

№ 391

**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ СТАЛИ И СПЛАВОВ
(ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ)**

Кафедра философско-исторических и социально-политических наук

Пиковский Ю.Б., Овчинникова М.В., Потапова А.В.

Одобрено Методическим
советом института

Основы психологии

Раздел: *Социальная психология*

Учебное пособие

Часть III

для студентов специальности 110.800

Под редакцией д.ф.н., проф. Мапельман В.М.

Москва 2001

АННОТАЦИЯ

В третьей части учебного пособия рассматриваются основные закономерности влияния социальных факторов на регуляцию поведения человека. Дается обзор основных методов социально-психологического анализа конкретных ситуаций.

© Московский государственный институт стали и сплавов (МИСиС), 2001.

Содержание

6. СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОГО ОБЩЕНИЯ В ТРУДОВЫХ КОЛЛЕКТИВАХ.....	4
Межличностные отношения в коллективе.....	4
Социальные факторы межличностного восприятия	4
Психологические факторы, обеспечивающие благоприятный эмоциональный фон общения между людьми	15
Психологические факторы улучшения взаимопонимания между людьми	26
7. КОНФЛИКТ.....	34
Конфликтная ситуация и конфликт	35
Психологические правила обсуждения конфликтных ситуаций	40
8. МЕТОДЫ СБОРА И ОЦЕНКИ ОБЪЕКТИВНОЙ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ.....	44
Подготовка к проведению конкретных социальных исследований	46
Анкетирование, как метод стандартизированного проведения опроса общественного мнения	53
Социаометрический анализ взаимоотношений в коллективе	62
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ИЗУЧЕНИЯ	72

6. Социально-психологические проблемы эффективного общения в трудовых коллективах

Межличностные отношения в коллективе

Межличностные отношения в коллективе – специфическое явление, обусловленное как внешними социальными, так и индивидуально-психологическими факторами. При всем разнообразии социально-психологических связей между людьми в процессе совместной деятельности их источником является общение.

Изучение субъективных факторов и закономерностей психологии общения между людьми является важнейшей прикладной задачей научной организации труда в производственных коллективах, необходимым компонентом общей профессиональной подготовки молодого специалиста.

Социальные факторы межличностного восприятия

Мы можем казаться значительными, занимая положение, которое ниже наших достоинств, но нередко кажемся ничтожными, занимая положение, слишком для нас высокое.

Ф. де Ларошфуко

Поведение человека в коллективе определяется, главным образом, его сознательными установками по отношению к обществу в целом и каждому его члену в частности. В любом коллективе люди занимают неравные позиции в отношениях друг к другу в зависимости от иерархии подчинения, определяемой их производственными и общественными связями, а также квалификационными, возрастными и другими характеристиками каждой конкретной личности.

Совокупность указанных связей, в которые вступает каждый член коллектива, определяет его социальную роль – относительно

устойчивые стереотипы поведения в конкретных социально-психологических ситуациях. В применении к реальной жизни (в отличие от воображаемой в театре) слово роль выступает лишь как метафора. Однако, оно достаточно точно отражает тот факт, что в сходных социальных обстоятельствах различные по своим индивидуальным характеристикам люди ведут себя одинаково, как бы исполняя заданные роли, принимая внешние и внутренние стереотипы поведения, соответствующие конкретному в данный момент социальному положению.

По образному выражению известного психолога С.Л.Рубинштейна "...в характер человека как бы инкрустируются общественно выработанные способы поведения, отвечающие требованиям, предъявляемым обществом к своим членам". Из этого утверждения вовсе не следует, что социальная роль и социально-ролевое поведение всегда как бы нивелирует поведение личности, подавляет ее индивидуальные характерологические черты.

В повседневной жизни мы также выполняем множество социальных ролей, стереотипы которых мы можем принимать или отвергать в зависимости от наших индивидуальных представлений об их соответствии нашим внутренним установкам о нормах поведения. Например, выполняя роль пассажира в общественном транспорте, мы вступаем в достаточно стереотипные формально-ролевые отношения с водителем или кондуктором, но в каждом отдельном случае принимаем собственное решение о ролевом поведении относительно пассажиров, самостоятельно решая проблему наших с ними взаимоотношений. Например, уступить или не уступить место человеку в зависимости от качества нашего воспитания, представлений о том, кто он по характеристикам пола, возраста и т.д.

Такие же нерегламентированные жесткими требованиями социальные роли мы выполняем по отношению к нашим близким в семье, в быту, при общении с друзьями и знакомыми, при вступлении в кратковременные контакты с незнакомыми людьми в магазинах, кинотеатрах, на предприятиях службы быта и т.д. В этих условиях характер социально-ролевых отношений между людьми определяется субъективными оценками так называемого – социального статуса участников взаимодействия..

В самом деле, вспомните, кто из вас не ловил себя на том, что встречаясь с незнакомым человеком, мы прежде всего пытаемся определить для себя "Кто он, в каких отношениях мы с ним можем на-

ходиться, как себя с ним вести"? Решая эту задачу, мы прежде всего оцениваем его возраст, пол, стиль одежды, манеру поведения и т.д. Если взаимные оценки совпадают, контакт происходит по достаточно стереотипному сценарию, не вызывая особых психологических трудностей и дискомфорта. В случае, если наша позиция в оценке социально-ролевых отношений не совпадает с характером поведения партнера, это неизбежно приводит к диссонансу в отношениях с ним.

В самом деле, кто из нас не испытывал раздражения, если партнер по общению принимает на себя роль, не соответствующую нашим представлениям о его статусе. Например, обращается к нам на ты, или претендует на командный стиль в разговоре. В этих случаях, как правило, мы стремимся к восстановлению равновесия в соответствии с нашими представлениями о социально-ролевых позициях в общении и формируем достаточно выраженные негативные эмоциональные оценки его личности.

С другой стороны, если партнер по общению, оцениваемый нами как носитель достаточно высокого социального статуса, выбирает форму равноправного общения – это безусловно воспринимается нами как положительный фактор взаимодействия и обеспечивает высокий уровень эмоционального взаимопонимания.

Этот психологический феномен межличностного общения лежит в основе формирования правил так называемого хорошего тона в отношениях между людьми и призван в процессе общения облегчать психологическую напряженность в контактах с незнакомыми людьми.

Как же происходит взаимооценка социальных статусов партнеров в процессе нерегламентированного общения? Исследование этого вопроса всегда привлекало внимание социальных психологов. Например, один из известнейших американских психологов У.Джемс, анализируя эту проблему, приводит старую поговорку о том, что человеческая личность состоит из трех частей: души, тела и платья, считая, что это нечто большее, чем простая шутка. "Мы в такой степени присваиваем платью нашей личности, пишет он, – до того отождествляем одно с другим, что немногие из нас дадут, не колеблясь, решительный ответ на вопрос, какую бы альтернативу они выбрали: иметь прекрасное тело, облаченное в вечно грязные и рваные лохмотья, или под вечно новым костюмом с иголки скрывать безобразное уродливое тело".

В самом деле, одежда в истории человечества всегда служила способом индификации социальной принадлежности ее носителя, отражая его сословную или профессиональную принадлежность. В психологии это явление принято называть социальной символикой. Стремясь повысить в глазах людей свой социальный статус, человек всегда склонен присваивать себе внешние символы, присущие социальным группам, подражать или принадлежать к которым он стремится. В случае несоответствия объективного положения личности и его попыток имитации принадлежности к группам более высокого социального статуса могут возникать комические ситуации, подобные той, что нарисовал Мольер в комедии "Мещанин во дворянстве". Нечто подобное можно наблюдать в наше время, когда одежда потеряла свое сословное значение, но сохранила некоторые черты профессиональной принадлежности ее носителя.

Например, ответственные работники в качестве социальной символики используют строгий деловой костюм и галстук, представители мира искусств предпочитают некие стереотипы так называемых богемных стилей одежды, молодежь вырабатывает свои стили спортивной одежды и т.д. Для некоторых замкнутых социальных групп так называемого престижного статуса характерно принятие различных специальных символов: особых галстуков, значков, эмблем и т.д.

Таким образом, декорируя свою внешность, мы всегда стремимся к тому, чтобы доступными способами сигнализировать окружающим нас людям свой социальный статус или тот его тип, к которому мы стремимся принадлежать. В этом смысле можно, с известными оговорками, согласиться с очередной сентенцией Ларошфуко о том, что каждый человек, кем бы он ни был, старается напустить на себя такой вид и надеть такую личину, чтобы его приняли за того, кем он хочет казаться. Поэтому можно сказать, что общество состоит из одних только личин". Разумеется, этот своеобразный социально-психологический гротеск можно воспринять лишь с известной долей юмора, но как всякий юмор, он содержит и определенный объективный смысл.

До настоящего времени мы говорили лишь о нерегламентированном или, как часто принято говорить в социальной психологии, неформальном социально-ролевом взаимодействии людей. Однако, в производственных или формальных взаимоотношениях людей описанные стереотипы ролевого поведения и социальной символики