформацію й у процесі переговорів часто-густо посилаються на контракти, укладені раніше, але обов'язково із зиском для себе. От чому ваша комерційна позиція має базуватися на доброму знанні кон'юнктури світового ринку й підкріплюватися серйозним техніко-економічним аналізом і конкретними матеріалами;

/ при діловому знайомстві бажаними є презентація і вручення своєї візитної картки, на якій ваші реквізити надруковані китайською (це можна зробити в Китаї). Під час привітання прийнято обмінюватися рукостисканнями. Спершу тиснуть руку першій особі представництва;

/ на переговорах, як правило, китайський партнер першим "відкриває карти" (першим висловлює власну позицію, свою пропозицію). Поступки китайський підприємець робить зазвичай наприкінці переговорів. Але остаточне рішення китайський партнер, певна річ, приймає не за столом переговорів, а вдома. Схвалення досягнених домовленостей з боку китайського керівництва — практично обов'язковий ритуал.

Туреччина

Діловий етикет у Туреччині дуже своєрідний, він багато в чому відрізняється від європейського:

/ ділові бесіди часто починаються в кав'ярні за чаєм з пиріжками. У них навіть є приказка: "Солодко поїли — солодко поговорили";

/ якщо перемовини в кав'ярні завершено успішно, всі вирушають відзначати цю подію в ресторані;

/ готуючись піти в гості до свого турецького партнера, не забудьте про квіти для господині дому і ласощі для дітей;

/ турецькі підприємці та бізнесмени полубляють дарувати подарунки й отримувати презенти. Будь-який діловий прийом, влаштовуваний турецькими бізнесменами, завершується врученням сувенірів. Найбільше серед турецьких ділових людей цінуються так звані "плакати" — запакована в коробку-підставку бронзова або латунна табличка з емблемою фірми і пам'ятним написом;

/ бажано виявити цікавість до розташованих у приймальнях турецьких фірм акваріумів, клітин із птахами або вазонів з кімнатними квітами, — це допоможе позитивно налаштувати до вас господаря кабінету;

/ на зустріч із турецькими бізнесменами бажано приходити, коли в запасі є певний час. Адже діловій розмові обов'язково передуватиме "сохбет" — бесіда ні про що, чай або кава. І можливо, саме під час цього "сохбета" вирішуватиметься доля вашої пропозиції стосовно співпраці.

Арабські країни

Вагомою умовою успіху проведення переговорів у цих країнах є дотримання норм і правил ділового етикету, ґрунтованого на місцевих традиціях:

/ під час переговорів господарі дуже гостинні, вони пригощають вас кавою. Вам можуть подати невеличку чашечку кави, вона надто міцна, без цукру, з великою кількістю кардамону. За правилами арабського етикету гостинності, випивши цю чашечку, ви повертаєте її хазяїну, і він одразу наливає в неї каву. Так може тривати, аж поки ви самотужки спустошите цілий кавник. Але якщо ви більше не хочете кави, тоді для господаря ви (знаючи правила етикету) маєте покачати чашечкою з боку в бік або перегорнути її догори дном;

/ якщо ж вам перед кавою запропонували прохолоджу-вальні напої, це означає, що час, відведений для зустрічі з вами, добігає кінця;

/ за традиціями арабської бесіди і згідно з правилами ділового етикету, час від часу треба питати: "Як почуваетесь?", "Як справи?". Втім, це зовсім не означає, що ви маєте докладно розповідати про своє самопочуття або справи в організації. Ще більшою помилкою і порушенням правил етикету вважається те, що ви запитаете про здоров'я чоловіка та інших членів сім'ї (не знаючи їх), а тим паче в колі мало знайомої вам людини. Якщо ви не товаришуєте з вашим партнером сім'ями, куди доречніше й тактовніше запитати лише про його здоров'я;

/ якщо ви добре володієте арабською мовою і розмовляєте нею з партнером, але раптом почуєте англійською: "Вибачте, я не розмовляю англійською" або "Вибачте, я не розмовляю українською", не дуже дивуйтеся й тим паче не ображайтеся. У такий дивний спосіб ваш арабський співрозмовник вибачається за те, що бесіда вестиметься його рідною мовою.

Діловий етикет ведення комерційних переговорів в арабських країнах передбачає:

/ встановлення довіри між партнерами. Так, наприклад, бізнесменам арабських країн Перської затоки притаманні почуття власної гідності, повага і коректне

ставлення до своїх колег. Перш ніж повідомити свою думку з того чи того питання, вони порадяться і висловлять колективну точку зору, а зовсім не наголошуватимуть власну роль у прийнятті рішень і веденні переговорів;

/ з усіх типів взаємодії із партнерами вони віддають перевагу торгу;

/ для більшості бізнесменів країн арабського світу властиве почуття національної гордості. Все, що хоч якось можна розтлумачити як втручання в їхні внутрішні справи, негайно заперечуватиметься;

/ неабияке значення має рівень, на якому тривають переговори, оскільки більшість арабів — прихильники сильного правління й адміністративних правил поведіння;

/ арабські бізнесмени віддають перевагу завчасному опрацюванню всіх деталей обговорюваних питань, а міцні ісламські традиції справляють вагомий вплив на перебіг і характер переговорного процесу.

3 Особливості ділового етикету у спілкуванні з представниками країн американського континенту.

Сполучені Штати Америки

Для американського ділового етикету властивий утилітаризм (усе має давати прибутки); відсутність безплідних витрат праці; сила даного слова; сумлінність в організації будь-якої справи; аналіз; розподіл функцій і ретельна перевірка виконання; цілеспрямованість на те, щоб сьогодні зробити краще, ніж учора; неабияка увага до дрібниць; спеціалізація кадрів і виробництва; стислість і ясність, конструктивізм.

Керівник групи стратегічних досліджень американського бізнесу пан Вівіан Кей виокремлює низку особливостей підприємницького клімату США. Американці вважають, що вони мають досвід і чудово знаються на бізнесі й маркетингу будь-якої країни і будь-якої національності. Якщо при ділових контактах вони не повідомляють вас про всі деталі, але очікують від вас розуміння порядку роботи і ведення бізнесу по-американському, поставтеся до пропонованої вам інформації як до вже відомої. Для швидшого спілкування варто використовувати факси, мобільний зв'язок, комп'ютери. І спробуйте зібрати якомога більше додаткової інформації про ваших імовірних партнерів.

Головний принцип американського бізнесу — одержання максимального прибутку. Ваші пропозиції зацікавлять американського партнера, якщо вони будуть реальними. Бажано обрати 10-13 фірм, з якими, на ваш погляд, можна вигідно працювати з конкретної проблеми. Напередодні ділових переговорів спробуйте заздалегідь визначити бажаний результат.

Маркетолог, котрий знає норми ділового етикету, спланує розмову так, щоб вона торкнулася головних завдань і переваг ваших цілей. Вівіан Кей радить шукати і домагатися успіху на американському ринку, суворо дотримуючись ділового етикету, чітко організовувати свою діяльність як самотійно, так і з залученням фахівців, готових запропонувати вам свої знання, вміння і досвід:

/ американський діловий етикет ведення переговорів вирізняється доволі високим професіоналізмом, тут рідко можна натрапити на людину, некомпетентну з тих питань, стосовно яких тривають перемовини, причому члени американської делегації відносно самотійні при ухваленні рішень порівняно з представниками інших країн;

/ при розв'язанні проблем американські бізнесмени прагнуть обговорити не тільки загальні підходи, а й деталі, пов'язані з реалізацією домовленостей (їм притаманна відвертість, привітність та енергійність). Тут імпронус не надто офіційна атмосфера ведення переговорів;

/ проте американці нерідко виявляють егоцентризм, оскільки вважають, що при веденні переговорів їхній партнер має керуватися тими самими правилами, що й вони;

/ на переговорах з американськими підприємцями бажано сказати, хто ви, чим займаєтеся і чому їм вигідно мати справу саме з вами, а не з іншими фірмами;

/ під час переговорів фіксуйте свою увагу на цілях вашого американського партнера та наданні йому допомоги, тоді він неодмінно зацікавиться вами. Втім, ці пропозиції мають бути конкретними і реальними;

/ трапляється, що американські партнери на переговорах виявляють наполегливість і навіть агресивність, по-заяк мають вельми міцну позицію, полюбляють торгуватися, а у разі не вигідної позиції поєднують різні питання в один "пакет", щоб збалансувати інтереси обох сторін.