

Е.Т. Смирнова (Дубова)

ПСИХОДИАГНОСТИКА НА РАБОТЕ
(в сервисной деятельности)

С ПРАКТИКУМОМ



2003 г. Москва

Е.Т. Смирнова (Дубова)

ПСИХОДИАГНОСТИКА В СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
(С ПСИХОЛОГИЧЕСКИМ ПРАКТИКУМОМ)

Учебное пособие

Москва 2003 г.

УДК 159.9.018
ББК

Рецензенты: **Дубов С.И.**, кандидат психологических наук, НПФ «Дейта»;

Лукина Л.Б., директор представительства Московского государственного открытого университета в Кубинке.

Смирнова Е.Т. (Дубова). Психодиагностика в сервисной деятельности (с психологическим практикумом), МГУС. – Москва. 2003.

В настоящем издании раскрываются основные методы психологии, сервисологии, психодиагностики.

Рассматриваются психологические аспекты сервисной деятельности.

Предлагается психологический практикум по темам курса.

Предназначено для студентов, аспирантов, специалистов, работающих в данной области.

© Московский государственный университет сервиса, 2003

ПРЕДИСЛОВИЕ

В 2000 году в России появилась новая профессия: специалист по сервису. Уже сейчас спрос на таких специалистов, имеющих высшее образование, далеко превышает предложение.

Это связано не только с особенностями экономики в стране, но и с хорошей всесторонней программой подготовки таких специалистов.

Среди других дисциплин, которые преподаются студентам, особое положение занимает **психология**. Это связано со спецификой сервисной деятельности, предполагающей постоянный контакт с людьми.

Курс общей психологии читается 100 часов. За это время студенты овладевают общими представлениями о психике человека, закономерностях его поведения, личности, мотивационной сфере, психологии общения и др.

Только после этого слушателям предлагается сложный курс «Психодиагностика в сервисной деятельности».

Психодиагностика – это область научно-практической деятельности, которой в нашей стране могут заниматься **только специалисты**. Специалистами принято считать лиц, которые, во-первых, имеют базовое высшее психологическое образование, во-вторых, много лет работают в области разработок и использования психодиагностических методик, что документально отражено в их трудовой деятельности. Такой строгий подход связан с тем, что психодиагностика – это, по сути, – постановка психологического (а иногда и пато-психологического диагноза), за чем неизбежно следует какое-то судьбоносное решение для диагностируемого, например, госпитализация, или решение о приёме (отказе) на работу, или помещение ребёнка в специальное дошкольное учреждение и пр. Психодиагностика также участвует в юриспруденции, где от заключения диагноста нередко зависит участь подозреваемого в преступлении. Поэтому этическая сторона в данной области стоит на первом месте.

Психодиагностика как учебная дисциплина, в развитых странах (например, в США) существует более 100 лет. Практика специалистов-психодиагностов определяется набором правил (в США - Кодексом Американской психологической ассоциации). Для решения практических проблем методами психодиагностики там считается недостаточным иметь базовое психологическое образование. Необходима специализация, которая проходит по схеме, соотносимой с медицинской. Сначала обучающийся студент изучает теорию в лаборатории, специализирующейся по конкретной методике. Затем работает под руководством опытного специалиста в той же сфере, где планирует работать в будущем (например, в школе), аналогично ординатору в медицине, в течение 1-3-х лет без права самостоятельной практики. Затем сдаёт специальный экзамен на знание теории и практики.

В России данная дисциплина стала преподаваться студентам-психологам лишь в конце 80-х годов. В настоящее время рассматриваются подходы к

психодиагностике, аналогично американским, на последнем съезде психологов обсуждался проект Кодекса психодиагностики.

До недавнего времени в России методы психодиагностики тщательно скрывались от непрофессионалов. В последние годы можно встретить сборники тестов и других методик в открытой продаже. Чаще всего они предназначаются для психологов, но среди них есть и комплекты, так называемых, **популярных методов** психодиагностики, предназначенных более для самообразования читателя, но никак не для их использования в профессиональной практике. Особенностью таких тестов является их небольшая научная ценность (невысокая надёжность, валидность, репрезентативность и пр.). К данной же группе можно отнести и методики, предлагаемые альтернативными (не научными) парадигмами, например, биоэнергетические методы диагностики, физиогномика и др.

Возникает закономерный вопрос, могут ли использовать психодиагностику неспециалисты, если сфера профессиональной деятельности требует этого?

Приведём пример такого использования в нашей стране.

В постперестроечный период в РФ возникла проблема безработицы. Была создана Федеральная служба занятости России, которая разработала программу по профессиональной ориентации и психологической поддержке безработных граждан и незанятого населения. В соответствии с данной программой были разработаны единые методики оказания профориентационных, профконсультационных услуг и систем отбора граждан из числа незанятого населения для обучения их другим профессиям (например, основам предпринимательской деятельности). (Распоряжение правительства РФ № 1070-р от 29.07.1995). Была создана межведомственная комиссия, территориальные службы занятости, система повышения квалификации, которую прошли несколько сот человек, из которых в первой волне только 19% были психологи, остальные – педагоги, лица с высшим техническим, экономическим и др. образованием. Был сформирован «оптимальный банк сертифицированных профессиографических материалов, компьютерных и бланковых методик». Разработана и утверждена методика психодиагностической работы, параллельно велась научно-практическая экспериментальная работа в этой области), раз в полгода проводился экспресс-обмен информацией, с привлечением ведущих ученых и научных учреждений, имеющих опыт в данной области. Также был организован экспертный совет при Федеральной службе занятости из числа ведущих практиков и временные коллективы для разработки наиболее острых вопросов профориентации (и психодиагностики).

Особый интерес для нас представляют программы обучения психодиагностов. Это - Типовая программа обучения специалистов, не имеющих психологического образования (с отрывом от работы 4 сессии по 2 недели по 80 часов) и очно-заочная форма с отрывом от работы 3 сессии по 2

недели по 80 часов. Для лиц, имеющих психологическое образование - Типовая программа повышения квалификации составляла 4 сессии по 2 недели всего 320 часов. Был издан нормативный документ о сертификации методических материалов по профориентации (Федеральная Служба занятости от 26 07.1994. № П-3-11-906) с перечнем психодиагностических методик и «Этические нормы профконсультанта службы занятости», нарушение которых вело к увольнению (см. Приложение № 2).

Этот пример применения психодиагностики в практике указывает на возможность научного и этического подхода, который может быть применён и в сервисологии.

Сервисология предъявляет большой запрос к психодиагностическим методам обеих групп, описанных выше:

1. Первая группа – научная профессиональная психодиагностика, - необходима в комплексе серьёзных исследований, поскольку сервисная деятельность практически не изучена. В этом случае любой выпускник должен иметь общие представления о методологии, теории и возможностях психодиагностики для того, чтобы, приступив к своей трудовой деятельности, мог бы привлечь специалиста-психолога, при этом, отдавая себе отчёт, что сам он такое исследование провести не сможет.

2. Вторая группа психодиагностических методов - популярные и альтернативные методики – необходимы для всех работников сервиса, в силу специфики их деятельности: **множественных прямых контактов с незнакомыми людьми**. Т.е. выпускники должны, прежде всего, в целях собственной безопасно владеть экспресс – методами выявления психопатологии, криминальных намерений клиентов, и должны уметь реагировать на неадекватные действия клиентов. И только во вторую очередь, использовать психодиагностику для успешных продаж услуг.

В данном пособии, даётся обзор психодиагностических методов обеих указанных групп. Акцент делается на практическом применении методик второй группы.

Содержание

Предисловие

Первый раздел. Сервисология и психологические знания

- 1.1. Основные понятия
- 1.2. Специфика сервисной деятельности.
- 1.3. Контактная зона
- 1.4. Психология сервиса
- 1.5. Вопросы к первому разделу

Второй раздел. Психология и психодиагностика

- 2.1. Методы сервисологии - как науки.
- 2.2. Что такое психология
- 2.3. Общее представление о методах психологии. Метод и его понятие в психологии
- 2.4. Краткая характеристика методов психодиагностики.
- 2.5. Классификации методов психодиагностики.
- 2.6. Уровни психодиагностического исследования.
- 2.7. Вопросы
- 2.8. Практикум ко второму разделу

Третий раздел. Личность работника сервиса

- 3.1. Понятие личности в науке.
- 3.2. Личность работника сервиса
- 3.3. Образовательный ценз и личность работника сферы сервиса
- 3.4. Проблемы феминизации сервиса
- 3.5. Вопросы к третьему разделу
- 3.6. Практикум к третьему разделу

Четвертый раздел. Личность потребителя сервисных услуг.

- 4.1. Личность потребителя.
- 4.2. Психологические аспекты сервисной деятельности и потребности
- 4.3. Изучение психологического запроса потребителя.
- 4.4. Социально-психологический паспорт личности потребителя.
- 4.5. Вопросы к четвертому разделу
- 4.6. Практикум к четвертому разделу

Пятый раздел. Коммуникативная составляющая сервисной деятельности

- 5.1. Базовые представления об общении в психологии.
- 5.2. Типы взаимодействия между людьми.
- 5.3. Основные техники и технологии установления контакта с потребителем- партнером по общению

5.4. Экспресс- диагностика поведения.

5.5. Вопросы к пятому разделу:

5.6. Практикум к пятому разделу:

Шестой раздел. Пути разрешения конфликтных ситуаций

6.1. Конфликтология. Позитивная сторона конфликта

6.2. Типология конфликтов. Базальные конфликты. Конфликты в сервисной деятельности.

6.3. Пути выходов из конфликтов в сервисной деятельности.

Оптимальные стратегии поведения в конфликтных ситуациях

6.4. Примерные программы обучающих практикумов и тренингов.

6.5. Вопросы к шестому разделу

6.6. Практикум к шестому разделу

6.7. Ответы на задачи

6.8. Рекомендуемая литература

РАЗДЕЛ 1. СЕРВИСОЛОГИЯ И ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ЗНАНИЯ

1.1. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

Мы живем в пору, нередко называемую периодом возникновения и развития **сервисной цивилизации**.¹ Её признаки – акцент на индивидуализацию товара (в отличие от стандартизации в прошлом) и доминирование сервиса (услуг) в объёме ВВП. Попутно происходит вытягивание всё большей доли жителей развитых стран в эту сферу деятельности. Уровень развития страны во многом определяется уровнем её сервиса, и наоборот.

Английское слово «**service**» означает **обслуживание**. Ранее у нас это слово употреблялось в узком смысле, как синоним «бытового обслуживания населения». Оно включало перечень определённых услуг: ремонт обуви, химчистка, обслуживания владельцев автомашин и проч. В современной же терминологии **сервис – форма трудовой деятельности, способ удовлетворения потребности индивида или группы людей в услуге; это также - системный набор сложно организованных и взаимоувязанных действий, направленных на предоставление услуг в системе согласованных условий.**

Понятие **сервис - обслуживание** - по своей этимологии – глагольное существительное. Поэтому оно означает некое **специальное действие**. В основе **сервисной деятельности** лежит **системный набор** сложно организованных взаимоувязанных действий.

Понятие **сервисная деятельность** больше, чем простое удовлетворение потребностей. Это следует и из семантической разницы между словами - обслуживание и удовлетворение (насыщение). Во втором случае, когда пытаются понять процессы в обществе с помощью представлений об удовлетворении потребностей, нередко сводят всю системную сложность, многосферность, многофокусность, противоречивость происходящего в человеческом обществе только к одному - потреблению. Практика же требует рассматривать действительность как **динамичное сочетание подвижных сервисных систем** (собственно производство услуг).

Способность сервисной деятельности использовать другую деятельность в качестве фундамента - надстраиваться – является её характерной чертой.

Сервис специфичен в качестве деятельности. В любой сфере жизни общества проявляется свойство сервиса **находиться в границах определённой деятельности** (основной, базовой, первичной), **и обслуживать ее**. Надстраивающаяся деятельность и есть сервис. См. рис. 1

¹ В.Г. Федцов, В.В. Федцов. Предпринимательство: сфера сервиса. «Дашков и К». М. 2002

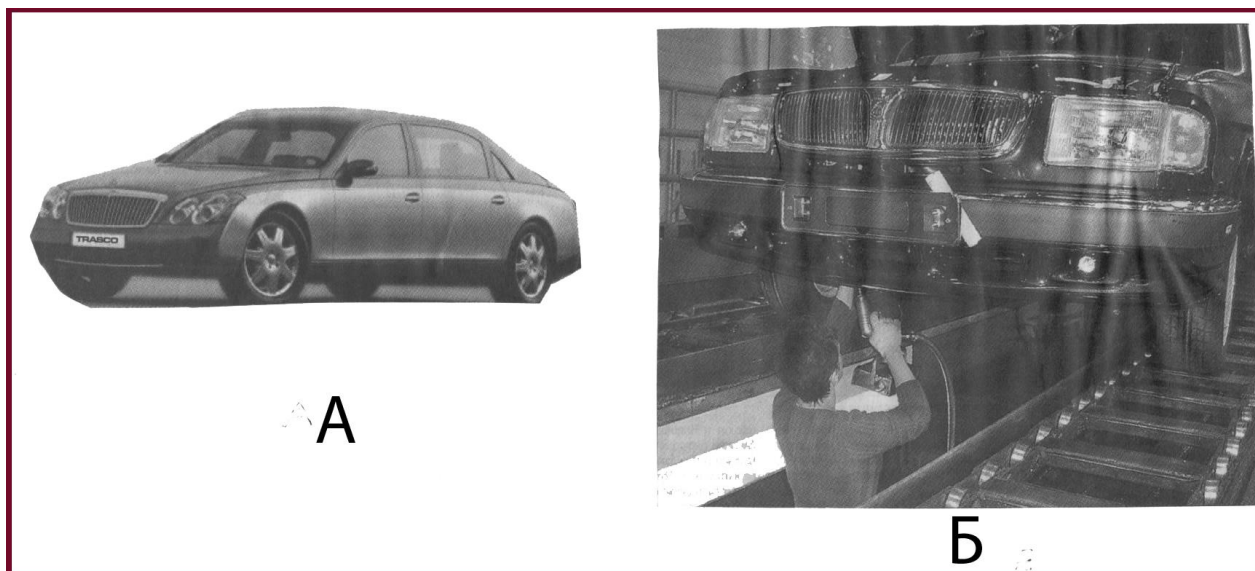


Рис.1

Пример основной деятельности – производство автомобилей (А.)
и сервисной – ремонт автомобилей (Б)

Приведем другой пример, когда одна деятельность порождает множество сервисных.

Профилактика заболеваний в медицине. Профилактика- производство специальных действий, не допускающих возникновения заболеваний – есть основная деятельность, (прием орбитала, оксолиновой мази – профилактика гриппа здоровым человеком). Обслуживание (сервис) призвано улучшить (продвинуть) эту основную деятельность. Возникает несколько надстроечных сервисных деятельностей. Одна из них - PR реклама названных лекарств, другая сервисная надстроечная деятельность – продвижение (промоушн) их на рынке, третья надстроечная сервисная деятельность – производство профилактических лекарств, четвертая надстроечная сервисная деятельность – исследование и изобретение новых профилактических препаратов (наука) и т.д.

В настоящее время экономика сервиса утверждает: стоимость в сервисных системах деятельности создается подобно тем, что выступают базовыми по отношению к ним. Поэтому появление сервисных видов деятельности не увеличивает цену первоначального товара, а создает новые товары (услуги).

Уже сейчас можно понять, что сервис вносит в культуру новые черты. Они носят универсальный характер, и существенно влияют на развитие современной цивилизации. Не нужно забывать и о том, что в условиях рынка потребность в новых услугах – мощный стимул для развития не только производства, но и науки.

В прошлом пытались понять происходящие в обществе процессы узко - с помощью представлений **об удовлетворении потребностей**. Под сервисной системой деятельности понимали только деятельность в экономической сфере

жизни общества в рамках идеологии производства, некогда господствовавшей рикардянско-марксистской политэкономии. В ней производство признавалось главным, остальное же - обмен, распределение и потребление – считалось вторичным. Следствием таких представлений было отношение к сервисной деятельности как к вторичной. Это в корне неверно.

Пример: в социалистическом обществе сервисная деятельность ремонтника на заводе считалась вспомогательной, тогда как эта профессия предъявляет гораздо более высокие требования к интеллекту и квалификации мастера по ремонту, чем к рабочему на конвейере основного производства. Первому надо уметь диагностировать. Тем не менее, его деятельность рассматривалась, как «накладные расходы». Тем самым, удорожала основное изделие, и поэтому должность ремонтника подлежала сокращению в первую очередь, как вторичная.

Услуга - базовое понятие в сервисной деятельности. Слово «услуга» имеет два значения.¹

1. Действие, приносящее пользу другому (нравственное **начало**).
2. Хозяйственные удобства, предоставляемые кому-нибудь (производственная сторона услуги).

Несмотря на своё двойное значение услуга, прежде всего, воспринимается психологически и эмоционально, в общении и контакте между людьми.

Услуга полезна для того, кто её потребляет. Она - продукт труда, обладающий специфическими свойствами: неосвязаемостью, неотделимостью, от своего источника (нельзя отделить процесс обучения от преподавателя и ученика, а процесс транспортировки от перевозчика и транспортного средства). Услуга не сохраняется отдельно от процесса ее предоставления, не может быть «законсервирована», как товар. Она существует лишь в процессе ее производства и одновременно как бы «впитывается» человеком или вещью.

Есть несколько классификаций услуг по типам и видам. Среди специалистов наиболее универсальным считается функциональный подход к классификации. Так, Егорова С. К. группирует услуги по следующим признакам: сфера деятельности (материальная и нематериальная); способ предоставления (платная и бесплатная); назначение (производственное и потребительское); характер потребления (услуга для общества, услуга индивидуального потребления, услуга смешанного потребления); отраслевая принадлежность (жилищно-коммунальная, транспортная, услуга здравоохранения, культуры, науки, управления и пр.); форма собственности (государственная, муниципальная, частная); вид услуги (бытовая, туристско-экскурсионная, информационная, аудиторская, юридическая, страховая,

¹ Словарь русского языка /сост. С.И.Ожегов.- М; Гос.изд-вл словарей, 1953, - С.776; Даль В.И.. Толковый словарь живого великорусского языка. М.1980 т.4. С. 512.

банковская и т.п.); принадлежность к определенному сектору экономики (финансовый, нефинансовый), причастность к рынку услуг и товаров (рыночный и нерыночный).¹ Интересны классификации, построенные на психологических и психофизиологических критериях. Романович В. К. делит услуги по принципу вещественности. Осязаемые действия, направленные на тело человека (здравоохранение, пассажирский транспорт, салоны красоты, парикмахерские, спортивные заведения, рестораны и кафе). Осязаемые действия, направленные на товары и другие физические объекты (грузовой транспорт, ремонт, содержание оборудования, охрана, поддержание чистоты и порядка, прачечные, химчистки, ветеринарные услуги. Неосязаемые действия, направленные на сознание человека – образование, радио-телевещание, информационные услуги, театры, музеи. Неосязаемые действия, с неосязаемыми активами (банковские, юридические, консалтинговые, страховые, операционные с ценными бумагами).

В классификациях, где услуги делятся на: материальные (потребности материальные – бытовое обслуживание населения, транспорт, здравоохранение, общепит, ремонт и обслуживание оборудования) и нематериальные (удовлетворение духовных потребностей – образование, консалтинг, музеи, театры, предоставление информации, удовлетворение религиозных потребностей) участвует психология запроса. Она прямо связывает их с основными видами потребностей человека.

Связь с индивидуальностью человека мы можем проследить и в следующем делении: стандартизованные услуги (по строго установленным правилам) и творческие услуги (которые формируются под заказчика – экзотические туры), личные (репетитор) и коллективные (лекторские, услуги СМИ), услуги личностные (их предоставляет особое лицо, имеющее исключительные профессиональные качества – адвокат, артист) и безличные, где специалист заменяем (торговля, транспорт), добровольные и навязчивые.²

Ещё более определенно связывает классификацию услуг с психологией Бисмарк Ч. Нуоби. Он использует критерий участия в процессе самого заказчика – является ли он частью самой сервисной системы, или получает услугу вне системы. Причем автор классификации прямо указывает важность данного подхода для менеджеров, чтобы они смогли определить самую подходящую стратегию для управления оказанием данной услуги. Нуоби делит услуги на высококонттактные и низкоконттактные.

Высококонттактные виды услуги: гражданские авиаперевозки, и другие виды наземных и водных пассажирских перевозок, медицинские услуги, парикмахерские, ресторанные услуги и др.

¹ Егорова С.К. К вопросу о классификации услуг./ сб. Наука-сервису. 5 международная научно-техническая конференция. М.2000. ч.2.

² Романович В.К.: «Опыт преподавания дисциплины «Сервисная деятельность» по спец сервис. / «Образование в сервисе» М. 2002

Низкоконтактные: страховые, прачечные, автосервис, банковские переводы и др. услуги, где присутствие клиента минимально.

Данный подход показывает необходимость выяснения, как влияет присутствие заказчика на качество оказываемой услуги. Необходимы специальные исследования, так как даже в ряде сфер с высококонтактной ориентацией клиент может оценить качество только после её завершения (независимо от своего присутствия).¹

Существует необходимость изучать сами услуги, деятельность по их предоставлению, а также их специфику. С тем, чтобы можно было управлять ими, проектировать их. Так рождается новая область человеческих знаний - **сервисология – наука о сервисе**. В наши дни эта наука находится в стадии формирования и структурирования. Актуальным является выделение её специфики, предмета и методов исследования. Объектом изучения является **сервисная деятельность** - системный набор сложно организованных взаимоувязанных действий, направленных на предоставление услуг в системе согласованных условий. Очевидно, что главной задачей в сервисологии на текущий период становится – **научиться изучать, проектировать и управлять этими деятельностными сервисными системами**.

Объектами профессиональной деятельности сервисолога и специалиста (работника) по сервису являются:

- человек и его потребности в индивидуальных услугах;
- способы и методы выявления и формирования этих потребностей с доведением их до устойчивого спроса в отношении различных индивидуальных услуг;
- методы моделирования, диагностики и разработки материальных объектов и услуг по индивидуальным заказам потребителя;
- технологические процессы, посредством которых выполняются индивидуальные заказы на услуги;
- оборудование, машины, приборы и их системы для осуществления технологических процессов сервиса и др.

Целесообразно выделить и принципы (правила) сервисологии. П. Д. Павлёнок, наряду с общепhilософскими и общенаучными, отмечает специфические принципы, подтвержденные научными исследованиями и практикой. Такие, как принципы гуманизма, нравственности, справедливости, самообеспечения, доверия между клиентом и работником сервиса, дифференциального подхода в предоставлении услуг, соблюдения прав человека и гражданина (в сфере социального обслуживания) и обеспечения их государственными гарантиями, добровольного согласия граждан на получение услуг, доступности социального обслуживания, адресности оказываемых услуг.²

¹ Бисмарк Ч.Нуоби. Классификация видов оказываемых услуг. / «Наука-сервису». 3 международная научно-техническая конференция. М.1998

² П.Д.Павленок Теоретико-методологические основы социального сервиса. / Сервис-плюс. № 1(2) 2003

Таким образом, мы наблюдаем становление новой отрасли науки – сервисологии. Она имеет свой предмет изучения, объекты приложения усилий ученых и практиков, принципы исследования происходящих процессов. О специфике и методах исследования мы поговорим в следующих разделах.

Сервис – форма трудовой деятельности, способ удовлетворения потребности индивида или группы людей в услуге; это также - системный набор сложно организованных и взаимоувязанных действий, направленных на предоставление услуг в системе согласованных условий.

1.2. СПЕЦИФИКА СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.

Рассмотрим главные, системообразующие признаки сервиса более подробно.

Главной особенностью сервисной деятельности является способность её надстраиваться над другой деятельностью как над своим фундаментом. Основная деятельность - например, производство – как бы задаёт рамки деятельности сервисной. Основная система задаёт условия появления, существования и усложнения надстраиваемой - сервисной.

Таким образом, основа сервисологии как науки - схема деятельности, базирующейся на другой деятельности. Рис. 2.

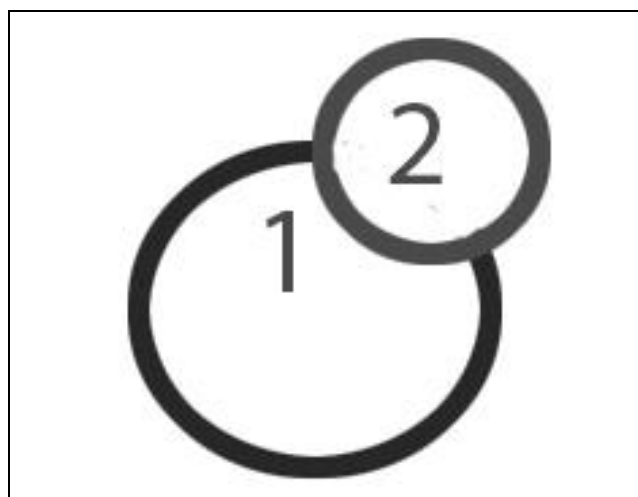


Рис.2.

Схема надстраивания сервисной деятельности – ремонта машин (2) над основной - производством (1).

Глубинная связь сервисных и основных систем обнаруживается через **человеческую деятельность**. В технической цивилизации, определяющей лицо современного мира, видно, что мы постоянно оказываемся в настоящей сети **взаимоувязанных действий (активностей) отдельных людей и целых**

организаций. Такую «сеть» и называют деятельностью. В любой деятельности можно проследить человеческую трудовую активность, связанную с преобразованием чего-либо из исходной формы в некую иную. Это сочетается с наличием и поиском технических, технологических, финансовых, информационных и прочих средств для трансформации и передачи необходимых знаний, умений и навыков, которые тоже требуют специально организованной деятельности (подготовка разнообразных средств, исследовательская деятельность, поставляющая новые знания и обеспечивающая возможность корректировать наши действия). Кроме этого, существует ещё активность, направленная на организацию, руководство и управление, целеполагание, проектирование деятельности и др.

За каждым из обозначенных фрагментов стоит развёрнутая система деятельности. Не меньшей степени, чем та, которую мы здесь намечаем как сервисную. При попытке различить сервисную деятельность от приведённых видов человеческой жизнедеятельности, мы обнаруживаем её единственный системообразующий признак - надстраиваемый характер. **В той мере, в какой изучая, управляя или проектируя какую-либо деятельность, мы замыкаем её на другую деятельность, составляющую границы и основное условие для её осуществления – мы имеем дело с сервисной деятельностью.**

В этом смысле упомянутые фрагменты деятельности (исследовательская, производственная, и проч.) могут быть как самостоятельными деятельностями, так и сервисами по отношению друг к другу.

Из сказанного следует вывод: **сервисология - как изучение, проектирование, управление, построение новых надстроечных деятельностей - один из путей развития культуры (цивилизации) в современном мире (Д.В.Колесов (2000), С.Б.Есельсон (2003) и др.).**

Сразу отметим, кроме деятельностного пути развития культуры могут быть и другие, например – т.н. постмодерновое сознание, которое заставляет искусственно соединять несоединимое, но эта тема останется за пределами данного анализа. Рассмотрим схему сервисного способа развития культуры.



Рис. 3

Пример популяризации сервисной деятельности в изображениях почтовых марок (основная деятельность – связь).

В деятельностном смысле **развитие культуры** в современном мире происходит двумя путями. Первый путь - за счет **возникновения** совершенно новых систем деятельности. *Пример: с изобретением самолета появился новый вид спорта - прыжки с парашюта, а потом – новый вид развлечения: полёт на парашюте за катером.* Второй путь развития культуры - **усложнение** существующих систем. На втором пути развития культуры происходит переплетение всё новых и новых сервисов с уже существующей тканью системы деятельности, усложнение её архитектуры. Рис.4

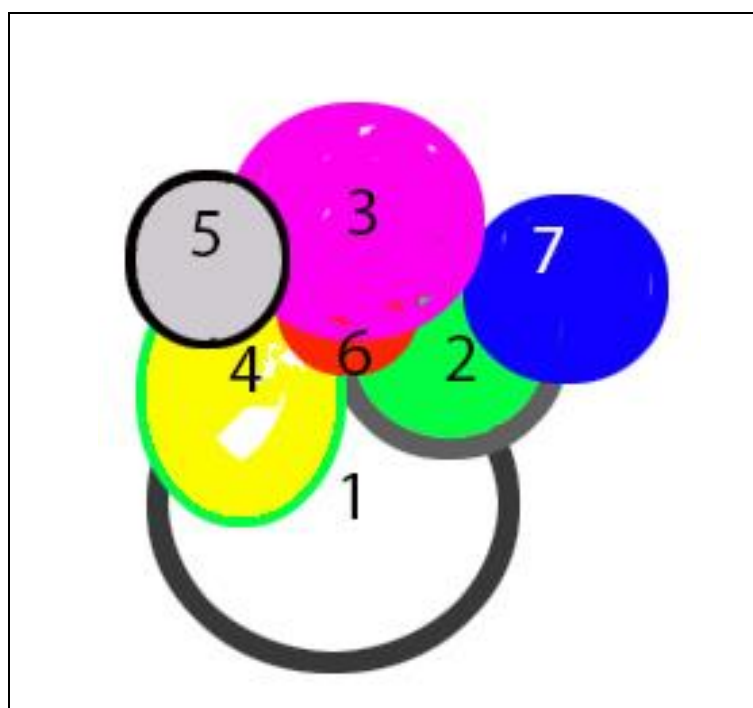


Рис.4

Схема (молекула) развития культуры за счет появления и надстраивания различных сервисных деятельностей на примере почтовых марок. 1.Связь (основная деятельность); 2. Производство марок (сервисная деятельность); 3. Полиграфия в марках (сервисная деятельность); 4. Искусство в марках (сервисная деятельность); 5. Популяризация науки в марках (сервисная деятельность); 6.Образование и история в марках (сервисная деятельность); 7. Филателия (сервисная деятельность); Сравните с Рис.3.

Экономика сервиса должна основываться на представлениях о том, что в сервисных системах деятельности так же создается стоимость, как и в тех, которые выступают базовыми по отношению к ним. Поэтому появление

сервисных видов деятельности не удорожает первоначальный товар, а создает новые товары.

Выделим культурный характер сервисной деятельности.

1. Во-первых, **сервисная деятельность** отражает искусственный характер цивилизации: **потребности сознательно, преднамеренно, искусственно формируются, умножаются и наращиваются.**

2. Во-вторых, в силу особенности природы услуги, сервисная деятельность соединяет две составляющие технологии: гуманитарную (в области непосредственного обслуживания и контакта людей) и естественнонаучную (в области производства сервиса), которые являются разными культурами. (Рис. Репродукция, в которой соединяются два аспекта-бытовка)

Культурному аспекту **сервисной деятельности** способствует её **универсальность и вездесущность**. **Сервисные системы** существуют в **любой сфере** жизни общества - социальной, экономической, политической духовной и религиозной. На них распространяются все процессные закономерности систем деятельности, то есть их производство (рождение), функционирование, воспроизводство, развитие, умирание и утилизация.

Таким образом, **изучение, проектирование и управление сервисом - один из путей развития культуры в современном мире**. Только жизнь в современном обществе (технической цивилизации) можно понимать с помощью деятельностных представлений. *Для сравнения: аграрная жизнь в сегодняшней России в основном недеятельностная. Поскольку в ней практически отсутствует деятельность, понимаемая в данном контексте. Например, по учёту ресурсов, расчётам, технологиям и др.* Наиболее иллюстративно сложную жизнь в современном сервисном обществе показал американский писатель Артур Хейли в своих произведениях «Отель», «Аэропорт», «Колеса» и др. В них подчеркнута необходимость видеть и обнаруживать взаимосвязи между различными деятельностями.

Пример: рассмотрим специфику существования сервисных систем в экономической сфере- производстве газа. Следует обращать внимание на четырехфокусность этой сферы. 1. В фокусе производства –например, транспорт для доставки вахты, поставка труб и проч.; 2. В фокусе распределения - управленческое звено; 3. В фокусе обмена – бартер газ на трубы, маркетинг и переговоры при организации обмена и др.; 4. В фокусе потребления - это газовые счётчики для коллективного потребителя и др.

Рассмотрим несколько примеров **сервиса как деятельности в любой деятельности**.

1. Фирма приобрела оптовые склады. Разработала сервисную систему: частные доставки на дом любых товаров (продукты и др. товары). Через год вынуждена была разработать новую сервисную систему: доставка товаров юридическим лицам. Через полгода стала активно искать через кадровые

агентства человека, который смог бы профессионально заниматься конструированием и усложнением сервисной деятельности на базе оптовых складов. Такого человека удалось найти, и он придумал новую сервисную систему: гарантированное обслуживание клиентов (схемы гарантий находятся пока в разработке; рассматриваются варианты, чтобы представитель фирмы раз в день объезжал клиентов и собирал информацию).

Тем самым, становится очевидно: задействованных в сервисе специалисты, такие, как сервисолог-исследователь, управленец высшего и среднего звена, работающие в сфере сервиса и др. должны обладать определёнными специфическими чертами психики и особыми свойствами характера, среди которых на первое место выходит креативность (творческие способности, позволяющие увидеть возможности для развития сервисной деятельности и для её последовательного наращивания). Об этом, в частности, неоднократно говорил один из первых учёных в сфере сервиса Ю. П. Свириденко.¹¹ Способность надстраиваться мы относим к основным системообразующим признакам сервисной деятельности. Она характерна только для **сервисной и никакой иной деятельности.**

Второй признак сервисной деятельности - особенность места сервиса в цепочке создания ценности (стоимости).

И. П. Соколов указывает на завершающее место сервиса в цепочке.² Рассмотрим это подробнее:

Место сервиса в цепочке создания ценности

Табл.1

Последовательное поступление материалов (внутренняя логистика)	→	Преобразование материалов в конечный продукт (рабочие операции)	→	Перевозка конечной продукции (внешняя логистика)	→	Проведение маркетинга (маркетинг и продажи)	—	Послепродажное обслуживание (сервис).
--	---	---	---	--	---	---	---	--

Отсюда следуют два важных вывода:

1. Сервис заменяет собой потребность в новой покупке нового товара.
2. Сервисная деятельность, будучи конечной в данной цепочке, занимает место непосредственно между потребителем и его потребностью.

Форма и характер предъявления этой потребности принципиально отличается от ситуации приобретения готовой вещи (в результате

¹¹ Ю.П.Свириденко. «Образовательная политика в сфере сервиса» /. Образование в сфере сервиса.М. 2001

²И.П. Соколов. Направления и перспективы развития науки о сервисе. – Теоретические и прикладные проблемы сервиса. № 4. 2002

производства). Потребитель сервисной услуги предъявляет требования, которые невозможно осуществить немедленно по стандарту. Представителю сервиса нужно предварительно проделать специальную работу для понимания, идентификации и ранжирования запроса. Затем, в период **обслуживания** заказчика представитель службы сервиса совершает действия, основанные на «принципе калейдоскопа» (И. Соколов). Он использует ограниченное количество элементов, посредством технологических операций, и получает большое число комбинаций, одна из которых более других удовлетворяет индивидуального потребителя (заказчика).

Управляет процессом оказания услуги именно заказчик, а не исполнитель услуги. Тот только предлагает варианты решений, на одном из которых останавливается заказчик.

Контактный период в сервисе предъявляет особые требования к психологическим качествам специалиста в этой области. С тем, чтобы пользоваться «принципом калейдоскопа» в работе необходимо иметь заведомо особый т. н. «бриколажный», тип мышления. Склонность к нему, предположительно, имеет врожденный характер. Следовательно, может выявляться классическими методами психологии (психодиагностикой). Бриколер¹ способен выполнить огромное количество разнообразных задач, при условии, что у него достаточно «подручных полуспециализированных средств».

Ещё одно требование к психике специалиста в области сервиса – это навыки успешного диалогового контакта. То есть, умение за короткий период установить контакт и достигнуть достаточного конструктивного понимания, чтобы удовлетворить заказчика, невзирая на естественные барьеры (культурные, национальные, социально-психологические, гендерные, и даже языковые).

Эти и некоторые другие особенности психики изучаются психологией. Эта наука располагает достаточным аппаратом для выявления их у претендентов для работы в сервисе. Та же психодиагностика помогает развивать эти качества в системе профессионального обучения.

Таким образом, **последнее место в цепочке создания ценностей можно считать структурообразующим признаком сервиса. Однако и иные виды деятельности могут занимать это место в цепочке.**

¹ Термин бриколер в научный оборот ввел К.Леви Стросс.

Третьим признаком сервисной деятельности является бифункциональность (двойственность) сервисных технологий.

Для пояснения рассмотрим процесс предоставления услуги. Его можно условно разделить на две составные:

1. Производство услуги с помощью технологических операций с материальными объектами.

2. Обслуживание индивидуального потребителя, взаимодействие потребителя и производителя услуги с использованием гуманитарных технологий.

Измерение временных затрат на предоставление услуги, показало различное соотношение составных (производства и обслуживания)¹.

Измерение временных затрат на предоставление услуги

Табл. 2

Услуга	Затраты времени на процесс производства %	Затраты времени на обслуживание заказчика. %
Химчистка	69	31
<u>Ремонт холодильников</u>	93	7
Ремонт обуви крупный	97	3
Ремонт обуви мелкий	63	37
Пошив женского легкого платья	93	10
Пошив мужского пиджака	95	5

Наибольшие затраты времени на обслуживание заказчика наблюдаются в сфере ремонта жилья. Обслуживание в данных примерах, как правило, включает: консультации заказчика со специалистами службы сервиса, выполнение необходимых зарисовок, снятие мерок, процесс примерки, выписку квитанции, денежный расчет и пр.

Такая бифункциональность сферы предъявляет к личности специалиста в области сервиса соответственно двойственные требования. С одной стороны, это достаточный профессионализм в своем виде сервиса (знание соответствующих технологических операций с материальными объектами). С другой стороны, специфическая особенность услуги заключается в том, что это всегда функция человека (!), а не машины. Следовательно, сервис – это полигон, где проявляется весь комплекс психологических знаний. Управленец - специалист с высшим образованием - должен знать не только, как провести то или иное исследование, (классические психологические знание), но и уметь отслеживать появление новых гуманитарных технологий, связанных с

¹ См. И.М. Шатаев. Основы организации бытового обслуживания населения». М.1980.

человеческим фактором. Рядовой специалист сервиса - менеджер, приёмщик заказов, мастер и др. - должен владеть практической психологией.

Третий признак сервиса – это особенности услуги.

Все определения сервиса содержат понятие системообразующего признака услуга. Последнее, утвержденное УМО МГУС, определение гласит: сервис- это системный набор сложно организованных взаимоувязанных действий, направленных на предоставление услуг в системе согласованных условий. Кроме уже отмеченной особенности у услуги (это всегда функция человека, а не машины!), есть и другие: наличие неосвязаемости в услуге. То есть, связь с такими «расплывчатыми» категориями, как нематериальные продукты, вероятность, неопределенность, присущие как затратам, так и результатам сферы услуг. Услуга в сервисе выступает и как продукт труда (полезный эффект труда), и её невещественный результат. Это может вызывать ряд психологических и экономических трудностей при необходимости его оценки. В условиях товарного производства каждая услуга обязательно приобретает цену. Но в ее коммуникативно-нравственной составляющей, присутствует противоречие, которое можно разрешить лишь с учётом культурных традиций потребителей. Например, одна из причин отставания развития сервиса в России (в частности, появления новых сервисных услуг), на наш взгляд коренится в культурных стереотипах: «быть богатым – стыдно», бесплатно услужить, быть благотворителем, меценатом – это православные ценности и др. В то время, как западный менталитет не считает зазорным получить чаевые даже за то, что указал прохожему правильное направление. Мы уже обращались к теме бесплатной услуги. Однако, с позиции развития «сервисной цивилизации», именно действие, направленное на удовлетворение потребностей другого человека за вознаграждение, рассматривается некоторыми специалистами как услуга¹. Сфера услуг – источник специфических потребительских стоимостей, удовлетворяющих известные материальные, духовные и социальные потребности человека. Услуги дополняют мир потребительных стоимостей и как жизненные средства входят в потребление человека наряду с материальными благами.

Не все услуги социально-культурной сферы оплачиваются потребителем непосредственно. Кроме того, есть услуги, цену которых невозможно рассчитать в момент их оказания, требуется временной лаг (наука).

Мы знаем, что услуги в одном случае привязаны к материальному продукту (услуги II рода), а в другом - нет (услуги I рода). Как правило, и особенно во втором случае, неосвязаемость услуги психологически переживается потенциальным потребителем как её «ненужность». Какое-то время услуга остается невостребованной, хотя потенциально для неё уже есть

¹Леонов Р.С. Услуга –потребность или необходимость (философский аспект) СГУс. / тезисы. Наука-сервису 6 международная научно-практ конф. М. 2001. Ч.2.

основания (мотор в машине «барахлит»). Наконец, человек начинает осознавать в ней необходимость, и тут же становится перед выбором: сделать починку самостоятельно (это действие не является услугой по определению). Здесь для сервисолога важно понять: что именно влияет на мотивацию человека; как происходит процесс выбора, целеполагания; что оказывается решающим (например, экономия времени) для его предпочтения услуги. В какой момент и почему «ненужность» услуги превращается в «нужность»? Зная это, можно прогнозировать и планировать работу сервиса.

Неосвязаемость услуги вызывает и много иных психологических особенностей. Когда человек не приобретает продукт в вещественной форме, а лишь право временного владения им (например: прокат, таймшер), то это психологически вызывает особое двойственное отношение к части материального мира: это и «моя вещь» и «не моя вещь». Переживание «отчужденности» и одновременно характерного способа обращения с материальными предметами – может лечь в основу специальных психологических и психодиагностических исследований, результатом которых будет прогноз сохранности и потребности в затратах на ремонт.

Еще одной особенностью сервиса является – эксклюзивность предоставляемой услуги. Наиболее ярко это можно проиллюстрировать на примере разницы между промышленно изготовляемым платьем и сшитым на заказ. А в более широком смысле, любая услуга – индивидуальна, носит штучный характер. Прежде всего, потому, что в ней есть следующие составляющие:

1. Индивидуальный контакт заказчика и исполнителя;
2. Наличие договорённости (устной или письменной);
3. Проявление творчества исполнителя.

Эта черта услуги может быть выражена с разной степенью яркости (ремонт автомобилей, консалтинг, «Школа актерского мастерства Крачковской»)

Поэтому ни одну услугу нельзя выполнить без использования психологии (сознательно или интуитивно).

К числу важных определяющих признаков сервисной деятельности некоторые авторы относят особенности **кадрового состава**.

Платонова Н. А.¹ указывает, что основными работниками сервиса являются специалисты с высшим (управленческое высшее и среднее звено) и средним образованием. Образовательный уровень лежит не только в основе успешного исполнения профессиональных обязанностей. Он проявляется в общей культуре, этикете, эрудиции, способности к межкультурному диалогу, уровне креативности и др. Всех их в психологии принято считать составляющими понятия «общий вербальный и невербальный интеллект». Этот показатель личности измеряется психодиагностическими процедурами, и

¹ Н.А.Платонова. Природа и характер сферы услуг / – Теоретические и прикладные проблемы сервиса. № 1-2001

уже сейчас широко используется при приёме на работу и отборе на вакантную должность практически во всех областях человеческой деятельности. Однако в сервисе тестирование при приёме на работу – редкое пока явление. Чаще при приёме на работу высшего и среднего звена менеджеров используют собеседование с изучением биографии по резюме. Необходимо подробно и массированно изучать специфические показатели интеллекта и характера лиц, задействованных в сервисе, чтобы можно было ещё при приёме на работу отсеивать неподходящих. Диагностику показателей общего интеллекта и личности важно знать и самому претенденту на должность специалиста в сервисе. Человек может и не догадываться, что у него нет способностей для этой работы, и поэтому впереди его ждут разочарования, стрессы, депрессии и фрустрации, а также большие неприятности в отношениях с клиентами и руководством. Что обычно заканчивается увольнением.

Кадровые службы сервиса, не обладающие возможностью проводить полноценное психологическое тестирование при приёме на работу, должны, как минимум уметь разглядеть общие противопоказания для приема на работу, которые состоят из трех больших групп:

1. Психопатология;
2. «Застрессованность» - человек пережил недавно очень сильный стресс или утрату.¹
3. Недостаточный профессионализм (и сложности в обучении).

Н. А. Платонова выделяет другую особенность кадрового состава сервисных служб – **феминизация**. Так, в здравоохранении работает 81 %, в физкультуре и социальном обеспечении – 75%, в культуре - 74% женщин. При том, что в общем количестве работающих женщины составляют 50,6%. Из этого следует острая необходимость в гендерных (посвященных половым различиям) исследованиях. Психофизиология женщин имеет ярко выраженные особенности, среди которых в первую очередь необходимо назвать большую подверженность космическим и природным циклам. Это существенным образом влияет на их самочувствие, производительность труда, конфликтность. Другой особенностью можно назвать принципиально отличную от мужчин систему ценностей и направленности любой женщины. Практически в любой ситуации выбора женщина выберет семью, а не работу. Поэтому женщины чаще всего устраиваются работать в сервис не по идейным убеждениям, как это делают мужчины. Тех часто интересуют философия компании, развитие «сервисной цивилизации», способы реализации своего личного и интеллектуального потенциала и проч. Женщин же, особенно рядовых работников, волнует здоровье их детей, наличие свободного времени для семьи, близость расположения места работы, удобный график. При приёме на работу в сервис специалисту следует определять степень

¹ В.В.Губанов, П.А. Захаров. Психозкология в сервисной деятельности/– Теоретические и прикладные проблемы сервиса. №1- 2001

включённости будущего сотрудника в работу, его истинные ценности и потребности. Некоторые психологические и психодиагностические средства позволяют это сделать.

Третье отличие между мужчинами и женщинами, как работниками службы сервиса, коренится в социально-политической ситуации в стране. В развитых странах, а также в России государственной политикой является воспитание ориентации на то, чтобы женщины работали за пределами семьи (производстве, государственном секторе, сервисе и проч.), принося непосредственный вклад в ВВП. В то время, как в других странах, например, исламских, государству выгодно, чтобы женщины участвовали в воспроизводстве населения, т.е. рождали и воспитывали детей. В результате в первом случае на женщину падает двойная нагрузка – работа в семье, и работа за пределами семьи. Следствием становится хроническая усталость. Женщины не успевают восстановить свои психофизические силы за время, отведённое на отдых, и приходят на следующий день на работу усталыми. Усталость – это переживание астенических состояний (психического и физического истощения). Она прежде всего выражается в истощении эмоциональной сферы. Уставшая женщина обычно раздражительна, у неё низкий ресурс для обычного контроля поведения. В сервисной сфере раздражительность недопустима, следствием её станет конфликт. Психология и в этом случае имеет средства для диагностики, коррекции и прогноза таких состояний.

Характеристикой кадрового состава работников сервиса являются также биосоциальные признаки: возраст, психологический тип личности, семейное и материальное положение. Они имеют свои особенности в сервисной деятельности и связь этих показателей с результатами труда также необходимо изучать психологическими средствами.

Системо-образующими характеристиками сервисной деятельности являются следующие: её надстраивающийся (но не вторичный) характер на основной деятельностью, конечное место сервиса в цепочке создания ценности; бифункциональность сервисных технологий; особенности услуги; эксклюзивность и особенности кадрового состава сотрудников.

1.3. КОНТАКТНАЯ ЗОНА

Ещё одно базовое понятие в сервисной деятельности – **контактная зона**. Она представляет собой общую сферу, окружающая заказчиков (клиентов) в период нахождения их на предприятии сервиса.

Контактная зона - это собирательное понятие, в состав которого входит комплекс факторов, физического (место предоставления бытовых услуг), психологического (коммуникативный процесс участников) и профессионального (опыт и знания представителя сферы услуг) характеров.

Состояние **контактной зоны** решительным образом влияет на то, обратится ли вторично клиент в данную сервисную фирму. Она и делает привлекательной для посетителей службу сервиса.

В состав контактной зоны входят:

I. Пространство контакта.

- 1. Помещение, где осуществляется непосредственное обслуживание посетителей (например, салонная часть подразделений службы, съемочные залы фотографий, рабочие залы парикмахерских и пр.). Место должно быть функциональным и удобным, соответствовать функциональной направленности деятельности конкретного коллектива предприятия сервиса, должно «бросаться в глаза» (запоминаться) посетителям.*
- 2. Общая атмосфера помещений должна создавать уют, чтобы посетитель мог почувствовать расслабление, отдых, чему способствуют живые цветы, аквариум, террариум.*
- 3. Общее состояние всех помещений, должно соответствовать санитарно-гигиеническим нормам, быть чистым и опрятным.*
- 4. Прилегающая к предприятию сервиса территория должна быть благоустроена, озеленена, и позволять удобно подойти и подъехать к предприятию; желательно, иметь стоянку для автотранспорта. Вокруг предприятия сервиса, прежде всего его фасадной части, должно быть хорошее освещение, постоянное исправное, с чистыми лампами; желательно со светящимися элементами витрин, витражами и проч.*
- 5. Если предприятие сервиса находится на заводской или ведомственной территории, оно должно соответствовать архитектурному ансамблю окружающих строений.*
- 6. Иметь привлекательное рекламно-художественное оформление (вывеску), с обозначением своей функциональной принадлежности.*
- 7. Интерьер помещения должен отвечать современным эстетическим нормам, оформлен в соответствии с художественным вкусом. Элементы интерьера воспитывают художественно-эстетические вкусы у посетителей и сотрудников, влияют на общий рост культуры. См. рис. № 3*

II. Процесс контакта между клиентом и исполнителем (или представителем исполнителя) должен отвечать следующим условиям:

- 1. Первый сотрудник, вступающий в контакт с посетителем, должен быть высоким профессионалом в своей области (пройти специальное обучение) - не только четко и быстро обслуживать клиента, но и дать совет (по прическе, по модели одежды, по особенностям последней моды).*
- 2. Для эффективного профессионального контакта необходимо строгое соблюдение установленного режима работы, сотрудники должны присутствовать на рабочих местах.*
- 3. Лицо, вступающее в непосредственный контакт с клиентом должно иметь соответствующий имиджу фирмы внешний облик. Прежде всего это*

фирменная одежда, соответствующая профессиональному назначению, удобная, чистая, скромная, выглаженная. Желателен фирменный значок или вышивка. К имиджу в контактной зоне относятся также хорошие манеры, опрятность в работе, общая подтянутость.

4. «Приноравливаемость» продавца услуги к ситуации, способность вызвать к себе доверие клиента.¹

5. Этика, отражающая достаточный уровень культуры общения с посетителями; умение выбрать адекватную форму обращения («на Вы», «товарищ», «гражданин», «господин», «отец», «матушка» и др.).

6. Чтобы контакт проходил без эмоционального напряжения, со взаимным пониманием, хорошим настроением надо уметь пользоваться знаниями в области коммуникативной психологии.

III Содержание контакта.

1. Содержательная часть прямого взаимодействия клиента с представителем службы сервиса должна вызвать чувство удовлетворения у клиента. Если есть возможность, необходимо быстро и качественно выполнить услугу. Если нет технической возможности, предложить альтернативы. Если у данного предприятия совсем нет возможности, дать информацию о предприятиях (дать адрес, телефон), которые могут ему помочь. Бытует неверное представление о том, что нужно скрывать местонахождение «конкурентов». По законам психологии, клиент запомнит доброе отношение к себе и в следующий раз скорее обратится в первую фирму, чем во вторую.

2. Следует максимально использовать не прямое воздействие на психику клиента через необходимые сведения о предоставляемых услугах и формах обслуживания, которые нужно вывесить на стенах. При этом представить их красиво и эффектно. Это, прежде всего: прейскурант; перечень оказываемых услуг; нормативно-техническая документация (наглядная и легко доступная); копии свидетельства о регистрации и лицензии.

3. Образцы изготавливаемых изделий, различные виды отделок. Используемые материалы должны находиться в закрытом, хорошо обозримом месте (в шкафах, на стендах, в витринах). В фотосалонах, например, должны быть представлены образцы фотографий и фотоизделий, в парикмахерских – все виды причесок и стрижек, с указанием их названий, на искусно выполненных фото. Изготавливаемые изделия, виды работ, применяемых материалов, могут быть представлены и в хорошо оформленных фотоальбомах, доступных каждому посетителю.

Перечисленные особенности контактной зоны универсальны для любого предприятия сервиса. Однако можно выделить такие помещения, в которых

¹ Вапнярская О.И. Качество обслуживания как составляющая маркетинговой стратегии./ сб. Наука-сервису. 5 международная научно-техническая конференция. М.2000. ч.2.

процесс обслуживания и само производство услуги объединены. Это, например салон, (фото салон, модельный салон и др.), контактная специфика сервисной деятельности в котором имеет свои особенности. В этом случае, место приема и оформления заказов должно быть обособлено, а место консультанта, художника–консультанта (художника-модельера) доступно и открыто. Другая особенность - в салонах, где обслуживаются дети, следует предусмотреть детскую мебель и настольные игры, оборудовать «живые уголки».

Необходимо подчеркнуть, **сам контакт** с посетителем – ядро сервисной деятельности. Здесь нужна профессиональная подготовка. В неё, кроме обучения профильным навыкам и информации, должны входить психологические знания и практикум. По темам: коммуникативные процессы (особенности вступления в психологический контакт, поддержания и выхода из контакта), конфликтология, психология восприятия, экспресс-психодиагностика, приёмы эффективных переговоров, технологии продаж услуг, презентация фирмы и услуги и др.

Психологические знания важны и для лиц, которые уже давно работают в сервисе и считаются профессионалами. Однако в жизни каждого человека бывают не слишком светлые периоды (неудачи, конфликты, стрессы, переутомления и пр.). В этих случаях необходимо сотрудников обучать справляться с этими состояниями. Это, прежде всего, выгодно экономически: вероятность выхода из строя специалиста, владеющего методами самодиагностики и приёмами самовосстановления гораздо меньше. Психологи-практики знают, прежде всего, необходимо обучить управленцев высшего звена. И лишь затем, когда они осознают важность такого обучения, его значение и экономическую выгоду, то сами начинают вводить такие формы обучения на своих предприятиях для рядовых сотрудников.

Это только одна сторона медали. Знание экспресс-психодиагностики становится особенно важным в последние годы, в связи с терактами в публичных местах, а также из-за резко возросшего количества психических заболеваний. Даже если клиент абсолютно психически здоров, и не имеет злых намерений, работник сферы сервиса должен уметь быстро и ясно понять цель прихода клиента, его потребность, а также меры для удовлетворения.

Сервисная деятельность конфликтна, потому что включает много условий для возникновения недовольства клиента. При некачественном исполнении заказов конфликт неизбежен. Обслуживающий персонал обязан принести извинения, сгладить недовольство заказчика, принять исчерпывающие меры к исправлению допущенного брака или, по возможности, заново произвести работу. Все сотрудники сферы сервиса – от первого лица до уборщицы - должны уметь вести себя профессионально в конфликте. Этому также нужно учиться.

Таким образом, каждый работник сферы сервиса должен обладать психологической культурой. Иметь надлежащий уровень развития психологических знаний, навыков и умений, которые он применяет для учета индивидуально-психологических особенностей заказчиков с целью выбора наилучшей тактики их обслуживания.

Контактная зона - это собирательное понятие, в состав которого входит комплекс факторов, физического (место предоставления бытовых услуг), психологического (коммуникативный процесс участников) и профессионального (опыт и знания представителя сферы услуг) характеров.

1.4. ПСИХОЛОГИЯ СЕРВИСА

*В настоящее время сложились все условия для развития самостоятельной отрасли психологии – психологии сервиса - науки, изучающей особенности и роль психологических явлений в обслуживающей деятельности работников контактной зоны и потребительской деятельности заказчиков.*¹ Психология сервиса является актуальным научным направлением, обусловленным объективной практикой. Она требует знаний особенностей и психологических аспектов в системе сервиса.

Шилова Т. А. считает, что задачи психологии сервиса связаны с изучением психологических закономерностей сервисной деятельности и особенностей взаимодействия участников сферы обслуживания.

Предметными областями психологии сервиса (составными элементами) являются:

1. **Личность работника сервиса**, субъекта данного вида деятельности.
2. **Личность заказчика**, объекта сервиса.
3. **Психология самой деятельности**, психология процесса обслуживания заказчика, как взаимоотношение клиента и работника контактной зоны в процессе обслуживания.

Поскольку психология сервиса находится в стадии становления, так же как и сервисология, в дальнейшем ожидается дифференциация психологии сервиса, выделение ряда её направлений. Предположительно, это следующие направления:

1. *Первое направление – связано с психологией профессиональной деятельности. Оно заключается в разработке методов воздействия на заказчиков для стимулирования их в совершении заказов. Психологические аспекты маркетинга (изучение потребностей и мотивов заказчиков), выявление спроса на бытовые услуги в зависимости от пола, возраста,*

¹ Шилова Т.А. Психология сервиса в социальной работе /сб. Наука-сервису. 5 международная научно-техническая конференция. М.2000.; В.Г.Федцов Культура сервиса. . Изд. Приор.М.2000

индивидуальных особенностей клиентов. Психология моды, психология воздействия рекламы и др.

2. Второе направление – изучение взаимодействия в сервисе: работник сервиса - клиент, клиент - клиент, работник сервиса - работник сервиса, работник сервиса – руководитель.

3. Третье направление – психологические сервисные услуги, выражающиеся:

а) в психологической поддержке населения: безработных, инвалидов, пенсионеров, детей, подростков, семей (социальный сервис);

б) консалтинговой помощи (кадровый, управленческий, организационный и проч.).

Предмет психологии сервиса – психологические особенности взаимодействия и мотивы деятельности участников сервисного процесса, типология психологических аспектов в сервисе населения, технологии оказания психологических услуг. Психология сервиса является самостоятельной частью сервиса, как общественного института.

Задачи психологии сервиса:

- изучение психологических механизмов взаимодействия потребителей и работников сервиса с целью лучшего удовлетворения их потребностей;
- изучение потребностей заказчиков, которыми они руководствуются при покупках;
- изучение спроса на различные услуги в зависимости от пола, возраста и индивидуальных особенностей;
- раскрытие психологических факторов организации процесса обслуживания;
- изучение вопросов психологии восприятия (рекламы, моды);
- рассмотрение психологических условий организации труда работников контактной зоны;

В данном учебном пособии будут раскрыты указанные **предметные области психологии сервиса**.

Во второй главе мы рассмотрим общие вопросы теории и практики психодиагностики.

В третьем разделе мы рассмотрим личность работника сервиса, субъекта сервисной деятельности.

В четвертом разделе мы уделим внимание личности заказчика - объекта сервиса. Разберём потребностный аспект.

В пятом разделе будут рассмотрены психологические аспекты самой сервисной деятельности (психология процесса обслуживания заказчика, как взаимоотношение клиента и работника контактной зоны в процессе обслуживания; коммуникативно-психологический аспект и др.).

В шестом разделе будут рассмотрены основы конфликтологии.

Завершают книгу примерные программы психологического практикума в сервисе.

В целях наглядности данные аспекты будут рассмотрены в свете наиболее специфичного и важного научного метода - психодиагностики.

Психология сервиса - наука, изучающая особенности и роль психологических явлений в обслуживающей деятельности работников контактной зоны и потребительской деятельности заказчиков. Она изучает личность работника сервиса, личность заказчика, психологи сервисной деятельности.

1.5. ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ПОВТОРЕНИЯ ТЕМЫ.

1. Дать определение понятия «сервисная деятельность».
2. Приведите примеры надстроечного характера сервисной деятельности.
3. Какие требования предъявляет сервисная деятельность к высшему управляющему звену?
4. Какие требования предъявляет сервисная деятельность к рядовому сотруднику сервисной службы?
5. Представить особенности контактной зоны.
6. Дать определение, предмет изучения психологии сервиса

РАЗДЕЛ 2. ПСИХОЛОГИЯ И ПСИХОДИАГНОСТИКА

2.1. МЕТОДЫ СЕРВИСОЛОГИИ - КАК НАУКИ.

Новая нарождающаяся наука – **сервисология** (сервис – англ. **обслуживание, логос- мысль**) имеет свои методы изучения предмета. Напомним, что предметом сервисологии является **сервисная деятельность**.

Какие же это методы? Прежде всего, дадим определение понятию **метод**. **Метод** - от греч. Methodos – путь. Методы могут применяться к разным областям знаний: в искусстве, в религии, в философии – подбор методов будет зависеть от мировоззрения исследователя. Научный подход – только один и довольно молодой способ познания. Наука существовала не во все времена и не во всех народах, она зародилась в древних цивилизациях внутри культуры как целостное знание о мире (обращалась и к религии и к астрологии и другим как сказали бы сейчас «ненаучным» областям знаний, но позже (к 16 веку) в эпоху Возрождения, когда в Европе проявился интерес к античности, в том числе и к древне - греческой науке, старый взгляд на науку изменился: античное представление о научном познании было подменено естественно-научным, в основе которого лежала идея причинности, и поэтому на первый план выступило естествознание, поскольку именно в областях, связанных с исследованием природы, легче всего проследить причинно-следственные связи в явлениях.

Наука стала сферой человеческой деятельности, в функции которой входят выработка и теоретическая схематизация знаний о действительности. Возникли представления о том, что чтобы проводить научные исследования чего бы то ни было, необходимо придерживаться как минимум, следующих принципов: разделения на субъект и объект в процессе познания, требование точной воспроизводимости любого явления; признание реальностью только того, что может быть воспринято через приборы (опосредованно).

Поэтому вплоть до настоящего времени наиболее общепринятым инструментом научного познания является экспериментально-реконструктивный метод. План проведения такого исследования состоит из трёх больших этапов:

1. Доэкспериментальное исследование (обычно это наблюдение), в результате которого строят классификации, выявляют важные характеристики и пр.

2. Квазиэксперимент (quazi –напоминающий что-то., лат.) исследования, которые ещё не позволяют сделать заключительные выводы о причинно-следственных связях, но уже предоставляют новые данные о них (например корреляционное исследование).

3. Эксперимент - (от лат. Experimentum – проба, опыт) тип исследования который позволяет проверять гипотезы о причинно- следственных связях¹.

Таким образом проведенный эксперимент допускает потом проверку данных, в повторенных условиях (реконструируя их).

Какие методы может использовать **наука о сервисе в русле** экспериментально-реконструктивного метода? Представители сервисологии, как области знаний, обращая свой научный взгляд на различные объекты² (такие как человек, людские потребности, машины и пр.), превращают их в предметы изучения³ в своей специфической области. Каждый раз они вынуждены выбирать разные конкретные методы, наилучшим образом, подходящие для разных объектов. Методы в сервисологии зависят от видов услуг (видов сервиса), специфики субъектов и объектов в этой сфере, реальных экономических и других возможностей общества. Так, очевидно можно сказать, что особую значимость при предоставлении услуг имеют организационные, социально-экономические и психологические методы, а также другие, нередко совпадающие (перекрывающиеся) с другими научными областями.

*В последние годы становится всё более перспективным **метод анализа иерархий**. Он позволяют преобразовывать качественные субъективные суждения практически любого числа экспертов в количественные отношения между приоритетами критериев, альтернатив оценок, сценариев событий, которые приобретают объективный характер в результате их усреднений. Метод широко используют М.Е.Ставровский, Соколов И.П., В.В. Бильмаер, Бардин В.А. и др.*³

*Данный метод, например, был применен, в исследовании престижности вуза. Этой проблеме соответствовала простейшая двухуровневая иерархия: цель-критерий. В результате применения метода выявилось, что оценка степени важности критериев престижности студентами определяется исходя из их статуса, и уровня социального самочувствия. И это следующие факторы (по понижению значимости): квалификация преподавателей, востребованность специальности, учебно-производственная база, новые педагогические технологии в обучении, соц-бытовая сфера, внеучебная воспитательная работа.*⁴

В данном пособии будут рассмотрены только те методы, которые совпадают с использованием в другой науке - **психологии** (психодиагностика и др.). Это связано с тем, что многие объекты изучения сервисологией и

¹ Психология п.р. В.Н.Дружинина.2000 Спб

² объект- любая часть внешнего мира. (см. Философский энциклопедический словарь.м.98).

³ предмет- то, что может быть осознанно, пережито.(см. Философский энциклопедический словарь.м.98)

³ М.Е.Ставровский, Соколов И.П., В.В. Бильмаер Эффективность технологических систем сервиса./ сб. Теоретические и прикладные проблемы сервиса. № 1- 2001; ¹ М.Е.Ставровский, Бардин В.А. Принципы системного подхода к оценке технологических систем обслуживания населения. Межвузовский сборник научных трудов №«Научные исследования в сервисе» – М. ГССБУ, 1998

⁴ В.А.Иванов, В.Г.Шуметов, Ф.Г.Милых, Л.М. лазарева, С.М.Пикин. Теория и практика принятия решений в экономике и управлении экспертными методами. М. 2003.

психологией совпадают (например, личность, психологический контакт и др.) несмотря на то, что предметы их изучения – различны (акценты и направление научного взгляда). Психологов интересуют жизнепроявления психики, а сервисологов – закономерности сервисной деятельности.

Предметом изучения сервисологии является сервисная деятельность. Среди научных методов сервисологии ведущим является экспериментально-реконструктивный метод. Среди конкретных методов выделяются также организационные, социально-экономические и психологические методы, а также другие, нередко совпадающие с другими научными областями

2.2. ЧТО ТАКОЕ ПСИХОЛОГИЯ

Психология – греческое слово, состоящее из двух корней: psyche – душа, и logos – мысль, учение – буквально – учение о душе и душевном¹.

Первоначально психология развивалась в точном соответствии со своим названием. Первый учебник по данному предмету – трактат «О душе» написал Аристотель (IV в. до н. э.). В нём он рассматривал душу как «первую энтелехию» – одушевленную основу, «принцип» тела, неразделимую на части, но имеющую разные способности – питающую, чувствующую, движущую и разумную (высшую). Однако в последующие столетия развитие науки привело к замене предмета её изучения – души – на психику. В настоящее время наблюдается обратный процесс.

Рассмотрим подробнее как это произошло, и что на самом деле является предметом психологии.

У первобытных народов душа являлась спящему или духовидцу, как призрак или фантом, поэтому ее называли тень (umbra- -лат. и skia – греч.). Она распространялась по всему телу, но, люди знали, что главное ее «седалище» – сердце. Душе приписывали первопричину жизни.² В некоторых культурах считалось, что у человека несколько душ. Так, у малагасийцев сайна (разум) исчезает после смерти, айна (жизнь) растворяется в воздухе, а матоатоа (призрак) витает над могилой. Ранние представления различают ла (личную душу) и тхах (душу, несущую нравственную ответственность). Единодушно считалось, что душа имеет очертания и голос (стрекочет, свистит, щебечет), а также, что она может отделяться от тела, как при жизни (болезнь), так и в момент смерти.³

В древних восточных философских воззрениях (индийской философии и религии индуизма) – атман (санскр. – самость, душа) – вечная, неизменная духовная сущность индивидуума, которая переселяется в другое тело в момент смерти. Веданта (древние тексты) отождествляет атман с Брахманом – космическим (объективным) духовным началом (Богом).

¹ Философский энциклопедический словарь. – М.; ИНФРА-М, 1998.

² Э. Тайлор (1832-1917), считающийся отцом современной антропологии, считал, что анимизм – древнейшая и базисная форма религии. См.: Тайлор Э.Б. Первобытная культура. – М., 1989.

³ См.: Элиаде М. Священные тексты народов мира. М. – С. 174-177.

Psyche (греч., anima - лат.) буквально переводится как «душа», или «бабочка». В греческой мифологии олицетворялась с тем или иным живым существом, с отдельными функциями живого организма или его частями. В древнегреческих текстах души умерших как вихри призраков вылетали из тела погибших «с писком», «щебетанием», выпархивали как птицы. Основываясь на различных мифах о «Psyche», Апулей создал поэму о странствиях человеческой души, жаждущей слиться с любовью. Сюжет состоял в том, что Амур получил в жены царскую дочь Психею, которая должна была до поры не видеть лица своего мужа. Однако она нарушила запрет и ночью, зажигая светильник, увидела его лицо. Амур исчез, и Психея пустилась в странствия в его поисках, проходя множество страданий и испытаний. И только спустившись в царство мертвых за живой водой, она смогла с ним соединиться. В античном искусстве Psyche изображалась в виде бабочки, орла или крылатой девочки. См. рис.5 и рис.6.



Рис.5. Амур и Психея. Картина Ф.Жерара.1798. Париж



Рис.6. Психея. Эрот и Психея. Римская мраморная копия греч. оригинала 2 в до н.э. Капитолийские музеи. Рим.

Долгий период времени мудрецы спорили: является ли душа субстанцией. Представления о душе связывали с дыханием или кровью.

Переживание сна также привело к представлениям о существовании души вне тела и понятию «двойного тела». ¹

С развитием производства и культуры появились чисто материалистические представления о том, что душа - частица природы (Гераклит, VI; Демокрит, V в до н.э.). Врачи из своего опыта, указывали на связь души с мозгом (Алкмеон, Гиппократ, Герофил, Эразистрат, Гален и др. (IV - II вв. до н. э.). ²

Позже Платон (V в. до н.э.) выдвинул гипотезу о том, что душа нематериальна и вечна. Его идеалистическое учение об «идеях», как вечных и неизменных сущностях, образующих незримый, но высший мир, лежащий по ту сторону природы, позволяло ответить на ряд вопросов, касающихся жизни души, непонятный естественникам. Он ввел понятие о частях души: разум, мужество и вождление. Разумная часть души, на его взгляд, причастна к миру идей до своего вселения в тело, поэтому, попав в него, она начинает вспоминать то, что видела до рождения. ³

Его ученик Аристотель (IV в. до н. э.), пытаясь преодолеть этот дуализм написал свой трактат «О душе», в котором занял дуалистическую позицию (в душе есть части и от природы и свыше).

В первые века новой эры мыслители, а позже христиане внесли в понимание души человека религиозную интерпретацию. Душа, по их убеждению, сотворена единым Создателем, который в момент рождения наделяет каждого человека отдельной бессмертной разумной душой, и она независима от материи (*forma separata* по Фоме Аквинскому 1225-1274).

К средним векам стало очевидно, что душа имеет две стороны: божественное (бестелесное, вечное) и естественное (связанное с телом), и с этим пониманием никто не спорил.

Позже в конце средних веков начала развиваться наука (как естествознание) с её жесткими требованиями точной воспроизводимости любого явления, разделения на субъект и объект в процессе исследования, необходимостью признавать реальностью только то, что может быть воспринято через приборы. Психологи, работающие по этим принципам, так в шутку иллюстрируют подобный подход. Исследователь-экспериментатор располагает жучка на предметный столик и стучит по столу: жучок прыгает. В журнале наблюдений делают соответствующую надпись. Затем отрывают одну ножку подопытному и опять стучат по столу, жучок с трудом, но прыгает. Опять делают запись. Затем отрывают все ножки жучку и стучат по столу. Жучок лежит. В журнале пишут: «Без ножек - жук не слышит».

¹ Исследования современных ученых подтверждают наличие «дубля» у человека. См., например, Кастанеда К. Дар Орла. Огонь изнутри. - К., 1993.

² Исследования русских физиологов: И.М.Сеченова, И.П.Павлова, подтвердили этот факт.

³ Новейшие исследования трансперсональной психологии подтвердили этот факт СМ., например, Гроф С. За пределами мозга. . -М.: Изд. Московского Трансперсонального Центра 1993, 504.

Многообразное, сложное, явление души для науки оказалось недоступным Бессмертный, нематериальный аспект человеческого существа – души (связанный с сердцем) - был «отодвинут» на задний план, как непознаваемый. Наука же стала изучать лишь доступный аспект души – связанный с деятельностью мозга, естественно-научными средствами. Эту вторую её сторону и назвали «психика».

Мы рассмотрели сложное, многомерное, явление –«душа», которое является предметом науки психологии. Ещё более сложным и трудно познаваемым является второй слог слова психо-логия греческое слово - Logos (м. род). - одно из основных понятий древно-греческой философии, введенное Гераклитом. Оно имеет много значений: «слово», «предложение», «высказывание», «речь», «смысл», «понятие», «суждение», «основание», «цель», «учение», «значение», «разум», «расчет», «закон» и др., оно означает одновременно и множество иных понятий.

По Гераклиту логос - разумное начало, универсальная осмысленность, ритм и соразмерность бытия, тождественная перво-стихиям (например, огню). Способность познания любого конкретного человека производится из всеобщего логоса, или смысла всей природы.

Сократ использовал понятие логос в значении нормы – как источник и критерий объективного знания.

У Платона: логос – это понятие, отражение какой то идеи (а мир идей - первичен). Причастность духа к миру идей осуществляется посредством логоса, что доказывает бессмертие души.

У стоиков (и частично Аристотелю) логос - единство начал, идеальное начало, определяющее форму или понятие вещей, одновременно и самое материальное начало. Природа - лестница форм, каждая из которой наделена более или менее грубой или тонкой телесностью в каждой из которых и воплощается логос, как живое и в то же время материальное семя, промысел божий.

Христианское понимание понятия "логос" - отождествляет его с Божественной Премудростью, Божественным Словом, с помощью которых Бог творит мир. Поскольку Бог абсолютно трансцендентен, а поэтому непостижим и невыразим, Он осуществляет свою связь с миром через Логос, который есть его Сын - Христос.

Другая трактовка: Логос небесный - аспект Бога, подчиненный ему, который «истекает» в тварной мир в виде «семенных логосов», или «зидительных логосов» (по Максиму Исповеднику), раздробляясь на бесчисленные множества отблесков. Логосы бытия рассеяны по всей твари, отражаются в природе и продолжают осуществлять заложенное в мире божественное повеление производить, творить, умножать и растить. Человеческий разум оказывается отражением вселенского порядка или Логоса.

Никейский собор 325 г. утвердил Символ веры, основные положения христианского вероучения, раскрыл православное учение о Божестве второго Лица Троицы - Бога Сына или Логоса. По этому учению проявления Логоса в тварном мире имеют разные аспекты: логос выражаемый в символах, логос, посеянный в человеке; и процесс отражения Логоса индивидуальными логосами как способ познания.¹

В русских текстах «логос» принято переводить как «наука» или «слово». Уже сейчас многие специалисты отмечают, что русские переводы пренебрегают точным буквальным значением слова «логос», чем на их взгляд обесценивается многозначное его содержание

Эти представления о душе господствовали вплоть до эпохи Возрождения, которая дала веру в безграничные возможности человека, волю, разум, творчество, сделало акцент на важности индивидуального опыта, интеллектуализме, освобождении человека из-под подчинения церкви. Произошло смещение интереса от собственной души (и высшей цели - ее спасения) к изучению и покорению природы. Основные жизненные вопросы (смысл жизни, ценности, мораль, любовь) оказались под клеймом презираемого «ненаучного» мышления. Некоторые аспекты жизни души были объявлены биолого-физиологическими феноменами, которые подчиняются механическим законам, принципиально познаваемым и инструментально исследуемым. Образовался конфликт между верой и знанием. «Для ученых, создавших основы современной науки - Коперника, Кеплера, Галилея, Ньютона, Декарта - наука и религия не исключали, а по-своему предполагали друг друга, ибо в работе вселенского космического механизма Мироздания принимает непосредственное участие Бог, трактуемый разными авторами по-своему, но обязательно у каждого из них присутствующий. Вплоть до второй половины-конца XIX в. в научной литературе присутствовали ссылки на Бога и божественный промысел, что отражало внутренние убеждения ученых, и давало возможность помнить о второй – бессмертной части души. Например, у М.В. Ломоносова наука и религия «суть родные сестры, дочери Всевышнего Родителя».

И только более поздняя «экспансия разума» привела к «выключению» Бога из картины Сущего и заявлениям типа лапласовских о ненужности «гипотезы Бога» для объяснения процессов, происходящих в универсуме».²

Окончательное превращение как отрасли знания о душе в современную науку произошло в эпоху Реформации³ (16 – 17 в.н.э.).

¹ В современной психологии это качество – способность отражать- считается основным системо-образующим признаком понятия психика. См. например Общая психология п.р.Петровского А.В. М.1986










² См.: Краткая история философии. - М., 1997.- С. 280.

³ В широком смысле Реформация –одно из крупнейших религиозных событий всемирной истории 16-17 столетий, затрагивала и политическую и культурную и социальную жизнь Западной Европы. Лютер (1517 г.) с его протестом против католической церкви и язычества привёл к разрушению религиозного единства Западной Европы.

Убеждение ряда философов (Т.Гоббс, Б. Спиноза) в том, что причинность закономерно определяет душевную жизнь, явилось философской базой для использования в новоевропейском познании эксперимента и наблюдения: «знание-сила», - заявил Ф.Бэкон; «мысль, значит существую», - написал Р.Декарт. Математические методы и эксперименты стали применять и к изучению души. Стали появляться соответствующие теории, например, что знания происходят из чувств, (Джон Локк)¹, что духовное - свойство материи (Ж. Ламетри).

Работы Д.Гартли, Д.Юма, позже Дж. Милля представляли душевную жизнь в качестве естественного и механического результата побуждений к представлению, подчиняющихся ассоциативным законам. Крайнюю позицию выразил вульгарный материализм и атеизм Кабаниса: по его представлению душевная продукция (например, мышление) есть продукт мозга, подобно секреции поджелудочной железы.

Начало отделения от философии области знания о душе в отдельную отрасль науки со своим экспериментальным инструментарием, техническими и математическими методами связывают с работами английского философа Спенсера (1820-1903), который в 1855 г. разработал учение о душе, т.е. **психологию**. Он применил закон эволюции к описанию жизни души (теперь уже «психики»), которая живет в ритме развития и разрушения, поскольку в универсуме господствуют антагонистические силы.

Материалисты	Дуалисты	Идеалисты	
 Demokryt (460-360)	 Arystoteles (384-322)	 Platon (427-347)	<p style="text-align: center;">Рис 7. История психологии в трёх направлениях: материалистическом, дуалистическом и идеалистическом (по W. Szewczuk).</p>
 De La Mettrie (1709-1751)	 R. Descartes (1596-1650)	 G. Berkeley (1685-1753)	
 I.P. Pawlow (1849-1936)	 W. Wundt (1832-1920)	 O. Külpe (1862-1915)	

Использование психофизики (Г.Т.Фехнер), применение точного математического аппарата (Герbart) завершили формирование новой науки. Т. н. старая психология заканчивается работами немецкого философа и психолога В.Вундта. Рис. №7

¹ Локк был глубоко верующим человеком, тем не менее, считал необходимым контроль разума над откровениями.

До XVI в. психические явления обозначались термином душа, и считались предметом философии. С прогрессом естественных наук в XVI в. психология, господствовавшая в течение всего средневековья, сменилась новым мировоззрением, в центре которого оказалась идея причинности. Это привело к механистическим пониманиям духовно-психических функций человека в XVIII в. и созданию экспериментальной психологии в XIX. В. Вундтом (1832-1920). Благодаря его работам произошло отделение от философии области знания о душе в отдельную отрасль науки с собственным экспериментальным инструментарием, техническими и математическими методами. Официальной датой рождения психологии как науки считают 1879 год, когда проф. В.Вундт открыл первую в мире лабораторию экспериментальной психологии в Ляйпциге. СМ. Рис № 8

Вильгельм Вундт (16.08.1832, Маннгейм - 31.08.1920, Лейпциг) - немецкий психолог, физиолог и философ. Получил медицинское образование в университетах Гейдельберга, Тюбингена, Берлина (1851-56). С 1874 г. - экстраординарный профессор физиологии в Гейдельберге, с 1875 г. - профессор философии в Лейпцигском университете. Основал здесь в 1879 г. в первую в мире лабораторию экспериментальной психологии, где изучались ощущения, время реакции, образование ассоциаций, внимание, чувства. В 1883 г. основал первый в мире журнал по экспериментальной психологии "Философские исследования".

На основе понимания психологии как науки о непосредственном опыте, открываемом посредством тщательной и строго контролируемой интроспекции (самоанализе) он пытался выделить "простейшие элементы" сознания (ощущения и элементарные чувства) и экспериментально установить основные законы душевной жизни (например, закон "творческого синтеза"). В качестве методологического эталона рассматривалась физиология, в силу чего психология Вундта получила название "физиологической". Но исследование высших психических процессов (например, речи, мышления, воли), по его мнению, должно осуществляться при помощи другого, а именно культурно-исторического метода, основанного, прежде всего на анализе мифов, обрядов, религиозных представлений, языка, что нашло отражение в его 10-томном труде "Психология народов». В решении психофизической проблемы исходил из гипотезы параллелизма.



Рис.8

В.Вундт в центре снимка в своей первой, открытой им лаборатории экспериментальной психологии в Ляйпциге.

Одновременно с выделением психологии из философии произошло разделение и внутри психологии на две науки – физиологическую, естественно-научную (или причинную психологию) - с одной стороны, и «понимающую», описательную или теологическую психологию – с другой (Л.С.Выготский).¹ Второе направление, идущее от философского умозрения продолжало придерживаться идеи, что наука, религия и философия – это три разных способа познания одного и того же – предназначения души человека смысла и цели его существования.

«Понимающая, духовная» психология продолжала развиваться параллельно с естественной-научной психологией в XIX-XX веках (на Западе, это, В.Дильтей, Э.Шпрангер, Э.Шредингер, М.Шелер, В.Штерн, А.Швейцер и многие другие; в России это Л.М.Лопатин, А.И.Введенский, Н.О. Лосский, В.И. Вернадский, Н.Фёдоров, В.Войно-Ясенецкий и др.).

В тот период первое направление (экспериментальная психология) получило большее развитие. Для неё бытие человека (неисчерпаемое и непознаваемое) исследовалось с помощью конкретных материальных средств и инструментов. В отечественной психологии это направление представлено трудами И.М. Сеченова, В.Ф.Чижана, Н.Н.Ланге, Г.И. Челпанова и др. Челпанов - основатель и первым директором Психологического института им. Л.Г.Щукиной писал в 1888 г.: «Хотя психология, как обыкновенно принято определять ее, и есть наука о душе, но мы можем приняться за изучение ее

¹ Выготский Л.С. История развития высших психических функций // Собрание сочинений: в 6-ти т., Т. 3. Проблемы развития психики. – М., 1983. - С. 20 - 23.

«без души», т.е. без метафизических предположений о сущности, непротяженности ее и можем в этом держаться примера исследователей в области физики».¹

Эта позиция, привела к появлению ряда анекдотов в среде психологов о сущности эксперимента без души. Например, рассказывают о том, как проводят психологи изучение психики животных. Взяли жучка, положили его на стол в лаборатории и постучали по крышке стола. Жучок встрепенулся и побежал. Психологи записали этот факт в журнале наблюдений. Затем отрывают ему ножку. Опять стучат по столу, жучок с трудом пополз. Опять записали в журнале. Затем оторвали все ножки, постучали по столу, а он не ползет. В журнале сделали запись: «С оторванными ногами, жук не слышит стук по столу, поэтому не ползёт...»

Эти два направления в психологии развивались по-разному. Первое – экспериментальное - до 50-х гг. XX столетия развивалось более активно, чем второе. В настоящее время приоритет все более склоняется к последнему - духовному. Еще десятилетие назад – психология – трактовалась как наука о закономерностях развития и функционирования психики, как особой формы жизнедеятельности. Предметом науки-психологии называлась психика, как системное свойство высокоорганизованной материи, заключающееся в активном отражении субъектом окружающего мира, в саморегуляции своей деятельности.²

Именно эта неясность и неопределенность базовых понятий в психологии породило кризис в современной психологии. Он возник в 30- г. XX века и продолжается до сих пор. В психологии сформировалось большое число несовместимых и конкурирующих направлений, которые реализовали все возможные версии понимания предмета и метода психологии.

С началом нового тысячелетия стало возвращаться первоначальное определение психологии как учении о душе, и представления о предмете психологии - душе (например, см. учебное пособие. Шабельникова В.К. «Психология души» 2003). Другие современные отечественные авторы избегают определения психика в своих учебниках, или осторожно указывают, что «психика - это общее понятие, обозначающее совокупность всех психических явлений, изучаемых в психологии».³

Если учитывать всю историческую полноту значений двух корней слова *психо-логия*, представленных европейской культурой, то получится, что это область знаний о восприятии и трансляции душой трансцендентных энергий. И она действительно в полноте и сути своей мало доступна изучению научными средствами.

В данном пособии мы будем придерживаться первоначального исторического определения: **Психология – область знаний о душе.**

¹ Там же. - С. 10.

² Общая психология. п.р.А.В.Петровского.1987 г.

³ Р.С.Немов Психология.М.2002 673 стр.; Психология пр В.Н. Дружинина. ПИТЕР. 2000 ¹

Предметом её изучения является - душа. Душа имеет непознаваемую бессмертную природу, но из-за того, что с материальным миром связана через мозг, некоторые её качества доступны для изучения естественно-научными способами. Душа есть и у других существ, кроме человека. Уникальные особенности данного объекта диктуют особые требования к исследователю:

1. Во всех случаях нужно отказаться от жесткого разделения на субъект и объект в процессе познания – другое одушевленное существо не может быть объектом изучения, возможен лишь процесс взаимодействия двух существ, равных перед лицом бесконечности;

2. При изучении глубин бессознательного, трансперсональных переживаний и ряда деликатных тем необходимо отказаться от требования точной воспроизводимости любого явления и от требования признавать онтологической реальностью только то, что может быть воспринято через приборы.

Поэтому набор строго научных методов может оказаться недостаточным при изучении психических проявлений живого существа. Это заставляет исследователей обращаться к поиску и использованию альтернативных методов изучения психики, например, позиции буддийской или православной религиозной психологии.¹ Приведем пример такого использования в сервисологии.

Б.Т. Чувин и Л.И.Сарсон² используют в социальной работе «нестандартные» методы реабилитации. Они провели анализ занятий студентов на курсах массажа и аутотренинга в течение пяти лет в Пушкинском медицинском колледже. Оказалось, что наиболее успешными стали студенты, которые сочетают массаж с аутотренингом, (они делают предварительную психологическую установку на отдых и релаксацию). Это заставило обратиться исследователей и изучению феномена экстрасенсорики (биоэнергoinформационного) взаимодействия. Несмотря на то, что конткретные механизмы, лежащие в основе малоизучены и во многом, как считают исследователи не укладываются в существующие научные представления, они исследователи пришли к выводу, что при экстрасенсорном взаимодействии реализуется как через традиционные сенсорные каналы связи (глаза, уши и др.), так и через пока неизвестные нам каналы биоэнергoinформационных взаимодействий. Через традиционные каналы связи реализуется та самая психологическая компонента (аутотренинг, внушение и др). Задачей исследования стало

¹ Альтернативные – не вписывающиеся в принципы современной науки. См. Налимов В.В., Дрогалина Ж.А.Вероятностная модель бессознательного. Бессознательное как проявление семантической вселенной. //Психологический журнал Том 5, № 6, 1984 -с. 111-120).

² Б.Т. Чувин и Л.И.Сарсон . Психологическая компонента и нестандартные методы реабилитации / сб.

/ сб. реабилитация – компонент устойчивого развития общества. Материалы всероссийской конференции. 4-5 июня 2002. П.р. Свириденко Ю.П. М. 2002. Минобр, МГУс

выяснить за счет чего достигается эффект воздействия (выздоровления больного): за счет психологической компоненты, или за счет экстрасенсорных каналов и механизмов? Исследователи изучают также и другие оригинальные методики коррекции здоровья, среди которых гимнастика тибетских монахов. Они сделали выводы: психика, сознание и мышление человека – играют ключевую роль во всех процессах реабилитации здоровья.

Психология – область знаний о душе. Предметом её изучения является - душа. Душа имеет непознаваемую бессмертную природу, но из-за того, что с материальным миром связана через сердце и мозг может быть исследована в некоторых своих проявлениях, которые называют психика.

2.3. ОБЩЕЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О МЕТОДАХ ПСИХОЛОГИИ. МЕТОД И ЕГО ПОНЯТИЕ В ПСИХОЛОГИИ

В психологии работают те же методы исследования, что и в любой другой научной области. Однако есть и свои особенности, связанные с двойственной природой души, и как следствие невозможностью познания некоторых проявлений человека.

В настоящее время принято делить все методы изучения человека на две большие группы:

Первая группа – это методы, в которых предмет исследования во время изучения совпадает с предметом изучения самой науки-психологии. Ожидаемые результаты - установка важных фактов, открытие наличия закономерностей, обнаружение интимных механизмов психических явлений. Это позволяют сделать наблюдение и эксперимент

Например, приемщица заказов в ателье для своей безопасности должна уметь распознавать с первого взгляда наличие агрессивных намерений клиента, это же самое интересно знать и любому психологу в научных целях.

Вторая группа – это методы, направленные на испытания человека, на выяснение, насколько психические качества испытуемого соответствуют уже ранее выявленным психическим нормам и стандартам (это другая цель исследователя, чем в выше описанных методах - наблюдении и эксперименте). Во втором случае, проводится тестирование – (испытание).

Например, руководство автосервиса имеет проблему с текучестью кадров среди приёмщиков заказов. Причина известна: неумение профессионально вступать в психологический контакт с клиентами. Поэтому принято решение: всех претендентов на эту должность сначала тестировать, и принимать только тех, кто показал хорошие результаты.

Рассмотрим более подробно эти две группы.

Первая группа. При применении метода **наблюдения** к человеку, проявляется особенность исследователя – субъективизм. Результаты наблюдения в большой мере оказываются зависимы от личности наблюдателя, его установок, и отношения к наблюдаемому и поэтому практически никогда не могут быть полностью объективными. Поскольку эти качества также относятся к сфере психологии, его используют как отдельное явление - в виде метода «самонаблюдения», где сам субъективизм и исследуется.

Различают простое (обычное), и включенное наблюдение (когда анализ делают как бы изнутри). Другая разновидность наблюдения – психологический анализ продуктов деятельности, где объектом изучения становятся психические процессы, реализующиеся в процессе действий и формирующие некий продукт деятельности. Перед проведением **эксперимента** сначала исследователь готовит условия, в которых некий психический факт, по его гипотезе может изменяться в ожидаемом направлении. Большим удобством эксперимента является то, что он может быть неоднократно повторен, для всестороннего рассмотрения изучаемого явления и последующих прогнозов. Большим недостатком эксперимента является легкость сдвигания к желанию начать относиться к испытуемому как неодушевленному объекту.¹

Различают естественный эксперимент, участники которого не знают о своей роли испытуемых, и лабораторный эксперимент. Во втором случае работа обычно проводится в специально оборудованных помещениях на испытуемых, которые добровольно участвуют в эксперименте (хотя они могут и не знать об истинном назначении эксперимента).

Лабораторный эксперимент – проводят в особых условиях, используя специальную аппаратуру, при этом действия испытуемого определяются инструкцией. Испытуемый знает, что его исследуют, но не знает, что именно и с какой целью. Лучше всего лабораторный эксперимент подходит для моделирования некоторых психологических сторон каждодневной обычной деятельности. Например, для изучения возникновения стресса у летчика, его помещают в экспериментальную ситуацию, наблюдая за тем, как он будет реагировать на приборы).

Естественный эксперимент исключает напряжение испытуемого, возникающего при прямом контакте с исследователем, когда возникает оценочная ситуация для испытуемого. Поэтому его проводят во время урока, беседы, игры (психолого-педагогический эксперимент изучает познавательные способности, особенности научения и др.).

Вторая группа. **Тест** – это кратковременное задание, выполнение которого может служить показателем совершенства некоторых психических функций. Выявляют наличие или отсутствие определенных способностей, навыков, умений, которые наиболее точно характеризуют некоторые

¹ В нацистской Германии широко применялись антигуманные эксперименты на людях.

качества личности. Например, тестирование удобно для выявления степени пригодности для какой-нибудь работы.

Диагностическая ценность теста зависит от того, как он был сконструирован, была ли проведена большая предварительная экспериментальная работа, насколько тест надежен, достоверен, и др. Рис. 9.



Рис. 9.

Тестирование при приёме на работу.

В психологии условно делят все методы на две большие группы: исследования в русле академической психологии и практики и тестирование с целью испытания на пригодность

2.4. КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МЕТОДОВ ПСИХОДИАГНОСТИКИ.

Психодиагностика –от греч. psyche - душа + diagnosis - распознавание. Область исследований, связанных с количественной оценкой и точным качественным анализом психологических свойств и состояний человека при помощи научно- проверенных методов, дающих достоверную информацию о них. ¹ Психодиагностика принципиально отличается от обычного исследования. Для примера: обычный психолог-исследователь ищет неизвестное в исследуемом, а психодиагност, напротив, ищет известные закономерности в «неизвестных» обследуемых.

¹ Р.С.Немов Психология.М.2002 673 стр.

Есть сведения о применении психодиагностических испытаний с III тыс. до н.э. в Древнем Египте, Китае, Древней Греции. Собственно научная психодиагностика начинается с конца XIX в., когда в 1884 г. Ф. Гальтон стал проводить обследования людей по выраженности у них частных характеристик восприятия, памяти.

Ф. Гальтон (16.02.1822 - 17.01.1911,) - английский антрополог и психолог, один из основателей евгеники и дифференциальной психологии. Окончил медицинский факультет Кембриджского университета. Путешествовал по Африке и Испании. Почетный доктор Оксфордского и Кембриджского университетов. Опираясь на принципы эволюционной теории Ч. Дарвина, который приходился Гальтону двоюродным братом, развивал мысль о наследственной обусловленности индивидуально-психологических различий между людьми. Считал, что может быть искусственно выведена особая раса людей, особо одаренных и в умственном, и физическом плане, что было началом науки евгеники. Автор многочисленных докладов по вопросам феноменологии восприятия, способности к визуализации представлений, ассоциативных способностей, свободной воли, одаренности и гениальности. Сам он его современниками относился к гениальным людям - его интеллектуальный уровень достигал уровня 200 %. Методы. В книге "Исследование человеческих способностей и их развитие" сформулировал основные принципы психологического тестирования. Изобрел ряд приборов и экспериментальных процедур метод близнецов, метод анализа образной памяти, ассоциативный метод, изучение образной памяти). В своих исследованиях широко применял экспериментальные методы и методы математической обработки. Одним из первых проводил корреляционные исследования психических процессов. Разработал принцип факторного анализа.

В начале XX в. французский психолог, один из основателей тестологии - А. Бине (11.07.1857- 18.10.1911) приступил к разработке методов диагностики умственного развития и умственной отсталости. - А. Бине в 1889 г. основал совместно с Henri Beaunis в Сорбонне первую во Франции лабораторию экспериментальной психологии, в которой позже стал директором. В начале XX в. совместно с Т. Симоном приступил к созданию тестов уровня умственного развития детей, обобщившие их разработки по изучению памяти, внимания, мышления. Ввел понятие умственного возраста, как уровня интеллектуального развития. По мнению Бине, этот уровень не зависит от обучения, а определяется лишь генетическими факторами.

Другое базовое понятие психодиагностики - коэффициента умственного развития (IQ) ввел В. Штерн (29.04.1871 27.03.1938) - немецкий психолог, основатель "персоналистической психологии". В. Штерн делал попытку интегрировать естественные и гуманитарные науки, рассматривая мир как иерархию личностей (взрослый, ребенок, животное, растение, кристалл).

С этого же времени стали создаваться и первые проективные методы, предназначенные для анализа личности (К.Г.Юнг, Г.Роршах), достигшие - в силу активного развития психотерапии и психологического консультирования - своего апогея в конце 30-40-х гг. 26.07.1875,

Швейцарский психолог и психиатр, создатель аналитической психологии. К.Г. Юнг (26 .07.1875- 6.06.1961). Работая с Блейлером, создал методiku ассоциативного эксперимента. Его аналитическая психология основана на анализе сновидений, бреда, шизофренических расстройств. Использовал аналогии из мифологии. В результате многолетних клинических исследований Юнг пришел к заключению, что в психике человека существенную роль играет не только индивидуальное, но также и коллективное бессознательное, содержание которого представлено архетипами, унаследованными от предков. Предложил типологию характеров на основе двух признаков: по ориентированности установки (экстраверсия - интроверсия) и по доминирующей функции (мышление, чувство, ощущение или интуиция).

Роршах - (1884 - 1922) - швейцарский психиатр, создатель проективного теста цветных пятен, получивший его имя. В 1919 г. стал вице-президентом швейцарского психоаналитического общества. Занимался психологией религии.

С 40-60-х гг. активно создаются личностные опросники.

Психодиагностика включает в себя разработку требований к измерительным инструментам, конструирование и апробацию методик, выработку правил обследования, обработку и интерпретацию результатов. В основе психодиагностики лежит **психометрика**, занимающаяся количественным измерением индивидуально-психологических различий и использующая такие понятия, как репрезентативность, надежность, валидность,

Надежность измерения - характеристика экспериментального исследования. Это воспроизводимость результатов измерения в аналогичных условиях, количественно выражаемая с помощью корреляции результатов начальных и повторных измерений. Зависит от объективности экспериментатора, надежности измерительной аппаратуры и отсутствием неконтролируемой вариабельности исследуемого свойства.

Валидность теста. Происходит от англ. valid - имеющий силу и test - испытание. Психометрическая характеристика теста. Действительная способность теста измерять ту психологическую характеристику, для диагностики которой он заявлен. Количественно валидность теста может выражаться через корреляции результатов, полученных с его помощью, с другими показателями, например, с успешностью выполнения соответствующей деятельности. Обычно различают содержательная валидность; валидность по критерию, или эмпирическая; понятийную, или конструктивную валидность.

Репрезентативность – соответствие тестовых норм выборки стандартизации тестовым нормам той популяции, на которой применяется тест (если мы изучаем личностные качества парикмахеров, то должны выбрать для исследования именно типичных парикмахеров, а не выпускников или самоучек).

Предмет любого психодиагностического исследования – структура субъекта и процессы его взаимоотношений с миром. Поэтому в психодиагностике различают следующие предметные разделы:

1. Принципы построения психодиагностических инструментов (конкретных методик, тестов и др.) и формулирования заключений (методологические, теоретические, конкретно-методические);

2. Методы и конкретные методики наиболее универсальных объектов психодиагностических обследований (черты личности, способности, мотивы, сознание, межличностные отношения и пр.)

3. Дифференциальная психометрика как математизированная методология обнаружения межиндивидуальных различий;

4. Нормативные требования к методикам, их разработчикам и пользователям.

Условно можно разделить психодиагностику на две ветви: теоретическая и практическая. По меткому сравнению психологов, Практическая диагностика относится к теоретической, как же, как инженерная эксплуатация техники к её разработке и конструированию.

Теоретическая психодиагностика - раздел психологического знания, формирующийся на стыке фундаментальных отраслей психологии с практическими запросами жизни.¹ Научность её базируется на знании принципов строения и природы диагностируемых качеств, на знании закономерностей процесса диагностики, и характеристик ее инструментов. Теоретическая психодиагностика связана с а) предметной областью психологии (психологией личности, характера и пр.), б) психометрикой (наукой об измерениях индивидуальных различий в диагностируемых переменных) и в) практикой использования психологического знания.

Психодиагностика как практика - это собственно «практика постановки психологического диагноза». Причем термин «диагноз» понимается как распознавание любого отклонения от некоего «нормального» функционирования или развития, и даже как определение состояния конкретного объекта (клиента, малой группы и пр.). Практическая психодиагностика дает свод своих правил и инструментов, учет ситуации при замерах, (например, таких, как мотивацию клиента).

Интерпретация полученных при помощи тех или иных психодиагностических методов данных может осуществляться на основе использования двух критериев: 1. При сравнении с нормой или эталоном, в качестве которого могут выступать представления о непатологическом

¹ Общая психодиагностика. П.р. А.А.Бодалева и В.В. Столина. МГУ. 1987

развитии; или 2. Сравнении с социально-психологические нормативы, с последующим заключением о наличии или отсутствии определенного признака; при количественном сравнении с группой с последующим заключением о порядковом месте среди других.

К сожалению, понятие нормы и патологии в современной науке более носит статистический характер (поведение как у большинства). Норма – (лат.-norma) руководящее правило, начало, образец. Нормативы – это поэлементно составляющие нормы, характеризующие степень использования ресурса. В сервисной деятельности также применяются эти понятия, (социальные, технико-экономические, финансовые нормативы ¹). Однако в приложении к человеку понятие норма не имеет столь однозначного значения. Э. Фромм ² по этому поводу пишет, что термин «нормальный» человек может быть определен двумя способами. Первый - с точки зрения функционирующего общества, способен ли играть этот человек в нем социальную роль, которую ему отвели (необходимая данному обществу работа, в т.ч. способен принимать участие в воспроизводстве общества - создать семью). И второй - с точки зрения индивида – здоров ли, счастлив ли и имеет ли максимум развития?

Ни одно общество не может максимально предложить ему счастье и развитие. Но всегда есть разрыв между задачами норм функционирования общества и полным развитием каждой личности. Поэтому все теории - делятся на две группы – одни за общество, другие за человека (его ценности и потребности).

Часто это не учитывают и считают, что показатель нормы – хорошая приспособленность. К сожалению статистика говорит, что хорошее приспособление идет за счет жертв здоровья (хорошо нам знакомые трудоголики во имя работы отказывают себе во времени для отдыха).

Видя странное поведение клиента мы не знаем, может быть он кажется нам неадекватным, потому что выбрал не общественные нормы, а решил проверить насколько он силен в отстаивании своих прав, позиций и пр.

Психодиагностика имеет свои цели и задачи в различных сферах деятельности (профессиональная; медицинская, производственная, педагогическая, социальная, экспертная и другие.). Обычно частная психодиагностика прямо связана с какой-нибудь профессией. В данном пособии рассматривается психодиагностика в сервисной деятельности.

В последние годы термин психодиагностика используют в разных вариациях: стали популярны такие понятия как экспресс-диагностика, акцентируя внимание на ее направленность на «выраженные (экспрессивные) проявления человека и на получение данных «здесь и сейчас», без длительной

¹ См, Колгушкина А.В. Панфилова Н.В. Место нормативов в регулировании развития социальной сферы / сб. Социальная сфера: проблемы развития в современных условиях. М. 2001.

² см. Э. Фромм . Бегство от свободы. Давиджест. М.1990.

обработки и анализа результатов. Другое новое понятие в практической психологии – популярные тесты (их уровень достоверности и валидностик, как правило несколько ниже, чем у строго научных методик).

Рассмотрим общую характеристика психодиагностических методов:

1. Они позволяют собрать диагностическую информацию быстро;
2. Они дают информацию не вообще о человеке, а выборочных качествах;
3. Полученную информацию можно качественно и количественно сравнивать с другими людьми;
4. Полученный результат дает возможности для прогнозов поведения, состояния и пр.

Итак, психодиагностика – процесс постановки диагноза о выраженности того или иного психологического качества.¹ Л.С. Выготский выделял три уровня психологического диагноза: эмпирический (чувственный опыт), этиологический (причинный) и типологический (образец). Первая составная - чувственный опыт нередко присутствует при экспресс-диагностике другого человека по тем сигналам, которые мы получаем в непосредственном общении с человеком. Причинная составная более обнаруживается во время классического психологического исследования, которое и бывает направленно на нахождение причинно-следственных связей в проявлении свойств или черт человека от определённых условий.

Из трех указанных частей психологического диагноза наиболее важна в сервисной деятельности - способность интуитивно с первой встречи понять другого человека (его потребности и намерения). Можно предположить, что в сферу сервиса часто идут работать именно такие талантливые люди. С другой стороны данная эмпирическая составляющая психодиагностики – тренируется. Нередко можно слышать от опытных пожилых сотрудников, что они с первого взгляда на человека уже знают, какого поведения от него ждать.

Психодиагностика – процесс постановки диагноза о выраженности того или иного психологического качества.

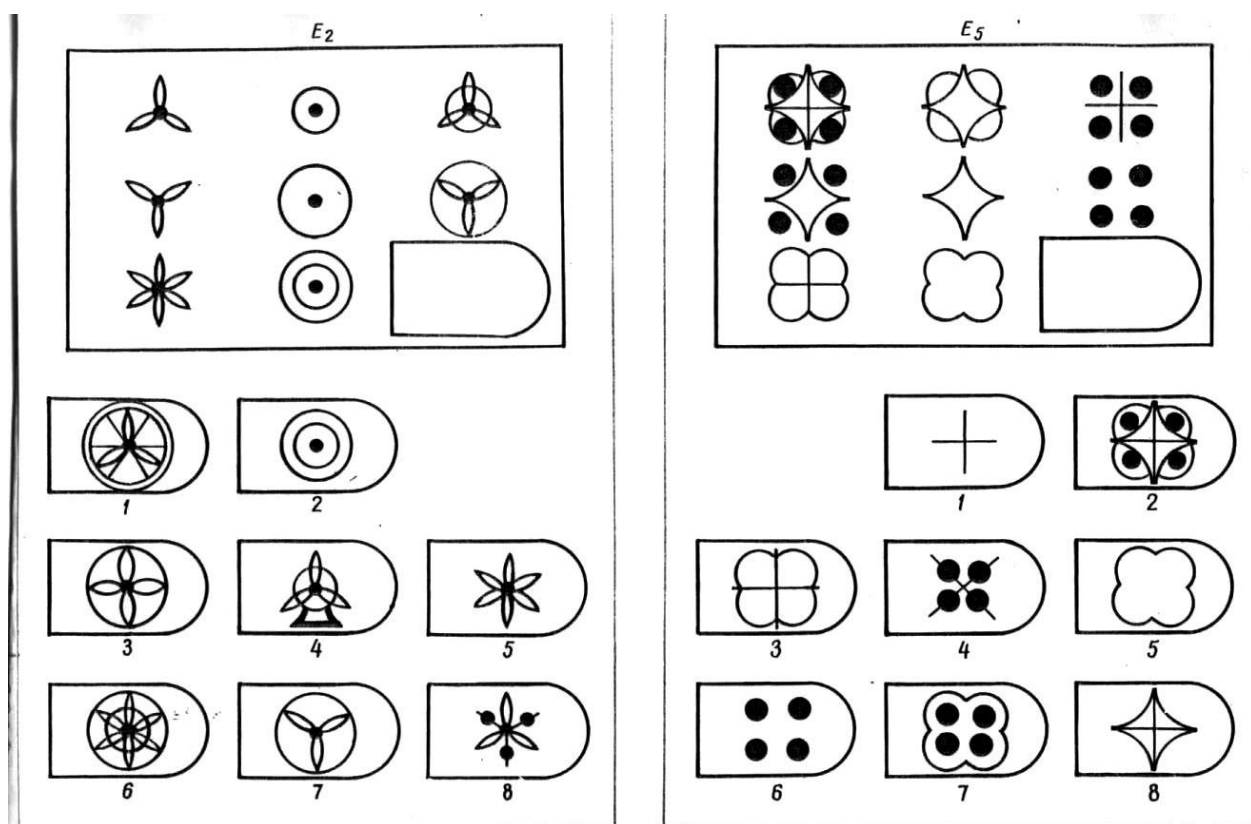
2.5. КЛАССИФИКАЦИИ МЕТОДОВ ПСИХОДИАГНОСТИКИ.

Классификация психодиагностических методик можно делать по разным критериям, укажем некоторые из них

1. Критерий наличия правильного ответа или его отсутствия в заданиях (Рис. №.10 Прогрессивные матрицы Равена); либо на задания,

¹ В социальном сервисе, консалтинге и т.д. , психологу-профессионалу приходится, прежде чем приступить к традиционной психодиагностике сначала ставить патопсихологический диагноз.

относительно которых правильных ответов не существует («Тест незаконченные предложения»)



Рассмотрите поочередно таблицы и, исходя из принципа построения рисунка в больших верхних прямоугольниках, выберите одну из деталей, которая бы заполнила свободное место в большом прямоугольнике

Рис. №10

Пример теста на исследование интеллекта. Субтесты из Прогрессивных матриц Равена

2. Критерий использования слов (вербальные, т.е. и невербальные, т.е. не требующие слов (моторные, и образные). Например, Прогрессивные матрицы Равена,— невербальный, тест «Незаконченные предложения» – вербальный)

3. Критерий методического принципа, который лежит в основе приёма: тесты-опросники, проективные тесты, шкалы и т.д.;

4. Критерий открытости ответа («открытые» опросники не имеют стандартизованного ответа, а «закрытые» - предполагают ответы для выбора, типа «да», «нет» или 1,2,3...).

5. Критерий типа процедуры (самостоятельная работа испытуемого или диалогическая техника, в которой информация берётся из беседы с психодиагностом .

6. Критерий качества средств для процедуры (аппаратурные методики, бланковые тесты и пр.)

Мы привели только несколько критериев из множества для классификации методов психодиагностики.

Дадим более развернутую характеристику основных психодиагностически методик:

1. **Тесты интеллекта.** Происходит от англ. test - испытание, исследование. Служат для определения уровня и особенностей интеллектуального развития индивида. При помощи подобных тестов могут диагностироваться как общий уровень интеллекта, выраженный количественным образом (Шкала Станфорд - Бине, Тест Р.Кеттела, Прогрессивные матрицы Равена, так и особенные, достаточно независимые друг от друга интеллектуальные факторы Шкала Векслера, Тест Р.Амтхауэра).Рис. 11

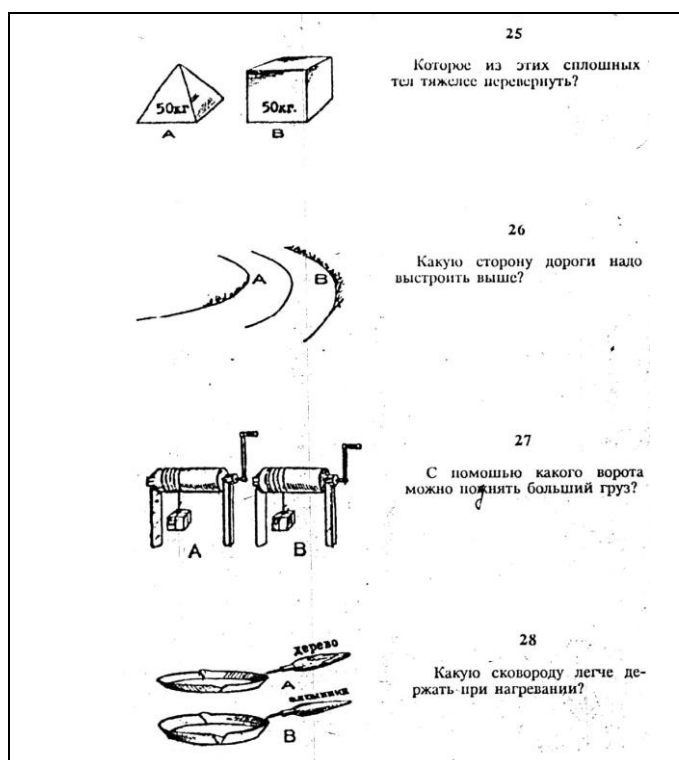


Рис. 11

Пример заданий на «техническую понятливость» Беннета.

2. **Тесты достижений** служат для выявления учебных или профессиональных знаний, умений и навыков, включающие в себя решение задач, имеющих учебное или профессиональное содержание. Их использование обосновано при отборе, аттестации, экзамене.

3. **Тесты способностей** служат для определения уровня развития общих и специальных способностей, которые определяют успешность учебной и профессиональной деятельности. Виды тестов способностей:

4. **Тесты креативности** служат для определения уровня и особенностей интеллектуального развития индивида. При помощи подобных

тестов могут диагностироваться как общий уровень интеллекта, выраженный количественным образом (Шкала Станфорд - Бине, Тест Р.Кеттела, так и особенные, достаточно независимые друг от друга интеллектуальные факторышкала Векслера, Тест Р.Амтхауэра).

5. **Тесты специальных способностей** (математических, художественных, музыкальных, спортивных). Тесты специальных способностей часто объединяются в батареи, как например тест GATB (General Aptitude Test Battery), предназначенный для профессиональной ориентации и профессионального отбора в армии и государственных учреждениях США.

6. **Критериально-ориентированные тесты** (происходит от греч. kriterion – признак), на основании которого производится оценка.

7. **Тесты достижений**, в основу которых положена оценка практического достижения человека в тех или иных видах деятельности.

8. Психодиагностические методики, направленные на выявление степени овладения индивидом той или иной **учебной или профессиональной** деятельностью. Критерием в них выступает владение вполне определенными знаниями, умениями или навыками. Для оценки индивидуальных результатов используется не сравнение индивидуальных результатов со статистическими нормами, а констатация наличия или отсутствия определенного психологического компонента в общей структуре оцениваемого действия.

9. Опросники для выявления **интересов**,

10. Опросники для выявления **ценностных ориентаций** личности;

11. **Проективные методики** диагностики установок, отношений, предпочтений, страхов; слово происходит от лат. projectio - бросание вперед и англ. test - испытание, исследование. Впервые использованы Э. Крепелином в виде методики свободных ассоциаций. Тесты, служащие для определения личностных особенностей при помощи фиксации реакций на неопределенные и многозначные ситуации. В качестве неопределенной ситуации могут выступать сюжетные картинки, которые надо проинтерпретировать (ТАТ), незаконченные предложения (тест Розенцвейга), чернильные пятна (тест Роршаха).



Рис. 12

Пример стимульного материала из проективного теста ТАТ Мюррея.

Ответы на задания проективных тестов допускают очень широкий диапазон значений, поэтому очень большую роль при интерпретации играют качественные заключения психолога, который рассматривает эти ответы как **проекция** на неопределенные ситуации устойчивых особенностей индивида. (рис. 12)

12. **Психофизиологические методики** измерения свойств нервной системы (работоспособность, темп деятельности, переключаемость, помехоустойчивость и др.);

13. **Малоформализованные методики** (беседа, контент-анализ, наблюдение)

Классификаций методов психодиагностики существует множество, всё зависит критерия, положенного в основу.

2.6. УРОВНИ ПСИХОДИАГНОСТИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Психодиагностическое исследование имеет разные уровни. Область нацеленности на уровень зависит от мировоззрения психодиагноста и его задач. В первой главе мы показали, что в современном человеческом знании не существует единого взгляда на человека – его структуру, строения- как целого неразделимого единого существа- подобного микрокосмосу. Поэтому различные гипотезы о его многоуровневости лишь отражают разные попытки заглянуть в тайну человеческого бытия. Напомним из истории психологии, что наиболее перспективным для её развития оказался дуальный взгляд на человека- как соединяющего в себе биологическое и социальное. В

последние десятилетия становится более популярной трехуровневая структура человека. Однако – это не завершённая модель. Кроме трёхуровневой иерархии человека в альтернативной психологии (например, в трансперсональной, в буддийской психологии и др.) широко распространено представление о семиуровневой структуре человека. В настоящем учебном пособии мы остановимся на более распространённой – трёхуровневой модели. Определения уровней позаимствованы у (А.Петровского, 1987).

Рассмотрим основные понятия (независимые психологические категории) трёхуровневой модели человека.

Интраиндивидуальная подсистема Первый (нижний уровень) - индивид – (от лат. **Individuum** – неделимый) - это потенциально человек. В этом понятии воплощена родовая принадлежность Человек рождается уже человеком, принадлежит к человеческому роду (в отличие от животного – где новорожденный - особь). Индивидом считают и новорожденного, и идиота, и представителя дикого племени, и нас с вами. Индивидуальность - это сочетание психологических особенностей человека, составляющих его своеобразие, его отличие от других людей. Личность каждого человека неповторима в своей индивидуальности. Современная психодиагностика располагает методами измерения индивидуальных различий. Отметим, что данная подсистема не является культурно обусловленной, поэтому большинство методик этой группы приложимы практически к любой популяции¹:

Некоторые методы измерения характеристик индивида : Шкальная техника замера состояния (Самочувствие, Активность Настроение), тесты-опросники на выявление свойств темперамента, конституциональных черт, особенностей типа нервной системы; тест-опросник Стреляу; Тест-опросник Айзенка; Тест музыкальной одаренности Сишора; массачусетский тест слухового восприятия; Тест технического понимания Беннета; GATB (тест общих способностей); Тест Р.Амтхауэра; Тест Векслера и др.

Интериндивидуальная подсистема Второй – социальный уровень - личность – системное социальное качество, которое приобретает индивид в предметной деятельности и социальном общении. Эти отношения – внешнее для субъекта.

Некоторые методы исследования личности и межличностных отношений: Тест Роршаха, Цветовой Тест Люшера; Тест-опросник 16 рf Кеттелла; патохарактерологические опросники (MMPI , ПДО и др); список личностных предпочтений (EPPS); «Тест мотивации к достижению (А.Мехрабиана); IPAT (личностный тест юмора); Тест юмористических фраз; социометрический тест Морено;

Метаиндивидуальная подсистема Третий – трансперсональный уровень - Душа - имеет непознаваемую бессмертную природу, бестелесна. Из -за того,

¹ Классификация методов по уровням даётся автором условно.

что с материальным миром связана (у человека - через мозг и сердце), некоторые её качества доступны для изучения естественно-научными способами. Душа есть и у других существ, кроме человека.

Методы измерения душевных проявлений: Ассоциативный эксперимент К.Юнга; Метод рисования Мандал К.Юнга; проективные рисуночные тесты «Дерево», «Семья» В.Хьюлса, «Человек» К Маховера, «Несуществующее животное», Геометрический тест Делингера; Проективный тест на фрустрацию Розенцвейга, ТРР (техники репертуарных решеток); шкала Я-концепции Пирса-Харриса, Я-образа (контрольный список прилагательных, Q- классификация В. Стефансона, семантический дифференциал Ч.Осгуда , Контрольные списки , Шкала самоуважения Розенберга; Тест 20 утверждений на самоотношение (Клипп М., McPartland Т., 1954), Методика управляемой проекции Столина В, методы измерения локус-контроля, «Тест Лиу» Дж. Лиггетта (измерение системы самооценок), Тест Зонди и др.

Психодиагностическое исследование – многоуровневое. Существуют представления о двух, трех и семи уровнях . Наиболее популярное – трехуровневое - интраиндивидуальная подсистема, интериндивидуальная подсистема и метаиндивидуальная подсистема.

2.7.ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ПОВТОРЕНИЯ ТЕМЫ

1. Дать определение понятию «метод»?
2. Раскрыть основной метод научного познания?
3. Охарактеризовать предмет психологии?
4. Охарактеризовать научные методы познания в психологии?
5. Дать определение понятия «психодиагностика».
6. Чем психодиагностика отличается от обычного психологического исследования?
7. Охарактеризуйте методы психодиагностики.
8. Охарактеризуйте уровни исследования в психологии.

2.8 ПРАКТИКУМ КО ВТОРОМУ РАЗДЕЛУ

ТЕСТ- ЗАДАНИЕ ДЛЯ РАБОТНИКОВ СЕРВИСА «ЧТО ДЕЛАТЬ, КОГДА УСТАЛ?».

Вы –заведующий отдела снабжения в автосервисе. Конец рабочего дня. Вам предлагают или сегодня после работы, или завтра поехать на встречу и

провести сложные переговоры с поставщиками. Вы знаете, что переговоры потребуют от Вас умственных усилий и сообразительности.

Психологи предупреждают, что нужно внимательно следить за собой при приближении той степени утомления, которая может привести к стрессовым явлениям и неэффективным переговорам. В этих состояниях существенно понижается сообразительность.

Заполните тест и примите решение, следует ли Вам ехать сегодня на переговоры или лучше перенести их на завтра.

Популярный тест на сообразительность

1. Каждый месяц заканчивается на 30 –е или 31 –е. В каком месяце есть 29 число?
2. У Мухаммеда 10 овец. Все, кроме 9-й сдохли. Сколько осталось?
3. Вы пилот самолёта, который летит из Гаваны в Москву с посадкой в Париже два раза в неделю. Сколько лет пилоту?
4. Может ли муж жениться на сестре своей вдовы?
5. Вы входите в незнакомую темную комнату, в которой поочередно стоят керосиновая лампа, свеча и газовая лампа. Что вы зажжете вначале?
6. При раскопках археологи нашли монету, датированную трехтысячным годом до н.э. Возможно ли это?
7. Отец и сын попали в катастрофу. Отец погиб, а сын попал в больницу. Вдруг в палату входит хирург и говорит:» да это же мой сын!». Возможно ли это?
8. Горело 10 свечей. Из них погасили 6. Сколько осталось свечей?
9. Из Санкт-Петербурга в Москву вышел поезд. Навстречу ему из Москвы в Санкт-Петербург вышел поезд со скоростью в два раза больше. Какой из поездов будет дальше от Москвы в момент встречи?
10. Сколько девяток в ряду цифр от 1 до 100?
11. На руках 10 пальцев. Сколько их на 10 руках?
12. Профессор лег спать в 8 часов вечера и завел будильник на 9 часов утра. Сколько он проспит?
13. Сколько зверей взял Ной на свой ковчег?
14. Врач назначил три укола через полчаса каждый. Через сколько часов будут сделаны все уколы?
15. Есть ли 7 ноября в Австралии?
16. На руках 10 пальцев. Сколько их на 10 руках?
17. Ночной сторож умер днем. Будут ли ему платить пенсию?

(Ответы: 1. – «В каждом»; 2.-«9»; 3.-«Столько, сколько Вам»; 4-«Нет»; 5 – «спичку»; 6 –«Нет, тогда не было денежных отношений»; 7 – «Да, хирургом была мать»; 8 –«6, остальные сгорели»; 9 –«На одинаковом»; 10.-«одна»; 11. – «50»; 12- 1 час; 13 – «по паре»; 14 –«через час»; 15 – «есть»; 16 –50; 17 – «нет, так как он умер»)

Результаты можно узнать из таблицы:

0-1	Крайняя степень утомления, необходим сон
2-3	Не способен мыслить, нужен немедленный отдых
4-6	Настоятельная рекомендация больше сегодня не работать
7-9	Нужны существенные усилия, чтобы продолжать работу
10-12	Почти нормальная работоспособность
13-14	Нормальная работоспособность и сообразительность
15-16	Прекрасное физическое и умственное самочувствие
17	Вы на подъеме

ТЕСТ- ЗАДАНИЕ ДЛЯ РАБОТНИКОВ СЕРВИСА «СПРАВИТЕСЬ ЛИ ВЫ С ПОДЧИНЕННЫМИ»

Вы - без работы, у вас техническое образование. Вам позвонили знакомые и предложили место руководителя небольшой группы агентов рекламы нового центра по ремонту бытовой техники. Предложение заманчивое, но Вас смущает, сможете ли Вы руководить другими, до этого у Вас не было подобного опыта. Вы открыли учебник по диагностике и нашли Психометрический тест С.Деллингера. Он позволяет:

- *Мгновенно определять тип личности;*
- *Дать характеристику качеств и особенностей поведения;*
- *Составить сценарий типичного поведения в типичных ситуациях.*

Посмотрите на пять фигур - квадрат, треугольник, прямоугольник, круг, зигзаг (рис № 13.), изображенных на листе бумаги. Выберите из них одну, которая больше всего понравилась.

Прочтите характеристику.

Примите решение, согласитесь ли Вы принять предложение стать руководителем.

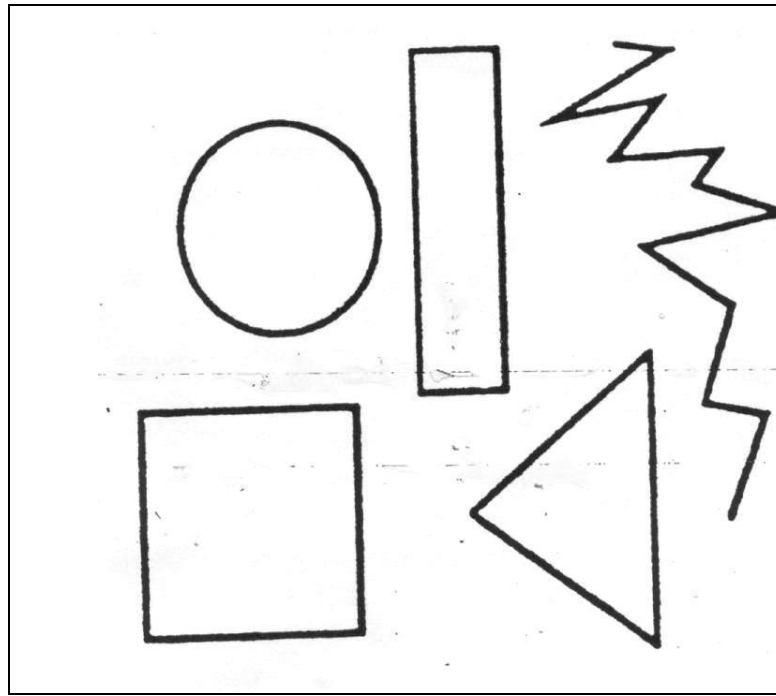


Рис. 13
Фигуры Деллингера

Если вы выбрали квадрат, то вы организованы, трудолюбивы, упорны, терпеливы, хороший исполнительный директор, так как осторожны.

Если вы выбрали треугольник, то вы лидер, можете успешно рисковать, уверенный в себе, энергичный, хотя и иногда самонадеяны.

Если вы выбрали круг, то вы гармоничная личность, миротворец, хороший коммуникатор, хотя и не склонны к руководству и решительным действиям.

Если вы выбрали зигзаг, то для вас творчество на первом месте, и в этом вы плодотворны, поэтому вас трудно организовать и проконтролировать

Ответ в конце книги.

РАЗДЕЛ 3. ЛИЧНОСТЬ РАБОТНИКА СЕРВИСА ПОНЯТИЕ ЛИЧНОСТИ В НАУКЕ.

Понятие личность – очень сложное, потому что оно отражает целостное человеческое бытие в окружении многообразного мира. Именно это имеют в виду, когда сравнивают человека с микрокосмосом, который так же как и как Большой Космос - непостижим. Лишь некоторые аспекты и стороны человека могут поддаваться научному изучению, результатом которого появится некая схема, лишь одной гранью отражающая сущность явления личности.

Понятие **личность** (persona) в древней Греции – означала исходно **маску**, или роль, исполнявшуюся актером древнегреческого театра. Это понятие **не относилось к человеку**. Для человека эллинистическая мысль в те времена не имела подходящего выражения, греческий язык Платона и Плотина для обозначения человеческой индивидуальности использовал понятие «каждый». Рис. 14.

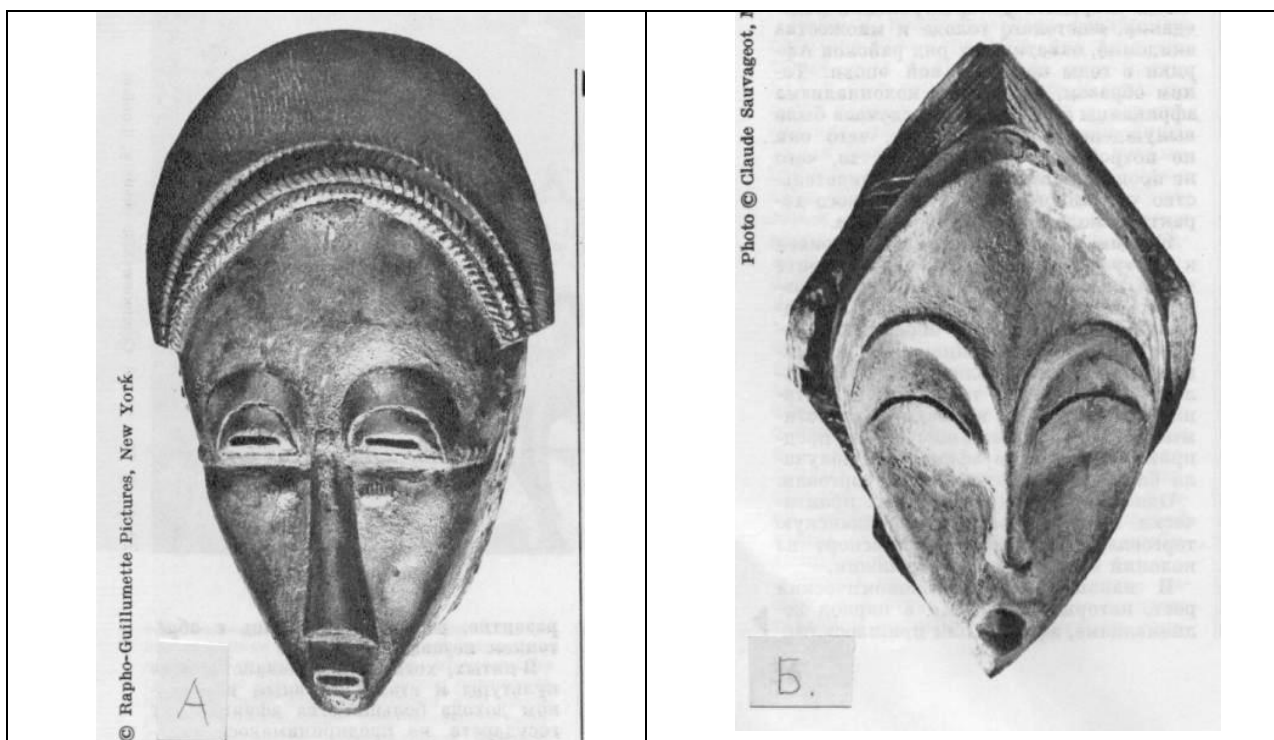


Рис. 14

Маски в Африке также связывались с богами, и их использовали колдуны. а) маска, изображающая создателя мира; б) маска народа фанг, Габон

Впервые задумались о содержании человеческой сущности - христиане первых веков нашей эры. Каппадокийцы в борьбе с арианами при выяснении разницы между сущностью и ипостасью, впервые использовали **слово личность** (близко к в современному пониманию). Слово использовалось не в смысле современного персонализма, а в смысле - лица, ипостаси. «Отцы церкви» дали человеческой ипостаси божественное обоснование, выработали

понятие «бытия в себе», что соотносится с современными определениями в современном психологическом словаре. Ипостасно-ориентированное понимание человека как личности неотделимо от богословской антропологии с нюансами понимания духа, души и тела.

Христианское понятие личность было столь близко к центральному, сердцевинному в религии, что эллинами воспринималось «как безумие» (1 Кор). Соответственно, оно не нашло себе места в базовых категориях европейской мысли, из которой произошла наука. Современные ученые отмечают, что до настоящего времени в науке (философии и психологии) нет определенного четкого понятия личность. В современной психологии существует более 100 определений этого понятия. В настоящее время о нем известны только его главные комплексы: личность есть нечто суверенное, самостоятельное и не может управляться чем-то внешним; ее смысл и ценности онтологически¹ полностью явлены, предельно открыты; личности свойственна «наделённость» энергиями и «самодвижность», способность к активности и многообразным проявлениям.

Идея личности есть идея реальности, находящейся в особом процессе становления или претворения. Она описывается не тем, чем является человек, а тем, чем он стремится стать (залог долженствования). Понятие индивидуальность и личность разделены онтологическим отстоянием: личность выступает как задание, как искомое для индивидуальности - «предличности». Примером искомого есть личные отношения человека с Богом.²

В истории психологии есть много путаницы в подходах к данному понятию. Часто термин личность употребляют применительно ко «всему человеку» (антропологический аспект), иногда как синоним «сознанию» человека, иногда как синоним «души».

Если с индивидуальностью более менее ясно, - это «предличность», то в чем различие личности и души? Попробуем развести эти два уровня человеческого существования: души (психика) и личности.

Это наглядно делает У.Джеймс выделяя две основных составных в человеке.

1. Познающий элемент в нашем сознании, наше чистое Я (Ego), чистая активность, дарованная Создателем, тот в нас, кто мыслит.

2. Собственно личность - познаваемый элемент в сознании (эмпирическое Ego).¹

Поэтому существование и развитие личности происходит благодаря чистому Я (Ego), которое непрерывно описывает окружающий мир, самого себя и все, что происходит, используя «внутреннее мышление».

¹ онтология – (фил.) – бытие, существование

² Хоружий С.С. После перерыва. Пути русской философии. - СПб.: «Алтейя», 1994.

¹ У.Джеймс. Психология. М.1991.Дайджест

Очевидно, что «чистое Я (Ego),» Джеймса более отвечает характеристикам «души», ведь указывается на присущность ей таких свойств как «интроспекция» т.н. «Коперников поворот», рефлексия, самонаблюдение, саморазвитие. По многим наблюдениям и определениям ученых именно эти феномены отделяют человека от мира животных. «Я» человека может занимать позицию «внезаходимости» (термин М.Бахтина). И это центральный механизм саморазвития, в нем тайна, «сверхъестественность», поскольку предполагает «малую смерть» Ego. Это нельзя исследовать научными способами, и даже описать словами. Это самый главный аспект внетелесности и вечности души.

Вторая характеристика души - (по А. Петровскому - мета-индивидуальная (надиндивидуальная) подструктура. Личность выходит за пределы существующих «здесь и теперь» связей с другими индивидами (продолжение себя в общественно- историческом процессе. Это - родовая память, отношения с Богом, то, что «вложил» данный человек в других людей, например, в процессе воспитания, или в процессе коммуникации и др.).

Третья характеристика души – факт, что человек выделяет себя из среды, ощущает себя субъектом своих физических и психических состояний, действий, процессов, выступает для себя как Я, которое противопоставлено другим. И с ними же связано. Человек понимает свою **тождественность самому себе** в настоящий момент и в другое время и место. Всегда и везде Я остаётся Я того же самого человека. Открытие Я (вспоминание души), происходит примерно в 2-3 года, когда ребенок впервые вводит местоимение. Нарушение именно этой характеристики личности вызывает, как правило, большинство психических нарушений вплоть до распада Я, раздвоения Я, или потери Я (синдромы шизофрении).

Ещё одна характеристика души – целостность в восприятии себя. Это достигается формированием и поддержанием на протяжении жизни - **Я-образа, и Я-концепции**. Содержание их изменчиво (это личностная характеристика), но сам факт поддержания целостности Я – это характеристика души. «Образ» Я формируется только у старших школьников. Это относительно устойчивое в большей или меньшей степени осознанная переживаемая как неповторимая система представлений индивида о самом себе, на основе которой он строит свое взаимодействие с другими (см. Практикум к разделу, Тест 20 утверждений)

«Образ Я» вписывается в структуру личности в виде установки по отношению к себе самому и, как установка включает три компонента.

1. Когнитивный (от cognitio – познание) т.е. представление о своих способностях, внешности, социальной значимости;

2. Эмоционально-оценочный (комплекс симпатий, антипатий - самоуважение, самокритичность, себялюбие, самоуничижение и т.д.); 3. Поведенческий (готовность определённым образом действовать в отношении объекта установки, осуществлять волевые усилия, стремление

быть понятным, и пр. «Образ Я»– это и «реальное Я» и «идеальное Я», иногда «фантастическое Я» (не сопровождается, неадекватное, болезненное.).

Рассказывают такой случай. Сотрудник опоздал на работу. На вопрос шефа он ответил: «Понимаете, утром я проснулся, встал, посмотрел в зеркало и не увидел себя. Наверное, подумал я, я уже ушел на работу. И представляете, только через полчаса заметил, что из зеркала выпало стекло». Образ Я всегда интимный и связан с самооценкой. Именно поэтому для сохранения целостности человек бессознательно будет стремиться в те места, где будут поддерживать его высокую самооценку (т.н. «ожидаемая оценка»).

В идеале в сервисе сотрудники должны профессионально владеть такими отношениями, когда потребитель получает в результате взаимодействия с представителем сервиса – свою самооценку преумноженной. Для этого вовсе не надо «перед ним прыгать», но можно научиться создавать ему перспективы для развития личности

В 2000 году было проведено исследование по выявлению причин в санаторно-курортной сфере. Специфика конфликтов в дорогих преуспевающих подмосковных санаториях оказалась связана с типичным компонентом «Я-образа» клиентов. Пациенты, как правило, люди обеспеченные, пожилые, имеющие биографию «уважаемых в прошлом людей». Это контингент, который считает, что заслужил уважительное отношение к себе, который хорошо знает, что входит по договору в стоимость путевки. В силу возраста эти люди считают, что имеют право отдохнуть и получить лечение так, как им хочется. Часто они являлись «провокаторами» конфликтов с персоналом. Причем наиболее часто причиной являлось - стремление к превосходству, который выступал как конфликтоген. Стиль поведения таких людей на отдыхе похож на известный диалог пациента с врачом: «Спасибо, доктор, что Вы вылечили меня от мании величия. Теперь я человек абсолютной, невиданной, фантастической, я бы сказал, просто феноменальной скромности!»).

*Важно подчеркнуть, что руководство и сотрудники санаторно-курортной сферы – не могут переделать своих клиентов: они работают с теми, кто к ним приехал, стараясь сделать всё, что в их силах, чтобы «не потерять «клиента», в том числе и в будущем. Кроме, того, парадокс заключается в том, что свою рекламную деятельность данные организации направляют **именно на обеспеченный слой населения** (приглашая описанный тип отдыхающих приехать к ним, а не за рубеж).*

Поэтому единственный способ разрешения конфликтов с клиентами остается один – руководство должно научить своих сотрудников - «принять» данный образ Я клиентов, смириться с наличием у них отрицательных эмоций, но научиться анализировать каждый конфликт, с честью выходить из него, и добром перевоспитывать их.¹

¹ Е.Дубова. ««Контакты и конфликты»/ «Знания –ваш капитал» №2-2002

Следующая характеристика души – проявление своего потенциала в эсхатологических зонах (перед идеей конца, т.е. смерти). «Личность есть самость, как она стоит перед лицом высших духовных объективно-значимых сил и вместе с тем проникнута ими и их представляет» (Франк С.Л.). Соотнесение с эсхатологическими зонами в процессе жизни через ощущение реальной ограниченности человеческого существования во времени, осознание смертности, способны вызвать в человеке ответственность за свою жизнь, активность, осмысленное отношение к своему времени и адекватное отношение к другим людям. Известно, что перед лицом реальной опасности (граница между двумя онтологическими плоскостями) или при нахождении в «предельных переживаниях, описанных А. Маслоу, человек физически и психически мобилизуется, он начинает жить «по большому счету» (аутентично), как бы все время, отвечая на вопросы, связанные с его смыслом жизни. В. Франкл описал жизнь узников концлагерей как сверхэкстремальную. На его взгляд, только наличие смысла жизни (порой слишком абстрактного), помогало людям выживать.

Развитие потенциала человека лучше всего определить через следующее высказывание Б. Братуся: «Смысл меньшего может быть понят только через отношение к большему... Поэтому смысл жизни обретается лишь в соотношении с тем, что больше жизни. А то, что больше жизни, не материально, не вещественно, но во имя его и надо что-то делать. И тогда смысл становится в какой-то степени бесконечным... В этом плане есть такой парадокс: человек, если он только человек, меньше, чем человек... Стать в полноте человеком можно лишь стремясь к тому, что выше и больше»².

Мы всегда создаём для наших ближних «зону ближайшего развития» (по Л. Выготскому), а говоря поэтическим языком С. Экзюпери, мы всегда отвечаем за тех, кого приручили. В сервисной деятельности – это те, кого мы сделали «нашими клиентами». Важно осознавать, с чем ушел клиент (с чувством плюс или минус, от этого зависит, придёт ли он повторно). В сервисе (в отличие от, например, производства), очень ощутимо то, что работник сервиса «вложил» в клиента. Если это позитивная энергия и информация, несущая любовь, то клиент ещё долго будет с удовольствием или удовлетворением вспоминать это взаимодействие. Если это отрицательная энергия, несущая разрушение, то будет вспоминать с проклятиями. Так же важно и то, с каким чувством после контакта остался сам работник. Расскажем психологическую историю.

В купе сидят два агента налоговой инспекции – молодой и пожилой. Молодой всё время печально вздыхает. Пожилой спрашивает, в чём причина.

-Быть нынче агентом – ужасно тяжело.

-Почему?

² там же 85

-Тебя все унижают, оскорбляют, а ты должен при этом сидеть тихо, как сливка в компоте.

-Вы меня удивляете. Я, к примеру, агентом работаю уже тридцать лет. Не раз меня выбрасывали за двери, били, обливали помоями...Но клянусь, никогда не оскорбляли!

Если задуматься, кто производит оценку ситуации в обоих случаях рассказанной истории, и делает выбор, как относиться к событиям, то видимо это будет тот центральный аспект психики, чистое Я (Ego) – душа.

Мы рассмотрели аспекты души (над-индивидуального аспекта человеческого существования). Теперь попробуем ответить на вопрос - **что такое личность?**

По А. Петровскому: Личность - интер-индивидуальная социальная подструктура. Все что наработал человек за время жизни в окружении мира (вещей, людей) и всё, что описывается через категорию «отношение» - формирует личность. Дети, воспитанные в стае волков (Маугли) хоть и рожденные человеком, но стали другой личностью, чем горожане. Дети, воспитанные в монастыре - имеют не такую же личность, как выросшие в семье обеспеченного бизнесмена. Общее в них – внутри индивидуальный человеческий капитал (то, как протекают психические процессы, работает мозг, какая сообразительность, проявление темперамента). Разное в них – личность - содержание Я, следствие включенности в социальный контекст.

Рассмотрим более подробно современные подходы к рассмотрению понятия личности. Среди множества, можно выделить несколько следующих.

Психодинамическая теория личности (классический психоанализ). (З.Фрейд и последователи).

Представители данного течения считают, что врожденные биологические факторы или инстинкты, является определяющими в поведении человека. Эта основа проявляется как общая биологическая энергия – либидо (libido –лат. влечение), и направлена на продолжение рода (сексуальная) и на разрушение (агрессивная энергия). С точки зрения З.Фрейда личность не обладает никакой свободой воли, и поведения человека определяется сексуальными и агрессивными основами либидо (id). Что с ним происходит, как правило, мало осознаётся самим человеком, и для другого человека также непознаваемо. Лишь случайные знаки (обмолвки, описки, сновидения) можно расшифровать, и то, прилагая большой труд (на западе специалист –психоаналитик в общей сложности должен проучиться около 20 лет, чтобы уметь это делать). (Фрейд. З. 1989)

По Фрейду, основные черты характера у человека формируются в раннем детстве под влиянием кризисных событий, которые воздействуют на либидо. Он выделяет несколько таких фаз.

На «оральной фазе» - от рождения до 1,5 лет – это отказ матери от кормления грудью. Это влияет на формирование таких черт характера, как

недоверие, сверх, независимость, сверхактивность. Длительное кормление – более 1,5 лет может сформировать такие черты как излишнее доверие, пассивность, зависимость. Позже наступает «анальная фаза», когда наказания ребенка за неумение пользоваться горшком 1,5 до 3 лет может сформировать качества - жадность, чистоплотность, пунктуальность, или наоборот непунктуальность, щедрость, творчество и пр.

На следующей «фаллической» фазе (от 3 до 6 лет) у человека формируются основные комплексы. У мальчика - «Комплекс Эдипа» проявляется в том, что мальчик начинает ненавидеть своего отца, и ревновать к матери. Поэтому у мальчиков более агрессивный характер, непослушное поведение, непринятие семейных и социальных норм и пр. У девочек «комплекс Электры» связан с ревностью и тягой к отцу, что даёт отчуждение между матерью и дочерью.

По Фрейдю личность состоит из трёх блоков

1. Нижний блок – id («оно») - базисная структура личности, состоящая из набора бессознательных инстинктов (сексуальных и агрессивных). Этот блок действует по принципу удовольствия.

2. Средний блок – Ego- («я») – осознаваемые человеком проявления собственного поведения и намерения. Это знания о мире. Этот блок вторичный и должен обслуживать нижний, но из-за противоречий между тягой к наслаждениям и запретами, человек постоянно живет во внутреннем конфликте.

3. Верхний блок Super Ego- («сверх-я») – содержит социальные нормы и запреты общества в котором живет человек.

Тройная структура личности – не сбалансирована, и из-за внутренних противоречий происходит трата врожденной энергии – либидо. Для снятия напряжения личность вырабатывает специальные защитные механизмы, которые не осознаются, это, например, вытеснение («забывание» ранящих событий), проекция (приписывание другим своих неприемлемых мыслей); замещение (переадресовка агрессии менее безобидному объекту), сублимация (замена сексуальных побуждений на социально приемлемые формы поведения) и др. Каждый человек с детства сформировал свой набор подобных защитных механизмов, которые могут выражаться и в чертах характера.

По З.Фрейдю, личность – есть система сексуальных и агрессивных мотивов, с одной стороны и защитных механизмов – с другой стороны. Структура личности – индивидуально различное соотношение отдельных свойств, отдельных блоков и защитных механизмов.

Мы видим, что для классического психоанализа - главный источник развития личности – врожденные биологические факторы – инстинкты. Почему идеи Зигмунда Фрейда оказали революционное вмешательство в умы интеллектуальной элиты развитых западных стран? Во-первых, потому, что по сравнению со старой психологией, у которой была слабая методологическая

база, он предложил стройную объясняющую теорию, во-вторых, западное общество было готово к восприятию идеи о том, что психика человека – сложная, многообразная, противоречивая.

В результате был запущен социально благословляемый процесс вмешательства в сознание людей через психоанализ. По сути, психоанализ не является лечением, это изменение мировоззрения и системы взглядов. Психоанализ, а позже, психотерапия и практическая психология стала активно выходить на арену истории, предлагая несметное количество методов, целенаправленного воздействия на мировоззрение, поведение, конкретные взгляды людей, включая их отношение к труду. Граница между лечением, коррекцией и манипулированием стала едва заметной.

Аналитическая теория личности. (К.Юнг и др.)

По представлениям К.Юнга, также как и в психоанализе, главный источник развития личности- врожденные психологические факторы , поэтому свобода личности человека ограничена. В отличие от З. Фрейда, К.Юнг считал, что это не только инстинкты, но и готовые первичные идеи - «архетипы» (греч. – преобраз) Сам термин позаимствован Юнгом из древности¹, поскольку он широко использовал мифологию для своей работы. *Архетип- это типичное, в котором много мифологического. Архетип- это пустая форма, она получает содержание, лишь проникая в сознание человека (например, универсальные архетипы – Бог, Зло, Мать, Герой и пр, потом заполняются образом собственной матери, конкретного злодея и пр. (К.Юнг. К. 1994)). Для каждого человека, на его взгляд важно, как в нем реализовались основные архетипы - «персона» (маска), «тень» (истинные наши чувства, которые мы прячем), «анимус» и «анима (мужская и женская части души).*

Центральный архетип, по мнению К.Юнга, – «самость» - с его помощью происходит индивидуация - процесс становления личности, выход из коллективного бессознательного, что осуществляется двумя биполярными способами: экстраверсией (наполнение врожденного архетипа внешней информацией, ориентация на объекты) и интроверсией (ориентация на свои субъективные переживания, на субъект). Биполярность их выражается в том, что если человек пользуется преимущественно экстраверсией, то не будет использовать интроверсию, хотя оба способа потенциально в его репертуаре присутствуют. Можно сказать, что архетипы – это механизмы психологического наследования будущих черт личности.

В аналитической модели К.Юнг выделяет также три блока:

1. Коллективное бессознательное – основа структуры личности, в которой собран весь культурно-исторический опыт человечества, который передается отдельному индивиду через архетипы

¹ Термин архетип использовался и философами на протяжении всей истории культуры, например можно назвать работы русских философов Г.Сковороды, П.Флоренского и др.

2. *Индивидуальное бессознательное – совокупность «комплексов» (например, комплекс власти), вытесненных из сознания. Человек может тратить всю свою энергию на реализацию одного такого комплекса.*

3. *Индивидуальное сознательное – структура, служащая основой самосознания и включающая те мысли чувства, воспоминания и пр., благодаря которым осознает себя, регулирует свою деятельность.*

Юнг описал два биполярных подтипа переработки информации: мыслительный-чувственный и ощущающий-интуитивный. Т.е. Если человек склонен более к мыслительной деятельности, то тогда у него остается меньше энергии для чувственной функции и наоборот. Если он более – ощущающий, то тогда интуиция у него менее проявляется, и наоборот. Добавляя к типологии экстравертированность и интровертированность можно получить 8 подтипов личности.

Личность по Юнгу: - это совокупность врожденных и реализованных архетипов. Структура личности - индивидуальное своеобразие соотношений отдельных свойств архетипов, отдельных блоков бессознательного и сознательного, а также экстравертированной и интровертированной установок личности.

Обращение К.Юнга к первоначальному предмету психологии – душе и большие разработки на эту тему далеко продвинули саму науку-психологию и изменили мировоззрение в среде психологов-профессионалов. Популярность аналитической теории заметно растет в последние десятилетия во всем мире. Многие в его трудах оставалось лишь единичным упоминанием (например, влияние на типологию человека других биполярных признаков (циклотимия-шизотимия), и но после его смерти 1961 году психологи активно продолжили разрабатывать его взгляды. Так например, литовская ученая А.Аугустинавичюте разработала соционику, в которой построила на основе восьми подтипов Юнга и двух подтипов (циклотимия-шизотимия)-шестнадцать типов энерго-информационного обмена.

Диспозициональная теория личности (Кречмер), Айзенк, Олпорт, Шелдон и др.)

Это личность в контексте черт, акцентуаций, психологических типов (Кречмер Э., Шнейдер К., Леонгард К., Лазурский А.Ф., Ганнушкин П.Б. и др.). от англ. диспозиция- предрасположенность). Представители теории считают источником развития личности - факторы генно-средового взаимодействия. Э. Кречмер считал, что есть жесткая зависимость между телесной конституцией и типом характера, телосложением и склонностью к психическим заболеваниям.

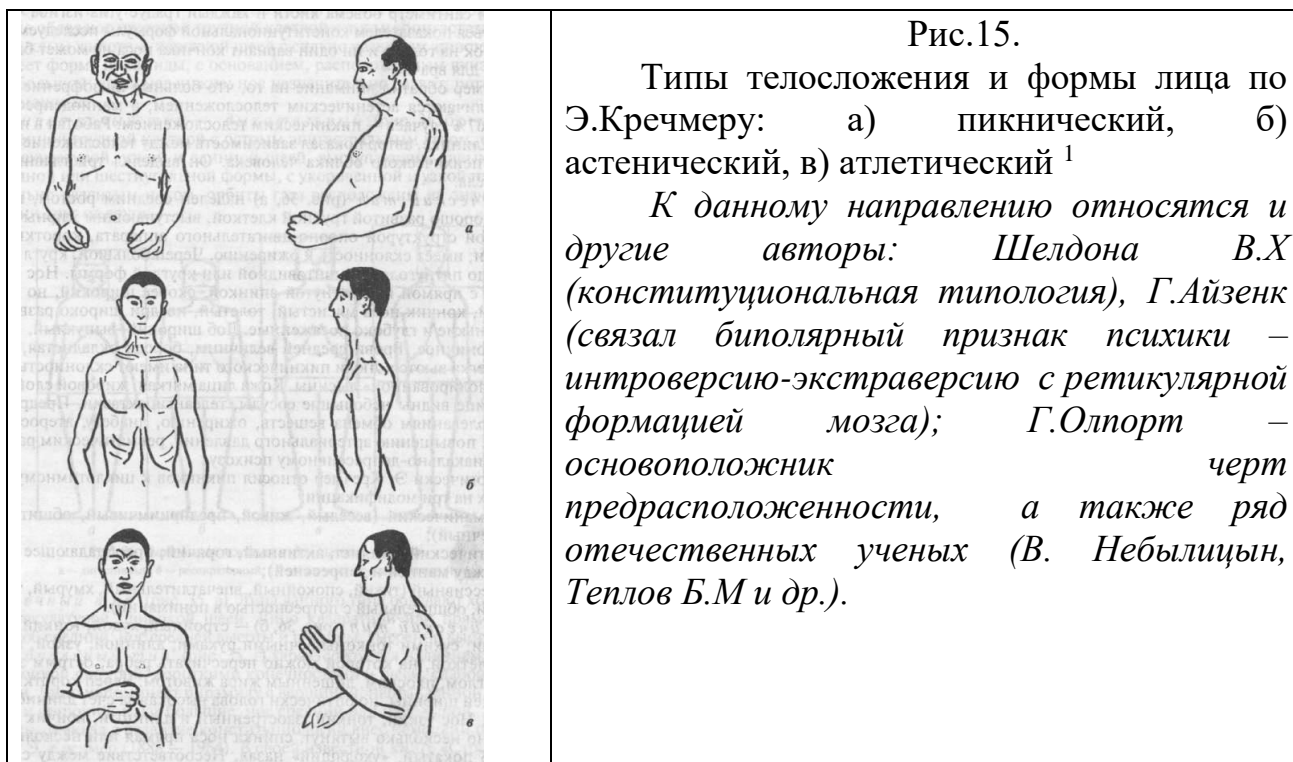
Типология конституции по Э.Кречмеру (1888-1964). Он выделил три главных типа по строению тела.

Пикнический тип: средний рост, плотный, развита грудная клетка, жирный живот, нежная структура опорно-двигательного аппарата, короткие конечности, склонность к ожирению, череп большой, круглый, широкий, нос средний, ноздри широко раздвинуты, лоб широкий, выпуклый, брови средние, волосы мягкие слегка вьются. Предрасположенность к болезням обмена веществ, маниакально-депрессивному психозу. По характеру гипоманический (веселый), практический (активный реалист) и депрессивный (тихий).

Астенический тип - стройны, худой, сухие тонкомышечные руки, плоская грудная клетка, живот без жира, череп короткий, узкое лицо, лоб покатый уходящий назад, волосы густые, брови широкие, кожа бледная. Характер: гиперстенический (чувствительный, эстет, деликатен), шизотим (холодный, энергичный, аристократ), анестетический (равнодушный, педант, бесчувственный).

Атлетический тип: сильно развита мускулатура, скелет, статный, упругий живот, кожа лица толстая, красного цвета, челюсти массивные, по характеру предрасположен к эпилептоидным реакциям (спонтанным злобным возбуждениям). Тем не менее наиболее гармоничный характер.

Рис.15



Шелдон У. (1940) создал типологию, исходя из трехполюсной классификации по трем зародышевым листкам.

¹ См.Е.Вельховер, Б.Вершинин. Тайные знаки лица. Локид-пресс.2002.

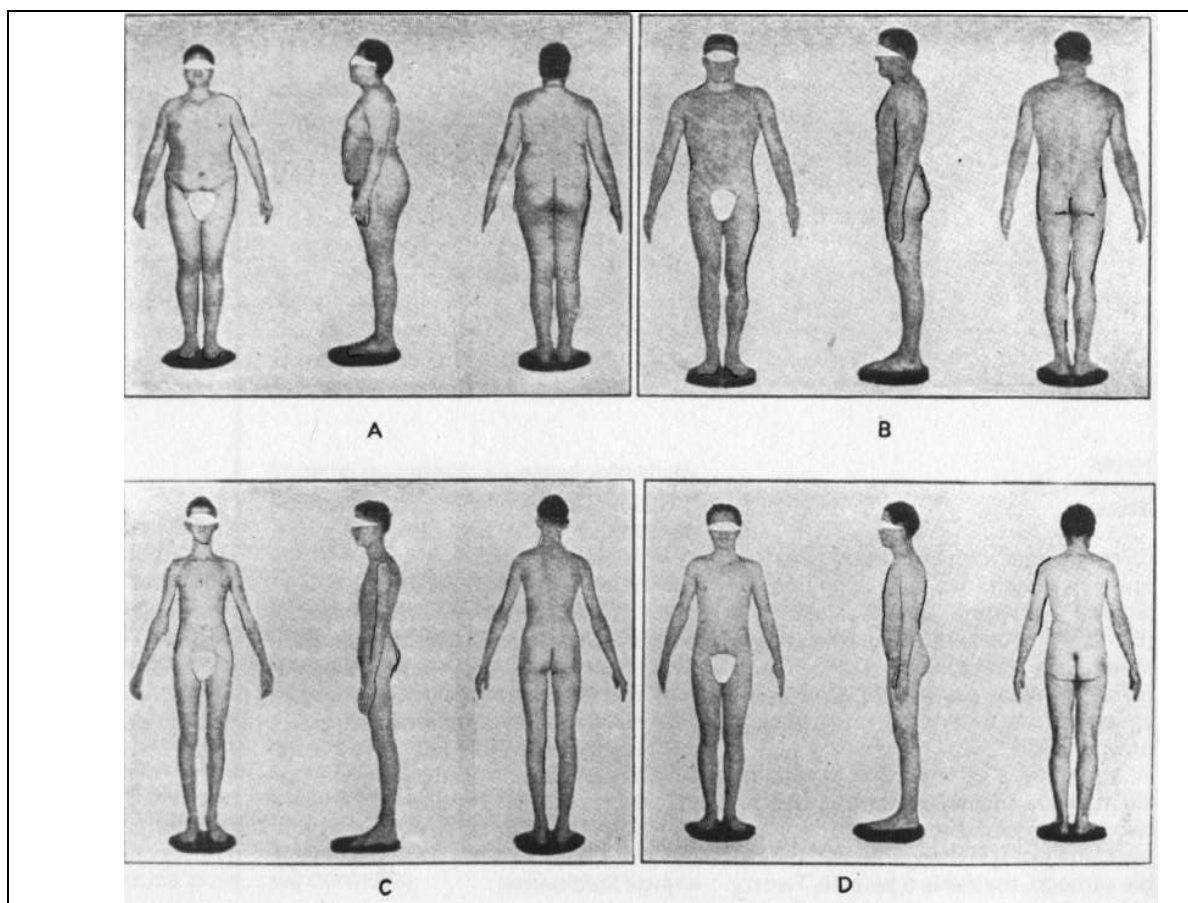


Рис. 16
Конституциональные типы В.Х. Шелдона а) эндоморфный, б) мезоморфный, с) эктоморфный, д) промежуточный

Исследуя 4000 гарвардских студентов, сфотографированных в профиль, анфас и сзади, он выделил три психологические структуры, связанные с зародышевыми клетками Рис. 16.

Типологическая система по Шелдону

Табл. 3

Зародышевые клетки	Психологические структуры
Эндоморфная (из которого развиваются внутренние органы)	Висцеротония: экстраверсия, общительность, миротворчество, радость
Мезоморфная (из которого развиваются скелет)	Соматотония: решительность, экстравертность, лидерство
Эктоморфная (из которого развиваются нервная система)	Церебротония: сдержанность, интроверсия, социофобия

В настоящее время к данным теориям возобновился интерес специалистов в связи с тем, что выявленные конституциональные особенности людей как правило визуально наблюдаются и поэтому могут

быть использованы при экспресс-диагностике. Подробнее об этом будет сказано в следующем разделе.

Деятельностная теория личности (С.Л.Рубинштейн, А.Н.Леонтьев и др.),

В этом направлении отрицается биологическое и психологическое наследование личностных свойств. Главный источник развития личности – деятельность. Деятельность – сложная динамическая система взаимодействий субъекта (активного лица) и мира (общества) в процессе которых формируются свойства и черты личности. (Леонтьев А.Н. 1975). Предметность – преобразование объектов внешнего мира в процессе деятельности (на них действует язык, социальные роли, ценности)

Личность в дальнейшем становится звеном, через которое внешнее оказывает влияние на всего целостного человека (Рубинштейн С.Л.). При этом личность – реальная, творческая деятельность конкретного человека. Личность – субъект-сам источник преобразования мира. Механизм интериоризации – обеспечивает усвоение общественно – исторического опыта.

Личность развивается в течение жизни благодаря включению в социальную жизнь. Сознание личности полностью зависит от общественного бытия, а бессознательное играет роль лишь при автоматизмах. Человек обладает свободой воли лишь в тех рамках, в каких ему позволяет общество.

Говорят о свойствах или чертах личности, которые образуются в результате деятельности в конкретной среде. (список свойств личности безграничен и задаётся тем видом деятельности, в каком человек включен. (Абульханова-Славская К.А., 1980).

Обычно в состав личности включают разнообразные блоки разные авторы (направленность, способности, характера, самоконтроль, а также и другие, такие как мотивационную сферу, знания, навыки, темперамент). Отдельно обсуждается экзистенциально- бытийные характеристики: Я-образ, целостность личности, самоотношения, ответственность, предназначение, смысл жизни и др. Рассмотрение глубинного происхождения данных свойств остаётся за пределами теории.

Личность для представителей деятельностного подхода – сознательный субъект, занимающий определенное положение в обществе *и выполняющий социально полезную общественную роль. Структура личности – сложно организованная иерархия отдельных блоков.*

Экзистенциально -гуманистические теории личности (К.Роджерс, А.Маслоу)

К.Роджерс, представляя клиническое направление, считает главным источником развития личности – врожденные тенденции к самоактуализации.

1. Самоактуализирующая тенденция;
2. «Организмический отслеживающий процесс» (контроль за развитием личности).

У человека формируется структура «Я», которая включает «идеальное Я» и «реальное Я», между которыми разные отношения – и гармоничные (конгруэнтные) и дисгармоничные. (Роджерс. К. 1994) Цель жизни человека – полностью реализовать свой врожденный потенциал.

А.Маслоу выделил два типа потребностей: «дефицитарные» – (физиологические и в безопасности), которые прекращаются после их удовлетворения, «промежуточные» (социальные, в любви, семье) и «ростовые», которые усиливаются после их удовлетворения (в самоуважении и потребность в самоактуализации) (Маслоу А. 1999). Данные потребности выстроены в иерархию: от дефицитарных, через промежуточные к потребности в самоактуализации (в творчестве). Сначала нужно удовлетворить нижние потребности, затем могут удовлетворяться высшие. (закон поступательного развития мотивации)

По А.Маслоу, потребность в самоактуализации – врожденная и самая важная, её удовлетворить никогда не возможно, лишь 1% людей можно отнести к самоактуализированным (у которых реальное Я и идеальное Я практически совпадают – они конгруэнтны). В отличие от З.Фрейда и К.Юнга, Маслоу считает, что в личности доминируют рациональные процессы (осознаваемые). Личность обладает полной свободой воли, он творец своей судьбы.

Внутренний мир личности - субъективен. Субъективный опыт каждого человека – бесценен, при взаимоотношениях между собой люди должны с уважением относиться друг к другу как субъект- к субъекту, (а не как к неодушевленному объекту) подчеркивая уважение к жизненному опыту другого.

Личность для гуманистов – это внутренний мир человеческого я, как результата самоактуализации, а структура личности – это индивидуальное соотношение «реального Я и идеального Я, а также индивидуальный уровень развития потребностей в самоактуализации.

Гуманистические идеи решительным образом повлияли на мировоззрение психологов в середине XX столетия. Если ранее психологи относились к другим людям преимущественно как к объекту исследования или объекту взаимодействия, то новая «субъект - субъектная» форма отношений с одной стороны, вызвала уважение к другому человеку, как равному, и как «микрокосму», с другой стороны, ставила психологию в положение невозможности изучения открывающейся «вселенной» другого субъекта. И наиболее очевидно это становилось в экстремальных, и т.н. «ненаучных» личных ситуациях (переживание религиозного опыта, клинической смерти, суицидных попыток и пр.).

Ряд авторов (У.Джеймс, Кьеркегор, Франкл, А.Маслоу и др. пытались понять тайну человека, были вынуждены ввести дополнительную (вертикальную) переменную в антропологической модели. Их экзистенциальные воззрения (exsistentia –лат. –существование) содержали

попытку ответить тем людям, с кем они сталкивались (пациенты, психически здоровые люди, попавшие в трудные ситуации и коллегам) на вопросы о смысле существования. А это один из самых сложных вопросов, ответ на него можно получить лишь взглянув на существование отдельного человека как бы «сверху», в масштабе всей его жизни, перед лицом смерти, в предстоянии перед Трансцендентным - непознаваемым.

Экзистенциальное направление в психологии – одно из самых новых и самых сложных с точки зрения изучения личности человека.

Рассмотрев несколько основных, на наш взгляд теорий личности в психологии, можем изобразить схематически взаимоотношения между психологом и другим человеком с точки зрения различных теорий.

Эволюция взглядов на взаимоотношения человека¹

1. Разделение исследуемого пространства на субъект (психолог) и объект (другой человек).

Психоанализ З.Фрейда, поведенческие (бихевиоризм, советская деятельностьная теория и др.), диспозиционные теории (Кречмер и др).

S→O	
Где:	S -субъект; O- объект

Тип взаимодействия преимущественно - манипулирование. Направление взаимодействия от субъекта к объекту.

Чтобы проиллюстрировать субъект-объектное отношение к другому человеку приведем пример:

На мосту стоял мужчина. Его странное поведение не вызывало сомнения в том, что он собирается покончить жизнь самоубийством.

Вокруг него вертелся американский репортёр. Он нервно поглядывал на часы и наконец сказал:

- Я вынужден вас предупредить: если вы сейчас же не прыгнете в воду, вы не попадёте в вечерний выпуск газеты.

¹ см. Е.Смирнова «Введение в религиозную психологию». С. 2003

2. Гуманистическая модель (К.Роджерс и др.)

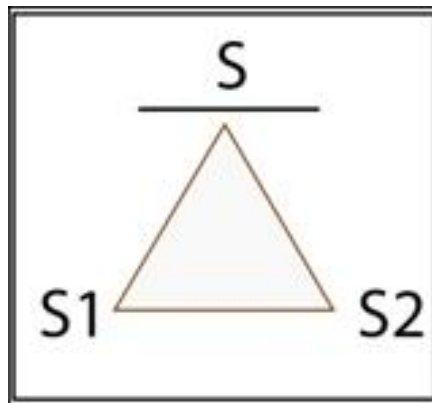
S1↔S2	
Где:	S1 – первый субъект; S2 – второй субъект

Тип взаимодействия: коммуникации.

Направление взаимодействия от субъекта к субъекту и обратно.

Приведем примеры из практики гуманистической психотерапии, чтобы показать её несостоятельность, когда проблемы возникают в самой экзистенции.

3. Экзистенциальная модель (Кьёркегор, Франкл, А.Маслоу, Бинсвангер, Сартр и др.)



Где: S – Трансцендентное (Универсум, Бог, Абсолют, Брахман - терминология зависит от мировоззрения субъекта), которое отделяет черта – конечности человеческого существования (смерть).

S1 – первая личность

S2 – вторая личность

Тип взаимодействия: *синергия* - целостное сотворчество, взаимопроникновение, но с сохранением своей идентичности.

Направление: взаимодействие каждого субъекта с Трансцендентным (S) и друг с другом. Развитие предполагает восхождение по вертикали.

Подводя итоги краткому экскурсу по поводу понятия личность, предложим наиболее распространенное рабочее определение: **личность - относительно устойчивая система поведения индивида, построенная прежде всего на основе включенности в социальный контекст.** В

современной науке нет единого подхода к её пониманию. Наиболее полно и глубоко к данному понятию подходят мыслители первых веков христианства: личность есть нечто суверенное, самостоятельное и не может управляться чем-то внешним; ее смысл и ценности онтологически полностью явлены, предельно открыты; личности свойственна «наделённость» энергиями и «самодвижность», способность к активности и многообразным проявлениям. Идея личности есть идея реальности, находящейся в особом процессе становления или претворения. Она описывается не тем, чем является человек, а тем, чем он стремится стать (залог долженствования). Понятие индивидуальность и личность разделены онтологическим отстоянием: личность выступает как задание, как искомое для индивидуальности - «предличности».

3.2. ЛИЧНОСТЬ РАБОТНИКА СЕРВИСА

Для рассмотрения особенностей проявления личности, связанных с сервисной деятельностью, воспользуемся представленной выше деятельностной теорией личности.

Всех работников сервиса можно разделить на группы, исходя из специфических профессиональных, управленческих, психологических и характерологических особенностей, требуемых их ведущей деятельностью. Для выделения этих специфических качеств необходимы специальные психологические исследования.

Такие работы в сервисной деятельности уже ведутся. Так, например, Н.Ф., Мишина и А.А Коблова (2002) создали блок-схему подготовки специалистов сервиса, в которой предполагается блок тестирования для определения личностного потенциала (выявление личностных и профессиональных характеристик, выявление способностей и склонностей к предстоящей профессиональной деятельности), а также игровой блок (работа в командах, интерактивные игры, дискуссии)¹.

Е.А.Лукиянова (2002) предлагает для четкого и эффективного осуществления набора персонала на предприятиях сферы сервиса использовать экспертный опрос. Экспертами становятся руководители и специалисты ведущих предприятий сферы сервиса, преподаватели колледжей и вузов, специалисты НИИ организаций. Проведение экспертных исследований позволяет отобрать и проранжировать соответствующим образом критерии оценки работников сферы услуг. Вот какие ожидаемые качества «специалистов нового образца», работающих в сервисе и имеющих высшее образование называет эксперт - сервисолог Ю.П.Свириденко:² они должны уметь самостоятельно принимать решения в ситуации выбора, быть

¹ Мишина Н.Ф., Коблова А.А. Особенности преподавания дисциплин по специальности 2305000 Социально-культурный сервис и туризм. В кн. Образование в сервисе . М. 2002.

² Образование в сфере сервиса. Сборник статей. П.р. Ю.П. Свириденко, В.К.Романович. МГУС, Министерство образования РФ, УМО учебных заведений РФ по образованию в области сервиса. 2002

способны к сотрудничеству, отличаются мобильностью, динамизмом, конструктивностью, быть готовы к межкультурному сотрудничеству, должны быть готовы к реализации новаций в области техники. На необходимость творческих способностей и инновационных способностей указывают и другие специалисты. Так, Иванникова Е.И., пишет, что чем шире набор сервисных (дополнительных) услуг, тем более они привлекательны для потребителя. Посетителей, например, в ресторанном бизнесе привлекают не столько новинки технологии, сколько новинки сервиса.

Часть работников сервиса (в социальном сервисе, консалтинге и т.д.¹) являются одновременно психологами - профессионалами. Их мнение как экспертов крайне ценно. На наш взгляд, необходимо создание исследовательских программ по изучению профессионально-значимых качеств работников сервиса, в которых будут планироваться широкое вовлечение этого контингента к изучению данной темы.

Для каждой профессиональной группы можно обозначить те качества, которые диктует им деятельность. В настоящее время в сфере услуг отсутствуют четко разработанные критерии оценки руководителей, специалистов, служащих, занятых на сервисных предприятиях. Можно назвать единицы авторов, которые обращаются к этой теме, это, например, И.Соколов, Л.В.Сидорова, Панина З.И., А.В.Моисеенко., Волченков Э.И.². На основе анализа исследований можно разделить профессионально значимые личностные характеристики работников сервиса на общепринятые и специальные. Рассмотрим их подробнее и попробуем предложить примеры психодиагностических методик, позволяющих выявить данные качества.

Общепринятые качества, которыми должны обладать и представители других профессий для достижения эффективного результата в труде

Табл. 4

	Качества	Некоторые методы диагностики
1	Высокое качество выполняемых работ	Метод экспертных оценок Экономические показатели
2	Творческая инициатива	Тесты способностей Креативные тесты
3	Высокая степень интеллектуального развития	Векслера, Амтауэра,
4	Эрудиция;	DAT «Тест разносторонних способностей», КОТ
5	Исполнительская дисциплина	Экспертные оценки

¹ См. работы Колесник Н.Т. Факторный анализ психологической симптоматики при разработке индивидуальной программы реабилитации инвалида. /сб Проблемы реабилитации в социальной работе и сервисе. Тематический сборник. М.2001 и др.

² Панина З.И. К вопросу выбора критериев оценки персонала предприятий сферы сервиса/ В кн. наука-сервису. –6 международная научно-практическая конференция. М.. 2001.ч.2;

6	Контроль за результатами труда,	Экспертные оценки
7	Умение преодолеть конфликтные ситуации,	Томаса К., личностные опросники
8	Трудолюбие	Экспертные оценки
9	Честность	Мотивационные тесты
10	Умение планировать и распределять работу	Опросники по тайм-менеджменту

Вторая группа профессионально-значимых качеств представлена нами в точности в формулировке авторов –экспертов в области сервиса и не подвергалась контент-анализу.

Специфические профессионально-значимые качества работников сервиса

Табл. 5

	Качества	Методы диагностики
1	Умение работать с индивидуальными запросами клиентов;	ЦТО, 16 ph,
2	Индивидуальный подход к формам и методам организации труда;	Личностные опросники, ИДС, метод экспертных оценок
3	Выдержанность, уравновешенность характера;	Личностные тесты общего назначения, 16 ph, ММРІ, ВОЛ,
4	Чуткость, внимательность, индивидуальный подход к людям и др.	Марлоу-Крауна, коммуникативные опросники, ОКД, СПК, проективные тесты, ТСМ,
5	Активность	Личностные опросники, 16 ph
6	Предприимчивость.	ПЛАНКА, личностные опросники
7	Нравственные и моральных качеств качества, позволяющие участвовать в рыночных отношениях	Личностные опросники, игры Пряжникова,
8	Профессиональная культура	ПРОФИ, Профессор, КОТ
9	Умение устанавливать контакты с руководством, коллегами	ДАТ, опросники
10	Навыки выхода из конфликтов;	Томас , опросники
11	Организаторские способности;	Организационный тест, опросники
12	Психолого- педагогические знания, необходимые для делового общения	Биографический метод, КОТ, Векслер
13	Креативность (творческое	Тесты креативности, способностей,

	мышление, инициативность, изобретательность)	структуры интеллекта,
14	Гуманистические принципы в общении с людьми (конгруэнтность, толерантность);	Тесты на эмпатию, коммуникативные, личностные, ЦТО, ТАТ
15	Развитый художественный вкус	Тесты на восприятие, личностные
16 17	Экономическое мышление	Экспертные оценки, тесты интеллекта
18	Оригинальность	16 ph, креативные тесты
19	Высокая степень сознательности	16 ph, игры Пряжникова,
20	Настойчивость, целеустремленность	Личностные тесты,
21	«Бриколажный», типа мышления	Структуры интеллекта, Амтауэр, Векслер
22	Деонтологические навыков (милосердие, выдержка и др.)	Игры Пряжникова, ТАТ

Для изучения профессионально-значимых качеств работника сервиса можно использовать и другой подход: выделение типичных свойств для трудовых групп, объединенных одним видом деятельности. Рассмотрим несколько классификаций личности работника сервиса по различным критериям.

I. Классификация по организационному принципу.

Если обратиться к теории организаций, то универсальная структура любого бизнеса, в том числе и в сервисной деятельности, делится на четыре уровня, на каждой из которых есть свои субъекты деятельности, обладающие типичным набором профессионально-значимых свойств:

1. Владельцы бизнеса (например, частный владелец сервисного центра, совет директоров, акционеры и пр.);
2. Управленцы бизнеса (например, заведующая химчисткой, директор турагентства, топ-менеджеры и др.);
3. Среднее звено управления (например, бригадир) ;
4. Рядовой сотрудник сервиса (например, приёмщица заказов).

Понятно, что личностные и профессионально-значимые характеристики в этих четырех группах –различны. Современная психодиагностика располагает средствами для определения склонности и способности человека работать на одном из указанных четырех уровней. (См. Практикумы).

Рассмотрим, какие личностные и профессионально- значимые) качества подходят ко второй категории работников сервиса «Управленцы бизнеса» (Л.В.Шибут. 2003)

Управленцы бизнеса

Табл.6

Области компетенции	Психологические требования к личности ¹
Финансовое планирование и анализ; Сбор, анализ и эффективное использование финансовых данных; Правильные выводы из анализа финансовой информации; Применение финансовых и бухгалтерских принципов при составлении планов и решении проблем; Подготовка реалистических бюджетов для решения задач организации	Стратегическое мышление; Умение распределять и контролировать ресурсы; Организованность и рациональное использование времени; Внимание (умение слушать и слышать сообщения и воспринимать информацию); Умение и желание развивать своих сотрудников; Мотивирование других; Управление деловыми взаимоотношениями с внешними и внутренними клиентами; Умение представлять компанию перед внешними организациями; Навыки общения: способность добиваться поддержки на любом организационном уровне; Навыки управления конфликтами; Лидерство; Достижение поставленных целей; Управление переменами: способность адаптироваться и рисковать;

II. Классификация по базовому содержанию (специализации) сервисной деятельности даёт три группы:

Табл.7

Группы	Квалификация	Специальность (например)
Сервисоло	Специали	Преподаватель сервисологии в вузе

¹ Некоторые методики приведены в Практикуме к третьему разделу

		Сервисолог – исследователь
Сервисолог Г «технарь»	Инженер по сервису	Инженер по ремонту обслуживания автомобилей
		Инженер по ремонту и обслуживанию оргтехники
		Инженер по ремонту и обслуживанию вычислительных машин
	Технолог по сервису	Технолог: по бытовому обслуживанию
		Технолог по ремонту и обслуживанию автомобильной, тракторной, строительной и дорожной техники
		Технолог: по организации пассажирских и грузовых перевозок на воздушном, наземном и водном транспорте
	Организатор по сервису	Организатор сети (в том числе и по всему миру) технического обслуживания технически сложной продукции
		Руководитель жилищно-коммунальной фирмы.
		Организатор рекламного издания
Сервисолог Г гуманитарий	Организатор по сервису	Организатор медицинского и здравоохранительного сервиса
		Организатор банковского сервиса

Рассмотрим первую группу: сервисолог, ученый, педагог; квалификация - специалист по сервису. В таблице даны некоторые примерные описания сервисной деятельности и ссылки на методы психодиагностики.

Табл. 8

Специальность	Область компетенции	Психологические требования
Преподаватель сервисологии в вузе	Умение популяризировать Умение выступать перед средними и большими аудиториями Необходимость широкой эрудиции, быть в курсе нового Педагогические мероприятия	Коммуникативные навыки Харизма Навыки публичного выступления
Сервисолог - исследователь	Умение работать с текстами Умение выстроить методологию, создать метод Умение делать анализ и прогноз из явлений	Аналитическое мышление

Рассмотрим вторую группу: сервисолог «технарь». В таблице даны некоторые примерные описания сервисной деятельности и ссылки на методы психодиагностики .

Табл 9

Квалификация	Специальность	Область компетенции	Психологические требования к личности
--------------	---------------	---------------------	---------------------------------------

Инженер по сервису	Инженер по ремонту обслуживания автомобилей	Системы человек-машина	Техническое мышление
	Инженер по ремонту и обслуживанию оргтехники	Системы человек-машина	Техническое мышление
	Инженер по ремонту и обслуживанию вычислительных машин	Системы человек-машина	Умение вычислять
Технолог по сервису	Технолог: по бытовому обслуживанию	Системы человек-машина Коммуникации	Способность рассуждать общаться
	Технолог по ремонту и обслуживанию автомобильной, тракторной, строительной и сельскохозяйственной техники	Системы человек-машина	Техническое мышление
	Технолог: по организации пассажирских и грузовых перевозок на воздушном, наземном и водном транспорте	Коммуникации Эргатические системы Организация	Техническое мышление Коммуникативные навыки Системное мышление
Организатор по сервису	Организатор сети (в том числе и по всему миру) технического обслуживания технически сложной продукции	Коммуникации Эргатические системы Организация	Техническое мышление Коммуникативные навыки Системное мышление
	Руководитель жилищно-коммунальной фирмы.	Коммуникации Эргатические системы. Управление	Лидерские качества, Системное мышление
	Организатор рекламного издания	Психология восприятия Коммуникации	Когнитивная сфера

Рассмотрим третью группу: сервисолог – гуманитарий

Табл 10

Квалификация	Специальность	Область компетенции	Психологические требования к личности
Организатор по сервису	Организатор медицинского и здравоохранительного сервиса	Человек, здоровье, антропология организация	Коммуникативные навыки, Системное мышление, Лидерские качества, Общительность, Коммуникативные навыки, Системное мышление, Лидерские качества общая эрудиция
	Организатор банковского сервиса		Коммуникативные навыки, Системное мышление, Лидерские качества, Экономическое мышление

Мы показали ориентировочную схему планирования психологического исследования на предприятии, которое мог бы провести руководитель или сотрудники службы персонала. Выводы, сделанные нами – предположительные. Для их более точного и научного использования необходимы дополнительные работы. Обычно, полученные в результате исследований сведения о психологических требованиях – являются основанием для проведения психодиагностики сотрудников и претендентов в сервисной деятельности, прежде всего, на этапах приёма на работу. Очевидно, что от степени оптимальности подбора отбора и оценки персонала, а потом эффективность его использования во многом зависит конкурентноспособность услуги и самого предприятия.

Применение психодиагностики эффективно и во время проведения плановой аттестации, при необходимости переподготовки уже работающего персонала для целей сертификации и лицензирования предприятий, при кадровых (карьерных) перемещениях уже работающих сотрудников сервиса.

Чаще всего для того, чтобы использовать психодиагностику в указанных выше целях предварительно составляют специальный документ – личностную спецификацию. В нём фиксируют требования, которые работа предъявляет к работнику (параметры). Впервые этот документ был разработан английским ученым А.Роджером (1930). В нем могут быть представлены все характеристики личности, которые можно связать с требованиями деятельности. Обычно их делят на 7 разделов, потом на основании их могут быть подготовлены вопросы для собеседования при приеме на работу или анкеты для аттестации. Приведем примерное содержание указанных разделов:

1. Физический облик (пол, возраст, рост, вес, телосложение, леворукость, состояние здоровья, речевые характеристики, поведение);
2. Достижения (образование, квалификация, опыт);
3. Интеллект (объемность, острота мышления, четкость выражения мысли, качество речи, память, способность к абстрактному мышлению);
4. Специальные способности (математические, музыкальные, навыки публичных выступлений, умение разбираться в технической и фин. документации).
5. Интересы (приоритеты или физическая работа, или интеллектуальная, или художественная и пр.)
6. Черты характера (толерантность, степень влияния на других людей, вера в собственные силы, инициативность, темперамент, пр. уровень адаптации, прогнозируемость его действий, лидерские качества)
7. Внешние условия: социально бытовые, и их влияние на работника., состав семьи, занятия членов семьи, расстояние до местожительства, возможность командировок, религиозные, политические, социальные убеждения.

Все эти разделы могут быть оценены в трех степенях: требуемые, желательные, противопоказанные.

Эта схема вполне подходит для интеллектуальных видов деятельности сервиса, (руководители, менеджеры высшего звена банков, финансовых структур и т.п.) - считает Алексахина В.Г.¹, хотя в США есть и другие подходы. Один из них – оценка работников М.Фрейзера, состоящая из пяти пунктов: характер воздействия на других; накопленная квалификация; природные способности; виды мотивации; способности к адаптации. Эта программа лучше подходит для менеджеров среднего и низового звена.

Все программы подготовки в области сервиса, как известно, включают несколько уровней в зависимости от уже имеющегося образования и стажа работы – 1) Базовая подготовка; 2) Навыки практического опыта; 3) Повышение квалификации. Современные предприятия сервиса ориентируются на уже подготовленный персонал, они хотят брать выпускников имеющих базовое профильное образование.

Для высшего звена руководства в сервисе – это вуз. Отсюда – важность практических знаний по психологии и психодиагностике студентов – будущих работников сервиса – среднего и высшего управленческого звена.

Сервисная деятельность выставляет специфические профессионально-значимые требования к личности сотрудника. Необходимы специальные исследования, которые бы изучили зависимость каждого качества от сфер сервисного труда, разработали бы системы отбора и обучения.

3.3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ЦЕНЗ И ЛИЧНОСТЬ РАБОТНИКА СФЕРЫ СЕРВИСА

Одной из специфик сервисной деятельности является её кадровый состав. Для более детального обсуждения связи данного обстоятельства с эффективностью профессиональной деятельности понадобятся специальные психологические исследования. Однако уже сегодня современные ученые сервисологи указывают на два из них: а) преимущественное задействование в сервисе лиц с высоким образовательным цензом (средним, средне-специальным и высшим образованием) и б) феминизацию сервиса.

Рассмотрим первый из них: как влияет образование на сервисную деятельность? Общеизвестно, что уровень образования лежит в основе не только успешного исполнения профессиональных обязанностей, но и таких как - вербальный и невербальный интеллект, общая культура, этикет, эрудиция, способность к межкультурному диалогу, уровень креативности, и

¹ Алексахина В.Г. Разработка личностных спецификаций в системе управления персоналом. /сб. Проблемы совершенствования управления организациями сферы услуг. Сб научн статей под ред. Г.Сульповарова . М. 2000. Минобр, МГУС.

др. Обычно об этом хорошо знают люди, получившие образование. И нередко трактуют недвусмысленным образом:

Управляющий говорит новому сотруднику:

-Для начала возьмите швабру и подметите пол в конторе.

-Я окончил университет! – оскорбленно заявляет новичок.

-Ах, вот оно что! Тогда дайте швабру мне, и я покажу вам, как это делается.

Рассмотрим и другие, мало известные характеристики профессиональной деятельности образованного человека. Из исследований А.Р.Лурии (1974) известно, что уровень образования имеет прямую корреляцию с количеством ошибок, т.е. ошибаются чаще те работники, которые более образованы. Так, людям с различным уровнем образования и общей культуры предъявлялись картинки, вызывающие оптико-геометрическую иллюзию и те из них, кто имел более высокий уровень образования давали больший процент иллюзий (ошибок восприятия).(см. рис. № 17)

Иллюзии и образование

Табл. 11

Категория испытуемых	Процент поддавшихся иллюзии
Женщины –домохозяйки из кишлаков полностью неграмотные и ни с кем кроме мужа не общающиеся	29,2
Неграмотные узбеки из кишлаков, не вовлеченные в коллективную работу	44,7
Слушательницы кратковременных курсов, готовивших воспитательниц для детсадов	50,4
Колхозный актив, прошедшие курсы в (председатели, бригадиры, члены правления)	70, 2
Студентки педтехникума после 2-3 лет обучения (самые образованные в данной среде)	75,6

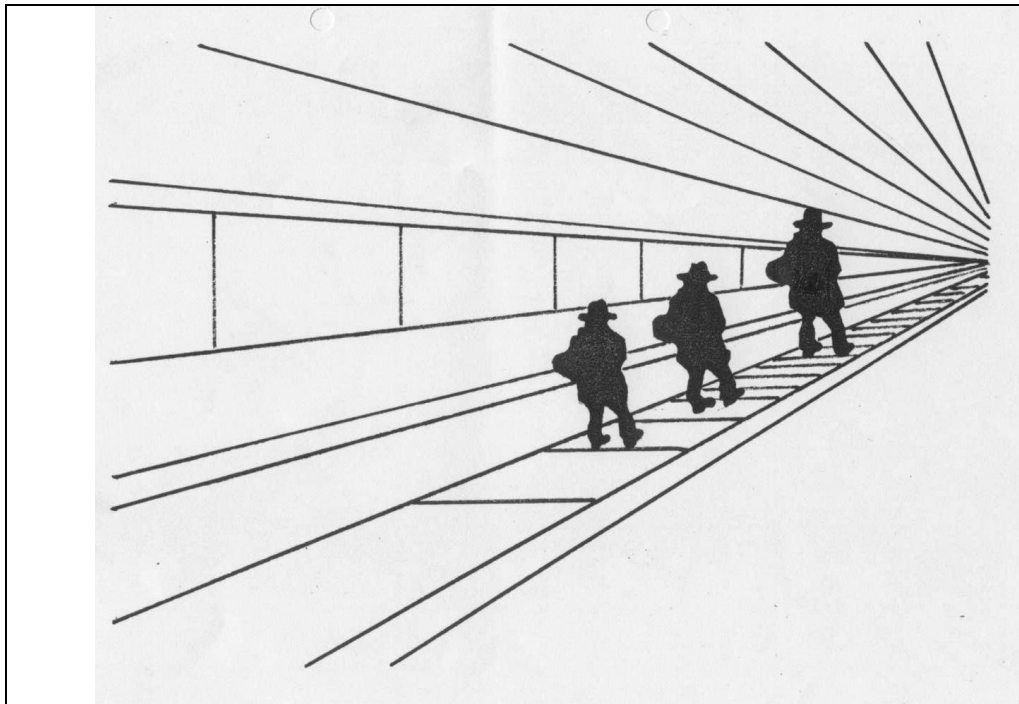


Рис. 17.

Иллюстрация иллюзий восприятия. Фигуры кажутся разного размера.

Выяснилось, что, следуя учению Л.Выготского, любые психические процессы, в том числе и восприятие зависят от условий культурного развития и образования.



Данные выводы подтвердили в 1966 г. и другие исследователи. Так, Сегал, Кэмпбелл и Херсковиц доказали, что одни и те же объекты люди воспринимают окружающий мир по-разному, в зависимости от того, какой жизненный путь они прошли (к какой культуре они принадлежат).

Посмотрите на рис.18. Скорее всего вы увидите семью, отдыхающую в комнате, в дальней стене которой сделано прямоугольное окно, за которой видна пальма.

Рис. 18.

Иллюстрация иллюзий восприятия, основанных на межкультурных особенностях.

Но большинство африканцев, которым показали эту картину сказали, что на картине изображена семья, собравшаяся на свежем воздухе, под большим

деревом, причем молодая женщина, чтобы удобнее было сидеть, и руки оставались свободными, держит на голове бак с бензином, – они даже указали, что объем этого бака четыре галлона.

Н. Левитина указывает на ошибки в восприятии (и в понимании происходящего) в деловой обстановке, которые зависят и от других обстоятельств. Например, число ошибок увеличивается в тех видах труда, где сотрудники должны иметь дело с изображениями - рисунками, чертежами, фотографиями, предметами искусства, - т.е. в областях сервиса. В этом случае психологи также говорят об искажениях зрительного восприятия (иллюзиях).

Подобные ошибки известны психологам издавна, но механизмы начинают быть понятными лишь недавно.

Так, англичанин Р. Грегори в своих книгах «Глаз и мозг» и «Разумный глаз» описал результаты изучения этих явлений в своей лаборатории в Бристоле. Он пытается объяснить ошибки зрительного восприятия на основе интерпретации следующего опыта. С обычной гипсовой маски (см. рис.19) снят слепок. Полученную вдавленную («впуклую») маску вместе с первой ставят рядом и показывают испытуемым. Несмотря на то, что все знают, что у слепка все части вдавлены, они воспринимаются как выпуклые. Любой смотрящий человек это знает, но глаз отказывается видеть такую необычную конструкцию. Потому что человеческое лицо всегда выпуклое. Ясные и отчетливые зрительные сигналы игнорируются мозгом. И диктуется неправильная интерпретация.

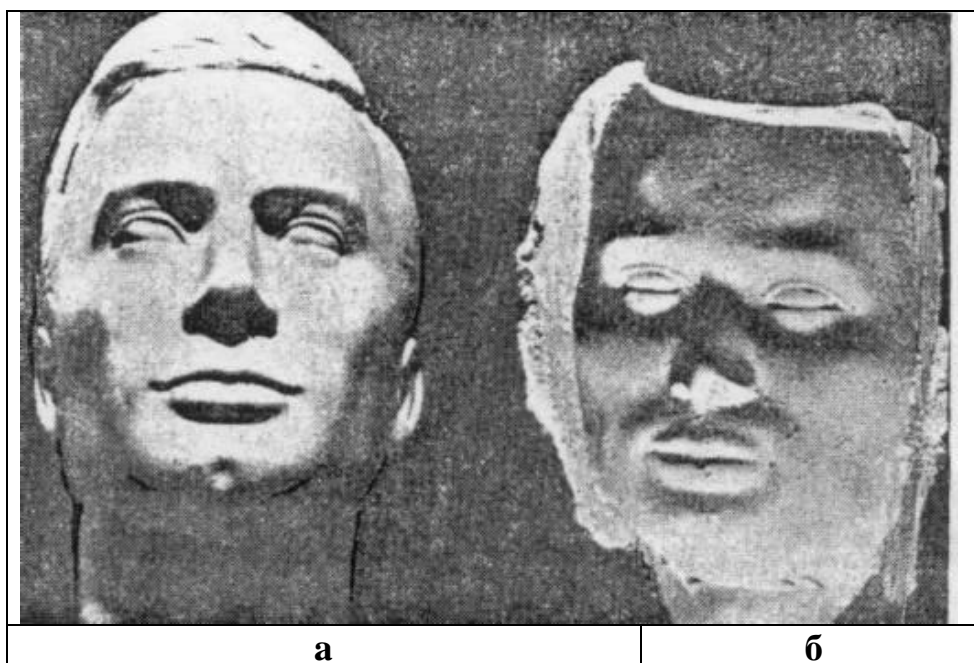


Рис.19
Маски Р.Грегори. а) выпуклая, б) вогнутая.

Известными иллюстрациями к данному феномену являются т.н. «невозможные» фигуры. См. рис.21. Если закрыть рукой любую половину каждой детали, то ничего нет невозможного. Но стоит убрать руку – и сознание отказывается воспринимать эти линии, обозначающие одновременно два разных предмета.

Р.Грегори считает, что сигналы, которые допускают две исключаящие друг друга гипотезы приблизительно равной вероятности, вызывают спонтанное переключение восприятия. Мозг делает выбор между гипотезами на основе их относительной вероятности. Восприятие, как считает Грегори, - всегда спор. Видеть, это значит «понимать», соотносить зрительные сигналы с одной из гипотез существующих в хранилищах мозга, оценивать вероятность того, что глаз не совершил ошибки. Если у маски лица нос и губы вдавлены, то вероятность встретить такое в жизни настолько мала, что мозг объявляет ни в чем неповинный глаз лжецом и мы видим обычное неискаженное лицо. Чаще всего это относится к изображениям, где могут выступать две различные гипотезы, и мозг между ними выбирает. Мы видим либо утку, либо кролика (рис.20 а) , либо эскимоса или индейца в профиль (рис.20 б) .

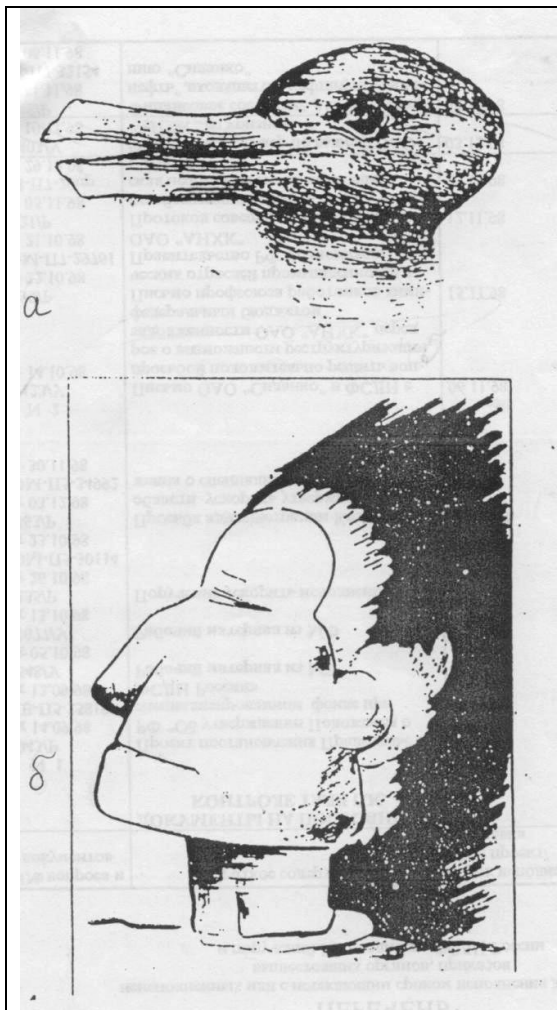


Рис.20

Иллюстрации к иллюзиям восприятия
 А) утка-кролик, б) индеец-эскимос.

Знать, что иллюзии восприятия – распространенное явление необходимо знать и сотрудникам сервиса, говорят, что в Судане в африканской пустыне путешественники видели такую вывеску на бензоколонке: «Наполни бак и все канистры. Три следующие бензиновые станции, которые ты увидишь –мираж».

Исследования, посвященные восприятию лиц с высшим образованием, проводят и в сервисологии, но очень мало. Приведем пример работ Е.А.Ефимовой и З.В.Горбуновой,¹ выявивших связь возраста и восприятия среди учителей.

Данная тема нуждается в психологических исследованиях и в связи с тем, что лиц с высшим образованием в нашей стране - больше всего среди женщин.

Высшее образование сотрудников сервиса с одной стороны вызывает высокий уровень культуры, знаний психологии и способностей к новаторству, с другой стороны – исследования показали, что склонность понимать по-своему многие, иногда очевидные вещи, также следствие образования.

3.4. ПРОБЛЕМЫ ФЕМИНИЗАЦИИ СЕРВИСА

Рассмотрим другую особенность кадрового состава сервисных предприятий – феминизацию. Подавляющее число работников – женщины. Влияет ли гендерный аспект на эффективность сервиса?

Общеизвестно, что половые различия влияют не только на все виды деятельности человека (обучение, труд и др.), но и лежат в основе мировосприятия. Обратимся к исследованиям педагогической сексологии.

¹ Е.А.Ефимовой и З.В.Горбуновой, «Выявление параметров восприятия учителями своих учеников»./Социальная информатика.М.97

По данным дифференциальных исследований Д.В.Колесова¹, С. Кудинова и др. ученых выявлены следующие психо-физиологические, поведенческие и ролевые различия мужчин и женщин.

Гендерные различия детей

Табл. 12

Девочки	Мальчики
<p>Высокий контроль за потоком информации; Положительные эмоции при освоении нового; Разноплановость поисков информации; Новую информацию используют в реальных задачах. Лучше вербальные способности (лучше излагают мысли); Они лучшие миротворцы (быстрее и эффективнее гасят конфликты)</p>	<p>Эгоцентричные мотивы; Желание выделиться; Желание развить у себя интуицию; Поиск похвалы от других; Преобладание отрицательных эмоций, если не добился своего; Лучше визуально-пространственные способности (зрительная ориентировка); более агрессивны (способны защитить себя и других)</p>

Гендерные различия у взрослых людей.

Табл.13

Женщины	Мужчины
Предпочитают близкое	Предпочитают далекое
Предпочитают наглядное	Предпочитают умозрительное
Предпочитают конкретное	Предпочитают абстрактное
Имеют тягу ко всему живому, этическим и эмоциональным связям	Проявляют интерес и к живой, и к неживой природе
Более ориентированы на ситуацию «здесь и теперь» во времени и пространстве	Принцип «там и тогда». Более ориентированы на «ход времени». Хорошая пространственная ориентировка
Ориентация на человека и все что с ним связано, склонность к попечительству и взаимоотношениям	Ориентация на перемещения, воздействия и преобразования (машины, самолеты, инструменты, оружие)
Более интуитивны, особенно ко всему живому	Более осознанный и логический интерес к предметам окружения
Творчество имеет упорядочивающий и декоративный характер	Творчество имеет инновационный характер
Ориентация на жизнеобеспечение семьи (ребенка, мужа и семейное пространство)	Ориентация на внешнее пространство, хорошая информированность об отдаленном
Эмоциональная неотчужденность, безусловная любовь	Склонность к условной любви, «за что-то»
Меньшая мобильность	Большие пространственные перемещения

Представленные данные имеют большое значение не только для понимания клиентов – мужчин и женщин, которые имеют разные потребности и разное поведение, но и в первую очередь, для понимания самих работников сервиса, женщин из которых - которых большинство.

¹ Д.В.Колесов Нравственность и пол. Психологические аспекты. Изд-во «Фылинта». 2000

Прежде всего, попробуем понять, почему женщин в сервисе подавляющее большинство (в некоторых сферах - более 80%), а затем попытаемся сделать прогнозы.

Исторически женщина всегда активно участвовала в производстве, но в древности – оно находилось в сфере семьи. И ранее противоречий между функциями матери и жены и функциями материального обеспечения семьи (очаг, стирка, ребенок) – не было. Позже, стали появляться внесемейные формы производственной деятельности. И, в конце концов, на семье оставалось лишь функция воспроизводства поколений (рождение детей), а за пределами семьи оказались производственные функции. На женщин, которые реализовывали свой личностный потенциал внутри семьи данные изменения в мире практически не влияли. Но другая часть женщин, которая не могла реализовывать свой природный потенциал внутри семьи (причин может быть много), стали пытаться раскрыть свою личность за пределами семьи – в области, природно принадлежащей мужчинам, т.е. сначала им нужно было войти с ними в конкуренцию (конфронтацию), что требовало дополнительных качеств, кроме женственности (фактически мужских). Это серьёзная нагрузка на психику женщины, так как «мужским» качествам научиться практически нельзя – они биологические. Когда женщина делает выбор: «отрыв от семьи», то фактически она делает выбор деятельности и пребывания вне дома и отчуждения от традиционных женских функций (своей природы).

Когда женщины получили равные права с мужчинами участвовать в общественном производстве и жизни общества за пределами семьи, то это вызвало удар, прежде всего, по репродуктивному состоянию общества.

Психологически и физически такая женщина не сможет быть счастлива (быть в ладу с собой, со своими склонностями, с близкими). Лишь единицы типа Маргарет Тетчер, Индира Ганди и др.) могли наравне с мужчинами прийти к власти, участвовать в деятельности своих партий, и доказать всем свои выдающиеся качества, потому что у них проявились политические амбиции, объективные данные и некоторые личностные способности для занятий высшего государственного поста. Но это исключения, в подавляющем большинстве любая женщина, в первую очередь хочет выйти замуж, любить, быть любимой, хочет родить детей и проявлять заботу о семье и лишь в случае неудачи в этой области она может попытаться испробовать свои силы на «мужском поприще». Поэтому вопрос стоит не в том, почему женщины не могут исполнять любую мужскую работу, а в том, почему в подавляющем числе случаев - они не хотят этого. Часто женщины чувствуют, что их усилия будут несопоставимы с теми, которые бы они прилагали к своей природной жизни. Рис.21

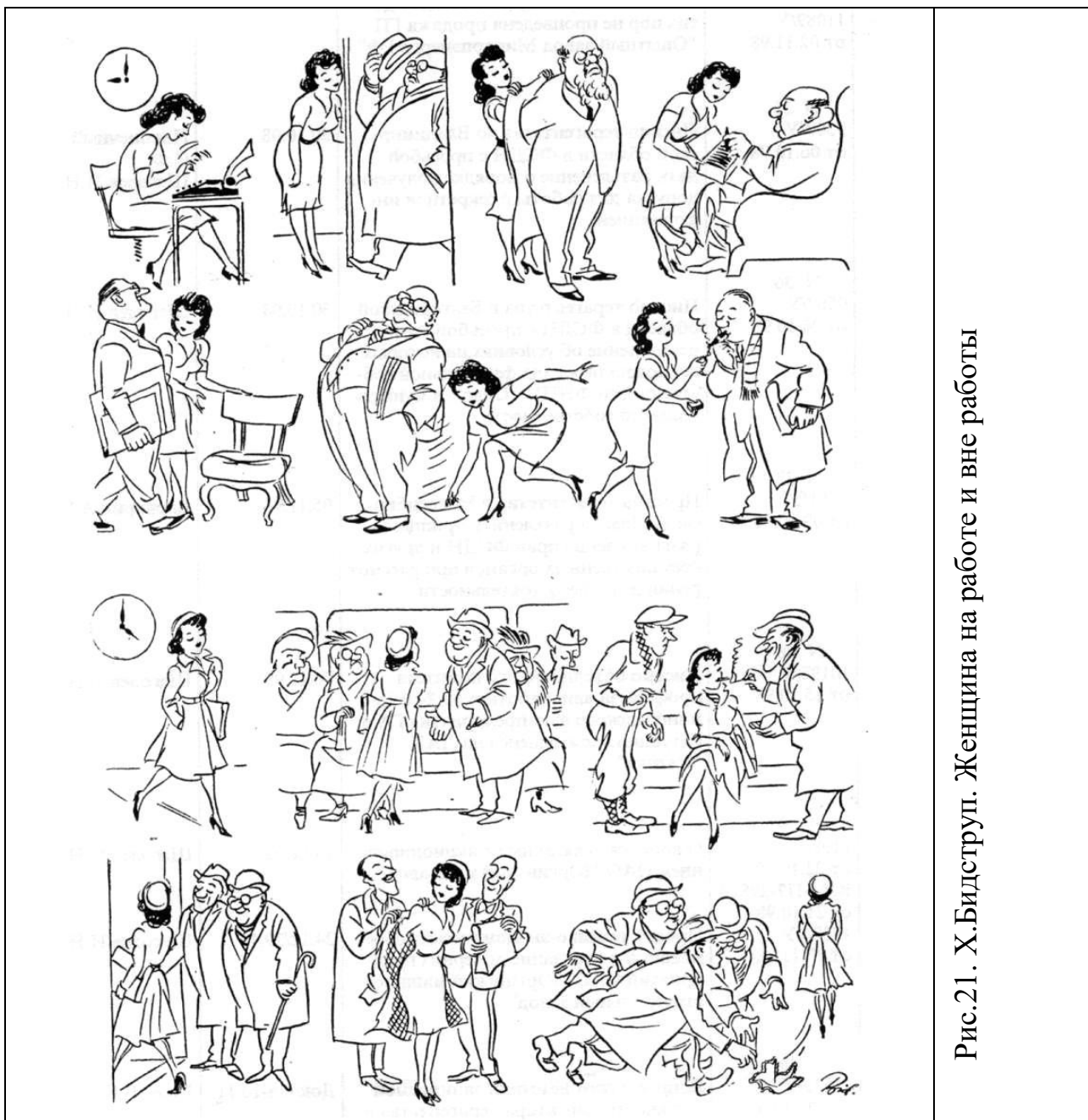


Рис.21. Х.Бидstrup. Женщина на работе и вне работы

Этот вывод подтверждают данные современных социологических опросов: большинство российских женщин вполне устраивает традиционная роль матери и жены-хозяйки, лишь бы мужчины были способны выполнять свои специфические функции¹.

После победы в борьбе за свои права и льготы женщин сегодня в развитых странах (и уже в России) половое разделение в обществе потеряло жесткость. Число традиционно мужских и женских видов труда резко уменьшилось, а в семье и на производстве все больше уравнивается. В развитых странах, в том числе и в России, СМИ широко поддерживают и тиражируют идеи о том, что различия в психике и поведении женщин и мужчин – незначительны (это, например, выступления психолога И.Кона,

¹ Ментальность россиян. – Имидж контакт.-М.1997

идеологов гомосексуальных движений и пр.). Но исследования показывают, что это не так. Сложности в отношении к этому вопросу во многом связаны с политической ситуацией в стране. Если правящее руководство государства исходя из своих субъективных взглядов принимает решение, что стране выгоднее непосредственно получать выгоду от участия женщины в общественно-полезном труде, оно проводит определенную идеологическую линию в воспитании в средней и высшей школе, тогда мальчики и девочки теряют свою половую идентификацию. Результатом становится сиюминутная экономическая выгода для государства, но резкое снижение рождаемости (вымирание нации).

Кроме этого очевидного факта наблюдаются и другие чисто психологически негативные последствия. По данным современных отечественных подростковых психологов, изучающих процессы феминизации и мускулинизации, - процессы эти имеют внешнюю и внутреннюю стороны. Периодически среди юношей возвращается мода на длинные волосы (хвостики), кружевные сорочки, бижутерию, и делать маникюр. Но одновременно их внутренняя идентификация (принадлежность к мужскому полу) не меняется.

Девочки же изменяя свой внешний облик – брюки, стрижки, манеры, сигареты и пр., - свой внутренний план (принадлежность к женскому полу) меняют в сторону принадлежности к мужскому. По результатам тестирований, многие из них хотели бы быть мальчиками. В своих жизненных ценностях и ситуациях они совершают присущие мужчинам поступки (борются за сексуальную свободу, усваивают приемы карате, бокса, футбола, хотят быть директорами, докторами наук и пр.). Так, статистика смены пола в России в последние годы указывает на ситуацию прямо противоположную, чем это наблюдается в западных странах и США. Там пол преимущественно меняют мужчины, чтобы стать женщинами – это и престижно и выгодно. В России в основном пол меняют женщины, чтобы стать мужчиной.

Мы показали, что половое разделение проявляется во всём, в том числе и в предпочтениях профессиональной деятельности.. Д.В.Колесов выделяет две большие группы профессиональной деятельности по критерию гендерного характера и условий труда.

Гендерный характер труда

Табл 14

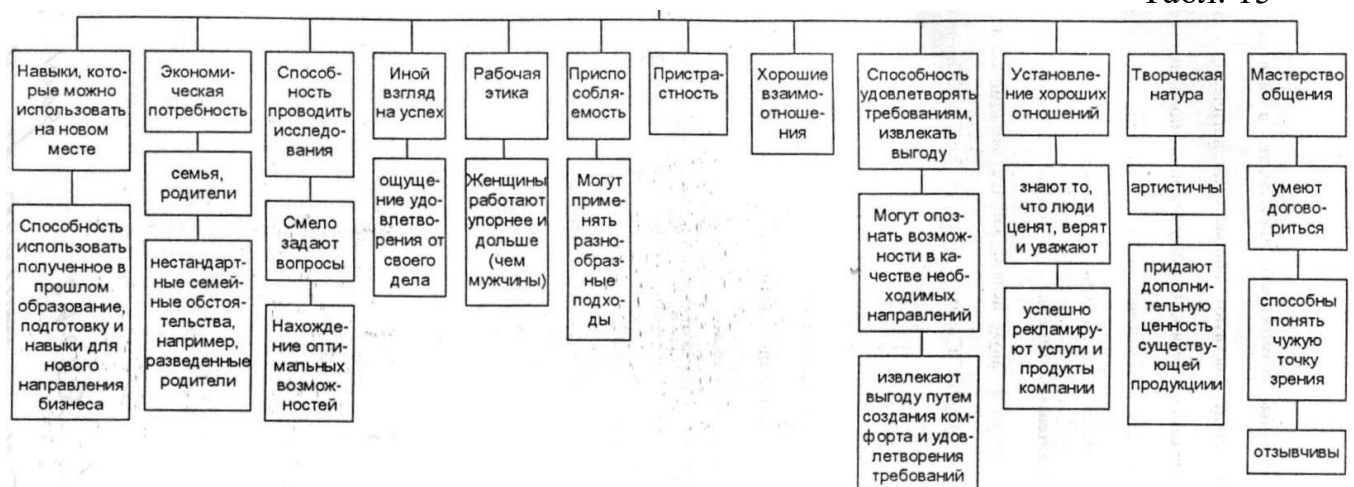
Работа, чаще выбираемая женщинами	Работа, чаще выбираемая мужчинами
Нерегламентированный график работы)	Работа по строгому графику
Самостоятельное обеспечение себе плана или рабочего места	Задание получает от начальства
Имеет дело со множеством разнообразных объектов, целостных	Четкое разделение функций
Должен учитывать изменения (погоды,	Работа осуществляется в стабильных

людей, др.)	условиях и не зависит от сезона
Вносит коррективы и вариации в свою работу самостоятельно	Имеет дело с неживой природой (металл и др)
Самостоятельное обеспечение себе инвентаря (фермерство)	Материал ему подвозят, он не обязан о нем заботиться
Результат неотчуждаем от производителя (воспитатель в детском саду)	Не отвечает за конечный результат, лишь за часть (деталь)

Перечислим некоторые профессии, подходящие женщинам по их природным склонностям: в области психологии, педагогика, медицина, домашнее хозяйство и его производственные аналоги (бытовка), фермерство, декоративно-прикладное искусство и пр. – и всё это в большинстве своем, как мы видим – сфера сервиса. Группа профессий в табл. № , подходящая мужчинам – это производство, управление и наука. Именно в названных сферах женщины могут реализовать свой потенциал. К этим выводам приходят и другие сервисологи. Так, **О.И. Литвинова, изучающая проблему женского предпринимательства выявила психологические качества, обеспечивающие им успех.**¹

Составляющие успеха женщин предпринимателей. (по О.Литвиновой)

Табл. 15



Для сферы сервиса есть много преимуществ от работы в нём женщин. Назовем некоторые из них:

¹ О.И.Литвинова .особенности женской предпринимательской деятельности /сб. научных статей № 3.ГАСБУ. М.1996

1. Щербаков А.В. указывает, что клиенты нередко приходят в сервис решать свои личностные проблемы.¹ Клиент - личность, и поэтому он хочет иметь свою одежду, свою причёску, свое жилище, свое искусство. И это относится не только к представителям публичных профессий (актеров эстрады, телеведущих и пр), но и к любому человеку, склонному к самовыражению. Такой клиент приходит в сервис и ожидает увидеть в его представителе - психотерапевта, психолога, констультанта, стилиста, имиджмейкера, - в одном лице. И тот вынужден, связывая воедино проблему человека, и его восприятие, помогать ему разобраться и определить собственную индивидуальность, используя новые технологии, новые товары, новые услуги (среди которых, например, компьютерные технологии позволяющие работать со стилем, имиджем). И если модных стилистов-мужчин – единицы, то многомиллионная армия парикмахеров, косметологов, мастеров индпошива – это всё женщины, и они эту работу выполняют со свойственным им природным даром и интуицией.

2. Говоря о другой - коммуникативной составляющей сервиса, мы также обнаружим, что в ней наилучшим образом проявляет себя женщина по своим природным качествам.

3. Женщина более предана, постоянна и лояльна по отношению к фирме. Эти качества очень ценятся в мелких и средних предприятиях – которых в сервисе подавляющее большинство.

4. Женщины в самых трудных условиях жизни способны выполнять свои привычные женские обязанности эффективнее, чем большинство мужчин свои (в условиях войны себя проявлял «женский инстинкт к сохранению живого).

Но, к сожалению, кроме положительного, администрация сервисного предприятия, на котором преимущественно работают женщины, может испытывать и трудности. Прежде всего, из-за периодических (ежемесячных) выраженных расстройств эмоциональной и психофизической сферы, связанные с общим падением работоспособности, и недомоганием;

Вторая причина трудностей – в общем уровне эмоциональности, более высоком чем у мужчин. Психологи считают, что в последние годы эмоциональные расстройства у всех людей стали более выраженными. По меткому выражению психолога Б. Ничипорова, для современных женщин (особенно молодых) характерна «внутренняя бездомность» - они живут более внешним, вне собственного личностного центра, «вне своего естества», (что, кстати, сказывается и на отношении к материальному дому, очагу, близким), поэтому представители слабого пола реагируют на любую мелочь. В контакте с клиентами женщина более лабильна и более «ведётся» на конфликт.

¹ Щербаков А.В. Проблемы индивидуальности в дизайне современных технологий сервиса. // сб. Наука-сервису. 5 международная научно-техническая конференция. М.2000. ч.2.

Внешние реакции при эмоциональных расстройствах у женщин также имеют свои особенности. Если у мужчин они могут выражаться в агрессивных реакциях и волевых извращениях (алкоголизм, психопатии), то у женщин - чаще в слезах, депрессии, истероидных реакциях.

Женщины имеют пространственную фиксацию жизнедеятельности, поэтому не склонны к занятиям видами деятельности, связанным с перемещениями на большие расстояния (командировки и пр.).

Некоторые из указанных гендерных особенностей можно измерить методами психодиагностики, которые отражены в Практикуме к третьему разделу.

Гендерные особенности кадрового состава в сервисе имеют как свои положительные, так и отрицательные особенности. Необходимы исследования, чтобы использовать и усиливать сильные стороны, и уменьшать слабые.

3.5. ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ПОВТОРЕНИЯ ТЕМЫ

1. Опишите современные походы к понятию *личность*
2. Укажите, какой подход вам наиболее близок?
3. Охарактеризуйте, какими главными психологическими качествами должен обладать работник сервиса и почему?
4. Как бы вы исследовали нужные Вам психологические качества у претендента на должность в сервисе?
5. Как высшее образование влияет на особенности восприятия?
6. Охарактеризуйте, в чем состоит гендерное различие в психике мужчин и женщин.

3.6. ПРАКТИКУМ К ТРЕТЬЕМУ РАЗДЕЛУ

Задания в практикуме к этому разделу относятся к самотестированию работников сервиса по некоторым качествам, которые сервисологи называют профессионально-значимыми.

Наблюдательность

Тест-задание для женщин, работающих в сервисе.

Вы – заведующая кафе.

У вас произошла мелкая неприятность. Вы не собираетесь наказывать сотрудника, поскольку некому работать. Но если косвенно заподозрите, кто – это, просто переведёте на другое место. На месте оплошности найдена губная помада по форме, соответствующая рисунку № 23.

В смене работали только трое:

1. Анна, которая очень пунктуальная, не опаздывает и всё планирует;
2. Светлана, общительная хохотушка;

3. Лида, конфликтная и взрывная.

Пользуясь нижеприведенным тестом определите, кто виноват.

Тест «Губная помада и характер» (по В.М. Шепель)

Посмотрите на форму помады, сравнивая с рисунками. Рис. 23.

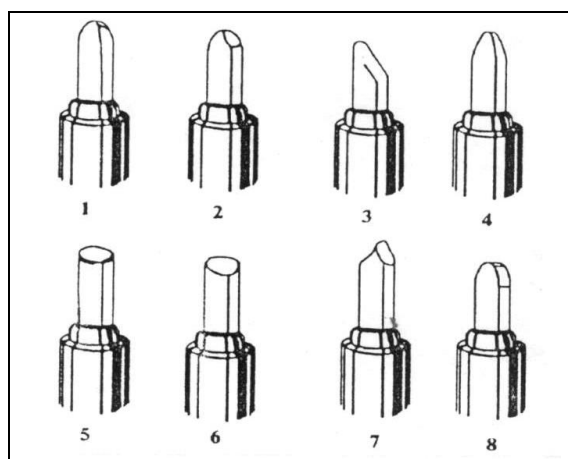


Рис. 22. К тесту.

№ формы	Описания характера
1. Помада долго сохраняет заостренную форму.	Ею пользуется человек практичный и солидный, который всегда знает, чего ему не хватает, четко ставит цель, идет к ней коротким путем, не размениваясь на мелочи
2. Конец помады заострѐн, как карандаш	Хозяйка не лишена эгоизма, заносчива, неуважительно относится к другим. Нелегко сходится с людьми. В отношениях с мужем считает себя идеальной женой
3. Столбик помады стерт с одной стороны.	У пользователя щедрое воображение. Хозяйка помады деловита, предприимчива. У неё может не хватать практичности. Она непривередлива, прихоти других переносит спокойно. В компании женщин скучает, хотя и имеет близкую подругу, которой доверяет свои тайны. Своим партнерам по общению все прощает.
4. Верх помады заострѐн равномерно.	Характер женщины – целеустремленный, достаточно хладнокровный, умеет за себя постоять. Любит порядок, всё заблаговременно планирует. Но чувства юмора может не хватать.
5. Верх помады неопределенной формы	Характер неуравновешенный, любая мелочь может вызвать беспокойство, но это прячется под маской самоуверенности и энергичности. К людям отношение недоверчивое. Любит вечерние прогулки, красивые вещи и сентиментальные романсы.
6. У помады плоский торец.	Хозяйка – оптимистка, скука ей не знакома, с людьми непосредственна и откровенна, легко находит общий язык, не обращает внимание на жизненные мелочи. Иногда своей

	прямолинейностью может обидеть человека, хотя и не специально.
7. Редкая форма	Человек настроения, неуравновешенна, порывиста, легко приходит как в восторг, так и в отчаяние. Настроение чаще веселое, смешливое, всегда в центре внимания. Но ненадежна как друг, может подвести.
8. Помада имеет форму срезанного конуса	Спокойный, веселый характер человека, довольного судьбой. Хорошо разбирается в людях. Иногда склонная завидовать другим, а это портит ей настроение.

Креативность.

При проведении исследований следует учитывать и своевременно выявлять креативность – способность творчески решать любые жизненные задачи. Для творчества – теоретически нет границ. См. рис.24.

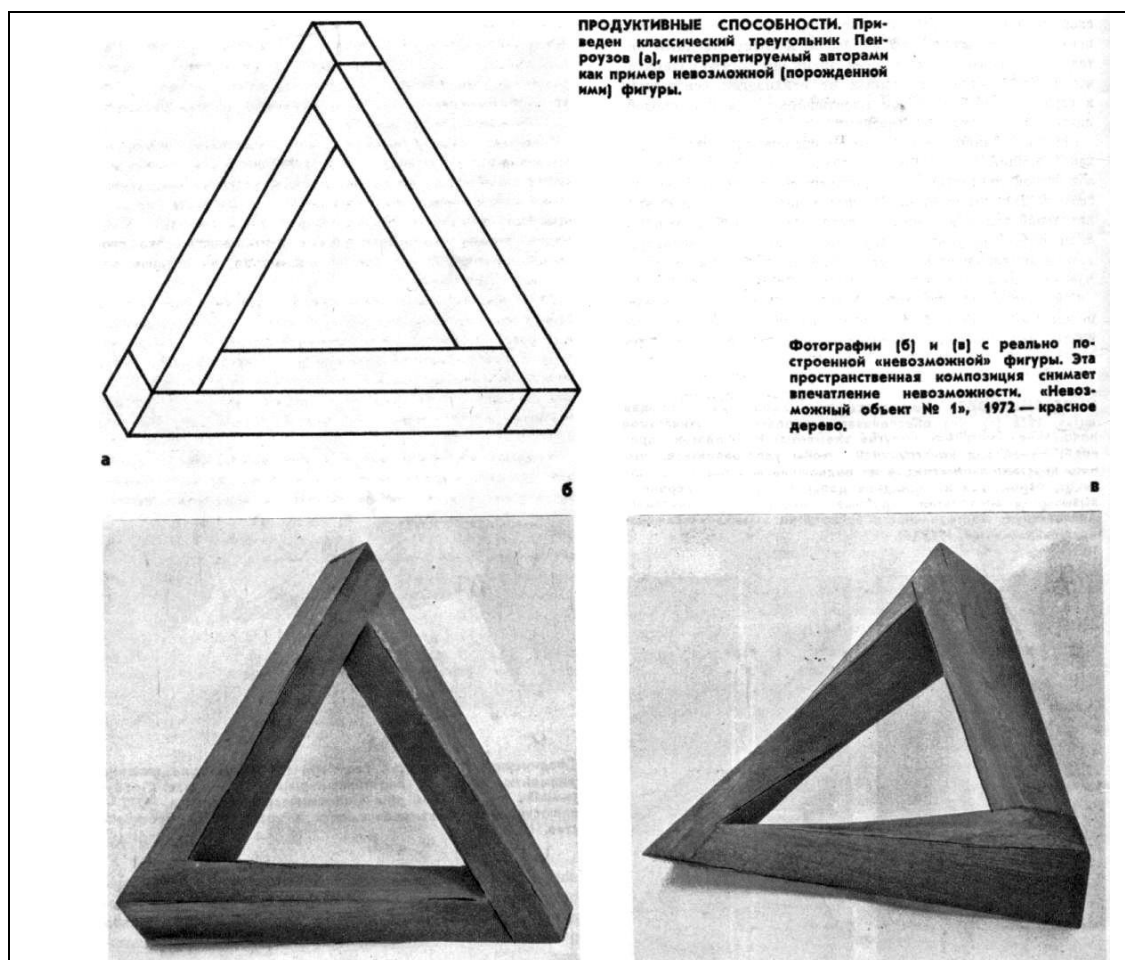


Рис. 24.

А) невозможная фигура, б) и в) – реально построенные те же фигуры.

К сожалению, нет таких людей, которые могли бы одинаково успешно проявлять свои таланты во всех областях жизни. Кто-то талантлив в технике, кто-то в психологии, кто-то в поварском искусстве. Поэтому для выявления креативности психологи предлагают решение творческих задач - результат которых испытуемый заранее не знает и для решения которых не требуется никаких специальных знаний.

Скажем сразу, что и в этом случае выявить креативность – нелегко. Морозова Л.М и Лернер П.С.¹ предупреждают о проблемах трех типов во время тестирования: 1) не факт, что решая задачу, вы будете в творческом состоянии, может быть просто проявляются способности; 2) сами задачи на креативность часто никак не связаны с основной деятельностью человека; 3) количественная оценка сомнительна, важнее состояние «творческого энтузиазма», которое не всегда включается.

Креативность в мышлении имеет несколько качеств, они выявляются в психологии следующими способами:

1. Зоркость в поисках проблем. Приём: напишите на бумаге необычные проблемы, связанные с названным привычным объектом (ручка, птица). Инструкция: «Что бы ты сделал со *столбом*, если бы тебе его дали?»

2. Быстрота мышления. Инструкция: назвать слова к которым приложимы три определения одновременно, например, *мягкий, белый, съедобный*.

3. Легкость ассоциирования. Инструкция: назвать все слова, противоположные по смыслу данному слову, например, *сухой - мокрый, старый-молодой*.

4. Легкость выражения. Инструкция: за ограниченный отрезок времени нужно составить как можно больше предложений, содержащих одновременно три слова (*озеро, луна, он*).

5. Беглость речи. Инструкция: придумать как можно больше слов, начинающихся с данной приставки или включающих данный суффикс.

6. Способность устанавливать категорию объектов. Инструкция: записать на бумаге все предметы, к которым может быть применено данное определение, например, *круглое*.

7. Гибкость мышления. Инструкция: перечислить все возможные способы использования обиходного предмета, например, *жестянки от консервов*.

8. Контролируемые ассоциации. Инструкция: а) дать как можно больше слов синонимического ряда от предъявляемого слова; б) для предъявленных двух слов нужно найти слово «ассоциацию» (например, *изумруд, молодой, соединяющее слово - «зеленый»*);

9. Выведение следствий Инструкция: дают описание ситуации и предлагают придумать последствия (что произойдет, если пойдет дождь, и будет лить не переставая). Возможные ответы: «Промокнем», «Тибет будет перенаселён», «Подорожают зонтики».

10. Улучшение объекта. Инструкция: Игрушку, ручку, собаку и пр. нужно усовершенствовать, т.е сказать, что сделать, чтобы она была более

¹ Морозова Л.М., Лернер П.С. О проблемах, встречающихся при выявлении уровня творческого потенциала. / сб. сб. Концептуальные аспекты образования в области сервиса. Международная научно-метод кон. 20-23 марта. М.2001. Минобр, МГУс.

забавной и пр. Оценивается гибкость, оригинальность, изобретательность и т.д.

11. Тест на завершение рисунков. Инструкция: Надо завершить незаконченный рисунок. Учитывают глубину проникновения в содержание рисунка, оригинальность, фантазию.

12. Круги и квадраты. В беспорядке расположены 35 окружностей. Инструкция: Нарисуйте как можно больше необычных предметов из кругов как составных и сделайте надпись.

13. Тест на конструирование. Инструкция: Составьте рисунок из стандартных деталей –кусков цветной бумаги и пр. Сюжет осмысленный с подписью. Оценивается оригинальность, информированность, фантазия.

14. Свобода (отсутствие самоограничения) в творчестве. Инструкция: Соедините девять кругов, проведя не более четырех прямых линий. Ваш карандаш (ручка) должен не отрываться от бумаги и не повторять ни одну из ранее проведенных линий. Рис. 25. Ответ в конце книги.



Рис. 23

Работник сервиса всегда должен уметь «себя подать», особенно, если это женщина.

Популярный Тест для женщин «Одежда-характер-судьба» (по В.М. Шепель)

1. Стараетесь ли вы к каждому сезону покупать себе обнову независимо от того, есть ли в этом необходимость? (да-3 очка, нет-0)

2. Ваши любимые ткани: однотонные (3 очка) , набивные (2 очка), нет (0);

3. Ваши любимые узоры: цветы (7 очков), горошек (5), полосы (3 очка), геометрический рисунок (1), однотонные ткани (0);

4. Как вы оцениваете свой стиль? Классический (0), спортивный (3), модный (5), экстравагантный (7);

5. Хватает ли у вас мужества надеть слишком экстравагантную модель? Да (5), зависит от обстоятельств (3), нет (0);
6. Любите ли вы смелые сочетания цветов ? Да (5), , иногда (3), нет (1);
7. Что Вам больше нравится? Спортивные блузы (3), английские костюмы (2), простые юбки (1);
8. Какой фасон шляпы считаете своим? С широкими полями (7), типа тюрбан (4), без полей (2), не носите шляпы (0);
9. Каким сумочкам отдаете предпочтение? Спортивным на ремешке (4), «сундучкам» (3), «конвертам» (2), любим, которые в моде (0);
10. Любите ли туфли на каблуках? Да (3), нет (0);
11. Есть ли в вашем гардеробе хоть одна вещь, сделанная собственноручно? Да (3), нет (0);
12. Дома вы ходите: в длинной юбке (5), в джинсах (3), донашиваете старые вещи (2);
13. Чему отдаёте предпочтение? Бусам (7), кораллам (5), кулонам (3), простой цепочке (1)

Подсчитайте очки.

5-11. Вы консерватор, цените покой и стабильность, придаете значение внешней форме общения с людьми, нелегко налаживаете новые контакты. Но в то же время, если уж завоюете уважение, то надолго. Вы хорошая хозяйка, требовательная к детям, старательная на работе.

12-22. Характер противоречивый. Без особых оснований вы переходите от радости к грусти, от пессимизма к оптимизму. Любите жить в постоянном движении, часто меняете свои взгляды – это не всегда нравится окружающим. На работе – быстры, сообразительны, но часто бываете в апатии.

23-37. вы близки к золотой середине, вам легко с окружающими, а им с вами. Хорошо владеете собой, спокойны, но, если надо, способны на быструю реакцию. Вам удастся завоевать доверие даже тех, кто поначалу относился к вам с неприязнью. С работой справляетесь хорошо. Ваш дом –спокойная пристань для друзей.

Больше 37. Независимо от возраста вы молоды душой. Легко загораетесь и легко гаснете. Слишком впечатлительны. Не умеете скрывать свои чувства.

Тест. Настойчивость или агрессия ?

Агрессия (или агрессивность) как психический феномен – это готовность и предпочтение использования насильственных средств для реализации своих целей. У разных людей она выражена по-разному. Её полное отсутствие приводит к подавленности и конформности (желанию быть как все, «не высовываться»), а максимальная выраженность - к неспособности к социальной кооперации. На самом деле все люди отличаются только удельным весом агрессии. В сервисной деятельности агрессивность в

небольших проявлениях может выражаться в настойчивости, решительности, способности рисковать. Один топ-менеджер пошел к врачу: «Каждую ночь, доктор, мне снится один и тот же сон. Передо мною дверь с надписью. Я её толкаю, но никак не могу открыть. Это кошмар какой-то!. -А что написано на двери? - «На себя».

Преодоление препятствий является одной из специфик работы руководителя. Поэтому борьба им часто снится ночью. Отношения к тому, способен ли человек к риску и как он преодолевает препятствия можно считать специфическим показателем пригодности человека к работе руководителем.

Ниже приводится небольшой тест-опросник, позволяющий выявить эти качества.¹

Тест. Риск (предпринимательства)

№	Вопросы	да или нет
1	Я бы рискнул начать собственное дело, нежели работать на кого-то ещё.	
2	Никогда не пойду на такую работу, где много поездок.	
3	Если бы я стал играть, то никогда не делал бы малых ставок.	
4	Мне нравится улучшать свою жизнь с помощью идей.	
5	Никогда не брошу работу, не будучи уверенным, что есть другая.	
6	Я не склонен идти на риск, чтобы расширить свой кругозор.	
7	Зная, что какое-то конкретное новое дело может кончиться неудачей, я не стал бы вкладывать в него средства, даже зная, что барыш может быть велик.	
8	Хотел бы испытать в жизни как можно больше.	
9	Не ощущаю в себе особой потребности в возбуждающих событиях.	
10	Я не обладаю большой энергией.	
11	Я не могу без труда порождать множество прибыльных идей.	
12	Я бы никогда не стал спорить на сумму, которой в данное время не располагаю.	
13	Мне нравится предлагать новые идеи или концепции, когда реакция на них, например, моего шефа, непредсказуема и неясна.	
14	Я готов участвовать лишь в таких сделках, которые достаточно ясны и определены.	
15	Менее надёжная работа с большим доходом меня привлекает больше, чем более надёжная со средним.	

¹ См.: Журнал для инженера. - № 5. -1988.

16	По характеру я не очень независим.	
----	------------------------------------	--

Если вы ответили «да» на вопросы 1, 3, 4, 8, 10, 11, 13 и 15 – присваивайте каждому ответу по 1 очку. Если вы ответили «нет» на вопросы 2, 5, 6, 7, 9, 12, 14, 16 – также присваивайте каждому ответу по одному очку.

Если сумма ваших очков 13, 14, или выше – вы по всей вероятности, склонны к предпринимательскому риску и способны выдерживать неудачи.

Тест. Лидерство (харизма)

Сервисологи указывают на то, что лидерство является профессионально-значимым качеством для работников сервиса с высшим образованием (Н.П.Мазаева¹).

Самоактуализированные в той или иной степени люди могут вести за собой других. Их считают лидерами.

Лидерство - способность направлять усилия людей на достижение каких-то целей. Эта способность описана многообразно в литературе, но её механизмы не вполне понятны и по сей день.

В психологии существуют различные взгляды на это явление:

Д.Морено предложил формулу: лидер –это человек, который выбирается большим числом членов группы, либо отбирается часто выбираемыми. С этой точки зрения лидеры, бывают: формальными (например, выбранные официально собранием); неформальными (авторитетные в коллективе) и социометрическими (соединение формального и неформального аспектов).

И.Дженингс разделял лидеров на социолидеров (которые решают конкретную задачу) и психолидеров (которые устанавливают человеческие отношения).УЗЗР

Ф.Селзник описал также институциональных лидеров (которые выдвигают правила групп, нормы) и межличностных лидеров (которые смягчают конфликты).

Ю.Хемфилл описал классификацию лидеров с точки зрения процесса их появления: пробный лидер (появляется в начале, когда задача есть, а роли еще не определились, он и вовлекает группу в групповой процесс решения задачи), успешный лидер (тот, за которым пошло большинство); эффективный лидер (который осуществляет координацию группы для решения собственно задачи).

Р.Кеттел ввел понятия фокусированный лидер (вокруг которого сплотились остальные, в молодой группе - они особенно эффективны); и рассеянный лидер (который особенно эффективен в группах зрелых людей);

¹ Н.П. Мазаева. Проблемы руководства и лидерства и жизнеспособность систем управления кадрами/сборник научных статей № 8.1998. М.ГАСБУ.

И только З.Фрейд, и Ф. Редл попытались рассмотреть явление лидерства в качестве эмоционального подчинения (идентификации), по типу “притягивания”, “обожания”. Лидер как фокус группы что-то задевает в бессознательном окружающих. Он транслирует: любовь; страх; возможность удовлетворения потребности, чувство эмоциональной защиты; возможность подражания; неосознанные сексуальные влечения; неосознанные агрессивные влечения.

Лидеры, считает Ф. Редл, - это всегда символы этих эмоций и чувств: Патриархальный повелитель, Вожак, Тиран Организатор, Герой, Кумир или Козел отпущения.

Решительность – важнейшее качество, свойственное лидеру. Приводим болгарский тест-опросник, позволяющий определить одно из лидерских качеств.

Тест. Степень уверенности в себе¹

Инструкция. Укажите два или три возможных ответа на выбор. Отметьте кружком букву наиболее приемлемого для вас варианта.

1. Вы узнали, что ваш хороший приятель говорил о вас не совсем приятное. Как вы поступите? А)поищите удобный случай поговорить с ним об этом; б) Прервете связи с ним и будете избегать встречи с ним.
2. Пытаетесь войти в трамвай или автобус, но вас грубо толкают в бок. В) пытаетесь пробиться в толкучке; е) ждете , пока все войдут, и тогда, при возможности, входите и вы; а) вслух протестуете.
3. Во время спора замечаете, что собеседник имеет точку зрения, отличную от вашей: б) не высказываете свое мнение, так как считаете, что не сможете его убедить; д) защищаете свои убеждения и пытаетесь убедить в них и других.
4. Опоздали на заседание и замечаете, что все места уже заняты за исключением одного свободного стула на первом ряду: б) стоите в глубине помещения и упрекаете себя за опоздание; е) прежде чем решиться занять место, внимательно осматриваетесь вокруг и ищите другой стул; д) без колебаний направляетесь в первый ряд;
5. Кажется ли вам/, что иногда извиняетесь чаще, чем нужно? Е) да; д) нет.
6. Трудно ли вам вступить в разговор с незнакомым лицом? Е) да; д) не совсем.
7. В магазине самообслуживания вы не нашли нужного товара. Неудобно ли вам уходить с пустыми руками? Б) да; а) нет.
8. В служебном кругу собираются деньги для неких гуманных целей: в) сразу же даете, сколько необходимо; а) ждете, пока вас попросят, а после все-таки вносите сумму; г) вам неприятно, что просят вас о таких вещах.
9. Требуют от вас услуги, которая может принести вам неприятность. Легко ли вам отказать? В) да; б) нет

¹ Перевел с болг. В.Ударов

10. Есть возможность поговорить с известной личностью: д) используете возможность; е) отказываетесь

11. При подходящем случае для повышения про вас забыли: А) требуете объяснений; г) молчите, чтобы не иметь неприятностей.

12. Ваш ребенок не справедливо получил низкую оценку: б) ничего не предпринимаете, считая, что учитель компетентнее вас; е) встречаетесь с учителем и обсуждаете, почему он поставил такую оценку.

А		X 3=			<p><u>Подсчет баллов.</u> Пересчитайте группы отмеченных кружками букв каждого вопроса и запишите их количество в таблицу. Перемножьте соответствующие числа и получите окончательный результат.</p>
Б		X 0=			
В		X 5=			
Г		X 2=			
Д		X 4=			
Е		X 1=			
Сумма:					

Результат:

Количество очков	Степень уверенности в себе
45-42	Чрезвычайно высокая
41-38	Очень высокая
37-34	Высокая
33-30	Более высокая, чем низкая
29-26	Более низкая, чем высокая
25-22	Низкая
21-18	Очень низкая
17-14	Чрезвычайно низкая

Тест на определение настойчивости¹

Инструкция: Оцените степень сложности для вас предложенных ситуаций: вставьте в крайний правый столбик одну из цифр: 1-несложно; 2-средняя сложность; 3-очень сложно.

	Ситуации	1,2,3?
1	Необходимость ответить работнику, который требует снисхождения к себе.	
2	Необходимость ответить работнику, настойчиво требующему вашей помощи.	

¹ Из книги «Психологические тесты для деловых людей» из серии журнала «Управление персоналом»

3	Обращение за помощью к другим людям	
4	Обращение к людям, занимающим высокие должности и очень занятым	
5	Производственные совещания по вопросам реорганизации	
6	Отношения с работником, плохо выполняющим свои обязанности и при этом выдвигающим свои требования	
7	Обсуждение с подчиненными вопросов условий и оплаты труда	
8	Требовательность к работнику, работающему «из-под палки»	
9	Применение различного рода наказаний	
10	Увольнение нерадивого работника	
11	Работа с людьми, недооценивающими или безразличными к вашим идеям	
12	Обсуждение с начальством вопросов повышения вас в должности или оплате	
13	Отстаивание своих интересов	
14	Аккуратное выполнение всех запланированных дел	
15	Отстаивание собственного мнения, отличного от мнения руководства	
16	Отказ от несущественного задания, хотя время и позволяет его выполнить	
17	Необходимость заниматься второстепенными делами в ущерб главному	
18	Разрешение конфликтных ситуаций	
19	Выступление пред аудиторией	

Подсчитайте количество набранных баллов.

Результат.

Свыше 45: низкая настойчивость.

35-45 – среднее значение.

Меньше 30 – высокий показатель.

Адекватная - Я концепция

Работник сервиса для эффективных коммуникаций должен иметь адекватные представления о самом себе.

Формирование Я-концепции человека происходит при накоплении опыта решения жизненных задач и при оценивании их со стороны других людей, прежде всего родителей. Основными источниками Я-концепции выступают:

1. Сравнение себя с другими;
2. Свидетельства восприятия другими;
3. Оценка результатов деятельности;
4. Переживание внутренних состояний;

5. Восприятие своего внешнего облика.

Выполняет функции:

- структурирования и обработки поступающей информации в аспекте имеющихся схем, отражающих личностные качества,
- мотивирования к повышению собственной значимости.

Тест 20 утверждений на самоотношение (Kuhn M., McPartland T., 1954)

Инструкция: в течение 12 мин. дайте 20 различных ответов на вопрос, обращенный к самому себе: "Кто я такой" Записывайте ответы в том порядке, в котором они спонтанно возникают, и не заботьтесь о последовательности, грамматике и логике.

Анализ результатов

Сравните свой список с тем, как это делают другие.

Обычно выделяют ряд определений – т.н. **"присоединяющие"** утверждения, в которых фиксируется принадлежность человека к той или иной категории людей ("студент", "сын", "мужчина", «человек» и др.)

После этого пишут т.н. **"дифференцирующие"** – указывающие специфический признак ("слишком толстый", "неудачливый» и пр.).

Если у вас не так, то нужно задуматься, почему?

Наиболее частые категории, обнаруженные на больших выборках в зарубежных исследованиях, следующие:

- профессиональная идентичность,
- семейная роль и статус,
- супружеская роль,
- религиозная политические и моральные высказывания;
- интересы и увлечения,
- стремления и цели,
- самооценки идентичности,
- пол и возраст.

Если у вас те же определения, но и иные, то задумайтесь, почему?

Молодые и пожилые люди чаще упоминают **возраст**.

Женщины чаще упоминают **семейный статус**;

Мужчины **чаще упоминают половую** принадлежность;

Дети чаще определяют себя через свои ситуативные и частные проявления («люблю дискотеки», «не сдал сессию»).

Тест «Насколько деловые качества развиты у женщины?»

Выберите вариант ответа на каждый вопрос, подсчитайте очки по табличке - и, возможно узнаете о себе кое-что новое.

1. Как вы представляете себе деловую женщину?

А. Она всегда погружена во множество самых разнообразных дел - и служебных, и домашних.

Б. Она не только «вся в делах», но и умеет каким-то образом все их сделать! Это трудно, поэтому нужно постоянно улучшать условия труда и быта работающей женщины.

В. Наверное, деловой женщиной можно назвать такую, которая несмотря на различные неблагоприятные обстоятельства стремится выполнять свои функции на работе и дома.

Г. Что для женщины главное – дом, семья.

2. Вы пообещали что-то сделать в чем-то помочь другому человеку. Но обстоятельства изменились, выполнить обещанное затруднительно.

А. Объясню этому человеку, что вряд ли смогу ему помочь и почему.

Б. Скажу, что обстоятельства изменились, но не нужно терять надежду на благоприятный исход дела.

В. Буду стараться выполнить обещание. Если выполню - хорошо, а если нет, то объясню причины.

Г. Никогда не обещаю того, в чем до конца не уверена. Но если уж так случилось, то ничего не буду сообщать человеку, а выполню обещание во что бы то ни стало.

3. Дома и на работе вас окружают вещи которыми вы часто не пользуетесь. Где и как они лежат?

А. Каждая вещь лежит там, где ей хочется.

Б. Стараюсь, чтобы у каждой вещи было свое место.

В. Периодически навожу порядок. Затем кладу вещи куда придется. Спустя какое-то время опять навожу порядок.

Г. Из-за нехватки времени обычно прошу кого-нибудь навести порядок. Правда, потом приходится искать, где же он - необходимый предмет.

4. Вовремя ли вы приходите на встречи, собрания, совещания

А. Прихожу заранее

Б. Вовремя, то есть к самому началу

В. Как правило опаздываю

Г. Всегда опаздываю, даже иногда когда пытаюсь прийти раньше

5. Цените ли вы свое и чужое рабочее время?

А. Да, жалею тратить время на разговоры, без которой можно обойтись. В работе ценю практический результат.

Б. Даже очень занятые женщины должны иметь возможность излить друг другу душу. Но чтобы от этого не страдало дело

В. Честно говоря, считаю так: день прошел - вот и хорошо. Пусть о делах голова болит у мужчин

Г. Женщины работали бы лучше, результативнее, если бы к ним заботливее относились и на работе и дома.

Ответы и оценки:

	А	Б	В	Г
1	5	10	10	5
2	10	5	5	10
3	0	10	5	5
4	10	10	0	10
5	10	10	0	10

35-50 баллов. Вы действительно деловая женщина, умеете держать слово, рационально организуете время, цените и свой и чужой труд.

20-30 баллов. Подлинная деловитость у вас то появляется, то пропадает – по настроению.

Менее 20 баллов. Вам нравится быть «просто женщиной». Но всегда ли вам это выгодно?

РАЗДЕЛ 4. ЛИЧНОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЯ СЕРВИСНЫХ УСЛУГ.

4. 1. ЛИЧНОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЯ.

Личность потребителя ничем не отличается от личности работника сервиса. Разница в состоянии. Каждый из нас часто входит в роль потребителя, в состояние нуждающегося в удовлетворении какой-то своей потребности.

Потребность – это состояние нужды организма, индивида, личности в чем-то, необходимом для их нормального существования.

Многие считают, что людям нужны только деньги и материальные блага (как, например, известный американский ученый Д.Макгрегор). Однако в среде психологов есть и другие, которые думают, что люди - высоко духовные и творческие существа и не нуждаются в постоянной погоне за новыми материальными услугами (А.Маслоу).

Эти подходы являются крайними, но помогают выделить главное в представлениях о таком сложном явлении, как потребность. В настоящее время исследователи пришли к выводу, что реалистический синтез всех концепций – это теория «сложного человека», в котором взаимодействуют все аспекты личности.

Когда человек приступает к взаимодействию с другим человеком, он не может освободиться от влияния внешних сил (семьи, соседей, церкви, общества и пр.). Человек просто физически не может оставить за порогом работы или магазина все свои заботы и интересы. И никто не в состоянии удовлетворить все его потребности. Однако те работники, которые видят в человеке только клиента, а не многогранную личность, зачастую приносят своей фирме вместо прибыли - урон, потому, что теряют клиента.

Работник сервиса, чтобы эффективно двигаться к цели, - убедить клиента купить услугу или качественно обслужить его, должен использовать знания о его потребностях и использовать методы мотивации. Мотив – это побуждение, объясняющее индивидуально-психологические различия между людьми в протекании деятельности в идентичных условиях. В отечественных работах **мотив** понимается по-разному: и как осознанная потребность (Ковалев А.Г., 1965) и как предмет потребности (А.Н.Е.Леонтьев, 1975) и отождествляется с потребностью (Симонов П.В. 1981)

Мотивация – совокупность психических процессов, которые придают поведению энергетический импульс и общую направленность.

Существуют различные теории мотивации, которые условно можно разделить на две категории: содержательные и процессуальные.

Содержательные теории мотивации основываются на выявлении внутренних побуждений (потребностях), которые заставляют людей действовать так, а не иначе. Процессуальные теории мотивации основываются на поведении, как ведут себя люди с учетом их восприятия и познания.

Психологи говорят, что человек испытывает потребность в чём-либо, когда он ощущает физиологический или психологический недостаток чего-то. Потребности служат мотивом, побуждением к действию. **Побуждение** – это ощущение недостатка в чем-либо, имеющее определённую направленность. Оно является поведенческим проявлением потребности и сконцентрировано на достижении цели. Цель – это то, что осознаётся как средство удовлетворения потребности. Когда человек достигает такой цели, его потребность оказывается удовлетворённой, частично удовлетворённой или неудовлетворённой.

Упрощённая модель мотивации через потребности

Табл. 16



Для побуждения людей к эффективной деятельности применяются вознаграждения. Вознаграждения – это все, что человек считает важным для себя. **Ценности** у людей различные, а, следовательно, и различна оценка вознаграждений и его относительной ценности. В сервисе мы имеем дело с двумя главными типами вознаграждений: внутренними и внешними.

Внутренние вознаграждения – то положительное, что потребитель ощущает от ситуации взаимодействия с сервисной службой (это чувство удовлетворения от достижения результата – получения услуги, самоуважение, повышение самооценки и пр.). Внешнее вознаграждение часто связано с материальным носителем (отремонтированная машина, услуга)

Чтобы определить, как и в каких пропорциях нужно применять внутренние и внешние вознаграждения в целях стимуляции, нужно установить, какие потребности бывают вообще у их потенциальных клиентов.

Содержательные теории мотивации основаны на признании, что люди имеют множество потребностей: например, так выглядит характеристика потребностей по Мюррею.

1. Доминантность - стремление контролировать, оказывать влияние, направлять поведение словом, приказом, убеждать, препятствовать, ограничивать других.

2. Агрессия (садизм) - стремление словом или действием опозорить, осудить, поиздеваться, унижить, уничтожить противника

3. Поиск дружеских связей - стремление к дружбе, любви; добрая воля, симпатия к другим людям, страдание при отсутствии дружеских отношений, желание сблизить людей между собой, убрать препятствия.

4. Отвержение других - стремление отвергнуть попытки сближения, критичность, грубость, уединенность, неприступность, беззастенчивость. Других «ни во что не ставит».

5. Автономия - бегство от всякого ограничения, желание освободиться от опеки, режима, порядка, регламентации, тяжелой работы. Капризность, невожатанность, эгоизм, любовь к перемене мест, путешествиям.

6. Пассивное повиновение (мазохизм).- пассивное подчинение силе, принятие судьбы, признание собственной неполноценности

7. Потребность в уважении, поддержке - уважение по отношению к другим (родителям, руководителю, учителю, выдающемуся человеку, желание работать под руководством более сильного, умного, талантливого, стремление стать чьим-то последователем).

8. Потребность достижения - желание преодолеть, побороть, опередить других; сделать что-то быстро и хорошо, достичь высшего уровня в каком-либо деле, быть последовательным и целеустремленным.

9. Потребность быть в центре внимания - желание завоевать других, привлекать внимание к себе, удивлять своими достижениями и качествами личности.

10. Потребность игры - предпочтение игры всякой другой серьезной деятельности, желание развлечений, любовь к остроумам. Иногда сочетается с беззаботностью, безответственностью.

11. Эгоизм (нарциссизм) - стремление ставить превыше всего свои интересы, быть довольным собой, болезненная чувствительность к унижению, застенчивость; тенденция к субъективизму при восприятии внешнего мира. Часто сливается с потребностью в агрессии или отвержении.

12. Социальность (социофилия) - забвение собственных интересов во имя интересов группы, альтруистическая направленность, благородство, уступчивость, забота о других.

13. Потребность оказания помощи - всеобщий утешитель и друг «скорбящих», полон желания заботиться о других, оказать материальную помощь.

14. Потребность избегания наказания - сдерживание собственных импульсов с целью избегания наказания, осуждения. Воспитанность, сдержанность, любезность, стремление придерживаться общепринятых правил.

15. Потребность самозащиты - он во всеоружии в отношении возможного противника, трудно признает свои ошибки, вечно оправдывается ссылкой на обстоятельства, стремится отстаивать свои права, отказывается проанализировать свои ошибки.

16. Потребность избегания опасности - страх, тревога, ужас, паника, чрезмерная осторожность, отсутствие инициативы, уклонение от борьбы.

17. Потребность преодоления поражения, неудачи (фиксация на препятствии) - отличается от потребности достижения акцентом на самостоятельность в действиях. Основные черты - сила воли, упорство, бесстрашие.

18. Потребность порядка - тенденция к упорядочиванию, аккуратности, точности, красоте.

19. Потребность суждения - стремление ставить общие вопросы или отвечать на них, страсть к абстрактным формулировкам, обобщениям, увлеченность вечными вопросами о смысле жизни, добре и зле и т.д.

Другие авторы делят потребности на первичные и вторичные. Первичные - являются по своей природе физиологическими и, как правило, врожденными (в пище, воде, воздухе, сексе и т.п.).

Вторичные потребности по природе своей психологические (желание власти, славы, успеха, уважения, привязанности и т.д.). Вторичные потребности людей различаются в большей степени, чем первичные.

По теории А. Маслоу все потребности располагаются по иерархической структуре - (подробнее см. второй раздел).

Иерархия потребностей по Маслоу

Табл.17

Самовыражение		Вторичные
Уважение		
Социальные		
Безопасности и защищенности		Первичные

Поведение человека определяется, прежде всего, самой нижней неудовлетворенной потребностью в иерархии. После того, как потребность удовлетворена, ее мотивирующее воздействие прекращается. Однако эта иерархия не жесткая. Хотя в данный момент одна из потребностей может доминировать, деятельность человека при этом стимулируется не только ею. Имеется и ряд исключений, например, есть люди, для которых самоуважение важнее, чем любовь.

Работник сервиса должен быть психологом и владеть достаточной интуицией, чтобы знать, какая потребность клиента в настоящий момент является доминирующей на самом деле, несмотря на то, что он заявляет о чем-то другом. Если руководитель знает, что подчиненный имеет преимущественно материальные интересы, то он может применять материальное стимулирование (как частный случай мотивирования).

Несмотря на то, что мотивация занимает ведущее место в структуре личности, существуют очень мало психодиагностических методик для изучения мотивации из-за сложности этой психологической характеристики. Психологи могут только выделить **признаки** (индикаторы) мотивации, позволяющие определить, что происходит с другим человеком, некоторые из которых мы перечислим:

1. Прямая оценка представлений человека о своих потребностях. *Приёмщица заказов спрашивает: чем я могу вам помочь? И клиент прямо отвечает.*

2. Искажение объекта восприятия под влиянием мотивационных тенденций (*обычно молодые женщины после неудачного брака и развода чаще конфликтуют со своими отцами*);

3. Повышенная апперцептивная (личная) восприимчивость к объекту актуальной мотивации (сензитивизация, принцип резонанса). *Клиент долго искал мастера, который бы ему сшил один комплект модного черного шелкового постельного белья. Наконец с трудом нашел и в момент заказа решил заказать себе два комплекта.*

4. Влияние мотивов через оценку на конфигурацию и структурирование окружающих явлений (в тестах - стимульного материала). *Психолог консультант даёт картинку-тест пациенту: три вложенных друг в друга прямоугольника. Пациент отвечает: «Это прямоугольные женщина и мужчина на кровати». Психолог удивлен и рисует три вложенных друг в друга круга. Пациент отвечает: «Это круглые женщина и мужчина на круглой кровати». Психолог даёт три вложенных друг в друга ромба. Пациент спрашивает: «А Вы, доктор, не сексуальный маньяк?».*

5. Выявление зоны целей, соответствующих мотиву. *В исследованиях потенциальных потребителей часто используют в вопросах и беседах*

прямые вопросы, связанные с ближайшими целями (например, «Как вы планируете провести отпуск, или «Какую сумму вы планируете потратить на подарки к 8 марта?»). Затем соотносят цели с более глубокими мотивами и потребностями).

6. Выявление зоны ценностей, соответствующих мотиву. Аналогично предыдущему в исследованиях потенциальных потребителей используют в вопросах и беседах информацию о ценностях данной группы (например, возрастной), по результатам делают выводы о возможности их обращения в сервис.

7. Проявление мотивов в воображении и фантазии (Например, ТАТ – тест тематической апперцепции Мюррея, представляет из себя набор сюжетных картин неопределенного толкования. Исследуемый глядя на них предлагает свои версии происходящего). См. рис.11

8. Избирательность внимания к аспектам, релевантным мотивам. Внимательный банковский служащий может определить намерения гангстера по его взгляду. Как правило, налётчик смотрит на те части окружения, которые могут быть связаны с его намерением (оценивает пространство до двери, пол окружающих).

9. Эффект Зейгарник. Нереализованные действия несут в себе нереализованную потребность. Клиент заплатив за починку обуви слишком дорого, на его взгляд, теперь, идя домой, специально заходит в другую мастерскую и интересуется, сколько стоит у них такая же починка.

10. Настойчивость при столкновении с преградой (величина усилий, которые проявляет человек для преодоления преграды, может характеризовать силу мотивационной тенденции, детерминирующей его действия). Администрация автосервиса ежемесячно опрашивает своих сотрудников: «На что клиенты давали самую сильную эмоциональную реакцию (жалобы, оскорбления и пр.». По данным анализа немедленно разрабатываются программы для удовлетворения подобных потребностей.

11. Выявление внутренних и внешних преград, релевантных мотивам. Обычно такие преграды вызывают фрустрацию - эмоционально тяжелое переживание человеком своей неудачи, сопровождающееся чувством безысходности, крушения надежд, в достижении определенной желаемой цели. Тест фрустрации Рознецвейга Фрустрации выявляет реакции человека на неудачу и способы выхода из ситуаций, препятствующих деятельности или удовлетворению потребностей. Часто люди испытывают фрустрацию после неудач в сервисе. См. рис. 26.



Рис. 24

Стимульный материал теста Розенцвейга на выявление типа фрустрации.

12. Время принятия решения при мотивационном конфликте выбора альтернатив. Ситуация известная из древней философии под названием «Буриданов осел». Осел оказался на одинаковом расстоянии от двух стогов сена. Не смог выбрать. И умер от голода. Для потенциальных клиентов - два сервисных центра, оказывающих одинаковые услуги не должны выглядеть одинаковыми ни в чем.

13. Временные параметры: время, затрачиваемое на активность по удовлетворению потребности; время которое он желал бы посвятить этому, и время, которое он тратит на обсуждение, разговоры, по темам, релевантным актуальной мотивации. Бесценны все т.н. «не по теме» любые разговоры, которые клиент проводит с работником сервиса, они почти всегда содержат информацию для администрации об улучшении своей работы.

14. Свободный выбор активности. В большом универмаге решено создать сервисный центр, в котором родители могли бы оставлять своих детей. Для определения списка инвентаря был проведен эксперимент: детей разного возраста запустили в отдел игрушек универмага. Те игры, к которым они подошли в первую очередь – были отобраны для детской комнаты.

15. Оценка эффективности выполнения деятельности (как правило, чем сильнее мотивация, тем больше эффективность деятельности и поведения).

16. В ситуации выбора (мотивационного конфликта) – побеждает больший мотив. Владелец частной мастерской говорит бомжу: «Ты можешь заработать себе на обед, если подметёшь около дверей». На что тот говорит: «Спасибо, но сначала я хотел бы посмотреть меню...»

17. Выявление типичных защитных механизмов, которые связаны с тем или иным мотивом (как правило, те мотивы, реализация которых блокирована внешними или внутренними препятствиями, - проявляются в защитных механизмах).

Выпускник университета ищет работу в одной конторе. Там менеджер по персоналу проводит психологическое тестирование:

- Посмотрите, перед вами картинка, на ней изображены три человека, плывущих по морю, в котором много акул. Видите, у одного из них в руках ничего нет: он не боится акул. У второго в руках огромный нож - он в случае нападения заставит дорого заплатить за свою жизнь. Третий же взял с собой подводную пушку, типа базуки. С кем вы себя ассоциируете?

- С третьим, конечно! – отвечает претендент.

- К сожалению, вы нам не подходите: нам нужны сотрудники, ассоциирующие себя с акулами.

18. В свободных ассоциациях проявляется актуальная мотивационная тенденция («У кого, что болит, тот о том и говорит...»)

19. Продукты деятельности содержат в себе следы мотивов. Для иллюстрации обратитесь к тестам-заданиям к разделам.

20. Характер интенсивности эмоциональных реакций, определяемых актуальной мотивацией.

Итак, именно потребность через мотив заставляет человека действовать. Его деятельность – проявление жизненной активности, способ его бытия. Простейший элемент жизненной активности – действие, поступок. Деятельность – это цепь таких действий человека, подчиненных достижению целей, которые связаны между собой выполнением определённой жизненной функции. Эти цепи – носят устойчивый характер. Классификации видов деятельности можно делать по разным критериям, например, психологи выделяют такие виды деятельности, через которые проходит каждый человек – игровая, учебная, трудовая и пр. В последней можно выделить деятельности, связанные с особенностями предмета приложения своей активности, например, сервисная деятельность.

Но наиболее понятный критерий для классификации сервисной деятельности - характер потребностей (транспортные услуги, ритуальные, прачечные, ремонт и пр.)

В существующем мире - основополагающая деятельность направлена на получение индивидом средств к существованию – это материальная деятельность. На ней основывается, из неё проистекают все остальные виды деятельности, она представляет собой детерминанту воспроизводства человека как деятельного существа.

У человека (в отличие от животного) биологические потребности, не сводится лишь к добыванию, приготовлению и потреблению пищи. Есть и другие виды деятельности: уход за детьми, покупка товаров, активный отдых и пр. – т.н. **бытовая деятельность**. Эта та область жизни, где наиболее полно находит применение сервисная деятельность в любом виде.

Особенность сервисной деятельности – её направленность на удовлетворение потребностей человека путем оказания услуг (и путем удовлетворения универсальной людской потребности в общении с другими). В зависимости от того, какие виды **бытовых потребностей** и виды услуг удовлетворяются услугами, их делят на материальные, и духовные. В бытовой сфере круг потребностей определяется функциональными особенностями службы быта как **института деятельности**, что даёт:

-освобождение человека от домашних дел (бытовых мелочей);

-увеличение свободного времени чел и создание необходимых условий для его творческого развития;

-формирование разумных потребностей людей путем воспитания у них культуры поведения, пропаганды эстетических ценностей, нового и значимого в области моды, бытового дизайна и пр.¹

Для выполнения сотрудниками предприятия сервиса последней указанной задачи - формирования разумных потребностей и общей культуры важно использовать разработки психологов. Так мы можем рассматривать контактную зону как "зону ближайшего развития" (Л.Выготский), т.е. зону раскрытия потенциальных, возможностей в психическом развитии, которые открываются у человека, (особенно у детей, молодых людей)), при воздействии на них минимальными средствами как общей культуры, так и элементами профессиональной культуры. кроме очевидного воздействия на клиента путем рекламы о новых услугах, воздействие осуществляется и через весь комплекс сервисных средств.

Маленький мальчик приехал с родителями в Москву из далекого таёжного села. В первый же вечер его повели в парикмахерскую. Войдя в помещение, он был потрясен его интерьером – в приёмной было много естественной зелени диковинных растений, в уголке журчал искусственный водопад с подсветкой и в клетках прыгали разноцветные попугайчики. Мальчик спросил маму: «Откуда эти птицы и сказочные растения?». – «Из Африки, - сказала мать. В тот же момент мальчик дал себе слово, когда вырастит, посетить Африку. Эту историю неизменно рассказывает друзьям известный путешественник и географ после своего очередного возвращения из Африки.

Факт, что сервисная деятельность формирует спрос (потребности), к сожалению, в современной цивилизации с её западными рыночными ценностями, имеет и печальные последствия. Общество предлагает всё больше услуг, люди, всё больше стремятся ими воспользоваться, и в результате вместо формирования разумных потребностей нередко возникает служение «культу потребления» как идола. Некоторые сервисологи считают,

¹ Кравченко В.И. «Сервисная деятельность как форма удовлетворения разумных потребностей человека. / сб. Образование в сфере сервиса. М, 2002

что уже пора начинать проводить среди населения идеологическое воспитание «самоограничения».¹

Когда мы говорим, что сервисная деятельность должна формировать разумные потребности, мы понимаем под разумностью – существующие нормы, нравственные ценности, смысл, содержание образа жизни людей данного общества, задатки самого индивида.

Важно культивировать в его сознании доминирующие ценности жизни, ориентировать в нужном направлении, прививать вкус к новому, современному.

Исследования показали, что обретение большой свободы выбора в условиях повышения жизненного уровня населения вызывает ряд последствий, это - переориентировка потребительского спроса; изменения характера и существа спроса на материально- вещные и духовные услуги и диверсификация (распространение) спроса, которое ощущается явственнее в тех сервисных направлениях, которые связаны с материальным производством;

Назовем некоторые виды такой диверсификации:

- требование соответствия объекта спроса физической индивидуальности потребителя (функциональная диверсификация);
- требование соответствия объекта спроса духовной индивидуальности потребителя (психологическая диверсификация);
- требование соответствия объекта спроса атмосфере его использования потребителем (ситуационная диверсификация);
- требование соответствия объекта спроса текущей моде (сезонная диверсификация);
- требование соответствия объекта спроса представлениям потребителя об информации и свободе выбора (информационная диверсификация);
- требование соответствия объекта спроса представлениям потребителя о его социальном статусе (ценовая диверсификация);
- требование соответствия объекта спроса традиционной индивидуальности данного народа (этническая диверсификация).

Из этих исследований следуют два важных вывода: мотивационная сторона личности современного потребителя сильно меняется, и сервис должен успевать за этими изменениями. Руководство сервисных предприятий, чтобы остаться «на плаву» должно «держать руку на пульсе», т.е. отслеживать эти изменения потребностной сферы клиентов. Во-первых, проводя исследования, во-вторых, ориентируя работников, которые непосредственно работают в контактной зоне -на выявление и предоставление этой информации. Они должны уметь «читать» актуальные потенциальные потребности клиента.

¹ О.В. Цоцьева, Л.И.Березина. Экологические и нравств проблемы сервича. /сб Теоретич и прикладн пробл сервिसа. Научный журнал. № 4(5) 2002.

4.2. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ПОТРЕБНОСТИ

Любое предприятие нуждается в постоянных клиентах. Как показали опросы, потребители становятся более чувствительными к неценовым факторам конкуренции, среди которых основными являются качество обслуживания, и психологическая составляющая взаимодействия (удобный график работы предприятия, дружелюбная атмосфера, приветливый квалиф персонала пр.). В связи с этим, каждое предприятие должно вести постоянные исследования, и иметь собственную концепцию развития, чтобы всё время соответствовать вкусам и предпочтениям своих клиентов, так как

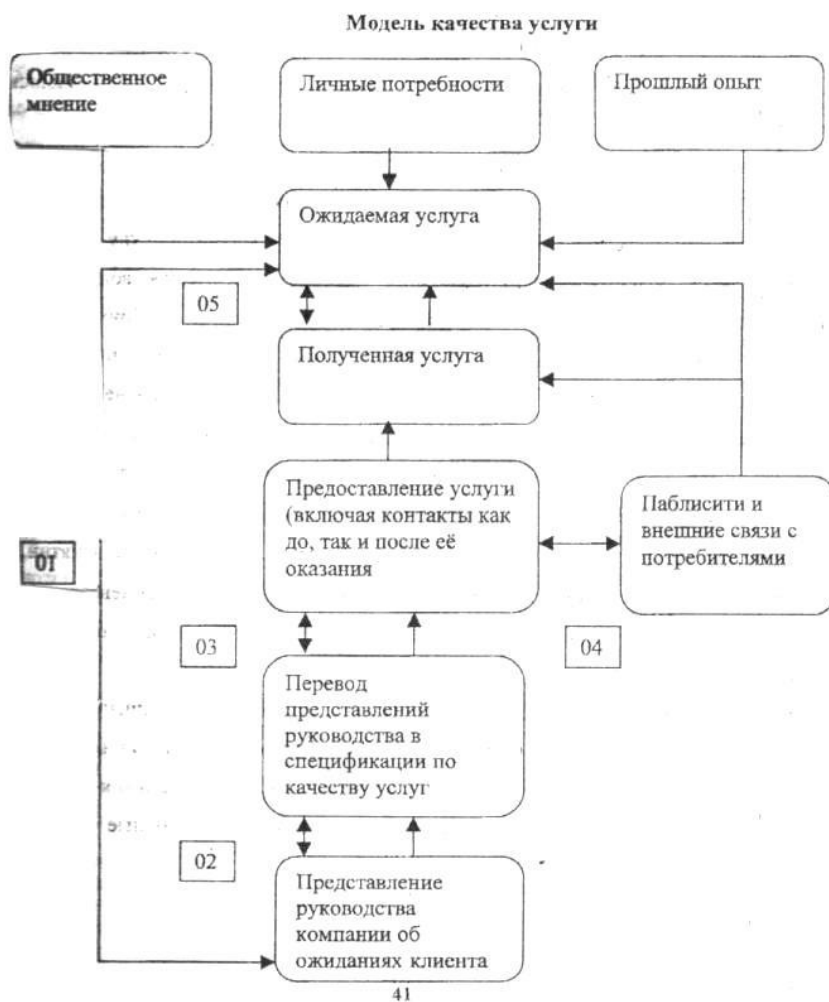
Главной задачей в сервисной деятельности остаётся формирование этих контактов настолько привлекательными, чтобы клиент пришел второй раз. Рассмотрим последовательно указанные привлекающие факторы:

Качество (услуги или товара) - понятие расплывчатое из-за отличительных черт услуг - неосвязаемости, несохраняемости и неотделимости от источника и потребителя услуги. Неопределённость определения и измерения понятия «качества», и неоднозначно трактуемые слова (типа «отлично, превосходно, замечательно» или «плохо, отвратительно») и для потребителя и для исполнителя- усложняют ситуацию. Потребитель начинает оценивать слишком субъективно сервисную услугу и в этом случае под него трудно подстроиться, так как не ясны критерии его оценки - он учитывает не только результат услуги, но весь процесс предоставления её в целом. Чаще всего – оценка качества – это результат сравнения **ожиданий клиента с предоставленной услугой**. Дихтяр С.В. предлагает рассмотреть схему таких рассогласований ожиданий.¹ см. Табл.18

¹ Дихтяр С.В. Некоторые подходы к проблеме качества в индустрии гостеприимства /сб /сбТезисы докладов третья всеросс научно-практической конференции» туризм: подготовка кадров, проблемы и перспективы развития. 26-27 марта. М. 2001

Модель качества услуги

Табл. 18



Из схемы видно, что ожидания клиента формируются под влиянием

- его потребностей,
- его предшествовавшего опыта,
- общественного мнения,
- публицити (реклама),
- внешних связей компании,

Рассмотрим зависимость **качества** обслуживания от отклонений полученной услуги от ожидаемой. Какие это отклонения ?

1. Различия между ожиданиями клиентов и представлениями руководства об их ожиданиях (Табл 18. , отклонение 01)

2. Различия между ожиданиями клиентов и представлениями руководства об ожиданиях клиентов и принятыми в компании стандартами качества (отклонение 02)

3. Различия между стандартами предоставления услуг и качеством реально оказываемых услуг (отклонение 03)

4. Различия между реально предоставленными услугами, обещанными компанией в своих внешних связях (отклонение 04)

Все указанные отклонения вносят вклад в суммарное отклонения между ожидаемой и полученной услугой. (отклонение 05) и влияют на степень удовлетворенности клиента и качество обслуживания.

Основные составляющие качественного обслуживания, которые называют потребители следующие:

Первая группа – «видимые» характеристики, которые потребитель может оценить до предоставления услуги. Их очень мало

Вторая группа- «опытные» – которые потребитель может оценить только после или во время предоставления услуги. Чаще всего потребитель полагается на эту группу.

Третья группа – «доверительные» – характеристики, которые потребитель может не обнаружить и не оценивать даже после предоставления услуги. Оценит очень трудно

Подробнее о составных этих групп:

- Надежность компании – умение выполнять взятые на себя обязательства в изменяющихся условиях
- Ответственность обслуживающего персонала –желание и готовность предоставлять качественное обслуживание
- Компетентность обслужив персона – владение умениями и навыками необходимых работ
- Доступность обслуживающего персонала для контактов с клиентами
- Вежливость, учтивость, обходительность обслуживающего персонала;
- Умение персонала общаться с клиентами на понятном им языке
- Доверие –имя компании, ее имидж, репутация
- Безопасность - физическая, финансовая
- Понимание нужд и запросов клиента

- Осязаемость – физическое свидетельство предоставленной услуги (здания, внешний вид обслуживающего персонала и пр.), лучше проявляется, когда услуга связана с физическим или иным объектом.

Говоря другим языком: мы определяем качество через три составляющие

1. функциональное качество процесса предоставления услуги;
2. Техническое качество основного продукта, который получает клиент в процессе предоставления услуг;
3. Этическая составляющая (общественное, психологическое)

Таким образом, **качеством** можно управлять, если понимать механизмы процесса предоставления услуги.

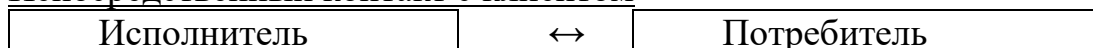
Сложным моментом в сервисной деятельности является и то, что потребитель не желает выбирать из предоставленного списка товаров или услуг, а высказывает свои определенные требования. Поэтому перед каждым предприятием сервиса (независимо от размера или формы) стоит задача - как можно больше информации получить о своих клиентах и их требованиях, которые вытекают из их потребностей.

Рассмотрим вторую переменную притягательности, которую называют постоянные клиенты: **психологическую составную взаимодействия**. С этой точки зрения в сфере сервиса мы можем условно выделить два вида взаимодействия (непосредственный контакт и опосредованный с клиентом), которые во многом определяют имидж предприятия в глазах потребителя:

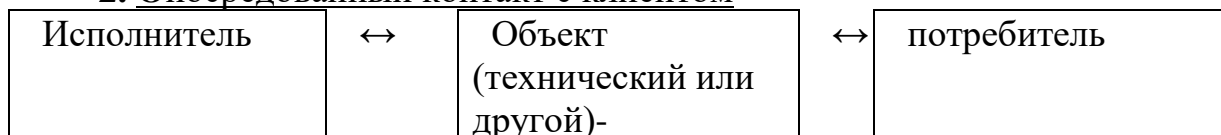
Психологическая составная взаимодействия

Табл.19

1. Непосредственный контакт с клиентом



2. Опосредованный контакт с клиентом



В обоих случаях общее удовлетворение от качества услуги будет зависеть от того, насколько удовлетворена потребность потребителя.

Исследования доказывают, что качество обслуживания в сервисе имеет прямую зависимость от психологической переменной, включенной в процесс обслуживания, независимо от того, был ли прямой или опосредованный контакт с потребителем.

4.3.ИЗУЧЕНИЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ЗАПРОСА ПОТРЕБИТЕЛЯ

Описанные выше **ожидания** в получении услуги в первую очередь зависят от потребности клиента, поэтому его и называют потребитель.

Личность потребителя ничем не отличается от личности работника сервиса, она так же многообразна, как микрокосмос. Их разделяют только разные потребности, а значит, разная активность и разная деятельность.

Во время контакта с клиентом работник сервиса пытается понять и прогнозировать другого человека, его поведение.

1. Каков он «вообще», что за человек.
2. Как он среагирует на данную ситуацию.
3. Чего он хочет на самом деле.
4. Что он думает о ситуации (а не что он говорит).
5. Как он относится к ситуации.
6. Какие у него истинные потребности и как следствие его намерения.

Он хочет получить ответы эти вопросы – быстро. Поэтому большое практическое значение для таких случаев имеет экспресс-диагностика, которая акцентирует внимание на «выраженных (экспрессивных) проявлениях человека и даёт возможность получать данные «здесь и сейчас», без длительной обработки и анализа результатов.

Рассмотрим в первом приближении ситуации, когда в сервисной деятельности нужно применять методы психодиагностики, и условно разделим этапы взаимодействия (непосредственного или опосредованного) с клиентом на этапы:

Этапы взаимодействия

Табл. № 20

Этапы взаимодействия	Задачи сбора информации диагностики	Формы диагностики	Некоторые методы
1. До контакта задолго	Работа с потенциальными клиентами; Стратегические задачи; Узнать характеристики «своего» потребителя, его потребности	Психологические исследования, психодиагностика в структуре плановых психологических и социально-психологических исследований, метод эксперимента	Фокус-группы; Опросниковый метод. Исследования психических состояний и свойств (внимания, памяти, перцепции, наклонностей и пр.)
2. До контакта непосредственно. Посетитель еще не решил, будет ли пользоваться	Профессиональная готовность по ресурсам. Информация на стендах	Приёмы различения «своего клиента», на основе исследований; Аутопсиходиагностика работника сервиса; Экспресс-психодиагностика клиента	Психодиагностика на уровне типологий с использованием «конституционального языка»; Приёмы психологии продаж, Презентации, имиджологии; Метод наблюдения

ся услугой			
3. Процесс контакта	1.Продать услугу; 2. Обеспечить собственную безопасность 3. Скорость и полнота понимания другого человека для оказания услуги	Экспресс-психодиагностика Различение нормы-патологии; Конституциональный язык; Экспресс - психодиагностика клиента	Метод наблюдения , Диагностика аффективной , мотивационной сферы; Использование информации «конституционального и невербального уровней и вербального общения»; Приемы эффективного вхождения в психологический контакт; Приемы психологии продаж, презентации, имиджологии, (активное слушание, работа с возражениями и др.)
4. После контакта сразу	Добиться хорошего субъективного чувства удовлетворения у всех лиц, участвующих в контакте	Контроль и анализ обратной связи и эффективности Ситуации; Сбор статистики	Аутопсиходиагностика работника сервиса собственной эмоциональной сферы и энергетического состояния Автобиографический метод и само тестирование). Диагностика знаков ситуации
5. Эффект последствие	Сбор информации у «своих» клиентов выявление жалоб и пожеланий (чтобы обратился вторично).	Психологические исследования, психодиагностика в структуре психологических и социально-психологических исследований, метод эксперимента	Фокус-группы; Опросниковый метод. Исследования психических состояний и свойств (внимания, памяти, перцепции, наклонностей и пр.)

Рассмотрим каждый этап.

Любое предприятие заинтересовано иметь максимальную информацию о своих потенциальных потребителях для построения стратегических планов. Для этого и проводят **исследование потребностей потенциальных клиентов**

К сожалению, в настоящее время не так много сервисных предприятий имеют средства для проведения таких исследований. Есть и другие причины - сейчас практически нет адаптированных зарубежных методик исследования поведения потребителей для российских предприятий или методик, разработанных отечественными учеными. Наиболее распространенным комплексным методом изучения потребностей клиента пока остаётся метод фокус групп.

Метод фокус групп представляет психологический, социально-психологический и социологический аспекты. В настоящее время им

пользуются преимущественно зарубежные (западные) фирмы, ориентированные на российского покупателя. Это групповое фокусированное интервью, которое проходит в форме групповой дискуссии и направлено на получение информации от её участников по восприятию ими конкретных товаров (или иных объектов, например, услуг, СМИ и пр.). Первые попытки проведения групповых интервью начались в 20 –е годы XX столетия в США, но сам термин «фокусированное интервью» вошел в обиход в 40-х годах. Методика была описана Р.Мертоном и Г.Герцог и др. Основным психологическим механизмом фокус-группы можно считать групповую дискуссию.

Последовательность шагов по реализации фокус-группового исследования.¹

До начала исследования проясняются: Организация места и времени проведения фокус-группы; Обеспечение необходимого технического оснащения; Критерии отбора (рукрутирования) участников; Подготовка топик-гайда (порядка задавания вопросов); Выбор методических приёмов; Подготовка материалов, необходимых для использования конкретных методик; Обработка и интерпретация данных; Форма представления результатов руководству.

Длительность фокус-группы колеблется обычно между 1,5 и 3,5 часами. Время выбирается удобное для респондентов (вечер рабочего дня или выходные). Помещение выбирается просторное с большим столом, с удобными стульями и демонстрационной доской. До начала дискуссии и во время перерыва принято предлагать прохладительные напитки, чай, кофе, бутерброды. Как правило предлагается дегустация того продукта, о котором будет идти речь (например, новая марка шоколада) или манипуляция с образцами (новые упаковки).

Используется звукозаписывающая аппаратура, чтобы в последствии можно было сделать стенограмму. Довольно часто используют видеоаппаратуру (с открытой или скрытой камерой), в этом случае, как правило изображение выводится на монитор, который находится в соседней комнате, если за процедурой наблюдают иные заинтересованные лица. Они могут воздействовать на дискуссию при помощи записок с вопросами.

Дискуссию проводит ведущий (модератор). Это, как правило, опытный практик с психологическим или социологическим образованием. Кроме того, желательно, чтобы он не отличался от участников по манере одеваться, а в некоторых случаях и был бы того же пола, что и приглашенные.

Стандартное количество участников фокус-группы от 6 до 8. Критерии отбора приглашенных могут быть различными (половые, возрастные и пр.), однако главное – это чтобы эти люди были реальными или потенциальными потребителями данного товара (услуги). Психологически, они, конечно, должны быть достаточно контактны, уравновешены, способны к творческой

¹ См. Введение в практическую социальную психологию. М.-1996

дискуссии. Способы рекрутирования также различны (телефонный опрос, отборочная анкета в уличном опросе, способ «снежного кома» (поиск среди знакомых своих знакомых). Главное, чтобы отобранные люди отвечали определенным разработанным критериям. Поскольку участие в фокус-группе – довольно тяжелый труд, тем более запланированный после уже утомительного рабочего дня, то принято выдавать участникам некое вознаграждение. Средняя оплата в США и развитых странах - \$ 10 за участие каждому, в России те же западные компании выплачивают в среднем в 30 раз меньше, а некоторые фирмы ограничиваются выдачей образца своего же продукта, который обсуждался (женские прокладки, или пробная упаковка стирального порошка).

Большое преимущество метода фокус-групп – его приближенность к условиям повседневного общения людей. Эта свобода позволяет участникам спонтанно выражать своё мнение, что даёт большую объективность ситуации с продуктом на рынке, и, что ещё более важно, его перспективы распространения.

Для руководства фирмы, которая проводит такое исследование результат предстаёт в его качественном виде (а не только количественном, с чем ему обычно приходится иметь дело). Фокус-группы, по сравнению с другими методами исследования недороги и дают относительно быстрые результаты (для их получения обычно нужно 4-5 групп). Есть и некоторые недостатки в технологии: прежде всего, это сложность анализа качественных результатов (в отличие от количественных). Другие сложности – это поиск искусного модератора и рекрутирование.

Другие психодиагностические методы, которые могут применяться на этапе исследований - это опросниковый метод, наблюдение и др. Среди опросников наиболее популярны в среде отечественных психологов - многофакторные (ММРІ, 16 РF и др.), опросники, ориентированные на "критерий" (опросник Айзенка, шкала Спилбергера, шкала Тейлора и др личностные опросники) и др. см. второй раздел книги и практикумы к разделам.

Приведем конкретные примеры программ подобных исследований в сервисной деятельности.

Н.А.Коробцева описывает проводящиеся программы изучения психологии потребителя швейных изделий связанные с изучением перцептивного образа одежды², позволяющих прогнозировать и определять воздействие одежды на человека. Она использует т.н. импрессивный подход. Это:

1. Первое направление. Исследования в рамках теории конструирования комфорта (в том числе психологической) одежды, использования метода

² Н.А.Коробцева . Импрессивный подход к проектированию одежды: перспективы исследований /Швейное производство: от научно-технических разработок до инновационных проектов. 2002. М.

«мягкого дизайна», попытка создания гибкого конструирования одежды, с акцентом на мнение людей, использующих товар. При подготовке исследований этого направления особый акцент делается на выявление иллюзий зрительного восприятия в одежде, впервые рассмотренные в работе Беляевой-Экземплярской С.Н. (1934). Психофизические исследования одежды – это измерения ощущений различной модальности от конструкции, конструктивных изменений тканей и пр. К указанным психофизическим и психологическим исследованиям добавляются исследования эмоциональных переживаний человека, вызванных одеждой. Эмоции, как показали наблюдения – субъективно очень значимы, но мало изучено в связи с одеждой.

2. Второе направление – разработка психологических показателей, определяющих потребительский уровень качества одежды, потому что одежда, вне зависимости от условий ее проектирования и производства, всегда выражает личность носящего. Новая концепция дизайна – проектирование, идущее от человека. Учет «человеческого фактора» в проектировании требует дополнительных психологических показателей к уже имеющимся (социальным, функциональным, эстетическим, эргономическим, эксплуатационным). Планируется использовать методы психологии личности, формировать новый блок таких психологических показателей:

А. Представления человека о себе (self concept) и его мнение о том, что он хотел бы из себя представлять (ideal self concept).

Б. Психологический показатель комфортности по всем модальностям ощущений (зрительный, тактильный, слуховой, и др). психологически комфортная одежда подтверждает self concept и ideal self concept, соответствует самооценке внешности и субъективному отношению личности к одежде (ценностям, потребностям, установке, соц-желательным стереотипам, возрастным и половым особенностям).

В. Психологические показатели качества одежды, зависящие от типа акцентуации характера, особенностей личности, ее ценностей ориентации, потребностей, профессиональной сферы.

Третье направление – разработка основ проектирования на основе социальной перцепции (с целью формирования визуального имиджа человека с помощью одежды), а также социальной составляющей психологической комфортности.

Четвертое направление – разработка основ проектирования с учетом психосемиотики (знакового аспекта) костюма в современном и историческом аспектах. Проблема знаковости в одежде – это проблема семиотики. Происхождение и функции одежды как знака в человеческом общении, где, как для чего она выполняет знаковую функцию. Знаковость очевидна в одних (форменная, фирменная) и менее очевидна в других. Всегда любая одежда и ее элементы могут рассматриваться как специфическая сигнально-знаковая система, которая взаимодействует с другими невербальными знаковыми

системами общения и языком. Иногда появление определенной одежды приводит к изменению невербального языка, иногда наоборот - невербальный язык влияет на форму и тип одежды. Вербальный язык влияет на одежду. Сейчас в швейной промышленности изучение знаковости отдельных частей и элементов швейного изделия позволяет по-новому вести процесс проектирования одежды, вкладывая психосемиотический смысл каждой ее детали в ходе разработки, а также моделировать ее психосемиотическое значение.

Пятое направление - исследование возрастных особенностей восприятия, отношения выбора одежды. Это дает возможность знать динамику восприятия и формирования отношения к стилям, силуэтам, особенностям материала, фурнитуры, цвету одежды, к моде в целом на разных этапах развития человека.

Шестое направление: разработка классификаций по различным признакам. Н.А.Коробцева предлагает следующие критерии для классификаций: по ориентации на определенные ценности, по отношению к одежде, исходя из типа акцентуации характера, классификации по типу отношения к собственному телу и образу и подчеркивает, что получаемые в результате классификации будут импрессивные.

Аналогичные исследования потребностей клиентов проводят и в производстве мягкой мебели.¹ О.В.Александрова указывает, что в этой области сервиса есть много сложностей. Современная наука о здоровом сне гораздо шире традиционных рекомендаций о пользе сна на жестком. Современная раздвижная мягкая мебель предназначена для сна в единичном случае. Однако потребителю нужна универсальность – чтобы диван служил и для сна, и в качестве шкафа для белья, и как место для ночного сна, и как ложе для дневного отдыха. Наиважнейшее, что нужно потребителю, как выяснилось в результате исследований — это наличие в мебели «механизма трансформации». Поэтому мягкую мебель сейчас разрабатывают по трем принципам: 1. выдвигаемая плоскость спального места – «подиум из-под подиума», 2. «книжечка –раскладушка и 3. «разворачивающийся свиток». Каждая конструкция – не является идеальной. Исследований очень мало, поэтому не найден и идеал, сочетающий эстетичность, комфортабельность и экологическую безопасность.

Мы рассмотрели методологические подходы и примеры к использованию психологических исследований на первом этапе исследования потенциального клиента.

Перейдем к краткому **рассмотрению второго этапа - взаимодействия работника и клиента до контакта непосредственно**. Зашёл посетитель, осматривается, ещё не решил, будет ли пользоваться услугой. У работника

¹ Александрова О.В. Мягкая мебель –надежность, эстетичность и комфортность. /в наука- сервису. –5 международная научно-практическая конфер. М.. 2000.

сервиса должна быть профессиональная готовность по ресурсам к взаимодействию, которая на наш взгляд состоит из двух частей:

1. Работник должен обеспечить клиенту профессиональную информацию (например, на стендах) и т.д. Общая атмосфера в контактной зоне – это комплекс стимулов на анализаторы (зрительный слуховой, обонятельный и пр.). Она должна соответствовать выбору клиента, быть продуманной системой воздействия на восприятие, что используется в программах тренингов психологии продаж, имиджологии, презентации.

2. Одновременно работник сервиса осуществляет экспресс-психодиагностику человека для немедленного ответа на следующие вопросы:

А. Какие у него намерения с точки зрения собственной безопасности (учитывая возможность теракта);

Б. Есть ли у зашедшего человека психическая патология, т.е. насколько он прогнозируем, социально адаптируем и безопасен;

В. Какие у него намерения в отношении возможной покупки услуги.

Экспресс - психодиагностика использует много языков коммуникаций: это и вербальный (слова) и невербальный (жесты, телодвижения), и конституциональный (антропологическая типология). Из названных, наиболее эффективный и «бросающийся в глаза» на этом этапе – последний - конституциональный язык.

Современные исследования подтверждают, что человеческое общество окружающая и социальная среда, национальные традиции, государственные институты и устои, оказывают огромное влияние на психосоматику и эмоции человека, и как следствие формируют статическую и динамическую архитектуру лица (индивидуальный портрет). Лицо с точки зрения анатомо-физиологических механизмов функционирует по законам мозга. Именно на лице сосредоточены все виды рецептивных приборов: кожная чувствительность, тактильная, вкусовая, обонятельная, слуховая, зрительная (которая является высокодифференцированной оптической системой). Современные исследования доказывают, что наружные покровы человека представляют собой гигантскую сигнальную систему, состоящую из множества информационных и адаптационно-трофических знаков, позволяющих расшифровать и корректировать обнаруженные болезненные явления. Практически каждый человек способен по внешнему виду, мимике, походке и комплексу информационных знаков тела оценить особенности характера и возможные недуги человека, при условии глубоких знаний и постоянного опыта наблюдений. Ученые доказали, что объем генетической, биологической, психологической информации, запечатлевается на человеке и зависит от интенсивности интеллектуальной и эмоциональной деятельности.¹

Во времена седой древности жрецы и лекари умели по некоторым признакам лица считывать характер и болезни людей, считая, что лицо - отражает истину о происходящих процессах в целостном организме.

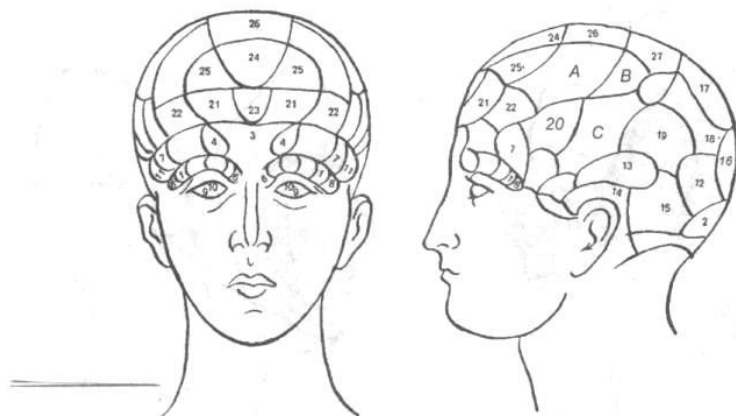
¹ Е.Вельховер, Б.Вершинин. Тайные знаки лица.Локид-Пресс.М.2002.

Люди знали, что на лице (и морде животного) отражаются беспокойство, голод, половое влечение, страх перед угрозой, удовольствие после еды.

В древних культурах Азии и Средиземноморья, Древнего Востока врачи считали, что живой организм находится в неразрывной связи с окружающей средой через «окна тела» – глаза, уши, нос, рот. Уже тогда знали, что изменение зрения часто отмечалось при заболеваниях печени, а слуха - при болезни почек.

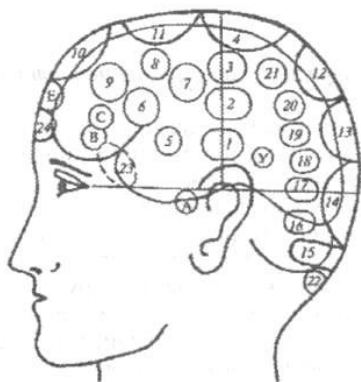
Большинство историков считают, что великий мудрец и философ - Пифагор (580-500 до.н.э.) был первым, кто открыл физиогномику – науку о лице. Позже и другие ученые и мыслители Древней Греции и Древнего Рима – Квинтилиан, Гален, Цельс, Цицерон, Плиний Младший, и др. использовали «знаки лица» в своей деятельности. Выдающийся философ и ученый Аристотель (384-322 до.н.э.) много внёс в физиогномику. Из его учения следовало, что по общему выражению и некоторым чертам лица можно узнать тип человека и характер, умственные способности и одарённость. Его учение имело три направления: сравнение внешности человека с внешностью животных; сравнение человека с антропологическими типами (рас и народностей); сравнение выражения лица в разных состояниях друг с другом (когда он спокоен, в страсти и пр.) .

В средние века взгляды физиогномистов разделяли Ибн Сина (980-1037), в эпоху Возрождения –Леонардо да Винчи (1452-1519).



8. Зоны интеллектуально-психических способностей (по Ф. Галлю):

- 1 — физическая любовь; 2 — инстинкт сохранения вида; 3 — доброта; 4 — дух противоречия; 5 — чувство личности (в глазах впадинах); 6 — хитрость; 7 — склонность к воровству; 8 — гордость; 9 — честолюбие; 10 — осторожность; 11 — приручаемость; 12 — инстинкт местности; 13 — память лиц; 14 — память слов; 15 — способность к речи; 16 — чувство зрительного восприятия; 17 — чувство звука; 18 — чувство числа; 19 — механический инстинкт; 20 — философское остроумие; 21 — метафизический ум; 22 — живость мышления; 23 — поэтический талант; 24 — добродушие; 25 — подражание; 26 — религиозность; 27 — непоколебимость; А — прозорливость (зона Юпитера); Б — терпение и жестокость (зона Сатурна); С — артистизм и властолюбие (зона Солнца)



Зоны органных и психоэмоциональных проекций (по Дюрвилю):

- 1 — рука; 2 — нога; 3 — селезенка; 4 — позвоночник; 5 — слух; 6 — голова, речь; 7 — сердце; 8 — грудь; 9 — легкие; 10 — печень; 11 — нервозность, вера, впечатлительность; 12 — нос; 13 — желудок; 14 — производительность органов; 15 — координация движений; 16 — горло; 17 — зубы; 18 — ухо; 19 — почка; 20 — зрение; 21 — кишки; 22 — дыхание; 23 — память; 24 — третий глаз; А — доброта (лев.), гнев (прав.); В — веселые воспоминания, удовлетворенность (лев.), грустные воспоминания, меланхолия (прав.); С — радость (лев.), грусть (прав.); Е — раздражительность, ярость; У — удовлетворение

Позже английский философ Ф.Бэкон и швейцарский ученый и священник И.Г.Лафатер (XVI — XVIII). В начале XIX в австрийский врач Ф.Галль создал френологию - учение о связи психических особенностей человека с формой его черепа. Развивал его идеи русский антрополог - М.М.Герасимов (1907-1970), создавший метод воссоздания лица по черепу. Позже на основе френологии известный психиатр и криминалист Ч.Ломброзо исследуя 4 тысячи преступников, развил идеи врожденных признаков преступности.

Рис. 25. Зоны интеллектуально-психических способностей по Галлю и Дюрвилю.

В последующие годы исследование физиогномики и френологии приобретает более научный характер. См. рис. 25.

С 1950-х гг. в криминалистике широко применяется составление словесного портрета (фоторобота) с помощью знаков лица, при этом учитывают и динамические признаки разыскиваемого человека — голос, походка, мимика и пр.) См. Рис.26.

		ПРОФИЛЬ		ФАС		
ЛОБ	НАКЛОН	СКОшенный НАКлонный	ВЕРТикальный	ВЫСОТА	М - Б	
	ШИРИНА			М	Б	
	НОС	КОНТУР СПИНКИ	ВОГнутый ПРямой	ВЫПуклый ВОЛнистый	НАКЛОН ОСНОВАНИЯ	ПРИподнятый ОПущенный
	ШИРИНА			М	Б	
ГУБЫ	ВЫСТУПАНИЕ	ВЕРХнее	ОБШее	НИЖнее	ВЫСОТА (верхней губы)	
	М	Б	М	Б	ШИРИНА	
ПОДБОРОДОК	НАКЛОН	СК	ВЕРТ	ВЫСТупающий	ВЫСОТА	
	М	Б	М	Б	ШИРИНА	
СЕРЖКА	КОНТУР	СК	ПРямоугольный	ПР-СК	ЗАКругленный	
	ПРИКРЕПЛЕНИЕ	СЛИвное	ОТделенное	БОРодчатое	ОТделенное	
УХО	КОНТУР	ВОГ	ПР	ВЫП	НАКЛОН	
	СК	ГОР	ГОЛУБЫЕ - 1	СЕРЫЕ - 1	ОРАНЖЕВЫЕ - 3	
КОНТУР	КОНТУР	Треугольный	ПР	Овальный	КРУГЛый	
	ЦВЕТ ВОЛОС	Белокurые - 1	Светло-русые - 2	Русые - 3	Темно-русые - 4	
		Черные - 5	Седые - 7	Лысый	Рыжие - 6	
		Тема Макушка Вся голова		РОСТ	Малый - М	
				Средний -	Большой - Б	
ОСОБЫЕ ПРИМЕТЫ						

Рис. 26

Идентификационный комплекс для криминалистики

Современные исследования в области **фациокраниальной психологии, иридодиагностики и медицины** (называемой ранее искусством физиогномики и френологии) направлены на анатомо-топографические, рефлексологические, клинко-физиологические данные. Лицо и голова для ученых – это сфера аналитико-синтетических расчетов и обобщений. Современная наука рассматривает организм как открытую систему, обменивающуюся с окружающей средой веществом, информацией и энергией в энергетическом гомеостазе. По представлениям академика В.В.Куприянова и Г.В.Стовичека (1988) основные исследования в указанных областях дадут наибольшую информацию в следующих направлениях: анатомическом, антропологическом, эволюционном, генетическом, физиологическом, клиническом и психологическом.

Японские точки-позиции для чтения лица

Начинающему «читателю» лица японские физиогномисты предлагают изучить сначала 13 основных точек-позиций, от 16 до 71;

№ 16 — жизнедеятельность в детские годы. Испорченная зона этой позиции указывает на тревожное детство;

№ 19 — отношения с родителями. Лучистый цвет кожи означает удовлетворенность лаской со стороны близких;

№ 22 — отношение к жизни. Приятный цвет кожи означает безмятежность, общительность и жизнелюбие;

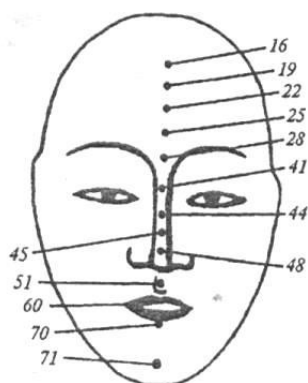
№ 25 — взаимоотношения с окружающими. Ровная, без дефектов кожа свидетельствует о благополучии, родинки и неровности сигнализируют о превратностях жизни;

№ 28 — место «жизненного клейма». Жизненный путь человека (удачи и неудачи) оставляют печать на этом участке лица;

№ 41 — взаимоотношения с домашними. Впалость и горизонтальные линии указывают на неурядицы;

№ 44 — жизнедеятельность в среднем возрасте. Темная кожа свидетельствует о болезни, родинки — о проблемах с противоположным полом;

№ 45 — судьба. Правильная форма, приятный оттенок кожи — хороший признак, излом и тусклая кожа — плохой;



Японские точки-позиции

№ 48 — признак удач-неудач, определяемый по округлости и окраске кожных покровов;

№ 51 — наследственность. Правильная форма — благоприятная наследственность, испорченная форма — неблагоприятная;

№ 60 — сила воли. Сбалансированность губ в сомкнутом состоянии означает сильную волю, напряженность — разную степень самоуверенности, отставание нижней губы — слабую волю;

№ 70 — жизненные силы. Темный цвет кожи — наличие жизненных сил. Белый, красный и голубой цвета означают обратное;

№ 71 — влияние жизненного опыта. Выпяченный подбородок

говорит о человеке, занятом тяжелым трудом. Лучистый цвет точки свидетельствует о благополучии.

Вывод о характере человека и качествах его личности японские физиогномисты делают после исследования всех позиций с учетом состояния пяти жизненных черт: бровей, глаз, носа, рта, ушей. Нам представляется, что достоверность трактовки точек-позиций лица японскими специалистами вызывает сомнения; они не могут быть приняты без серьезных проверок.

Рис. 27.

Японские точки-позиции для чтения лица

Последнее -
психологическое
направление
исследований
призвано изучать
зависимости
выражений лица от
нравственных,
эмоциональных,
интеллектуальных и
физикальных нагрузок
личности. Именно это
является базой
экспресс-
психодиагностики.

Так, например, по
данным современных
японских ученых,
изучающих точечно-
зональные проекции
лица и головы,
человеческий
организм
спроецирован
локально наружу
пятикратно (через
кожный, оптический,
слуховой,
обонятельный и
вкусовой
анализаторы) ¹ На
основе этого Куши
Микио ¹ предлагает
пользоваться древней
японской схемой для
чтения лица,
основанной на
рефлексогенных
локальных точках.
См.Рис. 27.

¹ Первым в 7 в.н.э. проекционные зоны были открыты Сун Сы-Мао.

¹ Куши Микио. Восточная диагностика характера и здоровья по внешности. Ростов-на-Дону. Феникс. 2001

Ученый связывает характеристики с особенностями питания. Так, например, он указывает, что у человека, обладающего хорошим физическим и умственным здоровьем и силой, ширина рта должна совпадать с шириной носа или быть уже её. Если же рот шире по вертикали и горизонтали, то это результат чрезмерного потребления углеводов и жиров во время эмбрионального периода и периода роста, что соответствует инь-поведению (восприимчивость, мягкость, гибкость, изменчивость, склонность к психической и умственной работе, ориентация в будущее, духовная ориентация). Рис. 28.

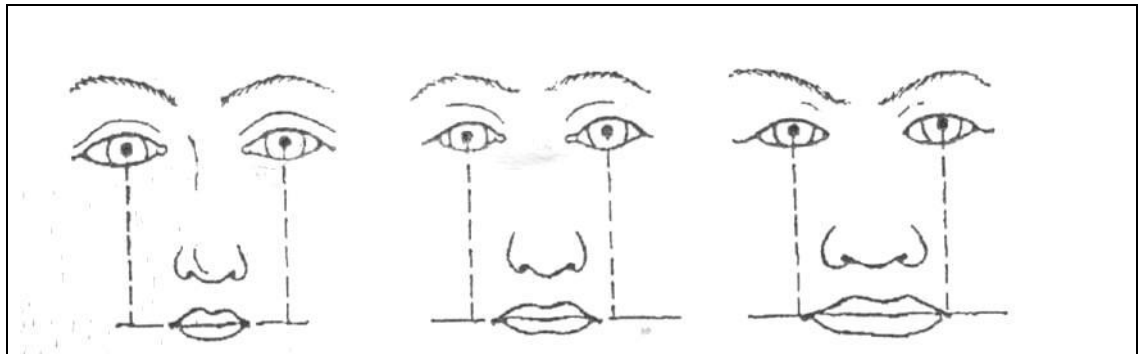


Рис. 28.

Ориентиры для определения величины рта

Другое исследование –Фр.Томаса указывает на три типа воинственности «самозащита», «защиты окружающих» и нападение, - которые имеют связь, на его взгляд с наличием выступающих частей (горбинки) на носу, что соответствует современным проективным психологическим теориям. ¹ См. Рис 29

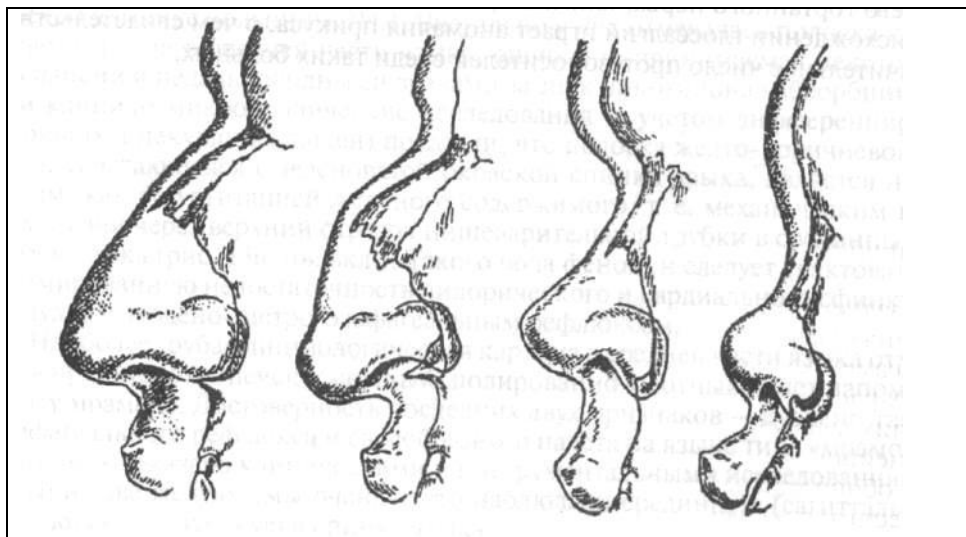


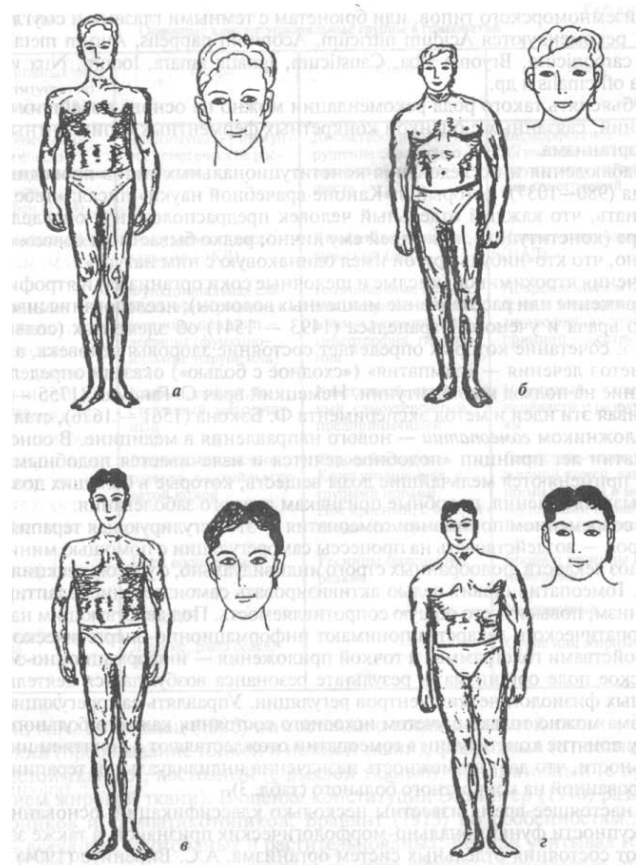
Рис 29

¹ Фр.Томас. Тайны лица.М.1991. Московский рабочий.

Формы соотношения мягких и костных структур носа (по М.М.Герасимову)

Становится понятным, что «считанная» информация о клиенте на уровне типологий с использованием «конституционального языка» может дать ответы на перечисленные нами волнующие вопросы, которые задает себе любой человек перед первым психологическим контактом с незнакомцем. Но для использования такого языка тела необходимы, кроме интуиции, ещё и знания.

Наиболее характерную дифференциацию людей мы делаем по принадлежности их к одной из **основных рас или к смеси** (метисы). Имеет значение цвет кожи, цвет волос, глаз, формы и пропорции головы и тела. Антропологи говорят, что расовые различия сформировались под воздействием длительного воздействия географических, климатических, этнографических условий и зафиксировались генетически в линиях потомков. Каждый человек знает о расовых различиях в поведении, восприятии и психологии. Три основные большие группы рас это - негроидная, европеоидная, монголоидная. Европеоидная по классификации Вердена делится на:

	<p><u>А.Нордический тип</u> – высокого роста, блондин, светлоглазый, с удлинённой головой, по характеру циклотимик, склонен к заболеванию легких (туберкулез);</p> <p><u>Б. Лотарингский тип</u> – среднего роста, блондин, короткоголовый, светлоглазый, по характеру лабильный и упрямый, склонный к простудам.</p> <p><u>В. Альпийский тип</u> – высокого роста, брюнет, с удлинённой головой, темноглазый, по характеру – индифферентный, но способный в особых ситуациях к жесткости и мстительности. Склонен к заболеваниям желудочно-кишечного тракта.</p> <p><u>Г. Средиземноморский тип</u> – низкого роста, брюнет, с короткой головой, темноглазый, по характеру общительный, предприимчивый, деятельный. Склонен к</p>
<p>Рис. 30 Классификация человеческих типов по Вердену:</p>	

метаболическим нарушениям, диабету, подагре и т.д. см. Рис. 30.

Затем, мы используем знания о конституциональной типологии. **Конституция** – совокупность морфологических, физиологических, психических и патологических особенностей организма, сложившихся на основе генетических и приобретенных свойств и определяющих его реакции на внутренние и внешние факторы нагрузки. В конституции отражаются общее состояние, здоровье и гармония, душевные и соматические страдания, эмоциональные перепады, интеллектуальные напряжения.

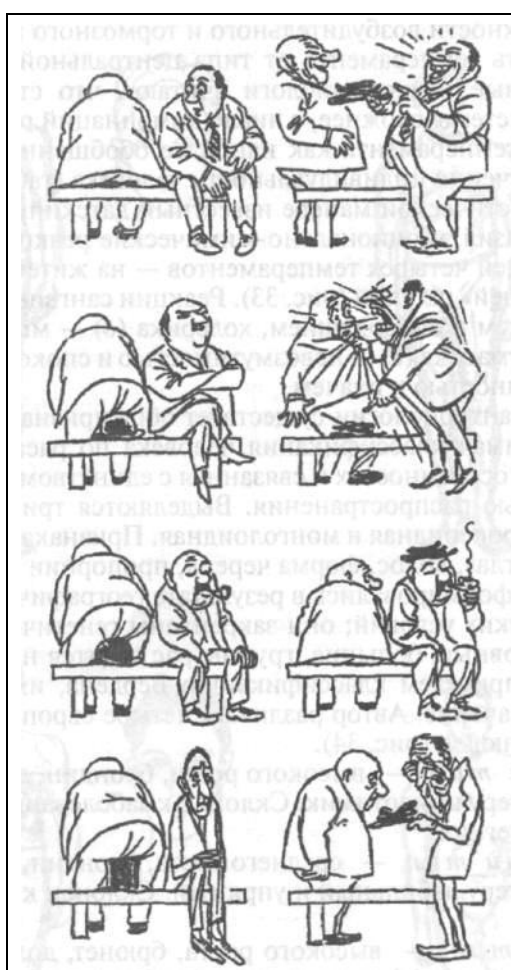


Рис. 31.
Х.Бидstrup. Четыре основных темперамента – в юмористическом изображении

В V веке греческий философ Эмпедокл развил учение о «корнях» всего сущего – стихиях (огонь, воздух, вода, земля), а великий Гиппократ построил на этой основе типологию темперамента. Он считал, что смешение этих стихий дает разные «соки» (жидкости в организме). Гипотетические соки – кровь – (лат. Сангвис), желтая желчь (лат. Холе), черная желчь (лат. меланхоле), слизь (лат. флегма). По преобладающему соку он выделил четыре **темперамента: сангвинический, холерический, меланхолический и флегматический.** **Темперамент** – динамическая характеристика психических процессов и поведения человека, проявляющихся в их скорости, изменчивости и других характеристиках. Этим термином ученые всего мира пользуются до сего дня (!). Значительно позже И.П.Павлов также выделил четыре типа высшей нервной деятельности (по силе, уравновешенности, подвижности возбудительного и тормозного процессов), которые имели зависимость от темперамента. Современные психофизиологи считают, что темпераменты Гиппократа – реально существующее явление и могут быть использованы в практике. Рис. 31.

Существуют и другие конституциональные типологии, например, Э.Кречмера, Шелдона (см. третий раздел), В. Шлайна (основателя конституциональной психологии), В.Арнета (связь психики, конституции и предпочтение цвета), С. Гиндина (считывание локальной биоэнергетики человека) и др.

Большую информацию для экспресс-диагностики несут знаки на лице. В древности это была сфера искусства хирологов (знаки на руках), морфоскопов (родинки, отпечатки на теле) и т.д. Конечно эти направления были во многом наивными, для иллюстрации приведем реальную историю такого гадания.

- О, Боже! - причитает гадалка, изучив ладонь клиента. – Вас четвертуют, засолят, а потом съедят!

- Одну минуту! –выкрикнул клиент. – Я просто забыл снять рукавицы. Недавно их купил. А они действительно из настоящей свиной шкуры.

Как происходит «считывание»? То, что мы называем в этих случаях «интуиция», на самом деле базируется на огромном пласте сложно организованных психо-физиологических механизмов и на натальном и пренатальном опыте (перед и после родовом). Психологи установили, что младенец около 2-3 недель уже различает лица по основным модальностям состояний. Рис. 32.

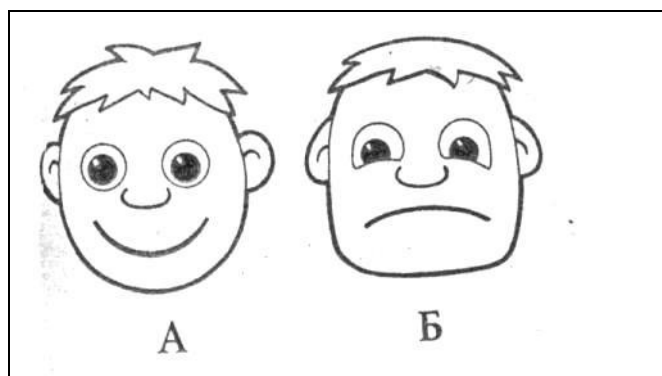


Рис. 32.

Изображения, предъявляемые младенцам и вызывающие у них А) улыбку, Б) слёзы

А к более взрослому состоянию мы различаем с первого взгляда массу эмоций и знаем, что в поведении человека, их испытывающего будет происходить. Рис. 33.

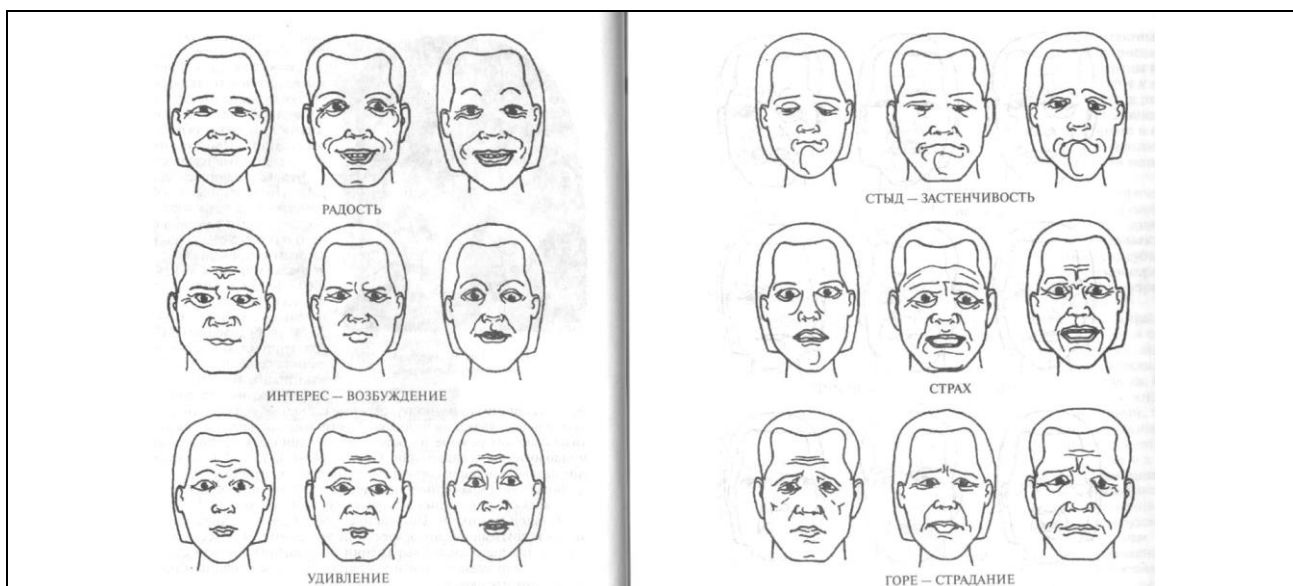


Рис. 33.

Изображение наиболее частых экспрессий лица, связанных с основными мимическими мышцами черепа (по Е.Вельхвер, Б.Вершинин)

На этой основе Р.Заджонк установил особый эффект – появление т.н. «горячих когнитивных» (убеждений, заряженных сильными эмоциями) в момент первой встречи двух людей. С первого взгляда мы (наше тело, прошлый опыт и т.д. в комплексе) решаем: нравится или нет нам другой человек. А затем строим своё поведение в соответствии с этим.

Заканчивая краткий обзор конституционального языка, необходимо подчеркнуть, что чистых типов – практически не бывает, а внешность часто бывает обманчивой.

Женщина из надзорной комиссии мэрии посетила психиатрическую больницу. Её внимание привлёк пожилой мужчина.

- Давно тут? - спрашивает.

- Двадцать лет.

- Хорошо к вам относятся?

- Не могу пожаловаться!

Поговорив немного, женщина стала прощаться, но заметила улыбку на лице мужчины.

- Что-то не так?

- Да нет, все в порядке. Но дело в том, что я заместитель ординатора.

- Извините, господин врач, - ответила проверяющая, - но этот факт стал для меня ещё одним подтверждением того, что никогда нельзя оценивать человека по его внешнему виду.

Использование информации других языков - невербального и вербального мы рассмотрим более подробно в следующем разделе.

К средствам диагностики знаков, которые могут говорить о возможном неадекватном (патологическом) поведении клиента относятся показатели его застрессованности (по В.В. Губанову и П.А.Захарову). __Современные представления о воздействии стресса на мозг человека указывают на последствия его – как самую сложную проблему. После стресса мозг получает некий «тормоз», задерживающий его обычную скорость работы, т.е. он, по сути становится больным. Человек, чтобы удерживать уровень адаптации вынужден прибегать к несвойственным ему способам энерго-информационного обмена с окружающими, чаще всего он прибегает к не симметричным отношениям с людьми, говоря бытовым языком, с незнакомыми он становится «психологическим вампиром», а с домашними вступает в психосимбиотические отношения.

В.В.Губанов и П.А.Захаров выделяет некоторые признаки такой патологической «застрессованности» человека.

1. Почернение серебряных украшений из серебра;
2. Холодные кисти рук и ступни ног;
3. Выпадение нескольких пломб из зубов;
4. Резкое ухудшение зрения;
5. Резкое выпадение волос;
6. Бесплодие, импотенция, фригидность;
7. Синдром хронической усталости;
8. Алкоголизм, табакокурение, наркозависимость;
9. Садизм, хамство и др.

Некоторые из указанных признаков наблюдаемы как невербальные знаки и связаны не в последнюю очередь с потоком информации (гиперстимуляцией), которую мозг не способен переваривать.¹

Очень важно различать признаки патологии и неадекватного поведения человека, однако не всегда это возможно, когда работник занят исполнением своих должностных обязанностей, в этом случае ему приходится вести себя по ситуации.

Абрамов ведет трамвай. К нему в кабину врывается вооруженный мужчина.

-А ну, быстрее гони в Финляндию.

-Ты, что дурак? Это же трамвай!

-Веди, а то хуже будет, - говорит бандит, приставляя пистолет к виску Абрамова.

-Ну, хорошо, хорошо, убери эту пушку, - и объявляет по микрофону:

-Следующая остановка – Хельсинки.

Приведем примеры из сервисной деятельности относительно **второго этапа**. Из публикаций следует, что методами экспресс-диагности наиболее искусно владеют работники фирм, предоставляющих ритуальные услуги. Так

¹ В.В.Губанов и П.А.Захаров. Психозекология в сервисной деятельности. Теоретические и прикладные проблемы сервисной деятельности. № 1 .2001

по данным Саморукова Д.И.² в похоронных бюро работают очень умелые и опытные психологи, которые по эмоциональному состоянию и внешним признакам быстро определяют статус умершего и навязывают родственникам наиболее большое число услуг, имея с этого свой большой процент.

На третьем этапе взаимодействия работника и клиента, основная задача в сервисной деятельности: продать услугу. Её решение обеспечит скорость и полнота понимания другого человека, знание технологий и приемов эффективного вхождения в контакт и взаимодействия с другим человеком по всем правилам психологии продаж. Здесь необходимы не только навыки использования методов наблюдения и диагностика аффективной, мотивационной сферы; но и активного слушания, работы с возражениями, умелой презентации, имиджа.

На этапах, следующих сразу после контакта необходимо добиться хорошего субъективного чувства удовлетворения у всех лиц, участвующих в контакте. Работник может произвести контроль и анализ обратной связи и эффективности общения с ушедшим клиентом и эффективности всей ситуации. Аутопсиходиагностика работника сервиса может включать собственную эмоциональную сферу, энергетическое состояние (см. Практикум к четвертому разделу). Психологической задачей всегда остаётся - добиться хорошего субъективного чувства удовлетворения у всех лиц, участвующих в контакте

Этап после контакта в длительном временном отдалении отражает ситуации повторного обращения клиентов и работу с постоянными клиентами. Для этого на предприятии должны реализовываться специальные постоянно-действующие психологические программы. В них могут входить, например, сбор информации у клиентов, выявление жалоб и пожеланий (чтобы обратился вторично. Подобные психологические исследования, могут включать психодиагностику в структуре психологических и социально-психологических исследований, метод эксперимента, Фокус-группы; и т.д.)

Различные этапы взаимодействия работника сервиса с клиентом требуют различных методов психодиагностики. Для первого контакта с незнакомым человеком наиболее эффективными приёмами можно назвать невербальную информацию, включающую общий вид человека, его конституцию, расовую принадлежность и общее его эмоциональное и психо-энергетическое состояние.

4.4. СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ПАСПОРТ ЛИЧНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЯ.

² Саморуков Д.И. Анализ рынка ритуальных услуг в России./сб. сб. Социальная сфера: проблемы развития в современных условиях. М. 2001.

Между покупателем услуги и конечным потребителем есть большая разница. Потребитель непосредственно использует продукцию, а покупатель принимает решение о закупке продукции.

В сервисе эти две группы могут совпадать, а могут и нет, в зависимости от вида сервиса. Например, в туристическом бизнесе ... Предприятию всегда нужно знать, кто принимает решение о приобретении услуги, но при этом работать с потребностью конечного потребителя.

Покупателей можно разделить на четыре группы:¹

1. Экономист-покупатель. Выделяет средства и рассматривает покупку как инвестицию его интересует только экономический, организационный или пр. эффект. чаще всего именно принимает решение он. Это один человек с деньгами

2. Эксперт-покупатель (оценивает, как правило, что услуга плоха.).

3. Покупатель - конечный пользователь Это множество людей с различными целями и интересами. они получают услугу на свои руки.

4. Лоббист-покупатель (внешний или внутренний), человек, который готов служить посредником, так зарабатывая (прямо или «политически»), например, чтобы войти в сеть продаж «херба-лайфа», надо купить сначала пакет этого товара.

Для понимания психологии потребителя нам интересная более всего последняя категория, хотя мотивация покупки услуги выражена достаточно сильно во всех группах. Конечный пользователь - покупатель ожидает:

1. Высокое качество и надежность услуги;
2. Спокойствие и безопасность;
3. Возможность «сброса» своих проблем, с которыми он не может справиться (изготовителям услуги).
4. Возможность вернуть продукцию, если что-то не устраивает.
5. Хочет быть партнером и иметь долговременные отношения с предприятием сервиса (на всякий случай).

На рынке товаров личного потребления действует правило В.Парето (принцип 80/20), Смысл его в том. Что 80% покупок совершает только 20% активных покупателей. Беремся предположить, что в сервисе такой процент существенно больше. Попробуем приложить критерий психологической сегментации, действующий в маркетинге товаров личного потребления к сервису. Посмотрим, как люди относятся к новизне товара (услуги)

- Суперноваторы (2,5%)
- Новаторы (13,5%)
- Умеренные новаторы (34%)

¹ В.Г.Федцов, В.В.Федцов «Предпринимательство : сфера сервиса. Учебное пособие. (Институт русского предпринимательства) «Дашков и К», М.2002

Эти 50% обеспечивают покупку 92% всех новых товаров (услуг). Цель психологического и маркетингового исследования на предприятии сервиса чтобы потребитель увидел, что эта услуга – для него.

Очевидно, что нужно выделить набор потребительских свойств услуги и описать его в терминах полезности для потребителя. Но предварительно нужно представить потенциальных потребителей с их комплексом свойств, определяющих потребности и подобрать этот язык.

Совокупность знаний о потребностях, условиях и способах потребления, группах потребителей и предметах потребления позволит сформулировать комплекс требований к качеству услуги: такие знания могут отражаться например, в следующем списке признаков потребителей (М.Е.Ставровский 2003).

1. Образ жизни - наиболее общая социальная характеристика жизнедеятельности обширных групп населения, которая включает: специфические социальные показатели и характеристики способа жизнедеятельности, и организации труда . Этот может быть – городской и сельский образ жизни, трудовая деятельность, требующая смены жительства и смены приложения труда и пр. характеристика образа жизни требует учета потребительских требований отдельных групп населения, предъявляемых к ассортименту и качеству товаров., производимых для города, села или регионов.

2. Демографические характеристики, подразделяющие потребителей по половозрастным признакам, которые определяют важнейшие ассортиментные группы таких видов одежды как мужская и женская, детская обувь, велосипеды, наручные часы, ювелирные изделия и пр. Другая демографическая характеристика – состав семьи, количественный состав которой оказывает влияние на формирование ассортимента посуды, мебели, холодильника и др. бытовых изделий.

3. Уровень подготовки и квалификации потребителей.

4. Иногда нужны самые элементарные знания и навыки, а иногда специальная подготовка. Уровень профессиональной квалификации потребителя зачастую определяется ассортиментный ряд изделий, их тираж (муз. инструменты, фотоаппараты);

5. Культурные запросы потребителей сказываются на требованиях, предъявляемых к изделиям разных групп. Это обуславливает необходимость группировки потребителей в соответствии со сложившейся местными и национальными традициям, с учетом их отношений к бытовым вещам, с характерным требованием стиля, моды, престижа, вкусов.

6. Социально-экономические факторы, позволяют выявить потребность в изделиях различного потребительского класса и находящий отражение в ценах на эти изделия. С одной стороны класс изделий определяется техническими возможностями производства или достигнутой полной удовлетворения потребности данной группы потребителей (

любителям кино и фото-съемки не требуются аппараты, используемые при профессиональной съемке), а с другой – ценой изделия, возрастающей с повышением его сложности и качества.

7. Среда, условия и способы потребления. Где, как и в каких конкретных условиях потребляются изделия, от этого зависит, и разрабатываются их ассортиментные разновидности (напольные и подвесные холодильники, стационарные и переносные магнитофоны, трансформируемая мебель, дорожные велосипеды и пр.)

Анализ подобной информации, собранной о «потенциальных потребителях» позволит создать портрет своего потребителя, исходя из которого фирма будет разрабатывать ценообразование, политику сбыта, рекламную кампанию.

Другой подход к составлению портрета своего потребителя, - это использование уже существующих типологий и классификаций.

Рассмотрим пример. Известно, что специфическими факторами, определяющими туристский спрос – являются психологические факторы (формирующие иерархию мотивов, потребностей, вкусов, предпочтений. Это проявляется в виде отношения к стране (региону) посещения, выгоде, выборе места посещения и др.¹

В туристическом сервисе Челябинской области специалисты, исходя из того, что каждый класс, каждая группа, слой населения выдвигает на первый план свои интересы, цели и задачи, и к ним надо выбирать свои методы решения задач и достижения целей, использовали классификацию туристов.

Классификация туристов Г.Гана (Мосина Л.М.)¹

Табл. 21

№	Тип туриста	Предпочтения туриста данного типа
1	S - тип	Любит солнце, песчаный пляж, море, комфорт
2	F- тип	Любит поездки на дальние расстояния, калейдоскоп впечатлений
3	W- тип	Любит лесные прогулки и походы, любит активный отдых при любой погоде; любит пешие походы
4	A- тип	Любит приключения, риск, новые ощущения, испытания своих сил в неожиданных ситуациях
5	B- тип	Любознательный, эмоциональный турист, любит осмотр и «коллекционирование» достопримечательностей.

¹ Сфера услуг: проблемы и перспективы развития. П.р. Ю.П.Свириденко. том.4.М.2001

¹ Мосина Л.М.. Проблемы и перспективы туристического рынка Челябинской обл. /сбТезисы докладов третьье вс. научно-практической конференции» туризм: подготовка кадров, проблемы и перспективы развития. 26-27 марта. М. 2001

Кроме того, были изучены международные тенденции во въездном туризме:

1. От наслаждений благами цивилизации туристы переходят к наслаждению близостью природы, ландшафтом.
2. Они стремятся к активным формам отдыха
3. Туристы стремятся к смене впечатлений от поездок, экскурсии, прогулки, встречи, беседы
4. Самое главное для современного туриста – воспоминания и новые знания, полученные во время поездок.

В результате был проведён анализ наличия соответствующих ресурсов в данном регионе по каждому типу (т.н. расчет соответствия запросам данного типа). Полученные конкретные планы внедряются в сервисную деятельность.

Приведем ещё один пример обращения сервисологов к типологии. Л.П.Шершнева, Е.В.Баскакова. провели исследование, представления потребителя (покупателя) на допускаемую вероятность частоты встречаемости моделей (ДВЧВМ). Оказалось, что на ДВЧВМ (среди общих социально-экономических и демографических, таких как – возраст, образование, место жительства, сем положение, социальное положение, цветовой тон и антропометрические признаки личности, доходы) Оказывают влияние – психологические свойства и состояния личности.¹

Так, выяснилось, чем больше материальный достаток, тем больше требований к индивидуальности. Для потребителей с низкими доходами на психологическом уровне, ценность качества и эксклюзивность дорогой вещи имеет большее значение, чем ценность этой же вещи для высоко обеспеченных людей. Понижение интереса к индивидуальности в одежде и моде у малообеспеченных потребителей зачастую вызваны ограничением выбора модели стоимостными рамками. Есть несоответствие уровню притязаний реальным материальным возможностям, что приводит к неудовлетворенности потребителей.

Психогенные характеристики влияют больше всего на восприятие встреч с одинаково одетыми женщинами. Болезненное всего воспринимают однотипность – общительные, неуравновешенные, импульсивные, легко внушаемые женщины (по Павлову – близкие к холерику), безразличны к этому – меланхолики. Промежуточное положение – у сангвиников.

Женщины с высшим образованием больше ценят индивидуальность в одежде, чем женщины со средним.

¹ Л.П.Шершнева, Е.В.Баскакова. Исследование влияния биосоциальных признаков личности на тираж модели женской одежды/ Швейное производство: от научно-технических разработок до инновационных проектов. 2002. М.

Уровень подражания в малонаселенных пунктах (село) менее требовательно к разнообразию моделей одежды, чем город. Сельская молодежь (17-29) хочет выделяться в нарядной одежде.

Мало влияет подобие на замужних женщин с детьми. Очень сильно болезненно – замужние без детей.

Широкосложенные (толстые) более безразличны к однотипной одежде даже в нарядной.

Максимальную нагрузку из факторов - **возраст и психологический тип.**

Итак образовалось три группы потребителей:

1. Первая группа - для них встреча с одинаково одетыми людьми вызывает отрицательную реакцию. Это женщины с высшим образованием, проживающие в городе, замужние без детей, в возрасте 24-29 лет, с высокими доходами, среднесложенные, холерики.

2. Вторая группа женщин менее остро реагирует на растиражированность модели. Они допускают встречу однотипных изделий. Их больше среди лиц со средним образованием, горожан, незамужних без детей, от 17-23, узкосложенных, сангвиников

3. Третья группа- безразлична к распространенности приобретаемой ими одежды. Это женщины со средним образованием, живущие в селе, замужем, с детьми, старше 45 лет, с низкими доходами, широкосложенные, меланхолики.

Для нарядной одежды до 74, 6 % женщин реагируют отрицательно – похуже. Для домашней – безразлично до 81, 3% ¹

На основе данных исследований предприятие разработали таблицу для определения коэффициента. Размеры серии моделей в зависимости от вида одежды, численности групп общения и величины и определять тиражи.

Для каждой сервисной фирмы необходим свод информации о «своем» потребителе – это и демографические и психологические и потребностные (запросы) и экономические сведения. Для некоторых сервисных областей (например, швейной) в данный перечень входит и конституциональная переменная.

4.5.ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ПОВТОРЕНИЯ ТЕМЫ К ЧЕТВЕРТОМУ РАЗДЕЛУ

1. Что влияет на качество услуги, с точки зрения потребителя?
2. Какие этапы взаимодействия работника сервиса с клиентом вы можете выделить?
3. Какие задачи стоят на этих этапах перед работником?
4. Какие психодиагностические процедуры можно использовать работнику сервиса самостоятельно?

¹ Л.П.Шершнева, Е.В.Баскакова. Выявление факторов, определяющих тираж моделей женской одежды /Швейное производство: от научно-технических разработок до инновационных проектов. 2002. М.

5. Какие психодиагностические процедуры обычно используют специалисты психологи во время проведения плановых исследований по изучению потенциальных потребителей?

6. Что такое конституциональный язык?

4.6. ПРАКТИКУМ К ЧЕТВЕРТОМУ РАЗДЕЛУ

ТЕСТ – задание для работников сервиса «С кем будет лучший контакт?»

Инструкция: Вы работаете в ателье по пошиву головных уборов. К вам зашли две сестры, заказать себе каждая по шляпке. Одна из которых визуально на несколько лет младше. Определите, используя автобиографический метод в применении к себе, с какой из них у Вас будет более хорошее взаимопонимание.

Тест «Ваше место в семье»

Психологи и этологи знают, что семья формирует личность. Она оказывает влияние на характер человека с самого рождения и до конца жизни. Особенно в первые годы – когда человек еще очень пластичен. Конечно, школа и коллектив на работе также переделывают человека, но физиологи всего мира предупреждают, что надо считаться с таким явлением, как раннее воспитание - импринтинг – острое, впечатывание впечатлений на самых ранних стадиях развития.

Общеизвестно, что на ребенка влияют, в первую очередь родители, что очень важно. Однако это решает не все. Другие дети окружают его тоже. И они зачастую могут вызывать самые сильные переживания. Один отец рассказывал, что на новость, переданную им своему сыну: «Петенька, у тебя будет сестричка. Как ты к этому относишься?», тот сердито ответил: А вы всегда ставите меня перед свершившимся фактом.

С братьями и сестрами ребенок проводит большую часть времени. Это его постоянные товарищи по играм. Они делят с ними неприятности, помогают или мешают ему, являются свидетелями или сообщниками в проделках. Их воздействие, поэтому весьма существенное. Особенно, если эти дети – его родные братья и сестры.

Чем больше детей в семье, тем большее влияние оказывают на формирование будущего характера ребенка – его братья и сестры и меньше – родители., так говорит французский исследователь Ж.-Б. Симон.¹ Положение в семейном «созвездии» оказывает существенное влияние на всю его будущую жизнь, потому что каждый, будучи уже взрослым, будто стремится установить отношения с окружающими такие же, какие у него были в семье родителей. Чем гармоничнее (или привычнее) будут новые отношения, тем

¹ См.: Неделя.-№ 1 -1972

больше шансов на счастливую жизнь в браке или успешную на работе у взрослых людей.

Эта теория легко согласуется с обычным здравым смыслом. Легко понять, что если мальчик первые 12 лет своей жизни рос в обществе сестер, то в будущем ему легче будет работать с женщинами. И наоборот, мальчик, который рос с братьями, будет смотреть на женщин как на чуждые, непонятные существа, поэтому в работе будет стремиться к обществу мужчин.

Важно и то, какое место занимает ребенок в семье среди своих братьев и сестер. Старшие, естественно будут стремиться брать в свои руки инициативу и управление событиями, как в семье, так и на работе, они прирожденные управленцы. У них больше возможностей формироваться лидерами. Младшие дети – ведомые, они будут стараться сохранить эту тенденцию и позже и из них сформируются замечательные подчиненные .

Конечно, это напрямую касается лишь взаимоотношений самых близких людей (семья, друзья). В производственных коллективах отношения строятся несколько иначе. Но наблюдения за семьями , статистическая обработка материалов показывает, определенные тенденции.. Например, человек, который сформировался как старший брат сестры, женился на женщине, выросшей как младшая сестра братьев. В их новой семье создается тот самый тип отношений, который привычен для них с детства. Мужчина в такой семье привык к тому, что девочки считают его сильным и старшим, женщины могут положиться на сильного. Такие же отношения он будет транслировать и на рабочую среду. Он будет чувствовать себя комфортно в ситуации, где будет являться руководителем коллектива женщин.

Совсем по-другому, будет выглядеть, если тот же старший брат сестры полюбит старшую сестру сестры: ни один из них не будет спокойно переносить доминирующего характера другого. А супруга, привыкшая к существам своего пола, с трудом будет приспосабливаться к привычкам мужчины.

Для удобства установим 10 категорий:

С.Б.Б. –старший брат братьев;

М.Б.Б. -младший брат братьев;

С.Б.С. – старший брат сестер -;

М.Б.С -младший брат сестер ;

С.С.С.- старшая сестра сестер;

М.С.С.- младшая сестра сестер;

С.С.Б.- старшая сестра братьев;

М.С.Б. –младшая сестра братьев;

Е.С.- единственный сын;

Е.Д. - единственная дочь;

Каждый тип отношений подробно изучен и описан. Ж.Б.Симон утверждает, что есть четкие тенденции в развитии характеров.

Дадим краткие их описания :

С.Б.Б. –старший брат братьев – агрессивен, категоричен, всегда прав. Он руководитель, лидер. Ищет ответственности, власти, Ищет компании других мужчин, особенно, если они М.Б.Б.) Женщин рассматривает как существ низшего порядка. Уважает (и еще более охотно заставляет уважать других) порядок, труд, дисциплину.

М.Б.Б.- младший брат братьев – капризен, непосредственен, безволен. Он беспорядочен в работе. Успех чаще приходит в нему в художественных профессиях и в науке. Он работает хорошо, если материальные проблемы решены без его усилий: структурой предприятия или по-матерински опекающей его супругой. Он полная противоположность лидеру. А женщин понимать не стремится, предпочитает, чтобы понимали его.

С.Б.С. –старший брат сестер – этот мужчина создан для счастья женщин. У него интуитивное понимание их характеров и потребностей. Любовь – важное дело в его жизни. Он хороший работник. Не боится брать ответственность за новое дело, особенно, если это поднимает его в глазах женщин. В этом случае он готов на риск, может показать себя смелым – его активность нуждается в музах.

М.Б.С – младший брат сестер -любимец женщин. Они ему готовят, убирают его квартиру и чистят ему обувь. Кто бы он ни был, почти всегда найдется женщина , которая пожертвует для него собой. В числе людей, одержимых работой редки М.Б.С. Но если что-то его заинтересует, он полностью этому отдается (при условии, что чья-то материнская душа займется более реальными проблемами устройства его жизни). Он может быть мио с женщинами, но у него нет в этом никакой необходимости; все они милы с ним. Ребенок может вызвать его раздражение –отвлекает внимание его жены.

С.С.С._ старшая сестра сестер – тверда, властна, авторитетна. У нее всегда есть что сказать по любому поводу. Умеет притвориться уверенной, хотя это не всегда бывает так. Ищет других людей, чтобы объяснить им как она собой для них жертвует. Если этого не случается, становится грустной, раздраженной или молчаливой. Мужчины чувствуют себя с ней несколько стесненно, так как она их охотно одергивает и высмеивает.

М.С.С.- младшая сестра сестер; Прелестный хамелеон - «душечка». Мечтает о яркой жизни и всегда готова ее изменить, начать все с начала. Она нравится людям, но ей приходится трудно в семье. Её раздражает, что собственные дети занимают место баловня в семье.

С.С.Б.- старшая сестра братьев – как все первенцы, независима. Любит общество мужчин и поддерживает с ними хорошие дружеские отношения. В ней нет ничего таинственного, и она не обладает большим обаянием. Но это прекрасная жена и мать. Каждый серьезный мужчина хотел бы видеть дома такую женщину.

М.С.Б. –младшая сестра братьев - женщину этого типа хотел бы встретить каждый мужчина. Она женственна, дружелюбна, тактична, но не

раболепна. Даже при наличии таланта – не честолюбива. Идеальная сотрудница и коллега(например,. Прекрасная секретарша.). Коллеги мужского пола дружны с ней, а женщины ее совсем не любят. Это верная и очень привязанная супруга – обороняет своего мужа ото всех и от всего, даже если он ничего не стоит. Это идеал женщины в семье.

Единственные дети – отдельный случай. В целом они повторяют (в несколько смягченном виде) тип родителей своего пола. Добавим, единственные дети, как правило всю жизнь переживают внутреннюю борьбу между нежеланием быть похожим на родителя (из-за борьбы поколений) и одновременно вынужденность нести его подобие. Кроме того, единственные дети часто не желают видеть собственных детей, так как хотят на всю жизнь остаться единственными , какие были в юности.

Более сложный случай – многодетные семьи. Прежде всего, некоторые из братьев или сестер оказываются по отношению к другим старше на 6 и более лет. В этом случае их влияние следует рассматривать, скорее, как отеческое, чем как братское.

Для средних детей важно, к кому они ближе. Например, в семье, которая состоит из сына, дочери и дочери, вторая одновременно и С.С.Б. и М.С.С. Третья одновременно и М.С.Б. и М.С.С., но ближе к этой последней, чем к брату. Брат же очень серьезный С.Б.С.

Могут быть и иные варианты. Может случиться, что влияние отца уравнивает ситуацию семейного «созвездия». Например, старший сын человека, который сам был младшим будет иметь поведение младшего, если личность отца сильна и преобладает в семье. Это явление усилится, если мать – четко выраженная старшая.

Бывают и случайности. Характер младшего, который теряет старшего брата в четыре, восемь и двенадцать лет, измениться, причем по-разному во всех трех случаях.

Эти наблюдения дают более чистые выводы для детей, выросших вне детских садов.

Тест задание для работников сервиса. Есть ли у него криминальное прошлое?

К вам в автосервис в течение дня заходили разные клиенты. Посмотрите на Рис. 34 и, используя физиогномику, определите, у кого из них было криминальное прошлое, и у кого возможно психическое заболевание.

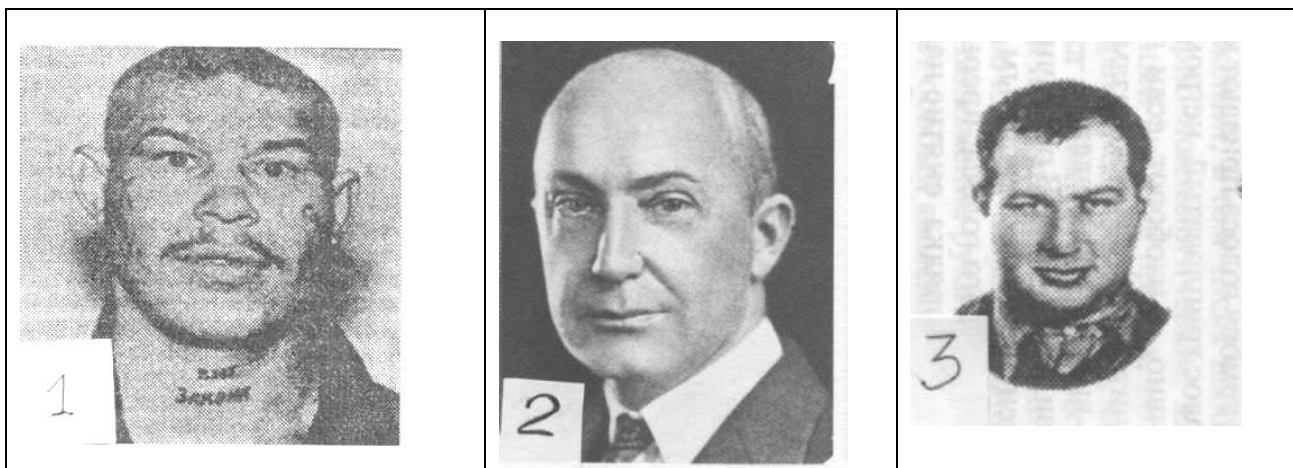


Рис.34

Тест-опросник. Как вы поступаете в экстремальной ситуации?¹

Осторожным и расчетливым людям легче уберечься от стресса чем тем, которые ради поставленной цели готовы горы свернуть. А как вы поступите в экстремальной ситуации? Вы – сами –отчаянный человек? Чтобы узнать это достаточно ответить на вопросы теста.

1. Будете ли вы откладывать выход на улицу из-за плохой погоды?
2. Вам нужно сегодня же уехать в другой город. Билеты все распроданы на ближайшие три дня. В кассах с вами никто не желает разговаривать. Сможете ли вы в такой ситуации найти билет и выехать, не опоздав ни на один день?
3. У вас заболел друг. В больницу к нему не пускают. Сумеете ли вы преодолеть все преграды, чтобы навестить его хотя бы на 5 минут?
4. Среди ночи у вас дома раздался звонок. Друг просит немедленно приехать. Станете ли вы раздумывать, прежде чем согласиться?
5. Ваш товарищ не может попасть на выставку. Сможете ли вы бросить все дела ради того, чтобы помочь ему туда попасть всеми правдами и неправдами?
6. Считаете ли вы, что «цель оправдывает средства?»
7. Вы помогаете в трудную минуту только очень близким людям?
8. Вы растеряетесь, оказавшись в полном одиночестве в чужом городе?
9. Можете ли вы поехать в незнакомый город, не имея в нем друзей, места, где можно переночевать, денег?

¹ Тест позаимствован из «Пиф» (Франция)

По одному очку вы можете засчитать себе за каждый положительный ответ на вопросы 2,3,5,9 и за каждый отрицательный ответ на вопросы 1,4,6,7,8.

У вас меньше 3 очков. Отчаянным вас не может назвать даже незнакомый человек. Вы относитесь к той же категории людей, которая десять раз отмерит, прежде чем отрезать. На необдуманные поступки, даже ради самых высоких целей и самых близких людей, вы абсолютно не способны.

От 3 до 6 очков. Вы любите обдумывать свои поступки и поступки окружающих в силу своей природной осторожности. Но ради людей, которые вам близки, вы можете пойти на все, несмотря на трудности возможные неприятные последствия.

Вы получили больше 6 очков. Вы не только отчаянны, но и абсолютно безрассудны. Часто кидаетесь на выручку, хотя вас об этом и не просили. Иногда ваши необдуманные поступки могут испортить планы друзей. Наверное, следует быть чуточку посдержаннее, и тогда у вас будет намного меньше разочарований.

Умеете ли вы определять визуально, кто пред Вами стоит – правша или левша?

Лицевой экспресс-тест Дж.Джейна

Посмотрите на рис. 35. и укажите, какое из двух лиц кажется вам более веселым и довольным. Если левое – то у вас доминирует правое полушарие, если правое- то левое полушарие.

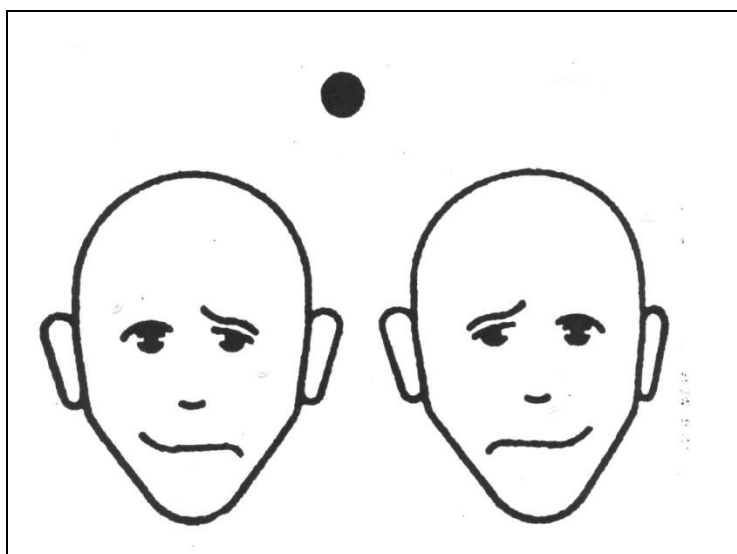


Рис. 35

Лицевой экспресс-тест Дж.Джейна на выявление полушарной асимметрии.

У всех людей - морфологическая асимметрия лица. Отклонение носа вправо - у правшей, влево – у левшей. Из криминалистики известно, что правая часть лица больше левой –у большинства. Лицо имеет функционально-доминирующую сторону. Правый тип –имеет более высокую и узкую правую часть и более широкую и низкую левую. Привычное поднятие брови чаще – на узкой половине, «кривая улыбка» –на широкой половине. По данным О.Лобзина (1968) разжевывание пищи происходит на доминирующей стороне. Несимметрична работа полушарий мозга.

Установлено, что люди, пользующиеся преимущественно левым полушарием мозга, слишком логичны (в ущерб чувству, интуиции), серьёзны до полного отсутствия чувства юмора, стремятся планировать все виды деятельности до мельчайших деталей. «левополушарные» обычно нуждаются в помощи психолога, часто страдают язвенными и сердечно-сосудистыми заболеваниями, пьянством и алкоголизмом. Существует научная гипотеза о прямой корреляции между большим использованием левого полушария и случаями самоубийств и безумия. Это можно сравнить с тем, что правое полушарие, чувствуя себя узником, пытается разрушить свою «тюрьму» любым способом.

Правое полушарие мозга преобладает у людей, слишком расторможенных, импульсивных и истеричных. Это выглядит так как будто они не хотят жить в узких рамках логики и рационализма и погрузились в мир фантазии. Некоторые исследователи говорят, что шизофрения – это просто процесс мечтаний, подменяющий реальность. (Бузан и Диксон).

РАЗДЕЛ 5. КОММУНИКАТИВНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

5. 1. БАЗОВЫЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ОБ ОБЩЕНИИ В ПСИХОЛОГИИ.

Работники сервиса удовлетворяют людские потребности путем оказания услуг. Но есть и другая – базовая универсальная потребность, которую удовлетворяет сервис- это людская потребности в общении с другими. Этим пользуются профессионалы. Например, клиент говорит парикмахеру: «С тех пор, как я стал сам бриться, я сэкономил много денег. «Да, - соглашается тот, но с тех пор вы совершенно не в курсе последних новостей города».

Общение - это взаимодействие двух или более субъектов, состоящее в обмене между ними сообщениями, имеющими предметный и эмоциональный аспекты. Общение основано на реализации особой потребности в контакте с другими живыми существами –аффилиации (элемент мотивационно-потребностной сферы, от англ. affiliation - соединение, связь), об

удовлетворении которой свидетельствует возникновение "радости общения". особенно явственно это наблюдается у грудных маленьких детей и у взрослых, которые были вынуждены длительное время оказываться вне контактов с людьми. Аффiliation побуждает к общению, к эмоциональным контактам, к дружбе и любви, проявляется в стремлении любить, заводить дружбу, испытывать привязанность, радоваться другим людям, жить в кругу друзей, сотрудничать с другими, присоединяться к группам. Формирование данной потребности обусловлено характером взаимоотношений с родителями в раннем детстве, со сверстниками и может нарушаться при провоцировании ситуаций, сопряженных с тревогой и неуверенностью в себе, приводящих к возникновению чувства одиночества, беспомощности. Нарушения общения вызывают изменения личности. См.Рис. 36.

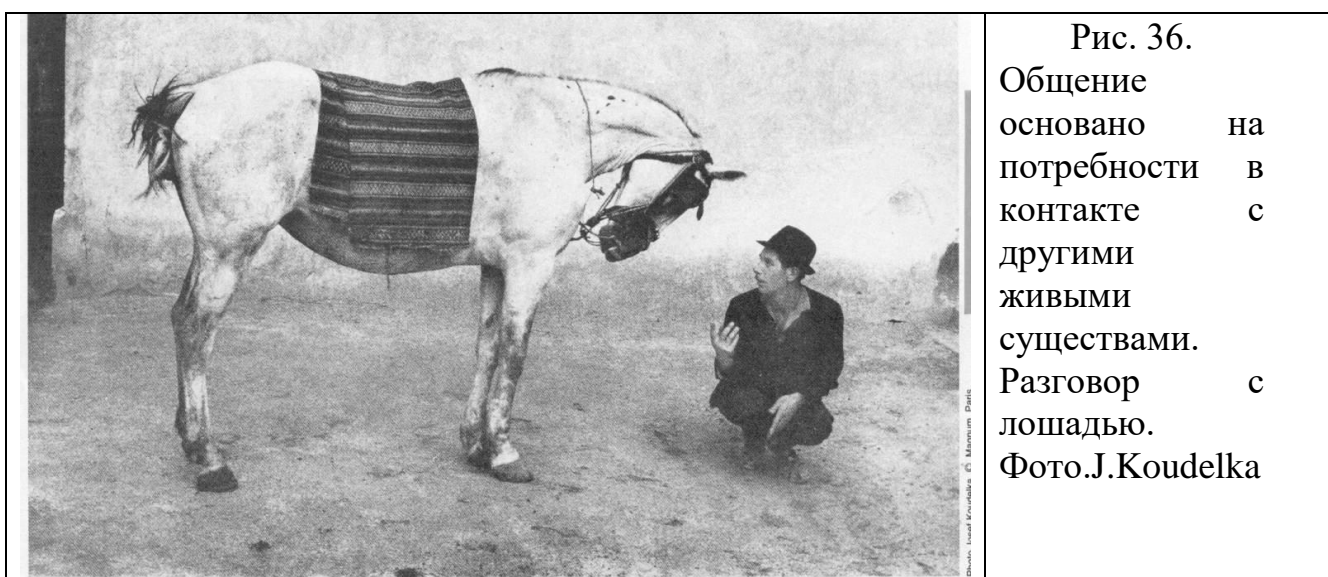


Рис. 36.
Общение
основано на
потребности в
контакте с
другими
живыми
существами.
Разговор с
лошадью.
Фото. J.Koudelka

Общение, включающее восприятие, понимание, подражание, внушение, убеждение, лидерство, руководство, сплоченность, конфликтность - это ключевое, центральное понятие в психологии (социальной).

Общение – многоплановое взаимодействие общественных навыков, результат деятельности субъектов (групп), обмена деятельностью, умениями, навыками, продукт духовного эмоционального контакта. Это – процесс обеспечения взаимопонимания людей посредством обмена информацией (мыслями, эмоциями), используемое для установления межличностных связей и взаимодействия участников совместной деятельности. Оно бывает формальным и неформальным, непосредственным и опосредованным.

Обычно общение включает в себя четыре составляющие:

1. Предметное сообщение (о чем идет речь);
2. Самораскрытие (Я-сообщение);
3. Отношение к слушателю (мотив обращения);
4. Призыв (что надо сделать);

Общение – это триединый акт коммуникации, интеракции и перцепции. Рассмотрим каждую из указанных составных вкратце.

Коммуникация – (от communicatio – общаться) - это общение как процесс обмена информацией.

Интеракция – (от англ. interactive - взаимодействующие друг с другом). – собственно активное взаимодействие

Перцепция – (от лат. perreptio – восприятие). Более высокий и уровень обработки информации, чем простое ощущение, в результате которого происходит построение целостного предметного образа.

Общение – это многоуровневый социальный и психологический феномен. В общении каждый субъект вступает во взаимодействие как бы с разных позиций: он всегда выполняет какую-то роль (клиент, мать и пр., профессиональная принадлежность), кроме того, он несет на себе традиции своей культуры (национальность), и в большой степени проявляет свою индивидуальную жизненную историю. Древние восточные мудрецы сравнивали человека с луковицей, у которой много оберток, и каждая очень важная для сохранения специфической целостности и здоровья единицы.

Решающая роль в общении принадлежит языку. **Язык**- это система знаков, которая служит коммуникативным целям и основана на универсальных правилах связывания знаков. Язык- это система условных знаков. Знак- это всякий материальный объект, который изобретен человеком или используется им в функции условного замещения другого объекта (реального или воображаемого) и не находящегося с первым объектом в отношении тождества. Всякий знак - это особая сущность, обладающая общим и частными значениями.

Частные значения - те, что возникают в связи с определенными текстами и определенными ситуациями - контекстуальными. Знаки и символы изучает – семиотика (от греч.- sema –знак), она описывает все знаковые системы, которые изобретены людьми. В семиотике есть свои термины. Например, симптом в семиотике - это такой знак, который не может быть отделен от одушевленного или неодушевленного «знаконосителя» и который «подаёт себя не зависимо от этого знаконосителя. Известный пример из жизни животных. Открытый рот птенца – знак-симптом для мамы-птицы, что пора кормить.

Итак - языковое общение – это общение знаками (словами, жестами, рисунками, глазами и пр.). Знаки присутствуют во всём - они везде.

Как человек научается общаться? Это малоизученная тема. В работах известных психологов, посвященных языку (К.Бюлера, Л.Выготского, Ж.Пиаже и др.) так и остался невыясненным один из основных вопросов: речь и интеллект - это одно и то же дерево генетического развития, или нет? Сейчас есть много представлений, в том числе и теории о наследственной передаче языка, который в условиях не подкрепления исчезает. Е.И. Исенина наблюдала за детьми с 2 месяцев до 2 лет. Она запечатлела картину

протоязыка дословесного периода (прото –греч. первоначальный). Протоязык состоит из своих знаков. Это, прежде всего - улыбка, которая у ребёнка социализируется (т.е. становится средством социального общения) раньше, чем крик, плач и похныкивание. Из этого следует важный вывод: база любого общения – доброжелательный фон (любовь), что соответствует всем существующим в мире этическим нормам. Другие знаки протоязыка - интонация голоса, жесты, мимика, направление взгляда (на чашку с водой), предметные действия, звуки (лепет), слова, сопровождаемые взглядом и жестами и пр. ¹

Есть и другие невыясненные тайные стороны языка.

Современные философы прямо указывают на то, что разные языки формируют разные картины мира. С их точки зрения ребенок познает мир, исходя из ограниченного количества заранее сформулированных мнений (которые отражаются в языке), до тех пока его не обучат видеть вещи таким способом, который соответствует общепринятому описанию (гипотеза Сепира-Уорфа, а также Талкотт Парсонс, Людвиг Витгенштен, К. Кастанеда.)

¹. Общеизвестный пример индейцев хопи, живущих на севере Аризоны, которые так и сумели представить себе рай и ад, о которых им рассказывали миссионеры. Отечественный психолог Б.Братусь описывает это явление так: все наши знания –это развитие понятий и классификаций явлений, но за ними всегда стоит та или иная онтология (бытие), либо они задают ту или иную онтологию. Он, в частности приводит пример двух понятий: «любовь» и «секс», которые описывают на первый взгляд одну и ту же область – интимные отношения, но за ними стоят две культуры, два мира, две вселенных, и от этого зависят не только коммуникации пары, но и их жизни, которые бывало, из-за этого несоответствия в понимании заканчивались и трагически.

Итак, единица языка - символ – знак, ассоциированный с определённым объектом, представлением, убеждением, мыслью, и чувством, относимыми к той части действительности, которую этот знак представляет. Семиотическая функция психики – свойственная человеку способность создавать и использовать знаковые системы - символы, представляющие или замещающие реальные объекты и оперировать ими как с реальными объектами, которые они представляют. Доказано исследованиями, что женщины более семиотичны (больше внимания обращают на знаки в одежде и пр.).

Язык имеет две стороны: первая –это взаимодействие через любые знаки, вторая – речь. Среди первых - конституциональный канал общения (раса, климатические, биологические и физиологические типические признаки) и

¹ И.Горелов. В.Енгальчев. Безмолвный мысли знак. М.Молодая гвардия. 1991

¹ К.Ажеж. Возможности языка. Курьер Юнеско, апрель 1986

невербальный (несловесный). В связи с этим процесс общения - всегда многоуровневый и всегда контекстно обусловлен. Т.е. понять человека можно только в комплексе всех базовых переменных языка.

В предыдущем разделе книги мы разобрали первый (конституциональный) язык, в данном –будем рассматривать невербальный и вербальный.

Общение всегда даёт какие-то сведения всем, кто в нём участвует, даже если они не разговаривали (например, в зал ресторана зашла кошка, и официант среагировал соответственно, какую информацию получит каждая из сторон общения – окружающие, кошка и официант?). Общение как процесс обмена информацией - это **коммуникация**.

Это настолько сложное понятие, что существует множество его определений: укажем несколько наиболее употребимые.

1. Коммуникация - от лат. *Communicare* – совещаться с кем-либо. Процесс, в котором Я действительно становится самим собой благодаря тому, что оно обнаруживает себя в другом. Это «любящая борьба» (К.Ясперс, *Философская энциклопедия*.)

2. Коммуникация - зависимость, которая возникает при общении с другими, является «перво-несчастьем» для бытия человека. (Сартр, *Философская энциклопедия*)

3. Коммуникация - от лат. *Communico* - делаю общим, связываю, общаюсь. Это смысловой аспект для социального взаимодействия. (*Психология. Словарь*)

4. Коммуникация и общение - синонимы . Из всех функций коммуникации - главная - эмотивная , связанная с установлением и поддержанием контактов. (*Contact* -англ. - общение).(*Психология.Словарь*.)

5. Организация существует благодаря коммуникациям. Без них она умрет. (*Словарь менеджера*)

6. Коммуникация - это каналы (сбор, анализ, систематизация информации, обмен информацией между динамическими системами (*Энциклопедический словарь*)

7. Коммуникация - передача информации от одной особи к другой (система сигналов, посылаемых и адекватно воспринимаемых) (биолог.) *Психология. Словарь*)

8. Коммуникация - взаимная передача и восприятие при помощи языка некоторого мыслительного содержания (*Энциклопедический словарь*).

9. Коммуникация (лат. *Communicatio* - пути сообщения, линии связи, сеть подземного городского хозяйства. (*Словарь иностранных слов*)

10. Комуникация - пути, дороги, средства связи, мест. (*Толковый словарь Даля*)

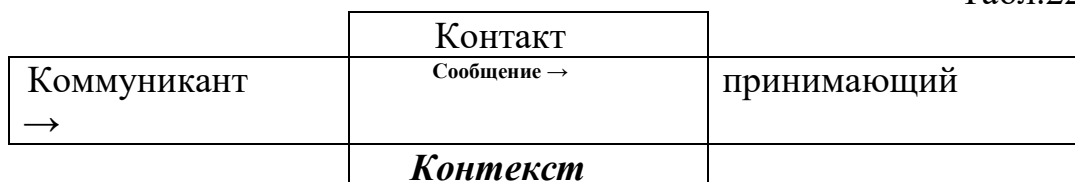
11. Коммуникация - форма связи (телеграф, телефон) (Словарь иностранных слов)

12. Коммуникация может совершаться и в молчании, которое порождает общность (Хайдеггер, Философская энциклопедия.)

Информация передаётся, как мы уже говорили с разных уровней и разными языками, т.е. сопровождается контекстом.

Схема передачи сообщения

Табл.22



Можно выделить при этом межличностные коммуникации, коммуникации в группе и межгрупповые коммуникации.

Межличностные коммуникации – это взаимодействия (интеракции) двух и более человек. Они могут осуществляться вербальным и невербальным языком. По характеру межличностные коммуникации могут быть непосредственные или опосредованные через других лиц или через технические средства связи.

Рассмотрим общение как интеракцию – собственно активное взаимодействие. Известный американский психолог Э. Берне – считает, что человек – энергетическая система, которая стремится к равновесию. Следствием такого понимания явилось его представление об активности и динамичности общения и о транзактном анализе коммуникаций. Берн предложил структурную модель эго-состояний - внутреннего устройства психики. В каждый конкретный момент времени человек пребывает в одном из трех эго-состояний своего «Я». Определенное эго-состояние детерминирует соответствующую модель его поведения в обществе.

По его представлению, обращаясь друг к другу, мы, невольно, ведем себя или как родитель, или, как взрослый, или как дитя.

Родитель (Р) - учит, оценивает; осуждает; все знает; требует;

Взрослый (В) - без предрассудков; трезво рассуждает; тщательно взвешивает; логически анализирует; эмоционально стабилен;

Дитя (Д) - свободный от догм; творческий; нелогичный; непредсказуемый; импульсивный.

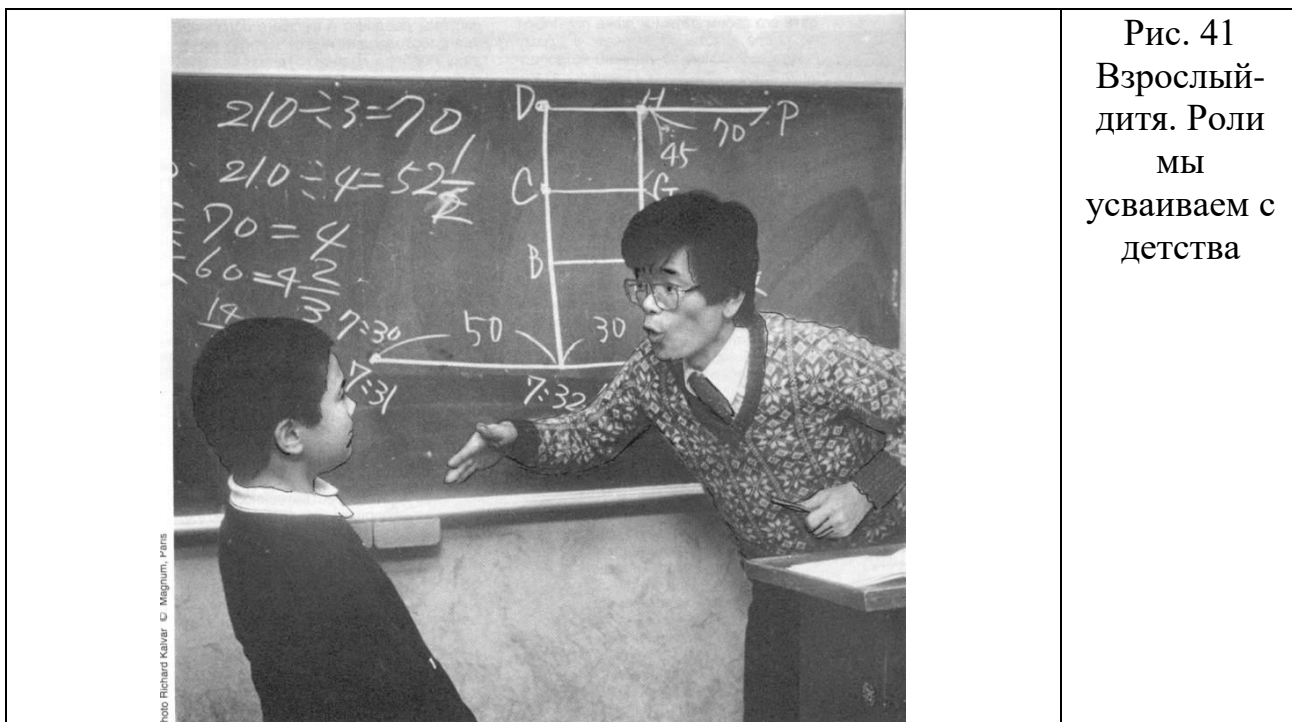


Рис. 41
Взрослый-
дитя. Роли
мы
усваиваем с
детства

Предполагается, что каждый человек умеет быть разным в разных ситуациях. В одних ситуациях преимущества дает одна позиция, в других - другая:

Каждый сам выбирает, как ему выгоднее и предлагает партнеру этот стиль отношений. Собеседник либо принимает, либо нет.

Принятие предложенной позиции ставит человека в определенную психологическую зависимость от другого.

Умение анализировать взаимосвязи с тремя позициями позволяет более точно улавливать скрытый смысл сказанного, быстрее определять подлинного инициатора, лучше видеть тактику и стратегию.

Важно научиться правильно выбирать, быстро распознавать, гибко менять позиции родителя, взрослого и ребенка

На основе интерактивной составляющей общения появилась интерактивная психология - форма глубинной психотерапии, которая основана на модели психики, в которой выделяется две основные инстанции: сознательное Я и структура бессознательного, и которые должны вступить друг с другом во взаимодействие для полной интеграции, приводящей к новому интерактивному мышлению и восприятию внутренней реальности. Условием применения этого метода является достижение его участниками измененных состояний сознания. Для погружения в измененные состояния сознания могут использоваться: интенсивное дыхание; медитативная практика; гипнотическое воздействие, а также естественные сновидные состояния (до сна или сразу после него). Весь процесс состоит из: - предварительного обучения, когда вырабатываются навыки работы с внутренней реальностью как в обычных, так и в измененных состояниях

сознания;

- реальных погружений в измененные состояния сознания, когда проводится активная рефлексивная работа с последующим анализом и коррекцией использованных интерактивных стратегий; использования навыков интерактивной рефлексивной работы в обычном состоянии сознания в повседневной жизни.

Рассмотрим третью составную общения - восприятие людьми друг друга. Восприятие (перцепция), как мы уже говорили – более высокий уровень отражения ситуации. Он есть следствие целостного сбора множества сведений, идущих по разным сенсорным каналам ощущений. **Ощущение** - процесс первичной обработки информации на уровне отдельных свойств предметов и явлений похож на известную притчу о том, как слепых попросили описать слона. Один потрогал хобот и сказал, что слон - как труба. Другой попробовал ноги и сказал что слон - это колонна. Третий взял хвост и сказал, что слон – большая веревка. Так, на уровне ощущений и наша психика отражает мир - поэлементно. Восприятие же позволяет соединить элементы в целостную картину. Психофизиологические механизмы интеграции обеспечивает мозг и высшая нервная деятельность, но сама способность к целостному восприятию – принадлежит душе, это непознаваемая тайна - способность человека быть в отражении - соразмерным окружающему миру. Академик В.Зинченко говорит по этому поводу: «В психологии много усилий направлено на решение классической проблемы: «Как мы видим вещи такими, какие они есть в действительности?». Чтобы правильно воспринимать мир, необходимы периоды сенсорного и перцептивного научения. Зрительная система может вращать образы (так называемое умственное вращение), трансформировать и комбинировать их. Другими словами, и образ обладает избыточным числом степеней свободы по отношению к оригиналу...этот процесс настолько сложен, что его, с одной стороны, характеризуют как перцептивное действие, а с другой – как образный или визуальный интеллект».¹

В настоящее время выявлены типические свойства восприятия в зависимости от сенсорного канала (Эриксон, 1985). Люди, у кого ведущий зрительный канал восприятия по-другому воспринимают мир, чем те, у кого ведущий - слуховой или тактильный. Существуют специальные методы и пробы, позволяющие использовать на практике эти особенности восприятия (нейролингвистическое программирование). Прежде всего, это важно при планировании расстановки рекламных, информационных и демонстрационных образцов в контактной зоне, а также в некоторых других случаях.

Другая особенность восприятия - это расположение предметов в зоне визуального поля. Так, по данным В.В.Губанова и П.А.Захарова (1990) –

¹ В.Зинченко. Искусственный интеллект и парадоксы психологии. Курьер Юнеско, февраль 1984

наиболее запоминающимися являются предметы, находящиеся на периферии поля.

Также на качество восприятия влияют состояние психических процессов и свойств субъектов - внимания, памяти, мышления, установок в процессе общения. О некоторых ошибках восприятия, являющихся результатом образования и работы с изобразительным материалом мы говорили в третьем разделе. Сейчас рассмотрим широко известные психологам психологические эффекты, которые также искажают восприятие в общении.

При кратковременном контакте мы обычно опираемся на сложившиеся у нас эталоны (прошлый опыт). Отождествляя собеседника с эталоном на основе некоторых общих признаков между ними, мы приписываем ему одновременно и множество других черт, которые обычно встречали у людей подобного типа.

Таким образом, его соотнесение человека с эталоном позволяет нам домыслить большое количество необходимых в общении, но отсутствующих сведений.

Вместе с тем, такое восприятие людей с опорой на эталоны связано с целым рядом типичных ошибок. Вот некоторые из них:

Эффект проекции возникает, когда приятному для нас собеседнику мы склонны приписывать дополнительные достоинства, а тому, кто показался неприятным - недостатки, т.е. наиболее четко выявить у других те черты, которые ярко представлены у нас самих;

Эффект средней ошибки – это тенденция смягчать наиболее яркие особенности оцениваемого человека в сторону среднего.

Эффект ореола возникает, когда человека начинают считать выдающимся во всех отношениях после первой удачи, или наоборот, ущербным во всех отношениях после крупного провала.

Эффект порядка появляется, когда при противоречивой информации о человеке при первой встрече больший вес придается данным, полученным первыми (при общении со старыми знакомыми - наоборот, больше доверяем последним сведениям).

Полностью избежать указанных ошибок не может никто. Важно знать, что подобный механизм восприятия человека при первой встрече искажает другого. Поэтому нужно быть особенно осторожным и внимательным в подобных ситуациях. В наших силах уметь замечать ситуации, когда мы оцениваем человека по эталону, и научиться корректировать свои ошибки. Для этого нужно уделять больше внимания невербальному поведению другого человека - мимике, позе, жестам, интонации, направлению взгляда, походке, осанке.

Базой для создание первого впечатления при изучении личности потребителя (адекватного его восприятия) является ситуативное наблюдение, в том числе и во время коммуникации с ним.

Психологи–практики дают рекомендации, относительно того, что помогает и что мешает в коммуникациях:¹

Условия достижения взаимопонимания в коммуникации

Табл.23

1.	Принятие другого человека полностью	<i>Принятие (акцептация) - его неповторимого Я.</i>
2.	Персональное обращение	<i>По имени, причем с учетом ситуации и в той модификации, какая ему приемлема.</i>
3.	Уважение к партнеру	<i>Уважение позиции другого человека в любой конкретной ситуации, даже когда он не прав.</i>
4.	Признание пола партнера	<i>В отношении, словах, поступках.</i>
5.	Учитывание потребности в самоуважении партнера	<i>Не загоняйте собеседника в угол, дайте ему возможность «сохранить лицо».</i>
6.	Попытка увидеть жизненные перспективы партнера	<i>Старайтесь увидеть данную ситуацию в контексте его прошлого и будущего (да и Вашего тоже.)</i>
7.	Радость и удовольствие от общения	<i>Если вы победили в споре, но ушли с испорченным настроением...</i>
8.	Чувство, что у вас много общего	<i>Мысль и фраза «Мы с вами оба так думаем...» - снимает конфликты в начале их зарождения.</i>
9.	Внимательное выслушивание	<i>Если вы будете перебивать собеседника, то никогда не поймете, что он хотел сказать.</i>
10.	Учитывание обязательств партнера	<i>Партнер на самом деле должен сделать это дело.</i>
11.	Использование пауз	<i>Партнер нуждается в нескольких секундах для осмысления услышанного.</i>
12.	Наличие заинтересованности	<i>Хорошо если интересы совпадают - общая цель, общая тема.</i>

Интуитивно люди знают, какие их действия помогают, а какие затрудняют коммуникации.

Действия, затрудняющие коммуникацию

Табл.24

1.	Приказ (указание)	<i>«Повторите еще раз», «Не говорите со мной подобным образом»...</i>
2.	Угроза, предупреждение	<i>«Если еще раз Вы это скажете»; «Вы пожалеете о том, что говорите»...</i>
3.	Поучения, нравоучения	<i>«Вам не следует так говорить и думать»; «Взялись - это ваши проблемы»...</i>
4.	Прямой совет	<i>«Почему бы Вам не сделать так?»...</i>

¹ Е.Дубова, С.Дубов. Учимся общаться . Высшее образование в России № 3.-1999

5.	Прямая критика	«То, что вы делаете - глупо»; «Кто Вам посоветовал такую чушь?»
6.	Прямая похвала	«Это было замечательно»; «Мы гордимся вами»...
7.	Унижение, брань	«Ну, хорошо, Господин Всезнайка!», «Все женщины одинаковы»...
8.	Оценка, анализ	«Вы - холерик, поэтому возбуждены», «Теперь понятно, почему вы так говорите»...
9.	Успокаивание	«Успокойтесь»; «Со мной такое тоже было»...
10.	Сарказм, издевки	«Продолжайте так делать, и окажетесь в дураках»; «И часто с вами такое?»...
11.	Перебивание	«А я, вам скажу, что ...»
12.	Незаинтересованность друг в друге	«Я вас не знаю»... Я вас не помню»...

Итак, общение - это взаимодействие двух или более субъектов, состоящее в обмене между ними сообщениями, имеющими предметный и эмоциональный аспекты, и это - триединый акт коммуникации, интеракции и перцепции.

5.2. ТИПЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МЕЖДУ ЛЮДЬМИ.¹

Общение зависит от характеристик взаимодействия между людьми. Такие отношения между людьми можно рассматривать с биологической точки зрения - симбиоз или паразитизм, с социально-психологической точки зрения - партнерство - и с экзистенциальной (более общей) - синергизм. Тогда типы отношений будут сопоставимы с разными уровнями гомеостаза ¹ в живой природе, где симбиоз - низший, а синергизм – высший из них ².

Симбиотическими можно назвать отношения близких родственников, (муж-жена, отец-сын и др.) или отношения близких друзей, что представляет более сложную модель взаимоотношений;

Партнерство наиболее часто встречающаяся форма взаимоотношений в рамках трудовой деятельности, основным фактором которой может служить любой договор. Традиционно понятие описывается в рамках терминов “вертикальные” и “горизонтальные” отношения.

Синергичные отношения – наиболее редко встречающееся явление среди людей. Они подразумевают чувства альтруизма, бескорыстности и безусловной любви, которые могут испытывать самоактуализированные люди. Из истории такими качествами в процессе общения с окружающими в полноте владели выдающиеся гуманисты типа Ганди, Швейцера, религиозных

¹Е.Дубова, С.Дубов. Как сохранить партнера / Служба кадров 2000 №5

¹ Гомеостаз - от *гомео* –подобный и *статос* –стоящий, неподвижный. Модель живого организма, имитирующая его способность поддерживать некоторые величины (например, температуру тела). Обеспечивает приспособление к условиям окружающей среды. Применяется также в генетике и кибернетике.

² Здесь используются все три понятия в узком значении, в тех аспектах, которые могут быть применены к человеку. Поэтому вводится понятие “психосимбиоз” - явление, встречающееся, как правило, чаще между людьми (внутри одного вида).

подвижников и др. Однако в идеале синергичными должны быть любые семейные отношения.

Расскажем более подробно о каждом из указанных видов отношений.

Психосимбиоз³ в применении к людям, бывает как в “норме”, так и в “патологии”. Термин психосимбиоз, на наш взгляд, предполагает установку людей на полную совместимость и взаимоиспользование друг друга. Психобиологическим механизмом такой совместимости по Юнгу, является несамодостаточность (биполярность) психологических процессов каждого человека, участвующего во взаимодействии.

Основным механизмом реализации потребности вступающих в связь потенциальных симбионтов предполагается “достаивание” недостаточной собственной целостности за счет другого. При этом бессознательно ожидается, что процесс будет взаимовыгодным, но в подавляющем большинстве случаев он оказывается асимметричным, что порождает явление психопаразитизма. Поэтому психосимбиоз часто ограничивает рост личности.

Постановку и достижение цели симбионтами можно охарактеризовать как реализацию неосознанной необходимости в удовлетворении потребностей в питании, сексуальной, финансовой зависимости и др. за счет другого. Очевидно, что это явление не прогрессивно, а является лишь низшей стадией развития отношений. Такой тип отношений встречается либо между родителями и маленькими (до 7-10 лет) детьми, либо между взрослыми детьми и немощными родителями. Можно считать нормальными и некоторые иные краткосрочные психосимбиотические отношения. Например, взаимоотношения научного руководителя и диссертанта, которые либо заканчиваются вскоре совсем, либо перерождаются в партнерство.

Любые психосимбиотические отношения в других условиях могут рассматриваться, как патология. Например, симбиотические отношения в семье между супругами рано или поздно переходят либо в паразитические, либо приводят к ограничению развития личности. При нормальном развитии психосимбиотических отношений они, как правило, или перерождаются в партнерские с дальнейшим прогрессом, либо регрессируют до паразитарных.

В таких случаях, страх потерять устойчивость взаимовыгодных отношений становится препятствием к их развитию, а нередко случается и худшее – отношения понижаются до паразитических. Если один из партнеров, настроенный на симбиоз, вынужден жертвовать, чтобы психосимбиоз не разрушился, отношения принимают характер “паразит-жертва”.

Патология психосимбиоза нередко приводит к необходимости обращения к врачу-психотерапевту. Например, часто встречающиеся отношения между взрослой дочерью и одинокой матерью, самостоятельно

³ Симбиоз – (от греч simbiosis – сожительство) – жизненно необходимая общность, длительное сожительство особей различных видов, основанное на взаимном удовлетворении жизненных интересов симбионтов, обычно, приносящая им взаимную пользу.

воспитавшей дочь, характеризуются тем, что оба поддерживают психосимбиотическую связь друг с другом, что не дает возможности каждой жить самостоятельно.

Психосимбиотические отношения в социуме представляют довольно частое явление. Рассмотрим такой пример в сервисной деятельности. Клиент обращается в автосервис, отдает ключи мастеру и говорит, «что полностью ему доверяет самому найти поломку и исправить». Однако при знакомстве со счетом высказывает возмущение. Развивается конфликт. Клиент отказывается платить, и ему не отдают машину. Вскоре он приезжает со своим отцом, который быстро всё улаживает. Причем отец периодически бросает реплики: наподобие такой: «Ты ничего без меня не можешь решить...».

Отношения психосимбиоза, часто встречающиеся между работающими родственниками, бывшими друзьями и супругами не могут полностью удовлетворять потребностей личностно и профессионально развивающегося человека из-за массы ограничивающих психологических факторов.

Более высоким уровнем, чем психосимбиоз, являются партнерские отношения. **Партнерство** (от англ. part – часть, доля, роль делить, отделять).

Такой вид отношений у людей предполагает **частичное** взаимодействие по одному или нескольким аспектам (договоренность, правовая система отношений, таких как, например, брачный договор).¹ Для партнерства характерны следующие признаки: взаимодействие индивидов; взаимная польза (выгода); краткосрочность; добровольность; наличие договора; использование частичного аспекта жизнедеятельности партнера; наличие цели социального характера.

Партнерство оптимально там, где: необходимо совместное принятие решений; происходит осмысление совместных действий; возможно равномерное распределение ответственности и контроля среди партнеров; имеет место зависимость результата от совместной деятельности.

Чтобы люди были способны к партнерской деятельности, они должны иметь такое базовое психологическое качества (по Г.Миккин) как: способность отвечать за себя (субсидиарность - от лат. subsidia - помощь, поддержка). Важны и другие качества:

- умение принимать другого человека “целиком”, в его индивидуальной особенности, прощать ему мелкие несуразности (акцептация (англ. assent – принимать));
- способность контролировать и принимать решения (интернальность);
- включенность в общее с партнером дело; (идентификация с окружением);

¹ Авторы считают, что партнерство – тип отношений, более высокий, чем симбиоз, можно встретить уже у животных. Примером может служить широко известный “договор” между крокодилом и птичкой – колибри, которая чистит ему зубы.

- независимость, способность понимать, что происходит в отношениях и последовательность в собственном поведении.

Эти понятия рассматриваются гуманистической и поведенческой психологией, как тренируемые (партнерству можно обучить)

Параметры партнерства в отличие от психосимбиоза, подразумевают, что каждый индивид, вступающий в партнерские взаимоотношения, является субъектом и должен вести себя как психически целостный и самодостаточный организм (субъект-субъектные отношения).

В реальной жизни от степени самодостаточности субъектов зависит их способность заключать партнерские соглашения (договоры). Чем более самодостаточен субъект, тем более длительные и многоаспектные договоры он в состоянии выполнять.

Взаимоотношения в партнерстве принимают качественно новую характеристику, так как предполагают осознанно общие цели. Таким образом, появляется два уровня взаимодействия: уровень достижения цели и уровень сохранения отношений.

Для эффективных партнерских взаимоотношений необходимо дифференцировать эти уровни и уметь их контролировать.

Постановку и достижение цели партнерами можно охарактеризовать как реализацию осознанной необходимости в удовлетворении потребностей, обусловленных материальными ценностями, что прямо указывает на эффективность и даже необходимость уметь выстраивать партнерские отношения в сервисной деятельности. Партнерство в цивилизованных обществах (в том числе в России) принято рассматривать только в контексте рабочих (деловых) отношений², где :

присутствует договор, некая договорённость, юридически закреплённая. Доля доверия между подобными партнёрами может быть разная и в каждом случае она прописывается в договоре. Так, мелкие предприниматели в сфере сервиса, как правило, не дают квитанцию своим постоянным партнерам, а используют устный договор (ремонт обуви у частника), здесь психология побеждает правовую систему.

Договор - документированный – трудовой и т.д. или недокументированный – “ударил по рукам” - в отличие от диктуемых только этическими принципами, имеют более высокую цену и, соответственно, нарушение их имеет более тяжелые последствия. На это указывали еще библейские истины: “Да будет слово ваше “Да” – да, “Нет” – нет. Все остальное от лукавого”. Однако и такие сложные отношения как договор, все-таки нарушаются.

В этих случаях основными причинами договорных отношений могут служить, например следующие факторы: а) этнический компонент (в

² Несмотря на этимологию слова “партнерство” психологи разных стран пытаются распространить и на неделовые сферы отношений: супружеские, родительские, дружеские и др.

мусульманских странах обмануть “неверного” может расцениваться, как достойное поощрения соплеменников, а в христианских странах, наоборот, выполнить порой устный договор данный врагу, считается достойным уважения); б) экономическая развитость общества (умение ценить время, деньги, отношения и обязательства перед партнером, как ценности одного уровня); в) личностная зрелость (аутентичность) партнера (зрелый человек осознает необходимость выполнения обязательств).

Другой психологический аспект этого явления – возможность выстраивания партнерских отношений не только между людьми, но и между группами (фирмами) и даже между отдельным членом общества и государством (в правовом обществе).

Рассмотрим несколько областей традиционного применения этого понятия в рабочей сфере.

На горизонтальные партнерские отношения на работе не влияют субординационные законы. В связи с этим основными регулирующими поведением факторами являются должностные инструкции и субъективная этика партнеров. В первом случае это регламентирующие законы внутри той или иной организации, прописанные уставом или выполняющиеся негласно. В любом случае нарушение их обычно грозит увольнением и поэтому доминирующим в выполнении инструкции является чувство страха. Во втором случае – это этические механизмы, принимаемые субъективно для себя каждым членом организации, т.к. часто несколько человек руководствуются одной должностной инструкцией и находятся в равном положении. От общего этического фона коллектива может зависеть и моральный облик и психологический климат трудового коллектива.

К примеру, два секретаря начальника, работающие через день, выполняют одинаковую текущую работу, однако, общую работу (типа создания архива, дополнительной уборки и пр.) они будут делать, исходя из этики и отношения к работе. Основными характеристиками, осложняющими эффективные горизонтальные партнерские отношения в таких случаях, являются морально-этические показатели личности и воспитание.

Основными причинами изменения поведения могут служить: особенности воспитания (лень); отсутствие мотивации в работе и следовательно незаинтересованность; личностная несовместимость (вражда); физическое состояние (нездоровье) и др.

Вертикальные партнерские отношения регламентируются субординацией, например, в госучреждениях, в армии, в лечебных учреждениях они прописаны соответствующими документами. В этом случае субъективная этика партнеров не имеет такого влияющего значения на отношения между начальником и подчиненным и отходит на второй план после субординационных указаний (уставы, приказы, распоряжения, порядки и т.д.), что актуализирует массу бессознательных комплексов. Здесь, в отличие от горизонтальных отношений, где часто доминирует субъективная этика в

поведении и, следовательно, свобода выбора действий, все взаимоотношения строго прописаны, что диктует включение механизмов многих комплексов.

В этих случаях основными причинами изменения в поведении могут служить: страх быть уволенным; страх наказания (материального или коллективного осуждения); страх конкуренции у начальника (ужесточение порядков); принятые ограничения и стереотипы вертикальных отношений; возрастные, половые и др. особенности и дискриминации.

В психологии способность к партнерству считают не только показателем психического здоровья, но и способности к личностному развитию. Одним из таких критериев, на взгляд авторов, можно считать способность к абстрагированию в ситуациях партнерского взаимодействия, когда человек начинает использовать конкретный навык на более высоком уровне, как принцип. Это бывает, когда договоры перестают дифференцироваться на важные и не важные, и начинают ко всем применяться с одинаковой максимальной ответственностью: конкретные договоры теперь воспринимаются с позиций Принципа, идеи договора, например, человек говорит: «У меня принцип - я никого не подвожу»). Эта способность поднимать уровень существования с конкретного до абстрактного очевидно повышает уровень отношений партнеров, делает их более надежными и эффективными. Однако такое абстрагирование имеет свой качественный предел - общее жизненное пространство (общество), в котором существуют оба партнера и их свидетели, которое диктует свои правила.

Границы данного пространства оканчивается при сверхэкстремальных условиях (стихийные действия, несчастные случаи, экологические катастрофы, внезапные войны и пр.). У людей в таких ситуациях начинают доминировать негативные психические состояния – стрессы, психическое насыщение, сильное утомление, и пр. При этом люди часто перестают не только выполнять свои обязательства, но и даже следовать общепринятым нормам (мародёрство).

И только у единиц – происходит обратная реакция - качественное преодоление негативного психического состояния за счет волевого или спонтанного “выхода” за пределы привычного “образа мира” (по Леонтьеву), за пределы Его (собственной личности). Механизмы этого явления очень сложны, но некоторые моменты подробно описаны современными трансперсональными психологами (А.Маслоу, Р.Ассаджиоли, С.Грофом и др.). Эти единицы начинают вести себя на более высоком уровне гомеостаза – духовном (синергичном). Так, в Чечне в конце 1990-х годов, когда боевики вывели на расстрел мирного заложника, местный православный священник вступился за него. Их обоих подвергли долгой мучительной смерти.

Синергия – (от греч.: synergeia – соучастие, сочувствие, содружество) – совместное действие; взаимодействие различных потенциалов или видов энергий в целостном действии. К пониманию явления синергии очень близко подошел

В.И. Вернадский при описании ноосферы. А сам термин использовал в научных целях впервые Г. Хакин. В своей книге “Синергетика” (1980) он пишет, что синергетика – (греч. synergos – совместно действующий) – это область научного знания, в которой посредством междисциплинарных исследований выявляются общие закономерности самоорганизации, становления устойчивых структур в открытых системах.

Данный тип взаимодействия был описан в начале XX в. в физике на основе термодинамики, позже был обнаружен в химических, биологических и в других системах, способных к самоорганизации. Во всех системах – это явление должно отвечать следующим структурообразующим признакам: полное взаимодействие участников; открытость системы отношений и каждого участника (свобода индивида); самоорганизация системы, целостность индивида; устойчивость, самодостаточность каждого индивида, добровольность; в процессе отношений может быть и не взаимная польза с точки зрения физического существования (жертвенность); наличие высших, т.н. абстрактных целей (включающих и эсхатологические¹ вопросы типа: что останется после моей смерти и что будет со мной после смерти?); долговременность отношений, выходящая за пределы жизни индивида (память рода, историческая память, существование после смерти и пр.).

Только биологического и психологического аспекта для описания явлений синергии в человеческих отношениях недостаточно, поскольку существование организмов, описываемое наукой (биологией и психологией), располагается на одной бытийной плоскости человек- (общество)-человек.

В современной психологии существует представление о второй плоскости существования, которая являет собой бытие человека за пределами его индивидуальной физической смерти. В научный оборот эти представления были введены отечественным психологом Ф. Василюком.¹ В психотерапии такой экзистенциальной схемой пользуются, например, Е. Фанталова, С.Есельсон и др. см. табл. в третьем разделе (Схема экзистенциального отношения между людьми)

В отличие от партнерских отношений, в которых договоры обслуживают материальные цели (принципиально достижимые в течение жизни человека – в одной жизненной плоскости), в синергичных отношениях между людьми используются принципы, ценность которых непреходяща. Чем более они абстрактны (труднодостижимы), тем большую свободу вариаций поведения участникам эти цели дают (любовь, преодоление смерти, жертвенность, милосердие, творчество, свобода и др.)

Известно, что перед лицом реальной опасности (граница между двумя плоскостями существования, описанная американских психологом А. Маслоу

¹ Эсхатология - греч. eschatos – последний, т.е. относящийся к смерти.

¹ В более широком смысле под вторым жизненным (онтологическим) пространством мы можем подразумевать не только религиозное понятие, но и историческую или родовую память. Главное психологическое значение состоит, на наш взгляд в мысленном выходе за пределы физической жизни индивида, его индивидуального времени

как “предельные переживания”), человек физически и психически мобилизуется, он начинает жить “по большому счету” (аутентично), как бы все время, отвечая на вопросы, связанные с его смыслом жизни.²

Чем ниже уровень абстракции, тем однозначнее любое из понятий. Чем более высок уровень абстрактности принципов и ценностей участников совместной деятельности, тем неоднозначнее их понимание мотивов и поступков друг друга (свобода, милосердие и т.д.), что может вызвать непонимание в общении. Приведем пример: Гость спрашивает: «Почему у вас, у ботаника, нет ни одного цветка в вазах? Разве вы не любите цветы?» Ботаник отвечает: « Я, между прочим, люблю и детей, но не отрезать же им головы, чтобы поставить в квартире для украшения?»

Поэтому для возникновения синергичных отношений необходим еще и одинаковый подход к этим понятиям. Становится очевидным, что один из путей достижения синергии через партнерство – совместное проговаривание того, кто как понимает и воспринимает эти принципы. Альтернативной видится ситуация, когда эти понятия донесены третьим лицом или исторически сложившимся пониманием (например, религиозные заповеди). Общеизвестно, что одна из социальных функций религий состоит именно в регулировании и организации отношений в обществе благодаря унаследованию идеалов, ценностных моделей и принципов (например, религиозная община представляет модель синергичных отношений).

Цели в синергичных отношениях обычно самые высокие: жизнь во имя жизни, здоровье, любовь и др. Реальная ограниченность человеческого существования во времени, осознание смертности, способны вызвать в человеке ответственность за свою жизнь, осмысленное отношение к своему времени и бережное отношение к ближнему.

Синергичные отношения на наш взгляд могут встречаться в любых обществах: начиная с первобытных и заканчивая высоко цивилизованными. Напрямую такие отношения не связаны с работой или с другим видом трудовой деятельности. Синергичность – характеризуется высоким уровнем развития личности, который если достигается, то проявляется во всем. Однако, считая, что это есть самый высокий уровень развития отношений, очевидно, надо признать, что и достижение его, представляется очень трудным. Часто именно малое предпринимательство в области сервиса, когда в нём задействована семья достигают синергичных отношений. Иногда в таких семьях отношения достигают столь высокого уровня (и, следовательно экономического эффекта), что в некоторых культурах, например в Японии, считаются образцом и перенимаются в крупные фирмы, где почетно коллектив называть семьей. Однако в таких коллективах основной проблемой оказывается их удержание на синергичном уровне отношений и не «сползание

² В.Франкл описал жизнь узников концлагерей как сверхэкстремальную. На его взгляд, только наличие смысла жизни (порой слишком абстрактного), помогало людям выживать. В.Франкл был первым врачом и психологом, который заявил об универсальном психотерапевтическом значении религии.

их до симбиотических или партнерских». А такое случается, так как трудно разграничить в отношениях симбиотические (кровных, семейных связей), партнерские (договорных) и синергичные (посвященных цели) стороны, т.к. все три в той или иной степени все равно присутствуют.

Несмотря на редкость и сложность синергичного восприятия и взаимодействия в современной цивилизации, необходимо отметить, что в сервисной деятельности, связанной с социальной работой и медициной, такое качество крайне необходимо, что отмечают специалисты (например, Волченков Э.И, 2001) .

Человек – сложное существо и его отношения с множеством людей может быть одновременно и симбиотичным и партнерским и синергичным. Однако только с достижением способности вступать с другими в синергичные отношения человек приобретает достаточно возможностей для раскрытия себя не только как личности, но проявления себя в эффективном труде

Другое социально-психологическое понятие, лежащее в основе общения – **социальная роль**. База, на которой строятся роли человека – это его меняющийся «Образ Я».

Известно, что преобладающая для детей дошкольного возраста форма игры - именно ролевая. В ней происходит игровое моделирование детьми действий и взаимоотношений взрослых людей. Роль взрослого, которая берется на себя ребенком, предполагает следование определенным, часто неявным правилам, за счет которых происходит регулирование как выполнения действий с предметами, так и взаимоотношений с другими детьми, которые включены в групповую игру. За счет возникновения сильных эмоциональных переживаний, связанных с содержанием самой роли, с качеством ее выполнения всеми участниками игры, с реализацией общего сюжета, опыт игры оказывает очень существенное влияние на развитие личности ребенка. В ее контексте происходит формирование важнейших новообразований этого периода детства: овладение знаково-символической функцией, развитие воображения, становление элементов произвольного контроля за поведением. См.Рис. 37



Рис.37

Дети играют в столовую. Сегодня одни из них – повара, другие клиенты. Завтра они поменяются ролями.

“Роль - есть кожа и нервы человека как личности”, - говорил Маркс. Роль – это совокупность способов поведения, которые ожидаются от человека в определенном статусе. Из всего поведения человека роль охватывает ту часть, которая повторяется, которая безлична, стандартизована, на которую мы можем сознательно повлиять. Кроме роли, в выборе конкретного способа поведения участвуют еще обстановка, индивидуальность человека, его интересы, и цели. Но на них воздействовать трудно: мы не можем психологическими средствами повлиять на обстановку - это область экономической политики, на индивидуальность - это область воспитания и на интересы и цели - зависят от экономических рычагов, средств принуждения, воспитания.

Психологии подвластна только роль человека. Человеку она задается в виде ролевых ожиданий от других частично в письменной, **но в большей мере устной, и даже несловесной форме (например, в виде образцов для подражания)**.

Важно в деловых, трудовых коммуникациях осознать все составляющие своей профессиональной роли, а при необходимости - ее коррекции.

Кроме профессиональной роли у человека множество других - отец, пешеход, покупатель, телезритель, депутат и т.п. В каждой ситуации одна роль выступает на передний план и оттесняет другие. Выбор роли - т.е. способа поведения и правил игры - определяется обычно в момент встречи партнеров, во время установления психологического контакта. Иногда в акте выбора роли содержится скрытая борьба между партнерами. Выигрывает тот, кто быстрее реагирует, лучше владеет средствами общения, для кого его роль более привычна.

С этой точки зрения, эффективное общение требует: хорошей ориентировки в ролях, которые исполняют люди вокруг, мастерского усвоения своих основных социальных ролей, умения плавно войти в роль и выйти из нее при изменении обстановки, гибкой смены ролей, умения вообразить себя в роли партнера, умения четко разграничивать, когда человек в роли и когда поведение человека сугубо индивидуально.

Психологи выделяют множество межличностных ролей. Это, например:

- Обычные индивидуальные роли: друг, доброжелатель, приятель, покровитель, недоброжелатель, подопечный и т.п.
- Внутригрупповые роли подразумевают функционально-деловые роли (генератор, критик, исполнитель, организатор, вдохновитель, эрудит);
- Социально-эмоциональные роли (поощритель, комментатор, соглашатель, выразитель норм, гармонизатор, коммуникатор);
- Так называемые, негативные роли (агрессор, искатель признания, беспомощный, повеса, блокировщик доминант);
- Разнообразие социальных ролей в различных группах, например, в аудитории: начальник, подчиненный, торговец, поставщик, потребитель, государство, семья;
- Роли руководителя (подчиненный, начальник, покупатель, поставщик, гражданин, материальная опора).

Коммуникационные роли на предприятии (по А.Зверинцеву) таковы:

- сторож – контролирует поток информации. (напр. секретарь директора);
- связной – обеспечивает пересечение групп, ускоряет или тормозит стратегические позиции предприятия. Их около 15 %, выявляются крайне трудно;
- лидер мнений – оказывает влияние на поведение постоянно (напр. авторитетный начальник);
- космополит – поставщик свежей информации (напр., рядовой экспедитор);

«У человека столько социальных личностей, сколько индивидуумов признают в нем личность» (У.Джеймс).¹

Иногда функции ролей выполняют т.н. «субличности» (Р. Ассаджиоли и др.).

Общение зависит от типа взаимодействия между людьми, которое бывает симбиотичным, партнерским и синергичным. Для сервисной деятельности наиболее распространенным является партнерское. Эффективность партнерского общения во многом зависит от умения человека пользоваться своими социальными ролями.

¹ У.Джеймс. Психология. М.1991.Дайджест

5.3. ОСНОВНЫЕ ТЕХНИКИ И ТЕХНОЛОГИИ УСТАНОВЛЕНИЯ КОНТАКТА С ПОТРЕБИТЕЛЕМ- ПАРТНЕРОМ ПО ОБЩЕНИЮ

Мы уже говорили, что существуют различные языки в общении (каналы передачи информации) – конституциональный, вербальный, невербальный.

Невербальные средства общения - это способы передачи и методы интерпретации сигналов с помощью жестов телодвижений и др. приёмов тела. Человек иногда не догадывается, что его внешний вид, манеры стоять или почёсываться, смеяться или пользоваться определенным дезодорантом, рассказывают окружающему миру о нём, как говорят специалисты, практически, всё. Эти, невербальные (несловесные) средства выражения для любого внимательного наблюдателя могут поведать не только о привычках и воспитании, но и о том, как человек сегодня спал, состоит ли в браке, кто он по профессии, и даже, каковы его убеждения. Поведенческая диагностика осуществляется по основным знакам – это глазодвигательные паттерны, слова, предикаты, позы тела, движение рук и т.д.).

Наука, изучающая невербальные средства выражения - называется кинесика.

И, хотя, невербальные средства общения, как правило, самостоятельно передавать какие-либо сведения вместо слов не могут (за исключением языка глухонемых), являются немаловажным источником информации о человеке.

Обычно невербальные средства выражения делят на несколько групп, исходя из того, какой анализатор их воспринимает:

Визуальные (те, зрительные): движения рук, головы, ног, туловища; занимаемые позы; выражение лица, глаз, направление взгляда, стремление встречаться глазами или нет; кожные реакции, такие как покраснение, побледнение, потение; расстояние до собеседника, угол поворота к нему, персональное пространство.

Можно внимательно приглядеться к особенностям телосложения, одежде, причёске, косметике, очкам, украшениям и т.п. Вам дадут информацию борода, мелкие предметы в руках и вообще признаки возраста, пола.

Многое расскажут о человеке акустические (те, которые можно услышать) средства выражения: речь, интонация (громкость, тембр, темп, ритм, высота звука); паузы в разговоре; смех, плач, вздохи, кашель, хлопанье и пр.;

Имеют значение и так называемые тактильные (связанные с прикосновением): пожатие руки, похлопывание по плечу, объятия, поцелуи.

Обонятельные знаки – запахи.

Через зрительный анализатор человек получает до 90% информации (В.Глезер). Взрослый человек имеет эталоны зрительных впечатлений, по которым он сверяет реальные выражения лиц и правильно их интерпретирует.

Типология таких эталонов (инвариантов) - схема всего материального мира – образуется в результате работы мышления, надстраиваемого над восприятием (кстати, эталоны есть и звуковых, и обонятельных, и вкусовых ощущений).

Исследования, проведенные в США показали, что техника взгляда, усвоенная с детства, не меняется до смерти, даже если человек попадает в другую среду.

Психологи делят все культуры на «контактные» и «неконтактные».

Табл.25

Контактные культуры	Неконтактные культуры.
Испанцы, итальянцы, португальцы, латиноамериканцы, арабы и др.	Скандинавы, японцы, индийцы, пакистанцы, североамериканцы

Японцы в отличие от европейцев, считают неприличным, беседуя, внимательно смотреть друг на друга. Арабов с детства специально учат при разговоре смотреть человеку прямо в глаза.

Имеются и гендерные различия в использовании языка глаз: женщины независимо от культуры используют прямой взгляд намного чаще мужчин.

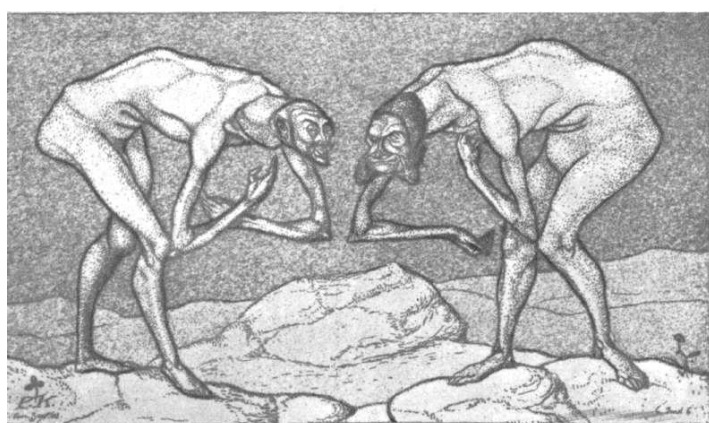


Photo © 1983 ADAGP, Paris. Paul Klee Foundation, Museum of Fine Arts, Bern

По исследованиям М.Арджайла, женщина, в отличие от мужчины, не воспринимает прямой взгляд, как сигнал угрозы, а напротив, считает его выражением интереса и желанием установить человеческий контакт. Рис. 38

Гравюра швейцарского художника Пауля Клее (1879-1940). Встреча двух низкопоклонников

Другие исследования установили, что частота прямых взглядов на собеседника зависит от того, «выше» или «ниже» он себя ставит (также ученые установили, что, чем выше голова, тем выше статус). Рис. 38

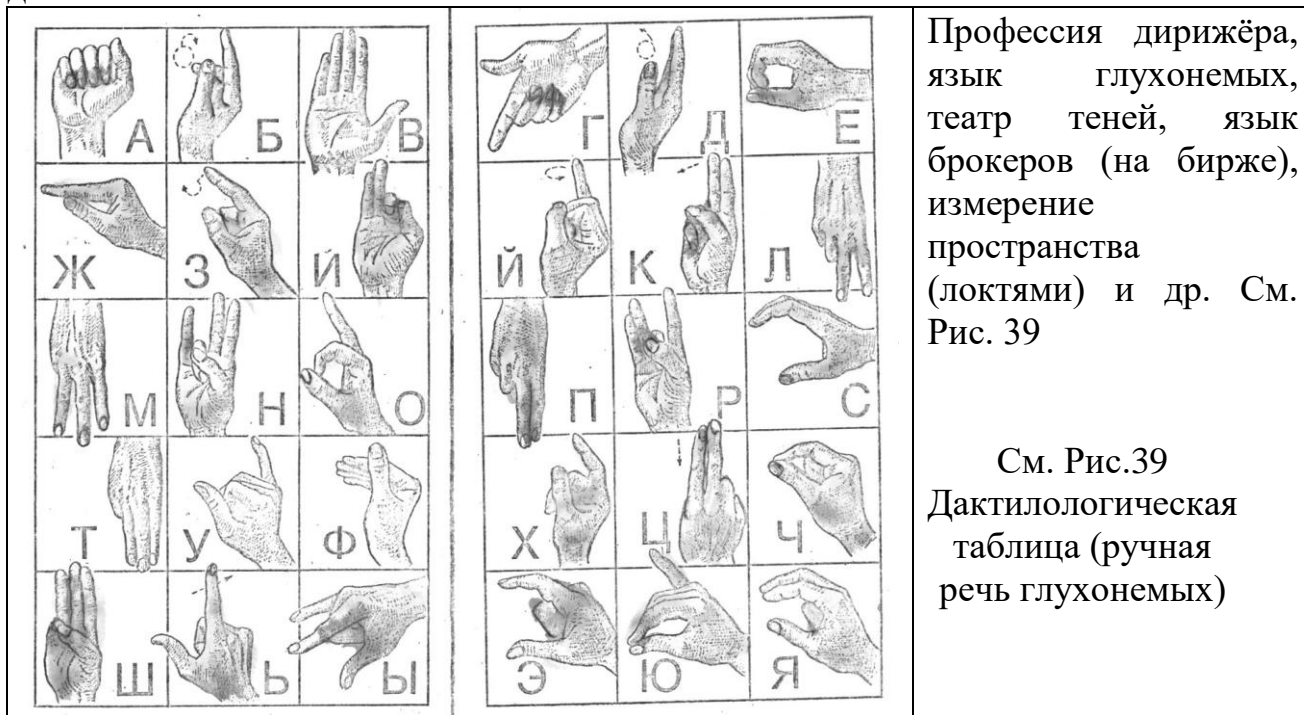
Невербальный язык, воспринимаемый глазами (визуальный) можно также разделить на несколько языков.

1. Язык глаз. В мире животных контакт глаз считается также одним из ведущих. Так, мать и детёныш могут неограниченно смотреть в глаза друг другу. Самцы используют этот приём для выяснения, кто сильнее, фактически, так делают вызов на поединок (агрессию). В человеческом сообществе коммуникация «глаза-в-глаза» означает примерно то же самое. Только очень близкие и любящие друг друга люди могут непрерывно смотреть друг другу в глаза, как через «окна души» («шкала любви» Рубина)

Для всех культур наиболее привлекательны для контакта - люди с большими глазами и большими зрачками (Hess), а для американской выборки

в характеристику «миловидная» входят ещё и маленький нос, и маленький подбородок. Психолог Д. Коэн считает, что мы запрограммированы на то, чтобы положительно реагировать на взрослых людей, имеющих сходство с младенцами, у которых глаза непропорционально большие. Это заставляет нас поддерживать визуальный контакт (контакт глаз) с людьми, которые нам приятны или к которым нас тянет. Тем не менее, слишком долгий контакт глаз, особенно с незнакомыми (в транспорте) может восприниматься как угрожающий, или вызывающий и вызвать конфликт.

2. Язык рук. Руки всегда участвовали в коммуникациях не только через спонтанные жесты, но и используют свой язык в профессиональной деятельности.



См. Рис.39
 Дактилологическая
 таблица (ручная
 речь глухонемых)

3. Язык предметов. Специалист по японской коммуникации С.В.Неверов писал, что японцы часто разглядывая вместе икебану, или букет, беседуют, не глядя друг другу в глаза. Это т.н. «смягченный тип коммуникации», когда привлекается предмет, не относящийся к теме беседы: например, показ семейных альбомов гостям, коллекции, вышивки, прослушивание магнитофонных записей, совместный просмотр видео и пр.



Язык пиктограмм. Г. Гарфункель – этнометодолог – писал, что для хорошо знающих друг друга людей существует свой особый язык поведения, общения (они пользуются специальными кодами, которые отделяют «наших от не наших»). Это знаки татуировок, тайных обществ, разведчиков, профессиональные языки. Врачи часто в присутствии больного переходят на латынь. Для иллюстрации приведем пример того, как такие коды, при их незнании, могут вводит в заблуждение.

В ресторане два адвоката обсуждали одно дело. Разгорелась дискуссия, они позвали официанта и попросили его принести уголовный кодекс, если он есть у администратора. Официант через некоторое время вернулся: - Господа, вам можно не платить за обед ... Так распорядился господин администратор.



Рис.41. Архетипические знаки, используемые для дорог

Все знаки что-нибудь обозначают. Но существуют такие знаки, которые мы можем назвать архетипическими символами, т.е. несущими универсальный смысл, понятный людям, даже разных культур, и толкуемый ими однозначно (по К.Юнгу). Это позволяет расшифровывая их, получать много дополнительной информации для себя из ситуации. На их основе построены, например, различные гадательные системы, карты Таро, Руны, и др. Так, например, «две руки-дружба», «дерево – рост», «сердце – любовь», «чаша- сердце»). Также к архетипическим можно отнести международные правила движения и знаки публичных мест. См. Рис.41

В сервисной деятельности исследователи нередко обращаются к психосемиотике. Это, например, изучение знаков в одежде – несущих этнографически, психологический смысл (Н.А.Коробцева, 2002), в анализе бессюжетных рисунков (Солонкина О.В., 2002), в исследовании герменевтики и семиотических интерпретаций эзотерических символов (Багдасарян В.Э, 2002).

Пассажир пригородного поезда в глубинке заметил, что всякий раз, когда поезд проходит мимо небольшого села, к железнодорожному полотну выходит старик и показывает язык машинисту. Все это показалось ему столь любопытным, что однажды он разыскал старика, и спросил его, зачем он дразнит машиниста.

Старик хитро усмехнулся:

- Когда я показываю ему язык, он бросает в меня кусками угля, а я топлю ими печь. Семиотику можно назвать особым языком, который содержит в себе и невербальные и вербальные компоненты.

Язык тела. До 1960-х годов не было известно систематических исследований невербального канала передачи информации. Американский психолог Пол Экман, английский - Майкл Арджайля доказали, что жесты, походка и др. – это действительно – язык тела.

Психолог А.Занимонец приводит примеры, как наблюдения за невербальными знаками тела могут характеризовать человека. Осанка испуганного человека, например, выглядит вопросительно. Инстинкт ему подсказывает, спрятать самое ценное – голову, втяни её в плечи. Если попросить вас изобразить страх, то вы сделаете все что угодно, только не расправите плечи. А если попросить символически показать бесстрашие, то вы вдохнете полной грудью, расправите плечи и выпрямите позвоночник. Даже без специальной команды, тело реагирует на некий стереотип.

Если перед вами человек с выправкой военного, наверняка он прямолинеен и решителен. С ним лучше быть открытым и не договариваться о чем-то за спиной. На козни он ответит в свойственной ему манере. Не стоит его и поглаживать по шерстке, соглашаясь с ним во всем. Он мгновенно возьмет верх над вами, и будет держать инициативу под своим контролем.

Тот, кто демонстрирует вам свою грудную клетку в развороте, вас не боится. А тот, кто не может за себя постоять, кто не противится ударам судьбы, тот вжимает голову в плечи. Но может так случиться, что таков человек, от которого зависит решение вашей проблемы. Он сутул, плечи подняты. Эти знаки предупреждают вас о том, что необходима особая дипломатия, нельзя делать резких выпадов, напористости. Он может в ответ отреагировать неадекватно агрессивно.

То же касается расстояния, которое люди занимают друг по отношению к другу.

Если к оживленно беседующей группе друзей-коллег подойдет их приятель, они автоматически развернутся в его сторону, как бы приглашая войти в общий круг. Если же подойдет человек, чье присутствие их напрягает, то тела не изменят своего положения в пространстве.

Язык пространства. Интерес к дистанции, расстоянию и территории человека в момент коммуникации психологи начали проявлять не так давно.

Дистанция между людьми во время коммуникации – это регуляция социальных отношений. Е.Налл (1966) выделил четыре таких расстояния.

Психологические дистанции

Табл.26

	Дистанция	Расстояние	Характеристика
1.	Интимная	0 - 45 см.	Чужие не допускаются
2.	Персональная	0.45 - 1.20	Знакомые, но не близкие
3.	Социальная	1.20 – 4.00	Формальные, ролевые отношения
4.	Публичная	4.00 и более	Официальные

Психофизиологически границы таких дистанций могут ощущаться как некий барьер.

Выделяют также поведенческие пространства - психологические территории (Howar).

Табл.27

	Территории	Характеристика
1.	Примарная территория	«Мой угол», самоидентификация, приватная территория.
2.	Вторичная (секундарная)	Общество, где бывают завсегда, (уличная, квартальная, деревенская территории)
3.	Публичная площадь	Не принадлежит никому: входят, кто хочет, нет запретов,

Границы территорий могут ощущаться невербально как некое физическое ограничение.

Персональное пространство (R.Sommer) – это «круг, который человек носит с собой и не хочет, чтоб туда входили». Вторжение вызывает уход или борьбу. Персональное пространство имеет гендерные различия: женщины ближе, чем мужчины между собой в процессе общения. Исследования показали, что лица, сидящие в тюрьме за хулиганство, имеют персональное пространство гораздо больших размеров, чем среднее, что может быть причиной их асоциального поведения.

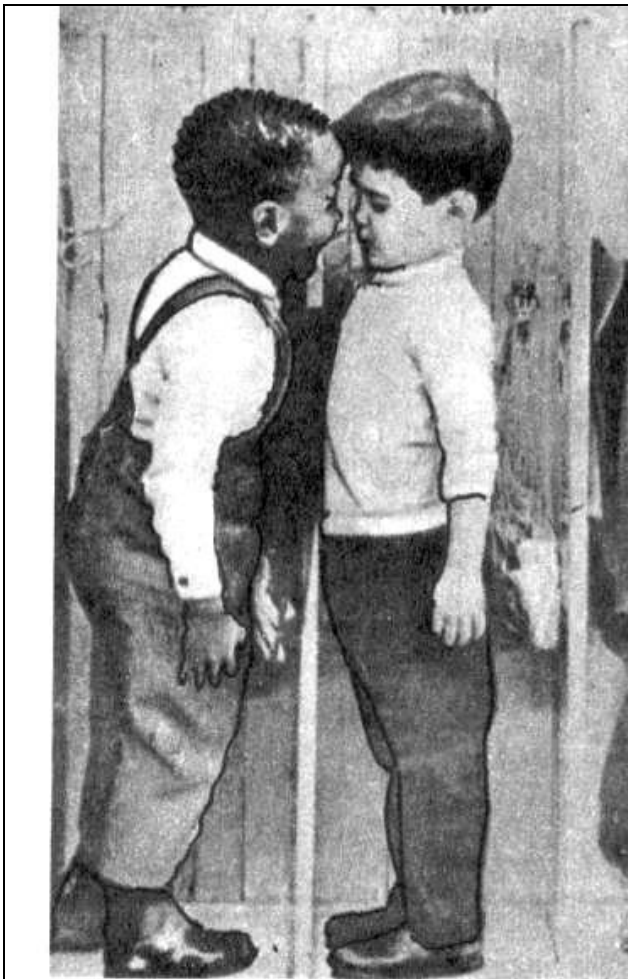


Рис. 42

Невербальные признаки приближения конфликта между детьми, относящимися к разным культурам – контактной и неконтактной

Г. Клауд и Дж. Таусенд (2003) проводили исследования собственно **индивидуальных психологических границ**. Индивидуальные границы указывают на неприкосновенность личности и её отделённость в физическом и социальном мире, что формирует требование уважения чужих границ, умение открыто изъяснять свою волю, нести ответственность за свои решения. Такие границы воспринимаются (вербально и невербально) как то, по поводу чего человек говорит “да” или “нет”.

Вторжение в указанные зоны и нарушение границ неизбежно ведёт к внешнему конфликту (вплоть до вооруженного) и внутреннего (неспособности сказать «нет»). Но задолго до открытого конфликта, уже можно заметить множество признаков негармоничного взаимодействия, что будет проявляться как невербально, так и в словах (в виде ошибочных действий человека -оговорок, забывания, замалчивания, ошибок слуха), за которыми могут скрываться его подавленность или сдерживаемые чувства. Рис. 42.

Кроме нарушения пространственных правил взаимодействия (внешнее), невербально можно увидеть и то, что происходит с внутренними переживаниями человека относительно его двух основных социальных потребностей: в эмоциональной поддержке, и в признании. Это ключ к тому, как он строит свои взаимоотношения с другими. В словах это будет заметно по тому, в какую сторону партнер отклоняется от темы беседы, а невербально – в т.н. «парапраксисах» (по З.Фрейду, буквально - «отклонения от обычных поступков»). Психоанализ предполагает, что у нас много неосознаваемых желаний, которые мы часто подавляем, не зная сами истинных причин, заставляющих нас так себя вести. Эти позволяют бессознательному вырываться проявляться наружу, что заметно партнеру по общению. З.Фрейд в 1905 году писал, что один его пациентов, рассказывая о себе, видимо, сказал

неправду, чем выдал себя кончиками своих пальцев, которые «нервно выбалтывали правду».

Приведем для примера некоторые такие знаки.

Заместительные действия – это например, приглаживание волос или поправление одежды в присутствии противоположного пола. В 1950 г. этологи наблюдали за повадками серебристых чаек и обнаружили, что самец, в состоянии фрустрации¹ (когда не мог драться с другим самцом, приближающимся к его территории, или когда не мог спариваться из-за отсутствия свободной самки) бегал взад и вперед от одной границы своей территории до другой, и одержимо колотил клювом землю. Этолог Н. Тинберген назвал такое поведение заместительным, так как чайка освобождала часть своей нерастроченной энергии (агрессивной или сексуальной) не свойственным способом.

Рассказывают исторический эпизод о товарищеских судах на Украине. Однажды судили пастуха, который не досмотрел за коровами. Все молчат. Председатель:

-Ну, какое наказание вы предлагаете? Встаёт петро:

-А можно я ему врежу?

-Да ну тебя, ты, чего доброго, убьешь, а пастух у нас один.

-Ну, дайте я врежу!

-Отстань Петро, не дай Бог, убьешь, где мы тогда нового пастуха найдём?

Все молчат. Тогда Петро говорит:

-Ну дайте я кузнецу врежу: у нас их два.

Не всегда удаётся контролировать ситуации, когда внутренняя энергия выходит из человека, тогда он начинает ронять предметы, задевать за углы, наступать на ноги и пр. Плохая координация выдает его страхи и фрустрацию.

Есть определенные признаки, указывающие на наличие напряжения, тревоги, фрустрации – это, прежде всего выражение лица – область рта, (насколько он сжат или расслаблен), улыбка (насколько она симметричная, округлая, или кривая и быстро сходит). Другой показатель фрустрации и нервозности – навязчивые повторения (кручение кольца, проверку ключей на месте и пр.). Оба пола в состоянии тревоги склонны дотрагиваться до себя, что утешает и успокаивает. Например, поглаживают шею, потирают руки, ягодицы, почесывают спину и пр. Во время психологического контакта в состоянии тревоги, люди часто скрещивают руки, ноги (закрываются), выкладывают вещи, предметы как барьеры перед собой (сумочку, зонтик, портфель). Вариация – руки в карманах.

Психолог Р.Заджонк указывает что в структуре невербальной коммуникации в начале контакта с незнакомым человеком срабатывает т.н.

¹ Фрустрация – состояние острой неудовлетворенности при возникновении препятствия.

«горячая когниция» – мгновенно вспыхивающая симпатия или антипатия (механизмы не ясны, но понятно, что инстинкты опережают интеллект²). Профессионал (психолог, работник сервиса, медик и пр.) должны уметь не показать этого партнеру в деловом общении. Потому что очень заметно, как на самом деле люди друг к другу относятся. Подавленный зевок, поворот спиной и др. укажут внимательному наблюдателю, что с ним общение не желательно. Напротив, кивание во время его монолога, улыбка, зеркальные позы, сближение дистанции указывают на симпатию.

Невербальный язык приходится выучивать также как и словесный.

Необходимо научиться различать невербальные средства и оценивать их действенность, использовать их и самому, лучше согласовать невербальные средства между собой, а также со словами.

Это общение помогает создавать и поддерживать психологический контакт, регулировать течение процесса общения, а также, чтобы придавать новые смысловые оттенки произносимым словам, направлять эмоциональный контакт в нужную сторону;

Для эффективного делового общения необходимо понимать человека, его состояние в данный момент, оценивать свойства личности, которые у него проявляются в момент разговора, намерения. Получить наиболее полное и правильное представление о другом человеке непросто. Это требует длительных, повторных контактов и внимания.

Многоуровневый язык общения часто вводит в заблуждение ненаблюдательного партнера. Известный ученый Дж. Герберт Мид говорил по этому поводу, что часто мы реагируем не на поступок, а на скрытые намерения. Так получается двойные (иногда тройные) послания. В час пик в транспорте, люди прижатые друг к другу, делают свой взгляд скольльзящим по окружающим (избегающим близко стоящего, как бы говоря, «на самом деле, меня тут нет», или «в вагоне никого нет»). Арджайл обнаружил, что среди его испытуемых были люди, которые, когда лгали, посылали сигналы повышенной искренности.

Вербальный язык – это использование слов для общения и для передачи информации. Коммуникативная функция речи – (лат. т. communicatio - общаться и functio – исполнение) - использование речи для сообщения другим какой-либо информации или побуждения их к действиям. При передаче сообщения происходит указание на какой-либо предмет, что обозначается как указательная, или индикативная, функция речи, а также высказывание собственных суждений по тому или иному вопросу, что обозначается как предикативная функция, или функция высказывания.

² На этой основе, по-видимому появляется «любовь с первого взгляда.

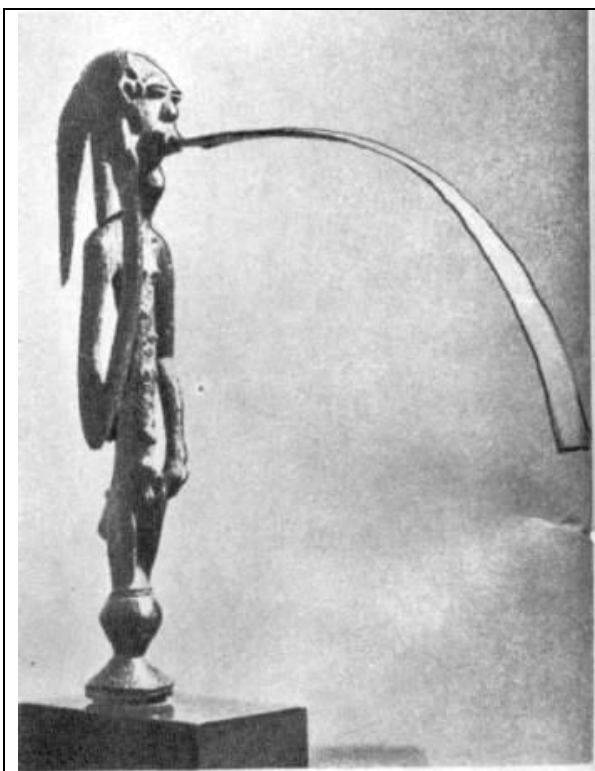


Рис. 43

Статуэтка народа ятмул (Папуа-Новая Гвинея), посвященная речевой коммуникации, которая обоготворяется.

Иногда выделяют еще эмоционально-выразительную функцию речи, от которой зависит побудительная сила речи. Речь - совершенно особый, невероятно богатый канал выразительности. Содержание речи представляет – о чем говорит человек, какие темы выбирает, насколько понимает и учитывает собеседника, умеет его убедить, увлечь, какие использует языковые формы, и др. С точки зрения психологии – речь – это вынесенная вовне психика субъекта. Речь переводит мысль в слово и наоборот. Механизмы этого сложного явления полностью не изучены. Способность говорить – это способность души. Рис. 43.

Влияние психических закономерностей на элементы языковых структур, знаковое содержание - изучает психолингвистика. Основатель её – Ч.Осгуд (1954).

Он предложил трехуровневую модель поведения, которая охватывает все этапы речевого процесса человека, начиная с восприятия речи, включая внутреннюю переработку речевого материала и кончая произнесением речи. В изучение психологических аспектов функционирования речи большой вклад внесли отечественные ученые И.П.Павлов (вторая сигнальная система), Л.С.Выготский (внутренняя речь), Н.Хомский (трансформационная грамматика) и др.

Советуют избегать многословия, потому, что оно как широкий склон горы с множеством камней, о которые можно споткнуться. В Индии говорят: «Пока слово не сказано вслух, оно- узник того, в чьих оно устах. Но как только слетело с уст, то пленником слова становится тот, кто произнес его.

Обычно, когда люди разговаривают, они используют определенный набор понятий в словах (тезаурус). В данном пособии в начале каждого раздела даются ключевые слова – они и составляют тезаурус для данной темы. Для иллюстрации приведём тезаурус сапожника. Приходит сапожник к доктору и на его вопрос, на что он жалуется, отвечает: «Да на всё. Язык стал как подошва, в

горле, будто кто гвоздь забил, в животе вроде стянули дратвой, глаза как заклеенные, в ушах, словно шилом колет...»

Но нередко даже собеседники, использующие одни и те же понятия, друг друга не понимают.

Для работников сервиса важно знать о некоторых явлениях, связанных с речевым взаимодействием. Один из них - вербальная агрессия – (от лат. verbalis - устный и aggressio – нападение) - форма агрессивного поведения. Нередко один из собеседников для отреагирования собственных отрицательных эмоций использует негативные высказывания и соответствующие интонации, и другие невербальные компоненты речи. Склонность к использованию вербальной агрессии может быть свойством личности (кстати, по народной статистике, люди, которые «остры на язычок» быстро теряют зубы). Нужно знать, что данное явление – может выступать как конфликтоген.

Обычно речевой текст сопровождает **контекст**. Контекст – это общая ситуация, в которой происходит общение. Это следствие того, что любой язык – открытая система, поэтому человеческие интерпретации услышанного – безграничны.

Директор авиакомпании выговаривает командиру корабля:

-Я бы хотел, чтобы вы впредь выбирали слова, когда обращаетесь к пассажирам.

-А что случилось?

-На днях, заходя на посадку, вы сказали пассажирам в микрофон: «Прежде чем мы приземлимся, я хотел бы воспользоваться случаем и попрощаться со всеми!»

Приведем другой пример одного из аспектов контекста -- культурный контекст. Директор канадско-российской фирмы, занимающейся подготовкой к эмиграции российских граждан, П. Войтинский около десяти лет вынужден заниматься обучением русских граждан этике деловых переводов. Выяснилось, что и при хорошем знании английского языка, даже высокообразованные лица делают такие переводы, которые выдают сразу не только их происхождение, но и их глубинную личную психологию. Некоторые особенности русской культуры делают восприятие текста слишком прямым, тяжеловесным и неожиданным. Такие тексты, особенно в деловых бумагах вызывают нескрываемый смех и чувство превосходства у зарубежных коллег. Это явление П.Войтинский называет следствием особенностей культурного т. н. русского лингвистического мазохизма.

Он приводит примеры такого нарушения эстетики и стиля в деловых переводах:

Особенности эстетики и стиля в переводах

Табл. 28

Перевод, сделанный русским	Перевод, сделанный европейцем
Знаете, я просто не способен работать в группе, и особенно управлять людьми.	В работе я самодостаточен и самостоятелен. Лучшие мои качества проявляются в автономном режиме.
Ваш ребенок совершенно несносен. Мы не можем терпеть такое безобразие в нашей школе.	Ваш прелестный малыш имеет темперамент, требующий особого подхода. Мы рекомендовали бы обратиться в учреждение, имеющего опыт работы с такими детьми.
Ну и дура же собака у моего соседа: скачет, лает и ссыт в лифте. Пристрелить бы ее.	Прелестная собачка. Такая живая и жизнерадостная. Ее бы на природу отвезти. Жила бы себе на даче.
У меня совершенно нет опыта работы с компьютером	.Учась использовать офис, оборудование является высокоприоритетным вызовом для меня.
Обувь для малоимущих.	Недорогая обувь. Обувь для всех. (A signed observed on one of Moscow streets in the Sokolniki area.)
Я не смогу к вам прийти во вторник. Можно перенести нашу встречу на конец недели?	Вас не затруднит, если мы перенесем нашу встречу ближе к концу недели?
Я давно писал Джону Смиту, но он мне не ответил.	Джону Смиту я писал. Жду ответа.
Посторонним вход воспрещен.	Только для служащих. Employees only please. Клиентов просим использовать главный вход.

Особую группу психодиагностических явлений представляют ошибки в произнесении слов. Например, парафазия вербальная (от лат. verbalis - устный, греч. para - возле + phasis - высказывание). Характеризуется заменой нужного слова другим, входящим вместе с ним в одно ассоциативное поле (например, вместо слова стол употребляется слово стул). Классический психоанализ З.Фрейда для каждого подобного искажения (оговорки, невнятно проговоренные слова и пр.) – составил специальные

таблицы, из которых следовали толкования, указывающие на какую-нибудь форму бессознательно проявляющегося инстинкта.

Без сомнения, все эти знаки на что-то указывают. Подавляющее большинство рядовых работников сферы сервиса являются опытными психологами-практиками, у которых «набит глаз», и, по крайней мере, клиент «со странностями» вызовет у них повышенную бдительность.

Язык – это наиндивидуальное, общее явление, социальное по природе. Можно выделить много «языков» - каналов передачи сообщения во время общения, среди которых невербальный (язык тела, мимики и др.) и вербальный (речевой).

5.4. ОСНОВНЫЕ ТЕХНИКИ И ТЕХНОЛОГИИ УСТАНОВЛЕНИЯ КОНТАКТА С ПОТРЕБИТЕЛЕМ - ПАРТНЕРОМ ПО ОБЩЕНИЮ. ЭКСПРЕСС- ДИАГНОСТИКА ПОВЕДЕНИЯ.

Экспресс- диагностика поведения, в отличие от диагностики конституциональных признаков партнера по общению строится на умении «читать» невербальные знаки действий и общего во время передачи речевого сообщения.

Во время любой встречи (в том числе деловой) мы пытаемся понять и прогнозировать другого человека и его поведение. В первую очередь для экспресс-диагностики мы пользуемся конституциональным языком. Затем, благодаря пристальному ситуативному наблюдению мы получаем информацию по невербальным каналам. И только позже анализируем слова (вербальный язык)

Рассмотрим особенности психодиагностики, на основе вербального и невербального каналов. Каждый работник сервиса должен иметь навыки определения психологического состояния партнера по общению (клиента) с опорой на невербальный язык (изменения мимики, пантомимики, мелкой моторики - «сигналинг», вазомоторных проявлений) и вербальный (пара- и экстралингвистические особенности речи), умения прогнозировать изменение психологического состояния и производить коррекцию через речевое и зрительное воздействие на собеседника

В применении к сервису - общение – это прямой или косвенный контакт одного человека с другим или с группой людей, с целью организации осуществления сервисной деятельности (Макаров В.В. ¹¹). Процесс общения представителя сферы услуг с клиентом можно представить в виде последовательности мероприятий, осуществляемых им: изучение проблемной ситуации, постановка цели общения, сбор, анализ, оценка информации, относящейся к проблемной ситуации, изучение тактики общения, осуществление общения, оценка результатов.

¹¹ Макаров В.В.. Общение как инструмент в технологии социальной работы // сб. Наука-сервису. Международная научно-техническая конференция 26-28 мая 1999. М.

Деловое общение в сервисе может осуществляться в виде:

- Воздействия на окружающих, чтобы склонить их к определённым действиям;
- Взаимодействия между людьми для осуществления общими силами определённой деятельности;
- Удовлетворения потребности быть понятым и оцененным; поделиться мыслями, переживаниями и радостями с теми, кто может разделить взгляды, проявить сочувствие;

Условия для эффективного делового общения следующие:

1. Осмысление проблем, которые необходимо решить в процессе общения;
2. Соблюдения намеченного плана;
3. Правильно выбранный стиль общения;
4. своевременно сделанный анализ состоявшегося общения;

Вспомним, что общение – это не только беседа, а богатый и сложный процесс, в котором присутствуют не только обмен информацией (т.е. тема разговора), но и личности говорящих с их индивидуальными особенностями, а также нюансы ситуации, в которой происходит разговор. Общаясь, мы всегда находимся одновременно в двух плоскостях: плоскости **проблемы** (обмен информацией, независимо от темы и плоскости **взаимоотношений** (характеры и настроения общающихся, элементы ситуации)).

Таким образом, для достижения понимания нужно как минимум, уметь наблюдать и фиксировать, в какой плоскости в данный момент ведется разговор. В связи с этим вспоминаются слова Конфуция «Наблюдайте за поведением человека, вникайте в причины его поступков, приглядывайтесь к нему в часы его досуга. Останется ли он тогда для вас загадкой? ».

Рассмотрим первую плоскость – понимание темы, содержания разговора. Очевидно, что ведущую роль здесь играет вербальный язык – слова.

Разговор без понимания приводит к искажениям полученной информации, и как следствие, неправильно исполненному поручению. В условиях повышенной опасности (работа на атомной электростанции, на военных объектах, работа, связанная с жизнью людей и пр.), это может привести к трагическим последствиям.

Мужчины одного из племени Северной Индии внимательно слушали, когда представитель Мировой организации здравоохранения читал им лекцию по контрацепции. Чтобы наглядно продемонстрировать применение презерватива, он надел его на палку. Туземцы кивали головами, и доктор уехал, убежденный, что чересчур высокая рождаемость в регионе начнет

падать. Несколько лет спустя он снова посетил село и с удивлением обнаружил, что маленьких детей стало ещё больше. “Вы не использовали контрацепцию?” - спросил он мужчин.

“Делаем всё, как вы нам сказали, но ничего не помогает”, - сокрушенно пожаловались мужчины. Когда он попросил, чтобы ему показали, как именно они пользуются его советом, один из мужчин взял презерватив и торжественно водрузил

Понимание не достигается:

- если хотя бы один из собеседников вступает в разговор с готовым мнением, менять которое не собирается (т.е. уже заранее игнорирует другого).

- если поставил задачу один из собеседников победить другого (а не решить проблему).

- если хотя бы один из собеседников занят тем, что и как отвечать, т.е. как он выглядит в глазах окружающих.

- когда под видом обсуждения темы происходит оценка собеседника, приписывание ему тех или иных замыслов, фактически выяснение взаимоотношений.

- При неумении выслушать мнение, отличающееся от собственного, происходит реакция в виде “перехода на личности”, навешивания ярлыков (т.е. иное мнение вызывает не интерес, а агрессию).

Необходимо владеть методикой достижения понимания в деловом общении. Цель делового общения – это достижение соглашения или выявление разногласия между взаимодействующими людьми. Это возможно только при взаимопонимании между ними.

Взаимопонимание требует от лиц, участвующих в деловом контакте, как минимум, двух типов психологических навыков:

1. Умения “видеть” другого, переключаясь на него, ощущать контакт с ним (а не думать лишь о своих проблемах и

2. Умения воспринимать именно ту информацию, которую собеседник хотел передать вам, т.е. не просто слушать, а услышать.

Одна из причин при непонимании – это нечеткость того, что излагается. «Если из десяти слов девять правдивы, не считай это достижением. Достаточно одному слову не быть правдивым, как оно соберет вокруг себя тучу лжи», - говорил древнекитайский мудрец Хун Цзычэн.

К сожалению, мы все не умеем слушать другого человека. По этому поводу печально говорят мэрифологии Чизхолма и Либермана:

Любые предложения люди понимают иначе, чем тот, кто их вносит.

Даже если ваше объяснение настолько ясно, что исключает всякое ложное толкование, все равно найдется человек, который поймет вас неправильно.

Врут все, но это не имеет значения, потому что никто не слушает;

Это настолько распространённое явление, что даже уже никого не удивляет. А ведь всем известен миф о тех временах, когда люди говорили на земле на одном языке.

“На всей земле был один язык и одно наречие. И сказали они: построим себе город и башню, высоту до небес и сделаем себе имя, прежде, нежели рассеемся по лицу всей земли. И сошел Господь посмотреть город и башню, которую строили сыны человеческие. И сказал Господь: вот, один народ, и один у всех язык; и вот что они начали делать, и не отстанут они от того, что задумали делать; сойдем же и смешаем там язык их, так чтобы один не понимал речи другого.



Рис 49 .
Pieter Bruegel the Elder - The Tower of Babel (Vienna)

И рассеял их Господь оттуда по всей земле; и они перестали строить город (и башню). Посему дано ему имя: Вавилон, ибо там смешал Господь язык всей земли, и оттуда рассеял их Господь по всей земле. (Библия.Бытие. 11.1-10)¹

Миф указывает на принципиальную возможность понимания любого человека, заложенную изначально в каждом человеке. Рис 49

Современная психология обучает принципам и приёмам такого правильного общения. Изложим основные из них.

Умение слушать другого – это процесс, в котором, можно выделить три последовательных этапа.

Этапы слушания

Табл.27

1	2	3
Ориентировка в проблеме	Собственно решение проблемы	Доведение решения до исполнения

Наибольшие трудности представляет первый этап: выслушивание собеседника и получение от него максимума исходной информации для принятия правильного решения. Мы обычно экономим время на внимании к

¹ Вавилон располагался недалеко от современного Багдада в Ираке

тому, что говорит партнер и склонны преждевременно переходить к решению. В результате из-за неполной исходной информации решение начинает затягиваться, неизвестно откуда берутся страсти и в итоге мы тратим излишне много сил и времени. Потому что:

- Выслушивание партнера – это напряженная, активная, работа, требующая большой сосредоточенности;

- К сожалению, мы часто слишком заняты тем, что и как отвечать собеседнику, или с нетерпением ждем возможности высказать свои мысли и в такие сложные моменты нам грозит опасность пропустить мимо ушей важные сведения;

- Мы особенно не хотим слушать партнера, когда у нас в голове есть по данному вопросу давно готовое решение;

- Иногда мы неуверенны и тревожны, в такие минуты мы не слушаем потому, что боимся услышать неприятное или критическое в свой адрес.

- Мешает объективному восприятию, если человек во время беседы занят осуждением и оцениванием того, что делают и говорят другие;

- Короче говоря, мы зачастую просто не умеем слушать: не хватает внимания, привычек, навыков.

С чего начинать улучшение умения слушать? Нужно четко определить в разговоре фазу ориентирования и фазу принятия решения. Необходимо уметь использовать подлинно эффективные техники ведения беседы от тех, которые на самом деле мешают собеседнику;

Как отвечает тот, который на самом деле не слушает? Он использует следующие приёмы:

- Приказ, указание, команды («Повторите еще раз!», «Говорите медленнее!», «Не говорите со мной подобным тоном!»);

- Предупреждение, угроза, обещание. (Ещё раз повторится, и с Вами покончено!», «Успокойтесь, я Вас охотно выслушаю!», «Вы пожалеете, если сделаете это еще раз!»);

- Поучения, указания на целесообразность («Вам следует пойти первым», «Это неправильно», «Вам не следует так поступать!»);

- Совет, рекомендация или решение. («Почему бы Вам не сказать так...»); «Я бы предложил Вам обжаловать это!», «Попробуйте поступить так!»);

- Нравоучения, логическая аргументация («Посмотрите на это иначе», «Вам это поручено – это Ваша проблема!», «В вашем возрасте я такого не имел!»);

- Осуждение, критика, несогласие, обвинение («То, что вы сделали, глупо!», «Теперь Вы на верном пути!», «Я больше не могу спорить с Вами!», «Я ведь вас предупреждал, что это произойдет!»);

- Похвала, согласие («Я считаю, что вы правы!», « Это было замечательно!», «Мы гордимся Вами!»);

- Брань необоснованные обращения, унижения («Ну, хорошо, господин всезнайка!», «Все мужчины одинаковы!»)
- Интерпретация, анализ, диагноз («Вы действительно, в это не верите?», «Вы говорите так, чтобы только расстроить меня?», «Теперь мне понятно, почему вы это сделали!»);
- Успокаивание, сочувствие, утешение, поддержка («Следующий раз вы будете чувствовать себя лучше!», «Я тоже испытывал такое чувство», «Все делают ошибки!», «Мы все поддерживаем вас!»)
- Выяснение, вопрос («Кто надоумил вас?», «Что же вы сделаете в следующий раз?»);
- Увод от проблемы, отвлечение внимания, шутка («Почему бы вам не выбросить это из головы?», «Давайте поговорим о чем-то другом, А что, если каждый раз, когда что-либо не получится, бросить заниматься этим?»).

Психологи описали наиболее распространенные способы ведения делового разговора: и эффективные и не эффективные:

Не способствует пониманию другого человека:

Негативная оценка. Высказывания, принижающие личность другого. Например, фразы, типа: «Глупости ты говоришь», «Вы, я вижу, в этом вопросе ничего не понимаете» и т.п.);

Игнорирование. Высказывания, которые вытекают из мыслей только самого слушающего, и не затрагивают мыслей или чувств, выраженных собеседником.

Эгоцентризм. Собеседник пытается найти у другого понимание только тех проблем, которые волнуют его самого.

Мало пользы приносят в разговоре промежуточные техники:

Выспрашивание, когда собеседник задает вопрос за вопросом, явно стараясь разузнать что-то, но не объясняет своих целей. Нужно различать открытые и закрытые вопросы. Закрытые вопросы уместны лишь, например, при выяснении конкретного факта или обстоятельств, на них, как правило, можно ответить лишь «да» или «нет», или назвать факт. Открытые вопросы уместны лишь тогда, когда слушающий мало ориентируется в проблеме говорящего. Причём, в открытом вопросе не должно содержаться намёка на то, какой ответ ожидается получить.

Замечания о ходе беседы. В ходе разговора собеседник вставляет высказывания типа: «Пора приступить к предмету разговора», «Мы несколько отвлеклись от темы», «Давайте вернемся к цели нашего разговора» и т.п.

Безмолвное слушание может достигаться следующими невербальными средствами: контакт глаз, наклоненная к собеседнику поза, кивание головой, спокойствие в общем рисунке движения. Может применяться прием - “эхо” как частный случай безмолвного слушания (повторение концовок) фраз партнера, что дает ему обратную связь о вашем внимании. Похожий прием – «Поддакивание» (собеседник сопровождает высказывания другого реакциями типа: «да-да», «угу» и т.п.)

Способствует пониманию другого техника активного внимания (активного слушания):

Пересказ услышанного. Собеседник точно, дословно повторяет высказывания партнера. Проговаривание он может начать с вводной фразы: “Как я понял вас...”, “По вашему мнению...”, ““Если я вас правильно понял...””, “Правильно ли я вас понял?” и т.п.

Перефразирование.

Собеседник воспроизводит высказывание партнера в сокращенном обобщенном виде, кратко формулируя самое существенное в его словах с выделением и сохранением того, что казалось главным для слушающего. Если же он неверно определил главное, то говорящий имеет возможность либо подтвердить, либо скорректировать вашу формулировку. Например: “Вашими основными идеями, как я понял, являются ...”, “Итак...»

Развитие идей, дальнейшее развитие мыслей собеседника. Собеседник пытается вывести логический вывод из высказывания другого человека или выдвинуть предположение относительно причин его высказывания, но только в тех рамках, которые тот задавал (в противном случае это переходит в игнорирование). Начальные фразы могут быть, например, такие: “ Если исходить из того, что вы сказали, то выходит, что...”, “Вы так считаете, видимо, потому, что...”.

Очень помогают, особенно при ведении разговора с клиентом некоторые ещё некоторые приемы.

Описание эмоционального состояния собеседника. Оно позволяет разрядить напряженность, возникшую в разговоре, уменьшить дистанцию между говорящими. Для взаимопонимания важно уметь описывать свое собственное эмоционального состояния, что дает партнеру обратную связь с вами.

Подведение промежуточных итогов завершает определенный этап разговора. При этом слушающий формулирует свое понимание достигнутых соглашений или выявленных разногласий. Подведение промежуточных итогов уместно после особенно длинной реплики партнера. Структурирование мыслей партнера во время беседы позволяет предотвращать последующую расплывчатость.

Уточнение неясных мест, просьба говорить подробнее о чем-то уже сказанном.



Рис. 44

Внимательное слушание. Плакат 1923 года.

Описанным продуктивным техникам ведения делового разговора слушания обучают на тренингах. Контакт глаз. Рис. 44

Вопреки распространенному мнению, что слушание – это просто молчаливое время беседы, необходимо возразить, что слушание – это активная, напряженная работа, требующая большой степени сосредоточения. Если не придерживаться этого принципа, то руководителю сложно убедиться, правильно ли его понял подчиненный. В условиях повышенной опасности (работа на атомной электростанции, на военных объектах, работа, связанная с жизнью людей и пр.), это может привести к трагическим последствиям.

Техники активного слушания – это профессиональный инструмент в руках любого работника сферы услуг.

Итак, на первой фазе психологического контакта, используя специальные техники активного слушания оба собеседника друг друга поняли (в сервисной деятельности, стало ясно, чего хочет клиент).

Началась вторая фаза психологического контакта. В это время идет активное речевое взаимодействие, в результате которого решается тот вопрос, из-за которого люди вступили в контакт: предоставление услуги. И здесь возможно много «подводных камней». Прежде всего, - отказы и критика, приводящие к напряжению и конфликту. На второй фазе психологического контакта очень важно отслеживать второй уровень контакта - уровень отношений. Работник сервиса очень заинтересован, чтобы независимо от того, удалось ли оказать клиенту услугу, он бы пришел вторично, - т.е сохранить хорошие отношения.

Психологи рекомендуют научиться общаться, чтобы при этом полностью отказаться от критических замечаний. Само слово «критика» заменяется понятием «конструктивная обратная связь».

В развитых западных странах в 70-х годах XX столетия появились исследования, подтверждающие, что критика вызывает глубокие нарушения

здоровья у обеих сторон. А самокритика (в русской культуре – «самоедство») является одной из причин появления рака. Как важно уметь критиковать, показывает, например, такая правдивая английская история:

На углу стоит нищий с помятой шляпой в руках. Мимо проходит элегантно одетый мистер Браун. Увидев нищего, он останавливается.

- Хелло, Джим, - говорит он, - все твои бывшие коллеги по конторе в восторге от того, как мужественно ты высказал своё мнение шефу!

Существуют рекомендации, как эффективно, но в щадящем режиме давать такую конструктивную обратную связь (критические замечания) в деловых отношениях.

Конструктивную обратную связь (критику) собеседник воспримет легче и учтет больше, если исходить из следующих положений:

1. Сначала нужно серьезно настроиться;

- Будьте терпимы к собеседнику, избегайте лишних эмоций.
- Сформируйте свои предположения о самооценке, ценностях, умениях и способностях партнера;
- Выбирайте подходящее время и место или сами создавайте соответствующую ситуацию;
- Сделайте скидку на эмоциональное состояние партнера;
- Выберите подходящую тактику и стратегию поведения;

2. Контролируйте своё невербальное поведение:

- Избегайте излишней демонстративности в выражениях лица (например, презрения), в позах (например, воинственности), в жестах (например, угрозы, поучительности);
- Держите дистанцию;
- Избегайте прикосновений;

3. Тщательно следите за своими словами:

- Обращайтесь к собеседнику от самого себя (“Мне кажется, ...”, «Считаю, что...”)
- Указывайте на конкретное событие, поступок или форму поведения;
- Критику направляйте на поступок, а не на самого человека, потому что в силах партнера изменить свое поведение, но не личность в целом;
- Не унижайте партнера;
- Подбирайте только такие выражения, которые собеседник, безусловно, понимает;
- Собственно критическое суждение предъявляйте компактно и четко, не впадайте в воспоминания о прошлых неприятностях и удачах;
- Предлагайте со своей стороны более приемлемые варианты поведения;
- Не требуйте безоговорочного принятия вашего мнения.
- Нередко более эффективным, чем критика оказывается одобрение, которое также принято называть позитивной обратной связью.

Гораздо более действенна и эффективна позитивная обратная связь - одобрение, или комплимент. Но мы его редко используем в деловых отношениях с клиентами, (потому, что правильно сказать хорошую фразу очень трудно). Как нужно одобрять?

1. Настройтесь, и постарайтесь понять, что для этого человека ценно, что ему будет приятно, и что даст ему дополнительную информацию. Бессмысленно говорить распространённые фразы (например, типично американское: «Ты сегодня выглядишь на миллион!».)

- Принимайте другого человека таким, каков он есть, без выдвигания условий;
- Сформулируйте свои предположения о самооценке, ценностях, умениях, способностях собеседника;
- Определяйте состояние и настроение собеседника, подбирая соответствующий способ поведения.

2. Контролируйте своё невербальное поведение

- Передавайте свое положительное отношение к собеседнику;
- Смотрите в его сторону;
- Сокращайте расстояние;
- При возможности, прикасайтесь к нему.

3. Вербальное поведение

- Обращайтесь как от своего имени, так и от имени других;
- Связывайте одобрение с конкретным событием или поступком;
- Одобрять поступок, а не человека непосредственно.
- Подбирайте эмоциональные выражения но без многословия и излишней пышности

Позитивное отношение друг к другу и к себе – позволяет человеку “раскрыть крылья” для творчества.

Если сознание настроено позитивно, то оно помогает здоровью, если негативно – провоцирует болезни. В *Институте математических исследований сердца США* установлено, что чувство озлобленности оказывает вредное воздействие на организм, а чувство благодарности – полезное (журнал «Brain/Mind», ноябрь 1995).

Во время негативных эмоций (озлобления) активизируется симпатическая часть вегетативной нервной системы, что ускоряет сердечный ритм и сужает артерии. Если это часто происходит, человек заболевает тяжелыми сердечно-сосудистыми заболеваниями.

Положительные эмоции (чувство благодарности, радости) – воздействуют на парасимпатическую часть вегетативной нервной системы, которая и обеспечивает поддержание нормального состояния здоровья. Электрокардиограмма такого человека свидетельствует о том, что сокращения его сердца более регулярны, сердце работает лучше. Уровень иммуноглобулина А (оборона от инфекций и болезней) у такого человека

также существенно выше. Это - научные подтверждения известного изречения, что: “Все болезни от нервов”.

Нужно сказать ещё об одном параметре вербального общения – простоте. Есть люди, которые очень усложняют свою речь, говорят витиевато, используют много специальных терминов, которые не понятны собеседнику. Чаще всего, они так хотят подчеркнуть свою значимость, ученость, что часто связано с их внутренней личностной самооценкой. Иногда лучше говорить на языке клиента, даже если он вам кажется недостаточно интеллигентным:

Юная автомобилистка рассказывает автомеханику о поломках своей машины. Выслушав её, механик подводит итог:

-На «пишик-пишик» можете не обращать внимание, а «так-тарарах» влетит вам в копеечку.

А вот другой пример: европейский турист в Токио хочет купить застёжку-«молнию». Он жестами показывает продавщице, какой товар ему нужен. Наконец японка кивает, улыбается...и выкладывает на прилавок кинжал для харакири.

Следуя определению Берне, что человек - энергетическая система, можно понять, как много сил такой «сложный» клиент затрачивает на свой витиеватый язык. Как подметил Мейера: «Усложнять – просто, упрощать – сложно». Отсюда следует прямая рекомендация работнику сервиса: быть особенно вежливыми с таким клиентом, поскольку его внутренний конфликт легко может перерасти во внешний.

Вообще любая обратная связь требует проявления эмпатии. **Эмпатия** (от греч. *empathia* – сопереживание)- феномен общения. Это способность человека к произвольному переживанию тех эмоций, которые возникают у другого человека в процессе общения с ним. Индивид начинает - вопреки сознательному контролю - разделять настроения другого человека. За счет этого достигается большее взаимопонимание, что очень важно для психотерапевтической работы.

Кроме описанных выше способов регулирования процесса контакта, существует ещё один вид установлений, которые связаны с тонкими нюансами, связанными с уважением прав и достоинств другого человека, и с необходимостью всячески себя удерживать от совершения поступков или высказываний, которые могут задеть другого. Это то, что принято называть деликатностью, тактичностью и невмешательством в дела другой личности. Клиента ущемляет, унижает, раздражает и вызывает отрицательные эмоции то, что он расценивает, как вторжение в его личность, в его индивидуальное психологическое пространство.

Это сложная и тонкая сфера, которая основана больше на интуиции, чем на правилах. Чтобы быть деликатным с другими и в то же время вести себя с достоинством необходим высокий уровень социальной наблюдательности, постоянный самоанализ. Необходимо точно знать, что в вашем поведении

расценивается вашими коллегами, как вторжение в их личное (приватное) пространство, что, как правило, их сильно раздражает.

Так, например, по данным статистических исследований, сделанных в Москве¹, больше всего людей раздражает:

1. Когда кто-то, войдя в комнату, не здоровается;
2. Когда малознакомые люди обращаются на «ты»
3. Когда долго и пространно говорят о том, о чем можно сказать в двух словах;
4. Когда кто-то пространно рассуждает о том, чего сам хорошо не знает;
5. Когда берут и читают бумаги с чужого стола;
6. Когда обсуждают отсутствующих;
7. Когда кто-то пьет из вашей чашки на работе;
8. Также не нравится многим, когда кто-то на работе причесывается в присутствии окружающих;
9. Когда звонят домой по служебным вопросам.

Интересно отметить, что опрашиваемые москвичи единодушно отвечали, что вести себя нельзя в общественных местах так:

- когда в метро кто-то громко сморкается;
- когда кто-то слушает громко играющий приемник или магнитофон;
- когда в метро грызут орехи, семечки;
- когда кто-то справляет нужду на улице;
- когда бросают мусор на тротуар;
- когда матерятся;
- когда в гостинице сосед по номеру просит расческу или бритву;
- когда кто-то пользуется зубочисткой
- когда домой звонят после 23 или до 8 утра;
- когда кто-то дает другому ваш номер телефона;
- когда друзья интересуются вашей сексуальной жизнью;

Женщины намного чаще выражают негативную реакцию на чужое поведение.

Но самой раздражительной группой лиц оказались те, кто занимается индивидуальной трудовой деятельностью. Они демонстрируют, что им больше всего не нравится, когда у них просят деньги взаймы, когда кто-то напрашивается к ним в гости, когда приходят в гости без предупреждения, когда друзья просят попользоваться какой-то их вещью, когда малознакомые люди начинают откровенничать с ними, когда кто-то начинает рассуждать о том, как себя надо вести, когда на работе их кто-то по-дружески обнимает, когда за стол, за которым он обедает, кто-то садится.

Бизнесменов и руководителей больше всего раздражает, когда кто-то долго рассказывает о своих детях, (предмете для них неинтересном), когда в гостях им дают смотреть семейные фотографии, когда соседи на время

¹ См. Ментальность Россиян (Специфика сознания больших групп населения России) (Под. Ред Дубова И.Г. М. 1997.

отпуска просят их позаботиться о домашних животных. Им также не нравится, когда их спрашивают о величине их дохода, и о содержании личного письма, и пр.

В отличие от начальников, их подчиненные (неквалифицированные рабочие и технические служащие) раздражаются совсем на другие ситуации. Техническим служащим очень не нравятся телефонные звонки домой по служебным вопросам. А неквалифицированные рабочие раздражаются на то, когда кто-то интересуется их небольшой зарплатой и когда, входя в комнату с ними не здороваются.

Говоря о языках, на которых общаются люди, необходимо добавить и такой профессиональный «язык» как имидж.

Имидж - своего рода камуфляж, создающий у людей то впечатление о человеке или товаре, в котором нуждается его носитель. Широко известно высказывание О. Уайльда об имидже «Только очень поверхностный человек не судит по внешности».

Формируется имидж как сознательно, так и непроизвольно. Понятие это собирательное Оно включает в себя облик, форму жизнепроявления во всех аспектах, благодаря которым «на люди» выставляются наиболее сильные качества (для руководителя - деловые). Наш имидж всегда присутствует, особенно в деловых контактах, хотим мы этого или нет. Для успешного делового взаимодействия необходимо учитывать, что имидж должен: соответствовать ожиданиям социальной среды (клиентов, традициям, надеждам). Другим людям давать нашу «узнаваемость» (то, что называют «индивидуальный стиль») и привлекательность.

Имидж лидера в разной культурной, национальной среде – всегда отличается. Например, в богемной среде у артистов, художников допускаются яркие, экстравагантные одежды, шокирующие элементы прически, яркая косметика. И в поведении они могут позволять себе необычные, неожиданные (на самом деле, часто хорошо продуманные) «экспромты». Этим, по общим ожиданиям они доставляют окружающим эмоциональный экстаз, реализуют их потребности в получении новых впечатлений.

Имидж руководителя в деловой фирме или в государственной организации в первую очередь требует следование этикету, традициям, простоты и элегантности стиля. В этом заложен глубокий смысл, связанный с психологией восприятия человека. Положительный имидж руководителя солидного учреждения говорит о надежности и уважении к вкусам клиентов.

Правила протокола, опыт дипломатической практики дают бесценную пользу в формировании имиджа. Несмотря на, казалось бы, строгие ограничения и несвободу, дипломатическая практика, наоборот, допускает большие границы для маневрирования в поведении, так как, в основных (внешних) вопросах, человек не нарушает никаких правил и ничьих эмоций.

Советы из дипломатической практики для женщин

- Стиль важнее, чем фирменность или дороговизна в одежде (или все спортивное, или все официальное).
- Обувь принято переобувать перед входом в кабинет, в крайнем случае, тщательно вычистить уличную;
- Обычно принято делать маникюр перед официальной встречей.
- Пол воспринимается раньше, чем деловые качества;
- Если вы выбираете имидж business woman, то лучше знать:
- женские качества подчеркиваются в первую очередь;
- деловой стиль - во вторую, при этом он сохраняет традиционно женские элементы (декольте, юбку, каблуки);
- Юбка (особенно короткая), каблуки, аксессуары диктуют походку и манеру сидеть;
- Манера сидеть женщины при деловой беседе не допускает глубокой посадки, но предполагает сидение на краешке, («на пятикопеечной монетке») в позе «бантика» (классические выражения из театральной жизни);
- Не рекомендуется вертеть в руках ручку, лучше держать блокнот или манипулировать «женским предметом» (шарфик, кольцо и пр.);
- Аксессуары должны строго соответствовать друг другу (сумка-обувь-шарфик);
- Золото и серебро одновременно носить не принято; при спортивном стиле –любые украшения непонятны.
- На встречи принято ходить с сумкой или бизнес-сумкой портфелем, (пакеты - для магазина).
- На важные встречи в любую жару всегда надевают чулки или колготы.
- В одежде бизнес-леди не допустимы ткани с блеском, люрексом.

Солидные фирмы придерживаются самым строгим образом европейского протокола запретов:

- на черный цвет чулок и колгот на работе;
- на костюмы, в которых жакет и юбка разного цвета;
- на ношение юбок выше 7 см от колена;
- глубины выреза платья и блузы – более 7 см от яремной ямки;
- на распущенные длинные волосы на работе;
- на босоножки, только туфли (в крайнем случае, – туфли с открытой пяткой).

Конечно, эти советы каждая женщина вольна использовать или нет, однако лучше их знать.

Советы из дипломатической практики для мужчин:

-Стиль важнее, чем фирменность или дороговизна в одежде (или все спортивное, или все официальное).

-Обувь принято переобувать перед входом в кабинет, в крайнем случае, тщательно вычистить уличную.

- Следить за состоянием ногтей. Они должны быть безупречно чистыми.

-Иметь безупречно чистые волосы.

-Посещать парикмахера лучше всего 1-2 раза в месяц.

-Иметь здоровые, чистые зубы.

- Этикет разрешает в жару повесить пиджак на спинку стула.

-В деловой обстановке галстук обязателен.

-В любую жару на работе - только туфли (никаких сандалий и кроссовок).

Заметные мелочи:

-Галстук завязывают ежедневно.

-Носки должны иметь достаточную длину;

-Цвет носков должен сочетаться с цветом пиджака;

-Коричневые туфли к синим брюкам не носят.

-Обручальное кольцо – приветствуется;

-В одежде не должно быть больше трех цветов;

-Если носовой платок виден, то он должен подходить к галстуку;

-Воротничок на пуговицах в деловом костюме не приемлем.

Безупречный имидж – достояние людей, не отступающих от морального, корпоративного и правового кодексов поведения. Сильные личности устанавливают для себя повышенные требования. Как правило, это всегда приветствуется окружающими. Заниженные требования к себе воспринимаются как проявление ущербности, слабости.

Регуляция поведения людей в обществе происходит с помощью различных средств.

Индец-масаи из Кении демонстрирует экзотическую серьгу.

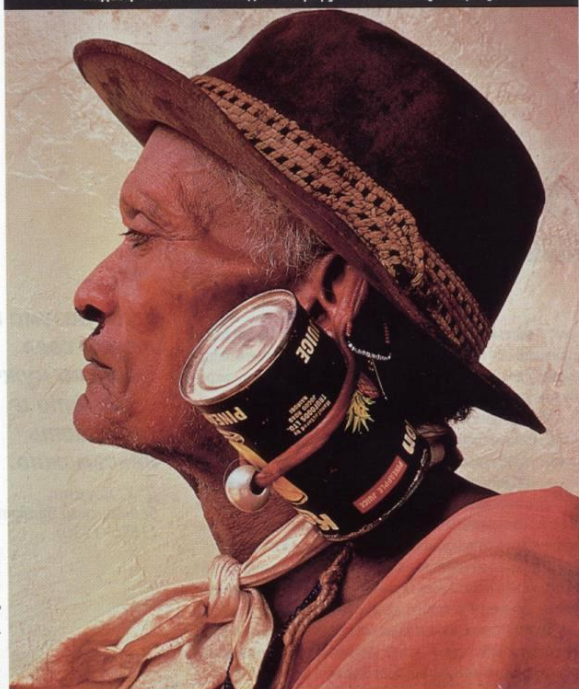


Рис.45 Имидж индейца

Самый главный механизм – это законы, которые никто не вправе нарушать. За их нарушение человека могут лишить свободы. Существуют подзаконные акты (которые принимают власти различного уровня), за их нарушение также следуют санкции, хотя и менее строгие, например, увольнение с работы. И ещё одним средством регулирования поведения в обществе – являются – нормы поведения в обществе. Их невыполнение – осуждается в обществе. Санкции за нарушение – изменение отношения окружающих людей, вплоть до полного прекращения контактов.

К этому относится в первую очередь внешний вид человека, имидж манера его поведения, Обычно образцами выступают наиболее уважаемые люди. К манерам поведения относится **форма обращения**. В сервисной деятельности этот момент очень важен, поскольку он связан с необходимостью множество раз за день вступать в психологические контакты с разными незнакомыми людьми. В нашей культуре широко известны формы обращения, принятые в других странах: сэр, дамы и господа, джентльмены, пан и др. К сожалению, в нашей стране после перестройки безвозвратно ушло из обихода слово «товарищ». Его пытаются заменить обращением «господин», что пока допустимо лишь в очень официальных ситуациях к VIP (особо значимым персонам). В быту (в транспорте, в предприятиях быта чаще всего используют разные обращения, в зависимости от психологического контекста взаимодействия (гражданка, отец, дедушка, женщина и пр.). С одной стороны, это создает массу неудобств, с другой предъявляет особые требования к знанию представителем сервиса невербального, конституционального, знакового, имиджевого и др. языков.

Шеф вызывает свою секретаршу:

-Перепечатайте это письмо. Вы написали «дорогой приятель» этому мошеннику, бандиту, гангстеру.

-Хорошо, а какое обращение следует употребить?

-«Дорогой коллега!».

В сервисологии многие специалисты уделяют особое внимание изучению имиджа. Так, например, Короткова А.В. сделала анализ

использования невербального языка в имидже. Она выделила три группы имиджа.

1. Средовый имидж, который включает в себя

- Совокупность взаимоотношений внутри семьи и социуме (между членами семьи, родственниками, с больными и др. членами общества);
- Особенности “круга общения”, взаимоотношения членов семьи с друзьями, знакомыми, соседями, неформальное общение вербальное и невербальное.
- Общение в окружающем социуме - культура деловых отношений, и профессиональная компетентность, умение применять невербальные средства в профессиональной деятельности, способствующие повышению статуса и оказанию влияния на людей в профессиональных целях.
- Организацию и проведение досуга членов семьи и окружающего социума;
- Особенности формирования жилой среды в соответствии с образом жизни и потребностями.

2. “Габитарный” имидж (от - habitus лат. внешность, внешний вид) -это составляющая имиджа, которая основывается на влиянии внешнего вида членов семьи и социума на мнение окружающих.

3. нравственно-культурный имидж

- уровень интеллекта
- нравственного
- эстетического развития
- членов семьи
- мировоззрение
- использование норм морали
- правил этикета
- способы и формы общения

На её взгляд необходимы в сервисологии исследования в следующих направлениях: аналитическом (анализ общих закономерностей и проблем в области имиджа); исследовательском (разработка новых терминов и методов изучения имиджа, предложений по формированию имиджа) и эмпирическом (применение результатов исследования имиджа в целях изучения будущего).

Разработки практической психологии в области делового общения - это знание основных закономерностей психологического контакта. Структура контакта состоит из трех этапов – вхождение в контакт, взаимодействие, выход из контакта. Каждый работник сервиса должен уметь диагностировать и регулировать эмоциональное состояние в аспекте отражения в нем мотивационно-потребностной сферы клиента. Профессионал, говоря с клиентом должен уметь при необходимости гибко изменить тему разговора, вовремя свернуть разговор и др.

5.5.ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ПОВТОРЕНИЯ ТЕМЫ К ПЯТОМУ РАЗДЕЛУ:

1. Что такое общение;
2. Охарактеризуйте три составные части общения;
3. Приведите пример невербального языка в сервисной деятельности;
4. Чем отличаются вербальные средства общения от невербальных.
5. Какие этапы имеет психологический контакт;
6. Приведите примеры экспресс-диагностики агрессивных намерений клиента;
7. Охарактеризуйте имидж работника сервиса.

5.6.ПРАКТИКУМ К ПЯТОМУ РАЗДЕЛУ:

Тест-задание для работников сервиса «С каким из двух клиентов работать?».

К Вам в ателье зашёл клиент и заинтересовался сопутствующим товаром. Вам нужно убедить его купить его. Одновременно, к вам обратился второй клиент. Вы просите его подождать, и продолжаете разговор с первым, который не настроен покупать товар сейчас. Вы замечаете, что ему свойственно делать рубящие движения как на рис. 46 –1. Вам нужно принять решение, прекратить беседу с первым клиентом и заняться вторым, или продолжать его уговаривать. Воспользуйтесь рис. 46

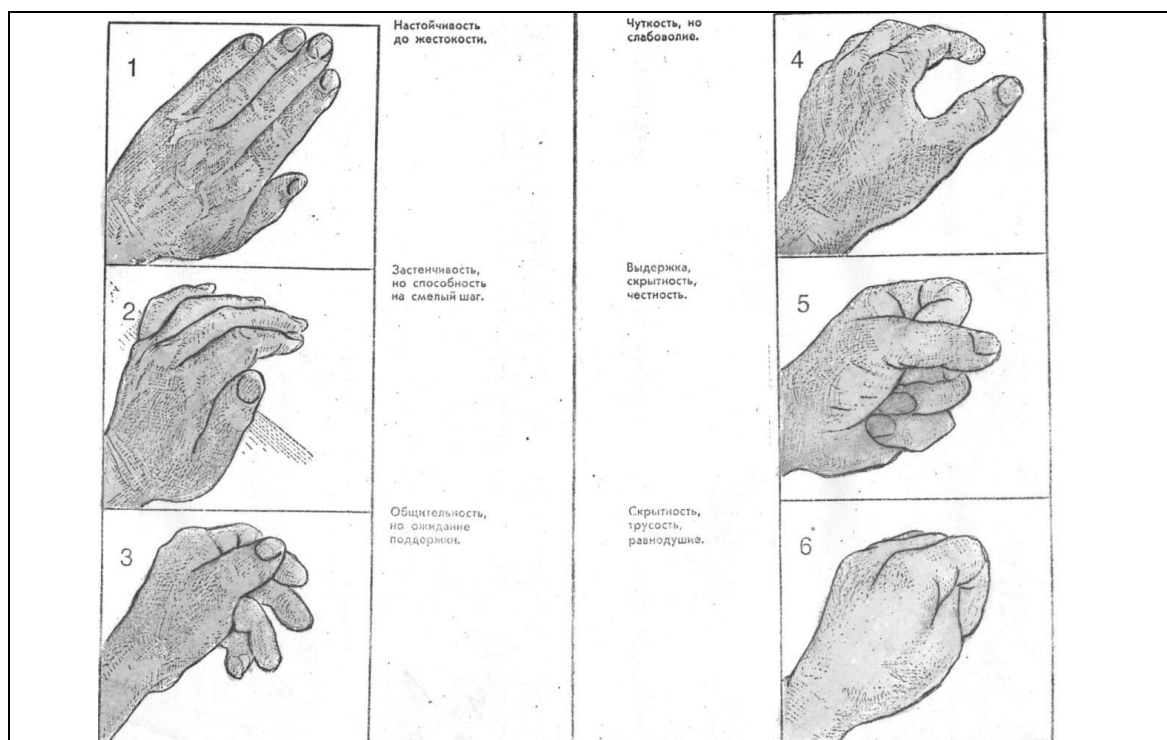


Рис. 46

Умеете ли вы визуально определять, кто перед Вами, по экспрессии рук?

Тест «Руки и ваш характер».

Посмотрите на рис. 53. Это фото разных людей. Что вы думаете о них? Вам предлагаются 12 разных ответов. Каждый можно использовать неоднократно или ни разу. После подбора ответов к каждому фото, определите по таблице общее количество баллов.

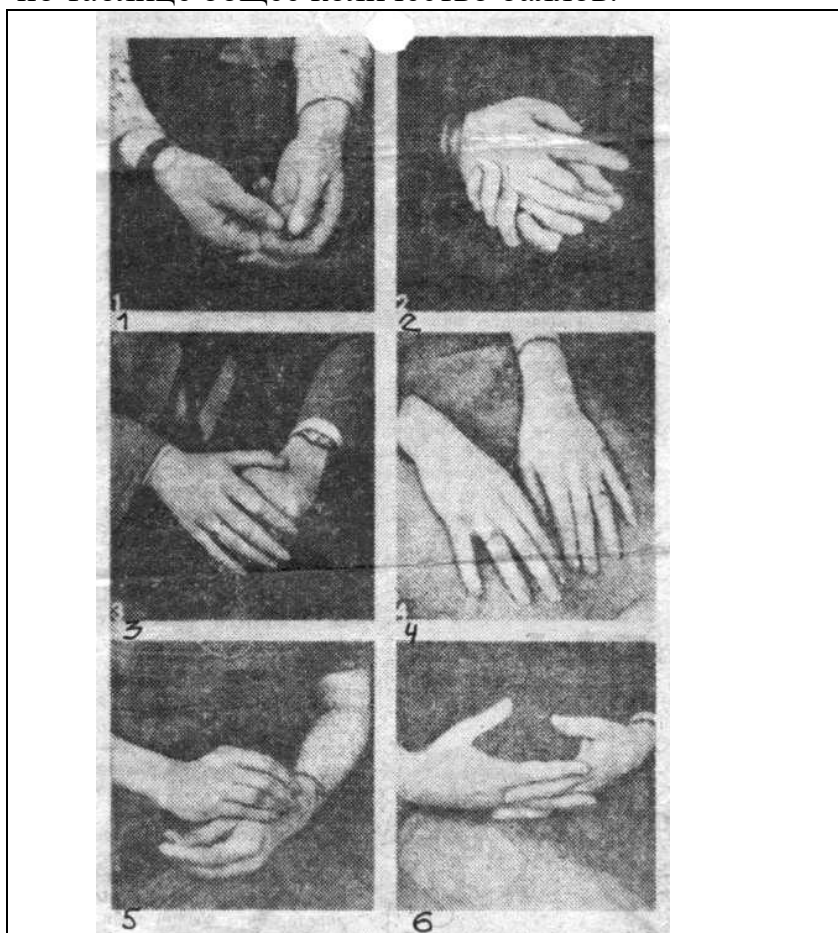


Рис.46

А	Человек с такими руками –ласковый, нежный;
Б	Человек энергичный, очень деловой
В	Артистичная душа, вероятно хорошо играет на фортепиано
Г	Нервный, руки его должны постоянно чем-то быть заняты
Д	Любит маленьких детей, быстро находит с ними общий язык
Е	Хорошо рисует
Ж	Быстро и хорошо печатает на машинке
З	Любит цветы, умеет за ними ухаживать
И	Не боится никакой работы, даже тяжелой
К	Темпераментен, часто жестикулирует
Л	Если у близкого человека неприятность, может легко утешить

	и успокоить
м	Очень ловок, порой достигает невозможного

	А	Б	В	Г	Д	Е	Ж	З	И	К	Л	М
1	4	9	8	10	3	7	11	2	12	6	1	5
2	2	11	6	12	1	5	10	4	9	8	3	7
3	8	16	9	15	7	10	14	6	13	11	5	12
4	6	15	11	13	5	12	16	8	14	10	7	9
5	9	20	16	19	10	15	18	11	17	14	12	13
6	10	18	15	20	12	13	17	9	19	16	11	14

Подсчитайте очки и прочтите расшифровку:

30-58. Не прощаете окружающим их слабости и ошибки. Необъективны: достаточно малейшего разочарования в человеке, чтобы и впредь видеть в нём только недостатки.

59-90. Создали в своём воображении идеал человека и стараетесь этому идеалу соответствовать, хотя в душе понимаете, что это невыполнимо. Не выносите критики и вообще оценки своих действий, поступков. В то же время любите, чтобы вас хвалили, восхищались вами. Сами же скудны на похвалы.

91-125. Скромны в своих требованиях к людям. Стараетесь оценивать их объективно, видите их пороки и достоинства, хорошо представляете себе их возможности. Как правило, ваши симпатии или, напротив, неприязнь к кому-либо не влияют на отношения с этими людьми. Цените добропорядочность и сердечность.

126-157. На выражение симпатий со стороны людей реагируете холодно. Не любите, когда вам делают комплименты или оказывают мелкие услуги. Бываете недовольны, если вас просят об одолжении. Доброжелательность со стороны близких кажется вам неискренней.

158-186. В сущности, вы оптимист. Слепо доверяете людям, доброжелательны. Быстро располагаете к себе окружающих.

Для определения степени вашего умения внимательно слушать приводим другой тест-опросник.

Тест. Эффективность слушания¹

Инструкция: ниже приводятся 10 вопросов, ответы на которые помогут вам узнать, насколько эффективно вы слушаете своих собеседников. При ответах на вопросы пользуйтесь шкалой: всегда – 4 балла; часто – 3 балла; иногда – 2 балла; никогда – 1 балл.

Даете ли вы собеседнику возможность высказаться, не перебивая его?

Обращаете ли вы внимание на подтекст высказывания собеседника?

¹ См. В. Шейнов. Как управлять другими. Как управлять собой. Минск. 1996

Стараетесь ли вы запомнить, что говорит ваш собеседник?

Обращаете ли вы внимание на главные стороны сообщения?

Слушая собеседника, стараетесь ли вы сохранить в памяти основные факты сообщения?

Обращаете ли вы внимание собеседника на то, что вытекает из содержания сообщения?

подавляете ли вы у себя желание уклониться в беседе от неприятных вам вопросов?

Воздерживаетесь ли вы от раздражения, когда собеседник высказывает противоположную точку зрения?

Стараетесь ли вы удерживать свое внимание на сообщении собеседника?

Проявляют ли ваши собеседники интерес к беседе с вами?

Результат. Подсчитайте сумму баллов. Ваше умение слушать:

32 и более баллов –отлично;

27-31 балл –хорошо;

22-26 баллов – посредственно;

менее 22 – надо тренироваться.

Тест-опросник «Коммуникативный контроль»¹

Тест самопроверки «Коммуникативный контроль» отвечает на вопрос насколько мы умеем владеть собой в процессе общения с другими людьми?

Инструкция. Отметься, согласны ли вы со следующими утверждениями?

1. Мне кажется, трудным искусством подражать поведению других людей.

2. Я бы, пожалуй, мог свалить дурака, чтобы привлечь внимание к себе или позабавить окружающих.

3. Из меня мог бы выйти неплохой актер.

4. Другим людям иногда кажется, что я переживаю что-то более глубоко, чем это есть на самом деле.

5. В компании я редко оказываюсь в центре внимания.

6. В различных ситуациях и в общении с разными людьми я часто веду себя совершенно по-разному.

7. Я могу отстаивать только то, в чем искренне убежден;

8. Чтобы преуспеть в делах и в отношениях с людьми, я стараюсь быть таким, каким меня ожидают увидеть

9. Я могу быть дружелюбным с людьми, которых не выношу.

10. Я всегда такой каким кажусь

Результаты. Начислите себе по одному баллу за отрицательные ответы на 1,5 и 7 –вопросы и по одному баллу за положительные ответы на все

¹ Тест приведен А.Толстых в «Медицинской газете» от 18.03.88

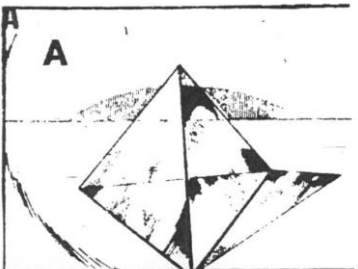

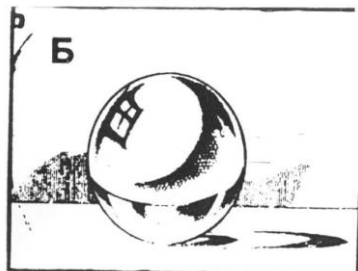
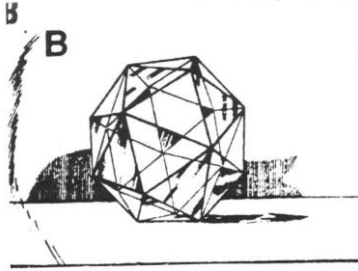
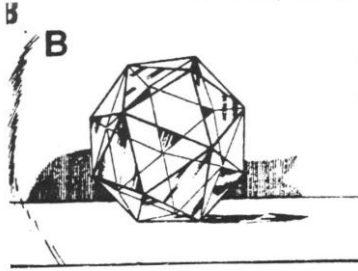
остальные. Подсчитайте сумму баллов. Если вы отвечали искренне, то о вас по-видимому, можно сказать следующее:

0-3 балла- у вас низкий коммуникативный контроль ; ваше поведение устойчиво и вы не считаете нужным его изменить в зависимости от ситуации; вы способны к искреннему самораскрытию в общении; некоторые считают вас «неудобными» в общении по причине вашей прямолинейности.

4-6 баллов. – у вас средний коммуникативный контроль; вы искренни, но сдержаны в своих эмоциональных проявлениях, считаетесь в своем поведении с окружающими людьми.

7-10 баллов – у вас высокий коммуникативный контроль, вы легко входите в любую роль, гибко реагируете на изменения ситуации, хорошо чувствуете и даже в состоянии предвидеть впечатление, которое вы производите на окружающих.

Тест. Умеете ли вы ладить с людьми?

<p>Вопрос 1 к рис. А.</p>	<p>Какое определение, по-вашему больше всего подходит к этому геометрическому телу? А) оно остроконечное; Б) оно устойчивое В) оно находится в состоянии равновесия</p>	<p>Тест К.Пальмера Вам предлагается три картинки (рис. 47). Посмотрите на каждый и дайте по два ответа. Рис. 47</p>
<p>Вопрос 2 к рис. А</p>	<p>На что оно больше похоже? А) на айсберг Б) на осколок стекла В) на туристскую палатку</p>	
<p>Вопрос 1 к рис. Б</p>	<p>В каком направлении, по вашему, может покатиться этот шар? А) вперед Б) назад В) в любую из двух сторон</p>	
<p>Вопрос 2 к рис. Б</p>	<p>Из чего сделан этот шар? А) из прозрачной пластмассы Б) из стекла В) изо льда</p>	
<p>Вопрос 2 к рис. В</p>	<p>Как точнее описать эту фигуру? А) граненая Б) неопределенная Сверкающая множественных граней</p>	
<p>Вопрос 2 к рис. В</p>	<p>Какое чувство она у вас вызывает А) приятное Б) неприятное В) никакого</p>	

Подсчет баллов

Вопрос	Ответ	А	Б	В
1А		0	4	7
2А		0	3	7
1Б		7	0	4
2Б		7	4	0
1В		4	0	7
2В		7	0	3

Интерпретация:

0-16 баллов. Вам трудно в контактах с окружающими. Вы можете видеть в людях потенциального конкурента или обидчика. Вы можете вызвать конфликты, даже того не желая. Старайтесь обезоружить приветливостью, которой вы обладаете, даже того человека, который вам не очень нравится.

17-27 баллов. Скорее всего в общении с людьми у вас не бывает проблем. Даже в конфликтных ситуациях вы умеете найти правильный тон, чтобы разрядить обстановку. Но и ваша мягкость имеет границы. Если вы считаете, что с вами поступают несправедливо, то вы можете прямо и громко об этом сказать.

28-42 балла. Вы гибки в общении с людьми. Никому не удастся вас вывести из равновесия, спровоцировать на конфликт. Но это, может быть потому, что вас по-настоящему ничего не интересует, и вы по-настоящему никому не можете помочь. Это слишком заметно и умные люди могут не относиться к вам серьезно.

6 РАЗДЕЛ. ПУТИ РАЗРЕШЕНИЯ. КОНФЛИКТНЫХ СИТУАЦИЙ

6.1. КОНФЛИКТОЛОГИЯ. ПОЗИТИВНАЯ СТОРОНА КОНФЛИКТА

Обыденные представления о конфликте, которые отражены в толковых словарях, связаны с понятиями: ссора, спор, драка. **Конфликт**- это отсутствие согласия между двумя и более сторонами, где каждая делает все, чтобы была принята ее цель.

Первая научная работа, посвященная конфликту была написана немецким философом и социологом Г.Зиммелем (1858-1918) и называлась «Социология конфликта». Хотя термин *конфликт* до этого использовался в математике. Позже теорию конфликта развивали Т.Парсонс, Л. Козер, Р.Дарендорф, К.Боулдинг и др. Вслед за их работами, конфликтом стали интересоваться и психологи. И только в последние десятилетия появилась специальная дисциплина о конфликтах – *конфликтология*.

В 1980 г появился первый центр изучения и разрешения конфликтов - Университет Джорджа Мейсона штат Вирджиния (США), где студенты через два года обучения получают квалификацию менеджера по конфликтам. Незначительно позже – в 1990-х, в РФ –тоже появились подобные учебные заведения (сначала в Санкт-Петербурге, затем в Москве и других городах).

Понятие *конфликт* включает общие единые сущностные свойства: наличие противоречия (в интересах, ценностях, целях, ролях) субъектов, противодействие, субъектов конфликта, стремление нанести ущерб оппоненту, негативные эмоции и чувства по отношению друг к другу.

Конфликт имеет две неотъемлемые стороны:

Первая сторона: конфликт – это столкновение противоположных интересов, целей, позиций, мнений двух или более людей в силу их противоположности. Традиционное (механистическое) понимание конфликта подразумевает, что это столкновение тел, сторон, нарушающее состояние равновесия, вызывает потрясения, дезорганизацию по отношению к предшествующему развитию. Конфликт – это взаимодействие двух объектов, обладающих несовместимыми целями и способами достижения этих целей. Объектами могут выступать люди, группы, классов.

Вторая сторона конфликта - имеет положительное значение. Это поддержание динамического равновесия социальной системы. Китайская пословица гласит: «Если вы не сражались друг с другом, вы не знаете друг друга». Конфликт – генератор новых структур:

- он ускоряет самосознание, выявляет существующие проблемы и противоречия;
- утверждает ценности;

- помогает осознать общность, усиливает внутригрупповую сплоченность (когда в группе противостояние);
- объединяет в едином две разные противоположные части (по Конфуцию «Небо и Земля разделены. Но они делают одно дело»);
- дает разрядку социально-психологической напряженности, которая негативно влияла на эффективность общения.
- производит расстановку приоритетов;
- создает рабочие контакты с другими.
- усиливает в конкурентной форме взаимодействие социальных групп, открывает путь к замещению негативной координации – позитивной.

Современные специалисты считают, что конфликт - есть попытка ввести цивилизованные формы в состояние взаимной борьбы сторон, при сохранении суверенности каждой.

Конфликт - это форма противостояния, при которой ни одна из сторон не может установить иерархическое отношение по отношению к другим сторонам. С их точки зрения, конфликт - это борьба без прямого применения силы между мыслящими существами.



Рис. 48. Конфликт. Размолвка

В отличие от войны конфликт предполагает и строит рациональное разрешение ситуации через переговоры, посредничество и т.д. и открывает переход от столкновения к коммуникации. Конфликтующий борется за свое существование в поиске и борьбе, но не претендует на преобразование своего окружения и мира. Рис. 48.

Психологи считают, что основные источники конфликтов – это эмоциональные напряжения, связанные с раздражением и недоверием. В свою очередь источниками напряжения являются **конфликтогены** (слова, поступки).

Конфликтогены

Табл. №29

Конфликтогены	Формы проявления
Стремление к превосходств	Приказы, критика, снисхождение, хвастовство, категоричность, перебивание, навязывание, утаивание информации, нарушение этики и норм, подшучивание, обман,

у	напоминание, перекладывание ответственности.
Агрессия	Природная и приобретенная агрессивность и аутоагрессивность, проявляющаяся в мыслях, словах, действиях.
Эгоизм Эгоцентризм	Вид безумия. Концентрация на себе лишает человека способности взглянуть на себя со стороны и делает неадекватным.

Единственный способ разрешения конфликтов, с точки зрения современных психологов, смириться с наличием отрицательных эмоций у людей, но при этом проанализировать каждый конфликт по формуле:

Конфликт = конфликтная ситуация + инцидент

Рассмотрим пример.

Молодой, ревнивый мужчина Т.Г. приехал из командировки ночью и, чтобы не будить жену, не включил свет. В полумраке в прихожей он увидел чужие ботинки. Не веря своим глазам, он прокрался в спальню, и увидел в свете луны две фигуры, спящие под одеялом. В гневе он пошел на кухню, подогрел сковороду на плите, ворвался в спальню и приложил ее к ягодицам спящего мужчины. На истошные крики ворвалась его жена из соседней комнаты... Выяснилось, что приехала её сестра с мужем.

В данной ситуации, по-видимому, инцидентом была вся эта история, а конфликтной ситуацией было недоверие мужа.

Инцидент - повод для начала (афиширования или объявления) конфронтационных действий из-за столкновения интересов, ценностных ориентаций. Конфликтная ситуация – развитие конфликта в конкретный период времени на основании скрытой причины.

Некоторые специалисты предлагают представления о Дереве конфликта, в котором корни - зреющая, но скрытая конфликтная ситуация, ствол-инцидент, крона – расцветший конфликт.

Очевидно, что устранение любого конфликта необходимо начать с анализа корней- причин.

С практической точки зрения понятно, что пресечь конфликт легко на уровне корней, труднее, на уровне ствола (инцидента) и очень трудно на уровне кроны (когда конфликт расцвел).¹

Итак, традиционные взгляды на конфликт разнообразны и часто неправомерно сводятся к объяснению причин в глубинах человеческой природы, её негативных эмоциях. Например, в США был целенаправленно создан и вброшен в массовую информацию миф о неизменной природе человека, что он, якобы агрессивен, на основании чего СМИ пропагандируют

¹ Дж. Г. Скотт. Способы разрешения конфликтов. «Верзилин и к, ЛТД». 1991.

и оправдывают ежедневный показ насилия. Миф – это один из способов манипуляции массами, целенаправленное создание убеждений и верований.²

Но есть много причин конфликтов не только психологического характера.

Альтернативой традиционному, искусственно распространяемому представлению о человеческой конфликтной природе, является иной взгляд: конфликтность – не свойственна человеческой природе. Человек может и должен работать над своими недостатками и практиковать миротворчество. Этот взгляд базируется на современных исследованиях отечественных психологов (Е.И.Исенина, 1990), о том, что основой протоязыка человека является доброжелательная эмоция (улыбка), т.е. люди от природы имеют механизм для бесконфликтного мирного взаимодействия. «Сердитый кулак не бьет по улыбающемуся лицу». А конфликт, борьба и нанесение вреда ближнему – эти психологические приёмы более поздние. Вспомним библейский миф о возникновении убийства.

Жили в дружбе двое юношей - Каин и Авель. Это были дети Адама и Евы. Один из них, Авель, пас овец, а брат его Каин, был земледельцем. В те времена люди легко общались с Богом. Однажды Каин принёс Богу дар от своего труда (плодов земли), и Авель также принёс дар Богу (от своих овец). Дар Авеля Богу понравился больше, чем дар Каина. Каин расстроился, а Бог ему сказал: «Почему ты огорчился и отчего поникло лицо твоё? Если делаешь добро, то не поднимаешь ли лица своего? А если не делаешь доброго, то у дверей твоих грех лежит; он влечет тебя к себе, но ты господствуй над ним».

Но Каин не смог преодолеть зависти. И когда братья были в поле, то он напал на Авеля и убил его. «Бытие. 4:2-12» Рис. 49

² См.: А.Зверинцев. Коммуникационный менеджмент. - СПб. - 1997.



Рис. 56
Авель и Каин. П.Рубенс

Исследования последних десятилетий подтвердили знания древних о том, что человек – как микрокосм, безграничен в своих возможностях. Человеческая природа, будучи образом и подобием Творца, не имеет пределов в своём совершенствовании, так как стремится к своему образцу. Все её погрешности (агрессия, жестокость, слабости и болезни) могут быть устранены. Для этого в человеке есть все необходимые средства: свобода выбора (изменяться или нет), воля для осуществления этого выбора и образцы.

Практически во всех культурах существуют известные универсальные духовные идеи и практики для подобной самостоятельной индивидуальной работы над самим собой.

Во многих религиозных традициях такие человеческие поведенческие проявления как *эгоизм, эгоцентризм, стремление к превосходству, агрессия* объявляются негативными, недостойными человеческой природы, требующими устранения². Они вовсе не рассматриваются, как изначально присущие человеческой природе. Поэтому и конфликтность рассматривается, как несвойственная человеку.

Так, например, в буддийской традиции провозглашаются следующие правила: «Когда судишь других, ищи в их вине отсутствие вины. Тогда в людях будет согласие. Когда судишь себя, ищи вину там, где вины не видно»

В православной традиции, конфликт - также негативное явление, его нужно избегать или мирно разрешать. Средства для этого указываются в самом человеке (работа над своими недостатками) и в отношении человека к другим людям: «Возлюби ближнего своего, как самого себя».

Миротворчество во всех религиях объявляется заповедью, которая не только даёт мир в обществе, но и счастье (блаженство) человеку.

Такой подход к разрешению конфликтов не потерял своей эффективности в течение тысячелетий. Трудностью остаётся только реализация его каждым отдельным человеком.

Конфликтность – не присуща человеческой природе, человек рождается

² Исключением, по-видимому, являются религиозные секты «дьявольского» направления, типа *сатанистов*, где эти грехи намеренно культивируются.

миротворцем, однако потом, по мере взросления, у нас портится характер, и мы должны научиться сознательно разрешать все трудные ситуации мирным путём.

6.2. ТИПОЛОГИЯ КОНФЛИКТОВ. БАЗАЛЬНЫЕ КОНФЛИКТЫ. КОНФЛИКТЫ В СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.

Различают социальные, межгрупповые, межличностные конфликты. По проявлению, конфликты бывают скрытые, явные, официальные, неофициальные.

Пример скрытого, межкультурного конфликта. Американский журналист берет интервью у английского писателя. Во время беседы он положил ноги на журнальный столик. - Вас не смущает моя привычка? - О нет, не беспокойтесь, - любезно ответил его собеседник, - можете положить на стол все четыре ноги.

Официальный конфликт (по Л.Козеру) – это борьба по поводу ценностей и притязаний из-за дефицита статуса, власти и средств, в которых цели противников нейтрализуются, ущемляются их соперниками.

Конфликты по направлению бывают горизонтальные, вертикальные, смешанные. Горизонтальные - в которых задействованы лица, не находящиеся в подчиненном отношении; вертикальные – в которых участвуют лица, находящиеся в подчинении друг к другу. Смешанные - представлены обеими составляющими.

Разновидности конфликта (по Е.С.Яхонтовой)

Табл.30

Разновидность конфликта	Цель взаимных действий
Война	Уничтожение противника
Игра	Выигрыш
Спор	Убеждение

Типологии довольно условная вещь, не всегда легко отнести конфликт одной из разновидностей.

Новичок парикмахер несколько раз порезал клиента. Тот не выдерживает и говорит:

- Дайте и мне бритву. Я буду обороняться.

Бесконфликтность - это умение при несовпадающих интересах прийти к общему, удовлетворяющему все стороны решению.

Конфликт можно рассматривать: как временную стадию во взаимоотношениях сторон или как постоянное средство продуктивной борьбы, приводящей к качественным изменениям во взаимоотношениях сторон и новым неожиданным результатам (“В спорах рождается истина”).

В современной конфликтологии принята такая условная типология:

Т и п ы к о н ф л и к т о в

Табл.31

I. Зооконфликты	II. Внутриличные	III. Социальные Межличностные
Территориальные Иерархические Ресурсные За обладание особью другого пола	Между «хочу» и «хочу» Между «хочу» и «не могу» Между «хочу» и «надо» Между «могу» и «не могу» Между «надо» и «надо» Между «надо» и «не могу»	Личность↔ группа Межгрупповые Группа↔общество Между социумами

Очевидно, что, чаще всего конфликтовать с работником сервиса будут клиенты в следующих сферах интересов (на примере санаторно-курортного обслуживания):

«ресурсные» (например, в стоимость путевки включен бассейн, массаж, солярий и пр. если этого не будет предоставлено во всем объеме, пациент может начать конфликтовать);

- между «хочу» и «надо», категория внутриличных проблем, когда человек сам с собой не разобрался (например, «хочу» бассейн, но «надо» постельный режим), в конфликты такого рода нередко втягивается и персонал (врач);

- между «надо» и «надо» (например, «надо» капельницу в 13.00, но и надо позвонить по межгороду тоже в 13.00), в конфликты такого рода также может втягивается персонал (медсестра);

- «межличностные» конфликты всегда были, есть и будут в любом месте, где людей собралось больше одного, это самая разнообразная и конфликтогенная зона интересов (например, в палате на двоих данному пациенту досталась левая кровать... будет конфликтовать из-за правой);

- «межгрупповые» конфликты –очень часты в больших коллективах (например, домик в пансионате получили 4 лица возле столовой, а другие отдыхающие – получили домик у реки) , в этом случае возможны «разборки» с администрацией, а после этого, неизбежны напряженные отношения между обитателями домиков;

- «личность↔ группа» - конфликты данной группы возникают чаще всего, если один из членов группы имеет «акцентуированные» (иногда психопатические) черты и с точки зрения группы ведет себя неадекватно, гораздо реже личность бывает во всем права, а группа –нет.

Строго говоря, конфликтного человека «что-то» изнутри заставляет вступать в конфликт помимо его воли. Если бы он мог осознать это «что-то», то с радостью и готовностью сказал бы себе «стоп!». Потому что чувствует и знает последствия конфликтного инцидента, этого дисгармоничного, деструктивного явления, после которого все стороны

остаются «выжатыми» как лимон и «измочаленными» до пустоты, причем все потом вынуждены долго восстанавливать силы. Никто не рад этим состояниям.

Однако и считать, что конфликтная личность обречена быть всегда такой было бы неверно. Человек получил от Творца разум и свободу выбора, значит, каждый может научиться изменять себя, осознавать все, что с ним происходит, работать над собой, контролировать свои побуждения и эмоции. От человека всегда зависит его **сознательный** выбор: вступать или нет в конфликт.

Мир, в котором мы живём – не совершенен. Ситуации, в которые попадает любой человек или организация потенциально конфликтогенны из-за неодинаковых интересов, различных занимаемых мест в обществе, семье и на работе.

А.М. Омаров (1983) выделяет следующие источники возникновения конфликтов во время работы:

- Недостаточная согласованность и противоречивость целей отдельных групп или работников, большая взаимозависимость в использовании ресурсов между подразделениями (конфликт ролей);
- Устарелость организационной структуры, нечеткое разграничение прав и обязанностей; Чаще всего, в организациях, в которых имеется оформленное разделение функций управления, нормативной регуляции, делегирования, изменение организационной структуры.
- Чрезмерная загруженность работой и необходимость одновременного исполнения множества обязанностей (спешка, запаздывание);
- Отсутствие достаточной детализации и конкретного описания задач, поставленных перед работниками, неясность функциональных обязанностей. Особенно на предприятиях, где имеются четкие границы и показатели, критерии оценки со стороны руководства;
- Противоречивость между функциями, вход иных лиц в зону должностных обязанностей работников и тем, что они делают по требованию руководителя;
- Ограниченность уровня профподготовки;
- Неопределенность перспектив роста (карьеры). Особенно в связи с планированием карьеры на длительный период каждому;
- Неблагоприятные физические условия труда. Особенно связанные с транспортом, питанием, бытом.
- Недостаточно благожелательное внимание со стороны руководства к подчиненным. Особенно отсутствие свободы для изложения своего мнения.
- Необоснованность претензий отдельных работников (социально - психологических); психологический феномен – чувство общности или зависти;
- Личность руководителя.

Е.С.Яхонтова (1998) особенно подчёркивает субъективные причины конфликтов при управлении. Неправильные действия руководства и

подчиненных, а именно, ошибочные действия руководителя, что обычно проявляется в нарушении служебной этики (обман, грубость и пр.), нарушении трудового законодательства, несправедливой оценке подчиненных и в др., а также психологическая несовместимость, борьба.

Психологические основы конфликта связаны с тем, что при достижении цели человек, наталкивающийся на препятствие, всегда хочет осознать, что происходит; не чувствовать себя ущемленным или подавленным.

Участники конфликта в производственно-управленческом пространстве, это: инициаторы (лица, занимающие формально ключевые позиции), случайные люди, вынужденные исполнять роль руководителя, нейтральные люди, имеющие свои интересы, втянутые участники, которых используют или пытаются использовать инициаторы, наблюдатели, миротворцы или “гасители” во имя своих собственных интересов, миротворцы во имя идеи.

Конфликт имеет положительные стороны (возможность лично расти) и отрицательные (негативные эмоции и намерения). Конфликт разворачивается по формуле $K = \text{инцидент} + \text{конфликтная ситуация}$ и для устранения нуждается в прояснении причин.

6.3. ПУТИ ВЫХОДОВ ИЗ КОНФЛИКТОВ В СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. ОПТИМАЛЬНЫЕ СТРАТЕГИИ ПОВЕДЕНИЯ В КОНФЛИКТНЫХ СИТУАЦИЯХ

Нужно всегда помнить, что в случае препятствия (конфликта, преграды) возможны только два пути: разрушительный (регресс) или созидательный (прогресс). Как говорит древнекитайское чань-изречение: дорога, на которой люди соперничают друг с другом - узка. Отступить на ней один шаг, значит, на шаг дать себе больше простора...

Поведение нужно выбирать, исходя из ситуации. Формы поведения (стили) при конфликтах описывает система Томаса-Килменна (1972)

Избегание- Это реакция на конфликт, выражающаяся в игнорировании или фактическом отрицании наличия конфликта. Имеется множество причин и оправданий, по которым одна из сторон будет избегать конфликта: «на самом деле, проблемы-то нет»; «если и есть проблема, то не моя»; «не хочу в этом участвовать»; «у меня нет полномочий»; «не хочу проиграть»; «у меня нет ресурсов (денег, времени...)»; «время - лучший врач» и т.д.

Приведем пример. Марина, 18-ти летняя больная находится на лечении от воспаления легких в лазарете пансионата «Вербы». Сегодня возник конфликт: выяснилось, что она собирается уехать на ночь в районный центр, а утром незаметно вернуться, так как её друга забирают на службу в Армию и она хочет с ним проститься. Поскольку её не отпускают, она пишет

расписку и покидает пансионат, не долечившись и не отбыв весь срок. Таким способом она «избегает» конфликта.

Приспособление к интересам противоположной стороны. Такую форму выбирают тогда, когда очень ценят взаимоотношения, или хотят умиротворить противника, или просто намереваются «сдаться», оправдываясь фразой, что *«приспособление не большая жертва для меня»*. Однако это может привести к «капитуляции» приспособляющейся стороны, когда свои интересы игнорируются. Человек руководствуется желанием, чтоб все быстрее кончилось или желанием избежать углубления конфликта. Он как бы говорит: «Моим принципам не угрожает «сдача»; «противник –прав» и т.д. Но есть множество ситуаций, когда приспособление - эффективный способ разрешения конфликта.

Пример: Василий Петрович- пенсионер, отдыхает в санатории «Подгорный». Он доволен всем, кроме наличия телевизора в соседней комнате. Через стену все время слышно, как молодежь крутит видеофильмы – боевики. После жалобы, они стали делать тише звук, но все же полного покоя нет. Василий Петрович выбрал терпеть, потому что путевка бесплатная.

Конкуренция, (соревнование) – способ разрешения конфликта, приводящий или к доминированию, или уничтожению противника. На западе считают, что возможен вид конкуренции, который не ведет к насилию, а, напротив, может стимулировать талант («честная игра с учетом правил»), но не все с этим согласны. Часто у желающего конкурировать эмоции работают вместо логики, и он ввязывается в конкуренцию из-за потребности защищать себя. Также нередко цель его соревнования только удовлетворение своего эгоизма, при полном пренебрежении и недоверии к другим. Этот вид поведения встречается и при «фамильной» старой вражде. Формулировки оправдания могут быть, например, такие: «конкуренция - общепринятая практика» или «я оскорблен чужим поведением» и пр.

Пример: в санаторий–профилакторий пришла новая медсестра -Аня. С первого же дня она дала себе слово «работать лучше других». Она тщательно следила за своим внешним видом, внедряла новое в работу, была мила с клиентами. Однако это не нравилось старым сотрудникам, они считали, что она «выслуживается», и на этой почве возникало множество мелких конфликтов. Очень скоро руководство заметило, что Аня действительно заметно выделяется среди других сотрудников своим профессионализмом. Через три месяца её назначили старшей медсестрой.

Компромисс – это взаимные уступки по принципу: «Для того, чтоб выиграть, каждый должен проиграть». Всеми сторонами что-то «делится».

Все остаются немного неудовлетворенными. Это наиболее

распространенный тип поведения, особенно в ситуациях, зашедших в тупик, когда компромисс – остаётся единственным выходом. Стороны объясняют своё поведение тем, что «совместный выигрыш-проигрыш представляется справедливым» или что, «плохое решение лучше, чем отсутствие его» или даже тем, что «компромисс в одном – может дать выигрыш в другом».

Пример: В маленьком санатории «Искра» забюллетенил единственный массажист. Чтобы не было конфликта, глав врач выделил автобус и предложил всем назначенным на сегодня на массаж поехать на экскурсию в горы к водопадам.

Сотрудничество – это форма разрешения конфликта, при которой удовлетворение интересов важнее, чем решение вопроса. Интересы одной стороны не будут удовлетворены, если не будут удовлетворены также и интересы другой. Обычно, при наступлении конфликта стороны берут некоторое время на размышления или сразу вступают в переговоры.

Пример: В дорогом санатории есть видеозал, который охотно посещается клиентами. Один из них, В.К. , почтенного возраста, обратился к главврачу с возмущенным протестом против репертуара. Ссылаясь на свои знания в области кинопроката в прошлом, он требовал закрыть видеозал, так как он влияет на нравственность. Главврач обещал рассмотреть вопрос... Вскоре он предложил В.К. поделиться с санаторием своим опытом: составить примерный репертур для будущих заездов. В.К. с радостью согласился. Теперь он был занят интересным делом и относился к продолжающемуся старому показу просто как к информации для своей работы.

С практической и философской точки зрения, «сотрудничество» самый желанный для всех сторон вид поведения. Несмотря на то, что переговоры с установкой на сотрудничество бывают жесткими, потому что требуют от сторон взаимной ответственности, они дают шанс для взаимных действий.

В странах с западной культурой до последнего времени считалось, что наиболее эффективные отношения в рыночном бизнесе – конкуренция. Однако и там с конца XX века все более побеждает стиль сотрудничества, или

как его называют “Правило win- win”. В российской практике оно приживается под другим названием: “думай в ключе выиграл-выиграл”.

Какой из приведенных пяти способов поведения подходит в каждом конкретном случае - без специального анализа понять трудно. Чаще всего все мы ведем себя интуитивно...и не всегда с хорошим результатом.

Прежде, чем приступить к попытке разрешения из конфликта, имеет смысл задать себе несколько вопросов:

- Каков инцидент? Подробно его проговорить с кем-то.
- Какова конфликтная ситуация (вскрыть причины)?
- Каковы ваши истинные желания и потребности ?
- Каковы истинные желания и потребности другой стороны?
- Можно ли найти взаимовыгодные решения?
- Какую пользу вы получаете от конфликта?
- Кто обладает большей реальной властью?
- Есть ли у другого человека личностные особенности?

Несколько слов о т.н. «личностных особенностях». Из множества различных типов людей, психологи выделяют так называемый конфликтный тип личности.

Основные характеристики её:

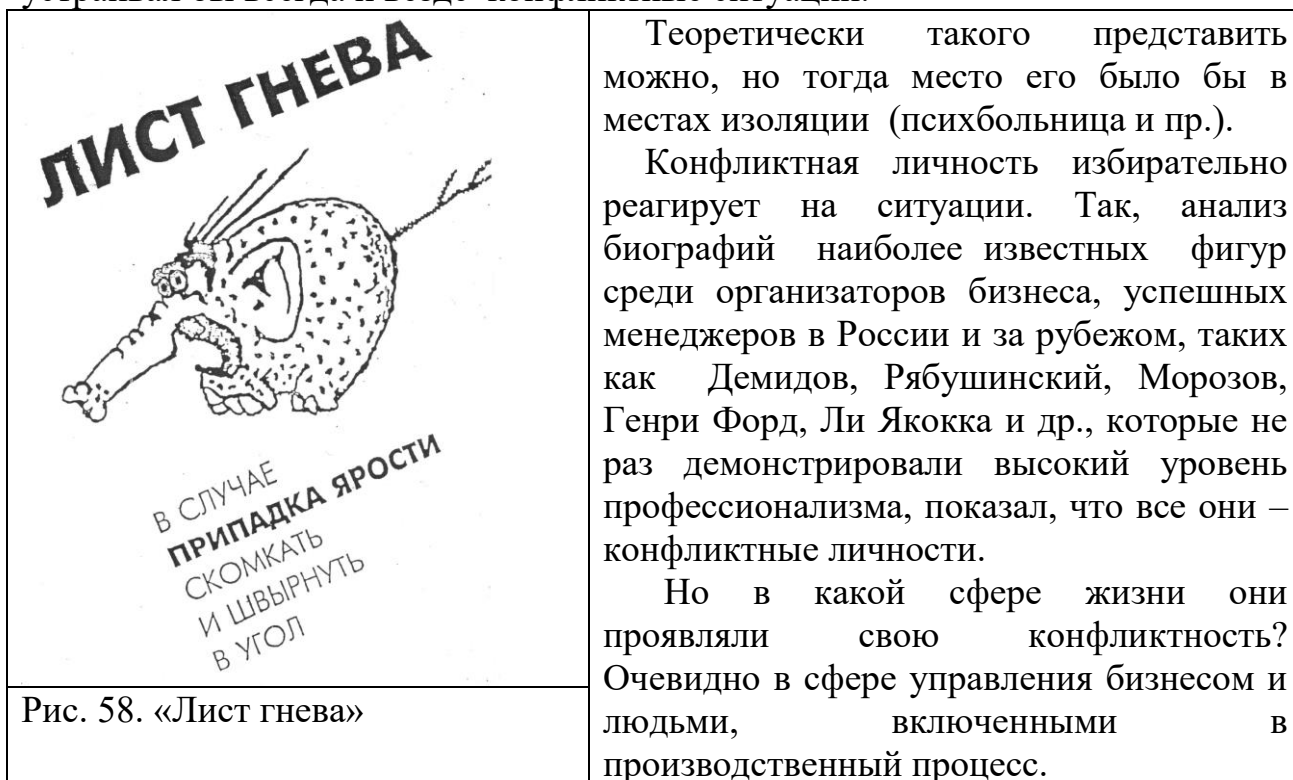
1. Готовность к конфликтам.
2. Большая степень вовлеченности в конфликт.

У конфликтной личности условно можно выделить *врожденный и приобретенный компоненты*.

О врожденной предрасположенности можно говорить в связи с характеристиками основных свойств нервной системы (сила нервных процессов, подвижность, активность, реактивность и др.). Существует множество опросников и экспресс-методик (Айзенка, Кеттела, Леонгарда и др.) которые опишут ваши личностные, характерологические проявления темперамента и акцентуации (особо «выступающие» черты характера). Это как раз те аспекты поведения о которых обычно говорят: «У меня характер, как у отца», или «Я весь в мать». Так общеизвестно, что лиц, относящихся к холерикам, считают более конфликтными, чем, например, сангвиников или меланхоликов.

Приобретенная конфликтность отражает целый спектр глубоких психологических характеристик: это потребности, интересы, ценности, установки, привычки, образ мышления, модели поведения, и многое другое. Но самое существенное - это, конечно, прошлый опыт жизни. Понятно, что из-за постоянной полосы неудач в юности, когда человек перестает бороться с бедами и начинает считать, что он невезучий, какой-то «проклятый», у него может сформировать «плохой» характер.

Какая бы конфликтная личность не была, трудно представить человека, который бы постоянно находился в состоянии готовности к конфликту и устраивал бы всегда и везде конфликтные ситуации.



Вполне возможно, что в семейной жизни или с друзьями они вели себя мирно. На бытовом уровне люди, как правило, знают как контролировать свои «конфликтные черты и состояния». Приведём такой популярный способ. См. Рис. 50. «Лист гнева» – пример граффити, рисунка, который передают друг другу сотрудники офисов.

В зависимости от ответа, можно приступать к попытке разрешения.
Алгоритм правильного поведения в конфликте

При возникшем конфликте необходимо:

1. В первую очередь его локализовать, не откладывая решения и не допуская разрастания.
2. Затем необходимо выяснить точки зрения, точно сформулировав собственную позицию и приложив усилия к уяснению позиции противоположной стороны
3. Предложить решение новое или компромиссное. И остается лишь похвалить партнера за помощь в решении проблемы.

При зреющих и разворачивающихся конфликтах всегда возникает

эмоциональное напряжение: «в котле с кипящей водой нет холодного места»,

как говорят китайцы. Существуют приёмы, позволяющие контролировать эти

негативные состояния. В этих целях необходимо тщательно рассмотреть факторы напряжения и обозначить меры по его снижению.

Техники выравнивая напряжения

Табл. 32

Факторы снижения напряжения	Факторы роста напряжения
Предоставление возможности партнеру выговориться	Перебивание его
Описание своих и его эмоций	Скрытность, скованность, избегание его взгляда
Выявление общих целей	Подчеркивание разницы
Проявление интереса к проблемам партнера	Безразличие к его проблемам
Подчеркивание его значимости	Преуменьшение его вклада
Обращение к фактам	Упрямство
Предложение конкретного выхода	Уход
В случае Вашей неправоты необходимо немедленно признать ее !	

Таким образом, умение разрешать конфликты - это «искусство поднимать бровь, а не голос».

Способов выхода из конфликта несколько: избегание, привыкание, конкуренция, компромисс. Самым желательным является сотрудничество.

6.4. НОВЫЕ ПОДХОДЫ К ОБУЧЕНИЮ В СЕРВИСОЛОГИИ.

Примерные ПРОГРАММЫ ОБУЧАЮЩИХ ПРАКТИКУМОВ И ТРЕНИНГОВ.

Новейшие представления практиков-педагогов об эффективности обучающего процесса базируются, прежде всего, на исследованиях нейрофизиологии и психологии.

Главным событием в области исследования мозга в XX столетии остаётся открытие американского учёного Роджера Спери о функциональных различиях мозговых полушарий, за которое в 1981 году он получил Нобелевскую премию по физиологии и медицине. нейрофизиологов Долгое время считалось, что они выполняют практически одинаковые функции, так как анатомически идентичны. Левое полушарие –аналитическое, рациональное, последовательно действующее, тогда как правое – синтетическое, целостное, интуитивное. Левое полушарие более агрессивное,

активное, ведущее и управляющее коммуникациями, так как связано с речью. Правое – отвечает за целостное восприятие, эстетику, управляет зрением и распознаванием форм. Рис. 51

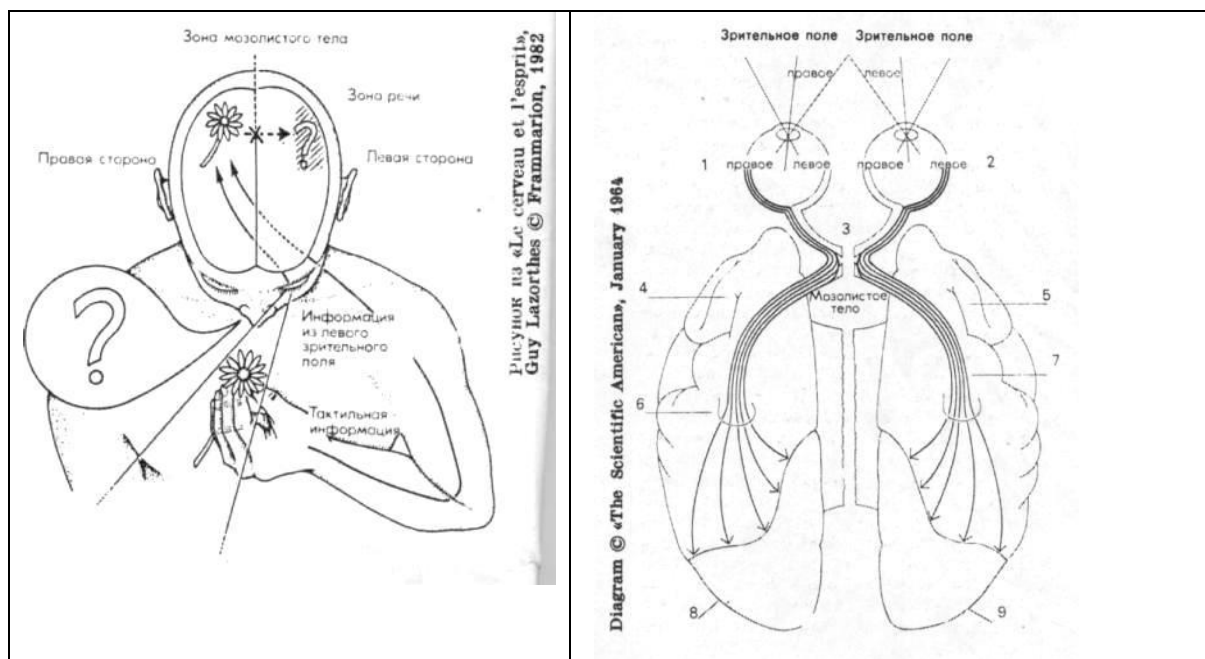


Рис. 51

Больной, у которого «работает» только правое полушарие (левое «отключено»). Он видит цветок, может взять его в руку, чтобы понюхать, но не в состоянии сказать, как он называется.

Вспоминая разделение людей на «мыслителей» и «художников» И.П.Павлова, нельзя не увидеть здесь прямой связи с ведущим полушарием мозга. Планируя учебный процесс, мы не можем не учитывать, что примерно 50% студентов в аудитории – «художники» (по Павлову). До сих пор большинство западных систем образования (в том числе и в России), ориентировались в основном на развитие левого полушария (например, строго лекционный курс). Очевидно, что необходимо вносить изменения в данный подход, чтобы все слушатели могли полностью раскрыть свои способности, и смогли полностью усвоить курс. Такими синтетическими методами в образовании могут быть практикумы.

Другое направление исследований в психологии - наука о невербальных каналах коммуникации даёт много новых знаний для построения эффективного учебного процесса. Экспериментально доказано, что 10-15% информации теряется при «неподвижном» или невидимом лице лектора. Образцом для подражания для любого публичного человека являются ... дети. Исследования отечественных психологов (Е.И.Исениной. 1991) доказали, что базой обучения младенца является постоянный контакт глаз со взрослым. Максимально эффективно могут передавать информацию – только дети. В момент коммуникации они задействуют полностью все каналы передачи

информации: мимика, пантомимика, жесты, взгляд, эмоциональные фонации, вхождение в роль.

Наука о невербальных каналах коммуникаций даёт сведения, необходимые молодым людям для обучения их адекватным формам поведения в высококонтактной среде. На наш взгляд, студентам необходимо знать, например, в чем отличаются гендерные различия в восприятии. Тот факт, что женщина, в отличие от мужчины, не воспринимает прямой взгляд, как сигнал угрозы, а напротив, считает его выражением интереса и желанием установить человеческий контакт, вызывает немало трагедий, когда девушки и молодые женщины (в том числе и при исполнении своих трудовых обязанностей) становятся легкой добычей преступников и насильников. Мужчины воспринимают их поведение, как призыв к сексуально активным действиям. Эти и другие навыки культуры общения должны в полном объеме даваться на психологическом практикуме.

Другой обязательный навык, которым должен владеть каждый работник сферы услуг, это умение выполнять свои профессиональные функции в условиях конфликтной ситуации. (В.П.Мазеева. 2001)¹. Одним из наиболее эффективных способов обучения этому считаются в среде практиков игровые и ролевые способы обучения и тренинг.

Чтобы разрешить конфликты, имеющие причинами личностные и межличностные характеристики, в развитых странах были разработаны специальные методы. Первый тренинг межличностной чувствительности был проведен в 1947 в национальной тренинговой лаборатории в г. Бетеле (США). Прошло совсем немного лет и тренинги прочно вошли в практику, сначала психотерапевтическую, позже - в производственную. Сейчас корпоративные тренинги стали привычным делом. Каждая солидная компания считает своим долгом иметь собственных тренинг-менеджеров (это показатель престижности и процветания фирмы). Если администрация считает, что нужно уделять большое внимание эффективности работы своих сотрудников, то она проводит различные тренинги своего персонала.

Идеальной ситуацией считается, когда само руководство компанией проходит мотивационный тренинг для руководителей низшего звена менеджеров. Затем тренинги проводят для руководителей среднего и низшего звена.

Сегодня рынок предлагает заказчикам практически любые виды и формы тренингов. В первую очередь популярны корпоративные тренинги. Они дают новые знания и навыки, на них хорошо сплачивается внутрифирменная команда. Это своеобразная «встряска мозгов», которую необходимо периодически устраивать для повышения эффективности работы.

Тренинги личностного роста делают основной упор на повышение собственной результативности: не подавить или уничтожить конкурента, а

¹ В.П.Мазеева. Управление конфликтами и требования к подготовке менеджеров../ сб проблемы менеджмента и совершенствованиме маркетинговой деятельности в сфере услуг. М.94. Гос академия Сферы быта и услуг.

самому состояться как личности, добиться высокого результата самостоятельно. Находиться в гармонии с самим собой, и окружающими, быть уверенным и успешным, достигать новых результатов. Как правило, эти тренинги посещают те, кто уже достиг определённых высот и хочет небольшого толчка, чтобы взять новую высоту. Тренинги личностного роста раньше сотрудник чаще проходил за пределами работы (например, в каком-нибудь центре), но в последние годы усиливается тенденция проводить их корпоративно – в пределах рабочего коллектива. Это во многом зависит от того, насколько руководство компании уделяет внимание росту своих сотрудников (только профессиональному, или и личностному тоже?). Успех организации во многом определяется успехом каждого отдельного сотрудника. Неуверенный в себе руководитель, опасаясь конкуренции, будет набирать и неуверенных подчиненных.

Описанные направления в тренинговой работе всегда затрагивают конфликтные ситуации. Но особенно с этим работают так называемые «коучинг»¹ – тренинги. Коучинг позволяет выстроить отношения между работодателем и служащим таким образом, что возможность внутрислужебных конфликтов практически сводится к нулю, уменьшается напряженность в отношениях, принимается больше выгодных для фирмы и клиентов решений. Как следствие - повышение продуктивности труда, минимальная текучесть кадров, снижение затрат и повышение уровня доходов.

Как правило, в тренингах различной направленности производится моделирование конфликтных ситуаций, возникающих в производственной и управленческой деятельности.

Тренинги и психологические практикумы - гораздо эффективнее для усвоения материала, чем простая лекция. Исследования? проведенные фирмой IBM и почтовым ведомством Великобритании² показывают закономерности усвоения материала при традиционно лекторской форме и при практикумах (тренингах).

Усвоение материала

Табл.31

	Лекция	Лекция с демонстрацией	Лекция с демонстрацией и практикой
Усвоенный материал через три недели	70%	72%	85%
Усвоенный материал через 3 месяца	10%	32%	65%

¹ Коучинг-от англ. слова – кучер, повозка, тренер.

² Д.Уитмор. Coaching – новый стиль менеджмента и управления персоналом. М.Финансы и статистика. 2001

Также считают и отечественные сервисологи. Вздорнова Л.С. пишет, что психологический практикум относится к методам, определяющим программно-целевой подход в образовании ³. Игровые формы организации деятельности связаны с передачей знаний – это часть повседневной жизни, форма неформального обучения. Мы часто стали использовать фильмы, телевидение, персональный компьютер, ауди, телетекст, видеодиски, интернет. Моделирование и игра приближают создание новых технологий преподавания. Ролевые игры – гибкий, простой, дешевый прием обучения, потому, что процесс принятия роли естественен, непрерывен для всех, кто нормально социализирован в пределах своего окружения. Нужно уметь адаптироваться для хорошей коммуникации. И в этом смысле подобный тренинг – универсальный метод при преподавании любого предмета в обучении работников сервиса.

Практикумы и тренинги – эффективное и специфическое применение практики в области передаваемых навыков межличностного общения и коммуникации. Можно использовать ситуации:

1. Индивидуального характера (консультирование, услуги, продажи, личные отношения);
2. Групповые (комиссии, переговоры, работа в команде, коллективное интервью).
3. Тренинги менеджмента, ролевая игра для развития навыков межличностного общения в вопросах, связанных с групповой динамикой и принятием решений.
4. Групповые упражнения, которые требуют от участников принятия решения или достижения консенсуса, с помощью разыгрывания ролей ключевых фигур. Эти упражнения хороши, когда люди должны научиться работать в команде (научно-исследовательской, в проектных группах, педагогических коллективах и пр.)

Приведем несколько типовых примерных программ и сценариев тренингов для будущих и работающих профессионалов сервиса.

ТРЕНИНГ ТРАНСФОРМАЦИИ КОНФЛИКТА. ПРАКТИЧЕСКИЙ 2-Х ДНЕВНЫЙ СЕМИНАР ¹

Контингент: Специалисты (в т.ч. руководители), чья работа связана с профессиональными конфликтогенами.

Тематика: тренинг приемов трансформации конфликтов и понижения эмоционального напряжения, возникающего на производственной основе с

³ Вздорнова Л.С. Использование игровых технологий в процессе подготовки специалистов по сервису./ сб. Образование в сфере сервиса. Сборник статей. П.р. Ю.П. Свириденко, В.К.Романович. МГУС, 2001 М.

¹ Авторы: С.Есельсон, Е.Дубова

использованием видеообратной связи (видеокамера). Основной метод обучения - ролевая игра участников, которая записывается на видеомэгнитофон. Анализ записи дает возможность определить и отработать наиболее эффективные способы поведения при возникающих конфликтах.

На протяжении всех занятий выдаются информационные и методические пособия.

Первый день.	
10.00.- 13.00	Что такое конфликт? Конфликты и здоровье. Конфликты и семья. Психологические приемы, позволяющие не допускать конфликты.
13.00- 14.00	Обед
14.00- 18.00	Конфликты и работа. Особенности политической и экономической ситуации в России и конфликты. Конфликты, связанные с достижением цели. Приемы, позволяющие выстраивать бесконфликтную деятельность.
Второй день	
10.00- 13.00	Конфликтная личность. Наследственные и приобретенные черты Внутриличностный конфликт (конфликт с самим собой) Приемы, позволяющие достигнуть внутренней гармонии.
13.30- 14.30	Обед
14.30- 17.00	Конфликты с другим человеком. Понятие партнерства. Конфликты с друзьями и коллегами. Приемы, позволяющие исправлять отношения
17.00- 18.00	Подведение итогов.

В ходе семинара могут использоваться кроме указанных также и другие различные приемы современной психологии также проводиться просмотр редких видеозаписей.

Условия проведения:

- а) количество участников практического семинара - не более 12 человек;
- б) участники должны быть на семинаре два дня.
- в) обязательна предварительная встреча психологов с желающими участвовать в семинаре.
- г) после предварительной беседы программа тренинг-семинара может быть изменена.

**ПРИМЕРНАЯ ПРОГРАММА –СЦЕНАРИЙ ¹
ЛЕКЦИОННО-ПРАКТИЧЕСКИЙ КУРС
«ТЕХНОЛОГИИ СОВРЕМЕННЫХ ПРОДАЖ»**

Аудитория: лекционно-практический курс предназначен для антикризисных управляющих, работающих в торговой сфере, руководителей отделов продаж, менеджеров по продажам и торговых представителей.

Цели обучения:

¹ Автор: С.Дубов

повышения общей психологической компетентности антикризисных управляющих в сфере продаж;

выработка основных коммуникативных навыков для эффективного ведения клиента;

увеличение общего объема продаж товаров или услуг;

развитие клиентской сети: привлечение новых клиентов,

стабилизация работы существующих клиентов;

выработка коммуникативных навыков при организации работы и вертикальных взаимоотношений.

развитие навыков работы с различными типами клиентов.

изучение фаз течения контакта и способов влияния на него.

Методы обучения: Обучение по данной программе основано на активных методах обучения группы, которые включают в себя:

ролевые игры;

проведение дискуссий;

деловые игры;

изучение техник воздействия на собеседника.

Продолжительность мероприятия 6 астрономических часов без учета перерыва.

Количество участников 15-50 человек, не подчиняющихся напрямую друг другу.

Условия: наличие аудитории, TV + видеомagniтофона с ДУ, доски.

10.00-11.30	Первичное обсуждение и дополнение Информационных Листов по темам «Невербальные средства общения». «Условия достижения взаимопонимания в коммуникации» и «Действия, затрудняющие коммуникацию».	Цели: 1) Активизация рефлексии особенностей эффективной и неэффективной вербальной и невербальной коммуникации при общении с клиентом. 2) Формирование единого поля мнений по вопросам эффективной и неэффективной коммуникации при продажах. 3) Выработка содержательных продуктов, отражающих основные социально-психологические законы коммуникации. 4) Формирование основных, базовых представлений о правилах восприятия действий, вызывающих неприятные переживания и эмоции у собеседника и наоборот – располагающих к себе. 5) Рефлексия роли невербальных средств коммуникации. Доля их в восприятии информации. Способы использования невербальных средств и изучение негативного и позитивного их действия на клиентов.
11.30-12.30	Практическое задание	«Процесс продажи глазами покупателя» Стадии осуществления покупки.
12.30-13.00	Перерыв	
13.00-14.15	Рольевые игры на тему контакт при переговорах с клиентом	Цель – проживание участниками на собственном опыте способов установления контакта, поддержания и выхода из контакта. Обсуждение законов восприятия невербального поведения и перераспределения внимания при общении. Рефлексия основных ошибок и сильных сторон в коммуникации своей и других людей. Тренинг умений устанавливать контакт с потенциальным покупателем.
14.15-14.45	Теоретическая часть	Типы вопросов помогающие в проведение беседы.
14.30-	Теоретическая часть	«Начало продажи»

ОДНОДНЕВНЫЙ УЧЕБНО–ТРЕНИНГОВЫЙ КУРС «ОПЫТ И НАВЫКИ ПРЕЗЕНТАЦИИ»¹

Аудитория: лекционно-семинарская часть предназначена для коммерческих директоров, антикризисных управляющих, руководителей отделов продаж услуг, менеджеров по продажам, торговых представителей и спичрайтеров.

Цели обучения:

Повышения общей коммуникативно-психологической компетентности потенциальных выступающих.

Выработка умений по привлечению и удержанию внимания аудитории и ее отдельных членов;

Развитие клиентской сети: привлечение новых клиентов;

Максимально-эффективное донесение информации в планируемом объеме;

Выработка эффективного стиля поведения выступающего, как представителя Вашей фирмы.

Какие навыки и умения развивает тренинг у участников.

На тренинге отрабатываются навыки самопрезентации, презентации услуг товара и интеллектуальной продукции, что ведет к выработке красивого и неповторимого стиля Вашей компании, повышению престижа, увеличению результативности работы.

Развиваются навыки работы с различными типами клиентов, что способствует повышению стрессоустойчивости и улучшение качества индивидуального подхода к клиентам.

Отрабатываются техники риторики речи и семантика построения фраз.

Совершенствуется умение выявлять реальные нужды клиента и его цели.

Тренинг развивает умение точно ставить вопросы. Это увеличивает возможность получения точной и детализированной информации о группе и конкретных участниках.

Позволяет выработать навыки работы в напряженных, проблемных и конфликтных ситуациях.

Продолжительность лекционно-семинарского занятия 6 астрономических часов.

Количество участников 30 человек, не подчиняющихся напрямую друг другу.

Условия: наличие аудитории, ватмана или доски.

10.00-11.00	Первичное обсуждение и дополнение Информационных	Цели: Активизация рефлексии особенностей эффективной и неэффективной вербальной и невербальной коммуникации при
-------------	--	---

¹ Автор: С.Дубов

	Листов по темам «Условия достижения взаимопонимания в коммуникации» и «Действия, затрудняющие коммуникацию».	презентации участниками группы. Формирование единого поля мнений по вопросам эффективной и неэффективной коммуникации при общении с аудиторией. Выработка содержательных продуктов, отражающих основные социально-психологические законы коммуникации. Формирование основных, базовых представлений о правилах восприятия действий, вызывающих неприятные переживания и эмоции у аудитории и наоборот – располагающих к себе слушающих.
11.00-14.00	АКТИВНЫЙ ДИАЛОГ. Групповая дискуссия и выработка Информационных листов по темам: «Активный диалог», «Техники активного слушания», «Уровни вербализации». Элементы мотивационного тренинга.	Темы: Способы ведения беседы в необходимом контексте для говорящего, например выступающего (введение понятия «акцептация»). Способы применения уровней вербализации (парафраза). Использование пауз и анализ смысловых предикатов задающего вопрос. Построение ответных фраз с учетом интересующих собеседника акцентов. Подготовительная база к теме «снятие возражений». Элементы тренинга навыков.
14.00-15.00	Перерыв	
15.00-15.30	Типы вопросов, помогающие вам в проведение беседы	Изучение типов вопросов, которые могут быть использованы во время работы с аудиторией.
15.30-16.30	ПРЕЗЕНТАЦИЯ Информационный лист «Публичное выступление»	Имидж и самопрезентация. Разбор основных ошибок при начальном этапе знакомства с аудиторией. Фразы и темы, необходимые для установления качественного контакта и расположения собеседника.
16.30-17.00	Что делать и как себя вести.	Составление плана беседы и разбор имиджевых компонентов.

ТЕЛЕСНО-ОРИЕНТИРОВАННАЯ ПСИХОТЕРАПИЯ¹

(лекционно - практический семинар)

Контингент:

1. Работники социальной сферы
2. Врачи санаторно-курортной сферы для внедрения в работу с пациентами (отдыхающими).
3. Любые лица, заинтересованные в раскрытии собственного потенциала и гармоничных коммуникациях.

Тема: Телесно-ориентированная психотерапия. Цели:

1. Раскрытие своего потенциала через снятие “телесных зажимов”.
 2. Абсолютный отдых и восстановление физических и психических сил.
- Курс представляет обучение уникальным техникам достижения полного расслабления.

Содержание:

1. Психология тела, телесная ориентация (лекция).
 - 1.1. Основы психо-эмоционального взаимодействия с телом. Понятие о телесных «зажимах». Проблемы тела - “от головы”. Специфика работы с телесными “зажимами”.

Эмоциональные проблемы и телесные “зажимы”. Мыслительные процессы и телесные “зажимы”.
 - 1.2. Тело и поведение. Жестикаляция в поведении. Экспрессия, мимика, голос, походка и другие проявления тела характеризуют поведение.
2. Контакт между людьми. Использование слов. Психо-физиологический аспект. (Семинарские занятия)
 - 2.1. Умение входить и выходить из контакта с другим человеком с минимальной усталостью для организма.
 - 2.2. Использование актерских психотехник для достижения эффективного и щадящего контакта .
 - 2.3. Взаимодействие людей , эмоции и телесные “зажимы” .
3. Контакт между людьми без использования слов. Психо-физиологический аспект. (Семинарские занятия)
 - 3.1. Понимание и управление движениями.
 - 3.2. Ощущения и движения
 - 3.3. Телесный контакт между людьми.
 - 3.5. Понятие об идеальном телесном контакте.

Условия проведения:

Курс рассчитан на 5 дней (возможна сокращенная программа на 3 дня)

В группе 15-30 человек.

Необходимо специальное помещение, типа спортзала.

Члены группы должны быть в спортивной одежде.

¹ Автор: С.Дубов

ПРАКТИЧЕСКИЙ ВИДЕОТРЕНИНГ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ¹

Контингент:

Руководители всех уровней и специалисты, чья работа связана с интенсивным общением с другими людьми.

Тема: Практический видеотренинг делового общения.

Содержание:

1. Уверенное и эффективное поведение в трудных ситуациях общения

Раскрытие и расширение поведенческих возможностей участников тренинга. Практические занятия.

Основной метод обучения - ролевая игра участников, которая записывается на видеомagneтофон. Анализ записи дает возможность определить и отработать наиболее эффективные способы поведения.

На протяжении всех занятий выдаются информационные и методические пособия.

1.1. “Почему Вы не нравитесь себе на видеозаписи?”

1.2. Приемы саморегуляции при публичном выступлении.

1.3. Что ценят в себе больше всего люди?

1.4. Установление контакта с другим человеком. Этапы акта общения.

1.5. Средства общения словесные и бессловесные (вербальные и невербальные)

1.6. Качества, важные для межличностных отношений.

2. Профессиональное общение руководителя. Тренинг с использованием ролевых игр)

2.1. Социальные роли. Какую роль вы обычно играете в жизни. Практическое определение.

2.2. Умение адекватно дать поручение и потребовать исполнения.

2.3. Безотказная просьба.

2.4. Как отказать, чтобы не испортить отношений.

2.5. Эффективное убеждение и мотивирование.

2.6. Неразрушающая критика.

2.7. Одобрение (не лесть, а побуждение к лучшей работе)

2.8. Нефинансовое поощрение сотрудников.

3. Деловые беседы и переговоры. Обучение специальным профессиональным техникам и приемам.

3.1. Политическая и экономическая ситуация в обществе требует от руководителей самостоятельности и активности в решении вопросов выживания организации. Необходимость большого числа встреч, деловых бесед, переговоров.

3.2. Основа эффективного профессионального общения - умение слушать. Обучение техникам активного слушания.

¹ Автор: Е.Смирнова

3.3. Получение от собеседника нужной информации в нужном объеме, не боясь показаться навязчивым.

Практический видеотренинг делового общения

3.4. Установление дружеских и доверительных отношений на будущее .

Приемы и навыки.

3.5. Ориентировка в позиции и намерениях контрагента.

3.6. Аргументация собственной позиции.

3.7. Умелое опровержение контраргументов.

3.8. Поиск компромиссов.

4. Конфликт. Техники трансформации конфликта.

4.1. Опытный руководитель не избегает конфликта, а управляет им.

4.2. Навыки эффективного поведения в конфликте.

4.3. Превращение конфликта в источник силы и развития

4.4. Типы конфликтов

4.5. Благоприятные исходы конфликта

4.6 . Техники выравнивания напряжения.

Условия проведения:

Занятия проходят 5 дней (возможная сокращенная программа в 3 дня).

Представленная программа - является завершенной, но также может рассматриваться как первый модуль. При желании та же группа через несколько месяцев может пройти второй и последующие модули.

Необходимо предоставление видеоаппаратуры или аренда ее.

Возраст участников не старше 55 лет

В группе 10-12 человек.

Группа должна быть закрытая (состав не меняется на протяжении всего курса)

В группу не включаются люди с прямым подчинением друг другу

Лекционно-тренинговый курс

КАК ПОДНЯТЬ КАЧЕСТВО СЕРВИСА НА БОЛЕЕ ВЫСОКИЙ УРОВЕНЬ ?¹

Целевая аудитория: сотрудники сервисных служб, непосредственно контактирующие с клиентами (менеджеры по работе с клиентами, приемщики заказов и др.).

Объем программы – 12 астрономических часов (16 академических)

Продолжительность тренинга – 2 дня

Начало занятий: 10.00-17.00 (с одночасовым перерывом на обед)

Цели программы: обучение техникам психологической работы с клиентом (потребителем услуг).

Участие в тренинге позволит:

¹ Автор: Е.Смирнова

- научиться методам воздействия на потребителя сервисной услуги;
- **находить компромисс с потребителем по возможностям и требуемому качеству оказания услуги;**
- уметь грамотно организовывать контактную зону для общения с потребителем;
- понимать, как выходить из конфликтных ситуаций;
- сохранять здоровье сотрудников в стрессовых ситуациях.

Что в конечном итоге позволит поднять качество сервиса на более высокий уровень

При проведении тренинга используются специальные активные техники групповой работы (деловые игры, ролевые тренинги, съемка на видеокамеру, просмотр и анализ ситуаций), повышающие эффективность обучения. Выдаются методические материалы.

В процессе подготовки стандартная программа адаптируется к специфике работы организации заказчика.

Программа тренинга КАК ПОДНЯТЬ КАЧЕСТВО СЕРВИСА НА БОЛЕЕ ВЫСОКИЙ УРОВЕНЬ

I. Организация контактной зоны для общения с потребителем услуги

- 1.Практикум по овладению *методами быстрой психодиагностики* состояния потребителя (владельца) до начала контакта с ним.
- 2.Изучение *фаз течения контакта* с потребителем и способов влияния на него.
- 3.5 самых крупных специфических *ошибок* при деловом общении с потребителем и способы их избегания.
- 4.Базовое *Правило сервиса* и последствия его нарушения (временные обязательства перед клиентом). Разбор опыта фирмы «Орбита –сервис».
- 5.Создание условий для *повторяемости* сделки (залог долгосрочного сотрудничества). Приемы «удержания» клиента.
- 6.Платит ли клиент за *этикет* в сервисе? Стоимость вежливости и воспитанности представителя фирмы (просмотр съемки видеокамерой членов группы).
- 7.10 *рекомендаций по имиджу* для мужчин и 10 - для женщин;
- 8.Влияет ли на сервис *пол, национальность, возраст и профессия клиента?*

II. Технологии эффективного делового контакта при исполнении сервисной услуги.

- 1.«Его Величество *Прейскурант*» и его выгоды.
- 2.Искусство уметь сказать «нет» клиенту или владельцу (втягивание в обсуждение вопросов, не входящих в Вашу компетенцию).
- 3.«Метод *весов*» при оказании услуги (*баланс внутренних и внешних вознаграждений*).
- 4.Техника «*Парафраз*» для существенной экономии рабочих затрат.

5. Инициативность или четкая исполнительность ценится в сервисе?

III. Экспресс-диагностика мотивационно-потребностной сферы потребителя;

6. Почему клиент *«висит на плече»*, когда мастер выполняет свою работу?

7. Кто обеспечивает рабочее место исполнителю (мастеру) – начальство, он сам или клиент?

8. Алгоритм действий, если клиент *отказывается платить деньги* за сделанную работу.

9. Умение выработать индивидуальную *классификацию клиентов* на основе собственного профессионального опыта. Разбор существующих классификаций.

IV. Оптимальные стратегии поведения в конфликтных ситуациях.

1. 1% потребителей в сервисе регулярно жалуется в мэрию. Как *снизить* этот процент среди Ваших клиентов?

2. Разбор оптимальных *стратегий разрешения конфликтов* в сервисологии.

3. Когда клиент считает, что с него берут слишком много денег... «Золотое правило» сервисологии: не приступать к работе *без предварительной договоренности* об оплате.

4. Новейшая компьютерная технология *выбора услуги «SHAST»* - способ передачи части ответственности клиенту.

5. Методика «Три А» (Agree, Apologize, Applaud), как гарантия *регуляции эмоционального* состояния клиента.

6. Как не идти «на поводу» у раздраженного клиента. Техники *понижения эмоционального* напряжения, обучение последовательности шагов.

IV. Профилактика профессионального выгорания и деформации

личности

1. Ученые считают, что профессии сервиса относятся к особо *вредным*, вызывающим психосоматические и психологические расстройства. Так ли это?

2. Владение способами *психофизиологической защиты*.

3. Разбор характеристик сотрудников, обладающих *психологической устойчивостью* для работы с потребителем услуг. Генетическая предрасположенность к работе в сервисе.

4. Приемы *саморегуляции и тактика преодоления стрессовых состояний* с учетом специфики сервисологии.

**КОУЧИНГ -
САМАЯ ЭФФЕКТИВНАЯ РЕСУРСНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ
ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛИ¹
Школа LIFE COACHING**

Целевая аудитория: все желающие овладеть методами коучинга - самой эффективной новейшей западной ресурсной технологией взаимодействия с другим человеком.

Объем программы – 18 астрономических часов.

Продолжительность тренинга – 2 дня

Начало и конец занятий: 10.00-19.00

Цели программы: обучение техникам коучинга

Участие в тренинге позволит:

- Овладеть методами коучинга.
- Определять границы возможности использования коучинга.
- Определять пределы своего «роста», а также «роста» другого человека.
- Профессионально проводить коучинг.
- Лучше понимать другого человека.
- Научиться эффективно задавать вопросы.
- Лучше осознавать рубежи и критерии ответственности.
- Удерживать баланс и равновесие в отношениях.

При проведении тренинга используются западные технологии коучинга, тестирование, деловые и ролевые игры, оригинальные методики и другие специальные активные техники групповой работы и упражнения, а также при необходимости видео-обратная связь.

Выдаются методические материалы.

**Программа тренинга
САМАЯ ЭФФЕКТИВНАЯ РЕСУРСНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ
ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛИ**

Школа LIFE COACHING

Первый день.

Индивидуальный коучинг с каждым членом команды.

- Практикум по определению «Индивидуального стиля успеха». Работа в парах и с мастером;
- Формирование Индивидуального листа «Coaching space», и проектирование личного будущего;
- Тест В.Вульфа на определение Личностного потенциала;
- Считается, что коучинг – самая эйфоричная методика, так ли это?
- Приёмы видения цели в коучинге;

¹ Автор: Е.Смирнова

- Метод Джины Харис для эффективного «запуска» процесса целеполагания;

- Целеполагание способом Джаясинга;

- Экспресс-диагностика мотивационно-потребностной сферы;

2 день: Обучение методам коучинга и самокоучинга.

1. Базовое Правило коучинга и последствия его нарушения;
2. Определение границ и критериев собственной ответственности;
3. 5 самых крупных специфических *ошибок* при проведении коучинга;
4. Типология взаимоотношений в коучинге по Е.Фанталовой;
5. Технология Дж. Уитмора - «GROW» (Goal – Reality – Options - Whot);
6. Технология Джины Харис - «Круги»;
7. Обратная связь: feedforvard и feedback;
8. Определение «своей и чужой территории» в коучинге;
9. Техника «Парафраз» для существенной экономии рабочих затрат;
10. Разбор кейсов

ПРОЕКТ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ РАБОТЫ НА СЕРВИСНОМ ПРЕДПРИЯТИИ¹

Ориентировочный алгоритм работы:

1. Изучить организационную структуру фирмы, особенности производственных и информационных связей между сотрудниками всех категорий.

2. Провести анализ всех конфликтов и сложных участков в работе фирмы и ранжировать их по степени.

3. Ввести в Программу Учебного центра *психологические блоки обучения* для тех категорий сотрудников, которые особенно нуждаются в такого рода обучении. Предположительно это могут быть:

А. Блок для технических менеджеров (см. Приложение 1);

Б. Блок для бригадиров (см. Приложение 2);

В. Блок для работников низшего звена (см. Приложение 3).

Г. Блок для сотрудников администрации, возможно для коммерческого

отдела.

Форма и схема обучения:

¹ Автор: Е.Смирнова

Основные цели обучения: А) Повышение общего профессионализма за счет включения психологических умений, доведенных до автоматизма. Б) Корпоративное поведение (имидж и марка фирмы).

Наиболее эффективной формой психологического обучения на фирме, достигающей указанные цели, мог бы быть *тренинг с использованием видеообратной связи и моделированием производственных ситуаций*. Периодичность: 3+2+2+1 дней с промежутками примерно в 2 месяца с отрывом обучаемых от работы (что связано с особенностями групповой динамики, иначе психологические навыки не будут усвоены как автоматизм). Для низшего звена необходимо разработать специальную программу.

- Условия проведения
- Комната (тихая, без телефона) не менее 25 м², оснащенная стульями (креслами), которые не привинчены, по числу участников +3 и журнальным столиком. Туалеты должны быть расположены недалеко.
- Видеоаппаратура (камера, магнитофон, телевизор, аудиоманитофон); столы для них, источники питания.
- Кофейные паузы, обеспеченные обучающей организацией: горячий кофе, чай, печенье и пр.
- Методические материалы (папка каждому участником приблизительно с 10 листами каждая) по содержанию готовится тренером.
- В группе не должно быть больше 10 человек и лиц, которые находятся в прямом подчинении.
- Тренинг проводит один тренер, но некоторые темы нуждаются в привлечении второго тренера.
- Примерная программа обучающего видеотренинга для высшего звена управления (технических менеджеров).
- Около 20 чел. Схема 3+2+2+1

- Задачи. Повышение компетентности в следующих вопросах:
- Вопросы управления (выдача распоряжений и контроль исполнения).
- Вопросы конфликтологии (профилактика и разрешение).
- Корпоративное поведение (имидж и марка фирмы).
- Взаимодействие с внешними силами (заказчик и пр.)
- Возможные дополнительные темы: Активное слушание при получении задания; Действия, затрудняющие коммуникацию; Как правильно критиковать; Как отвечает тот, который на самом деле не слушает; Личностный рост; Обратная связь в общении от подчиненного; Как правильно одобрять; Список качеств, важных для межличностных отношений. Социальные роли, Сила слова и др.

Алгоритм:

1. Изучение типичных ситуаций.
2. Первичное знакомство (возможно тестирование) с менеджерами.
3. Подготовка рабочей тетради с инфолистами.
4. Техническая подготовка тренинга.
5. Проведение тренинга.

Тренинг:

1. Моделирование производственных реальных и предполагаемых ситуаций
2. Ролевые игры
3. Съемка на видеокамеру и просмотр группой.
4. Раздача инфолистов с информацией о правильном поведении.
5. Групповое обсуждение успешного поведения.
6. Тренинг успешного поведения до появления автоматизма.

После тренинга производится анализ. Отчет обсуждается с генеральным директором фирмы. В течение 2-х последующих месяцев отслеживается результат в производственной деятельности каждого участника тренинга на его объекте. Проводится сбор информации персонально о каждом. Осуществляется индивидуальная консультация. Готовится программа тренинга следующей очереди.

Примерная программа обучающего видеотренинга для бригадиров **Схема 3+2+2+1**

- Задачи. Повышение компетентности в следующих вопросах:
 - Выдача распоряжений и контроль исполнения.
 - Вопросы управления (подчинение, уточнение инструкций).
 - Обратная связь в общении от подчиненного.
 - Мотивирование. Убеждение.
 - Конфликтология (профилактика и разрешение).
 - Наказания (критика и одобрение).
 - Корпоративное поведение (имидж и марка фирмы).
 - Возможные дополнительные темы: Действия, и облегчающие коммуникацию; Имидж мужчины и имидж женщины; Как отвечает тот, который на самом деле не слушает. Мотивы отказывающегося работать; Личностный потенциал. Список качеств, важных для межличностных отношений. Сила слова. Способы достижения понимания в деловом общении.

Умение слушать другого. Установление контакта Условия достижения взаимопонимания в коммуникации и др.

- **Алгоритм:**
- Изучение типичных ситуаций.
- Первичное знакомство (возможно тестирование) с бригадирами.
- Подготовка рабочей тетради с инфолистами.
- Техническая подготовка тренинга.
- Проведение тренинга.

Тренинг:

1. Моделирование производственных реальных ситуаций;
2. Ролевые игры;
3. Съемка на видеокамеру и просмотр группой.
4. Раздача инфолистов с информацией о правильном поведении.
5. Групповое обсуждение успешного поведения.
6. Тренинг успешного поведения до появления автоматизма.

После тренинга производится анализ. Отчет обсуждается с генеральным директором фирмы. В течение 2-х последующих месяцев отслеживается результат в производственной деятельности каждого участника тренинга на его объекте. Проводится сбор информации персонально о каждом. Осуществляется индивидуальная консультация. Готовится программа тренинга следующей очереди.

Примерная программа обучающего тренинга для обслуживающего персонала (горничные). Схема 3 дня + консультации.

Задачи. Повышение компетентности в следующих вопросах:

1. Получение инструкций (уточнение);
2. Вопросы подчинения и субординации;
3. Обратная связь в общении с руководителем;
4. Конфликтология (профилактика и разрешение).
5. Реакция на наказания (критику и замечания);
6. Поведение при проступках и просчетах. Вина. Ответственность.
7. Корпоративное поведение (имидж и марка фирмы).
8. Возможные дополнительные темы: Действия, затрудняющие и облегчающие коммуникацию, Имидж мужчины и женщины. Невербальные средства общения. Психологический контакт. Психологическая наблюдательность. Список качеств, важных для межличностных отношений. Шаги правильного поведения в конфликтах; Ценят в себе люди; Умеете ли Вы

ладить с людьми? Условия достижения взаимопонимания в коммуникации и др

Алгоритм:

1. Составление совместной программы с менеджерами по отбору персонала (психодиагностика).
2. Включение в программу тренинга работы с профессионально значимыми личностными качествами и коррекция их.
3. Изучение типичных ситуаций (проступки, просчеты, прогулы и пр.).
4. Первичное знакомство (возможно тестирование) с обслуживающим персоналом.
5. Подготовка рабочей тетради с инфолистами.
6. Техническая подготовка тренинга.
7. Проведение тренинга.

Тренинг (возможно без видео):

1. Использование элементов личностного тренинга.
2. Вопросы критики и ответственности.
3. Моделирование производственных реальных ситуаций.
4. Ролевые игры
5. Обсуждение группой поведения, обратная связь каждому.
6. Раздача инфолистов с информацией о правильном поведении.
7. Групповое обсуждение успешного поведения.
8. Тренинг успешного поведения до появления автоматизма.

После тренинга производится анализ. Отчет обсуждается с генеральным директором фирмы. В течение 2-х последующих месяцев отслеживается результат в производственной деятельности каждого участника тренинга на его объекте.

Приложение 4

Примерная программа обучающего видеотренинга для администрации (коммерческий отдел)

Около 7 чел. Схема 3+2+2+1

Задачи. Повышение компетентности в следующих вопросах:

1. Поиск заказчика;
2. Поведение при переговорах;
3. Тренинг продаж услуг;
4. Техники понижения эмоционального напряжения при переговорах;
5. Имидж персональный и фирменный;

6. Презентация фирмы и самопрезентация;
7. Европейские техники активного слушания (парафраз);
8. Возможные дополнительные темы: Телефонные переговоры, Иллюзии восприятия образованных людей; Мотивирование и убеждение; Мотивы отказывающегося сотрудничать. Преодоление возражений и др.

Алгоритм:

1. Составление профессиограммы на данную категорию сотрудников.
2. Первичное знакомство (возможно тестирование) с ними.
3. Подготовка ситуаций для моделирования;
4. Подготовка рабочей тетради с инфолистами.
5. Техническая подготовка тренинга.
6. Проведение тренинга.

Тренинг:

1. Моделирование реальных и предполагаемых ситуаций
2. Ролевые игры
3. Съемка на видеокамеру и просмотр группой.
4. Раздача инфолистов с информацией об успешных переговорах.
5. Групповое обсуждение успешного поведения.
6. Тренинг успешного поведения до появления автоматизма

После тренинга производится анализ. Отчет обсуждается с генеральным директором фирмы. В течение 2-х последующих месяцев отслеживается результат в производственной деятельности каждого участника тренинга на его объекте. Проводится сбор информации персонально о каждом. Осуществляется индивидуальная консультация. Готовится программа тренинга следующей очереди.

6.5.ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ К ШЕСТОМУ РАЗДЕЛУ

1. Дайте определение конфликту
2. Формула конфликта
3. Положительно и отрицательное в конфликте
4. Типы конфликтов
5. Пути разрешения конфликтов
6. Способы снятия эмоционального напряжения
7. Тренинги по обучению поведения в конфликтной ситуации
8. Примерная структура тренинга продаж
9. Примерная структура коммуникативного тренинга
10. Примерная структура тренинга коучингу

6.6. ПРАКТИКУМ К ШЕСТОМУ РАЗДЕЛУ

Тест-задание для работников сервиса. Посмотрите на рис. 60. И составьте примерную характеристику каждого из пяти человек в их роли клиентов

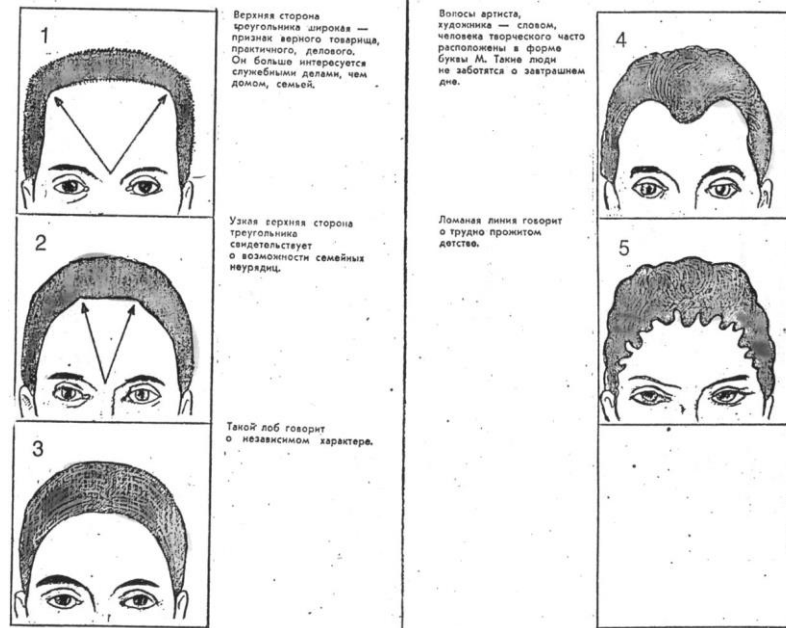


Рис.52.

Фациокраниальная психология: линия волосяного покрова на лице и характер (по И.Горелов. В.Енгальчев)

Одним из существенных параметров поведения при конфликтных ситуациях являются эмпатия и проницательность. Приводимый ниже популярный тест-опросник позволяет выявить их у вас.

Тест. Сверхпроницательность¹

Инструкция: ответьте утвердительно или отрицательно на следующие вопросы:

Вопросы	Да, нет
1. Любите ли вы решать кроссворды?	
2. бывали ли вы на юге?	
3. Любите ли вы ходить босиком?	
4. Пишите ли вы тексты под диктовку без ошибок?	
5. Часто ли у вас болит голова?	
6. легко ли вас разыграть?	
7. Угадываете ли вы преступника в начале детектива?	
8. Выписываете ли вы газеты?	
9. Знаете ли вы, что такое импрессионизм?	
10. Считаете ли вы, что вы хороший работник?	
11. Случалось ли вам смотреть телевизор более 3 часов?	
12. Прижимаете ли вы телефонную трубку к уху, когда разговариваете?	

Ключ: Посчитайте количество набранных вами баллов по следующей таблице

Вопрос	Баллы		<p>Результаты:</p> <p>Если у вас более 23 баллов, то вы сверхпроницательный человек</p> <p>От 21 до 23 – у вас средние показатели</p> <p>От 18 до 22 – о вас нельзя сказать, что вы проницательный человек</p>
	да	нет	
1	4	1	
2	1	2	
3	2	1	
4	3	1	
5	2	1	
6	1	3	
7	4	2	
8	1	3	
9	3	1	
10	2	1	
11	1	2	
12	2	1	

¹ Автор теста неизвестен

От человека зависит его сознательный выбор: вступать или нет в конфликт. На вопрос об этом выборе может ответить следующий популярный тест-опросник:

Тест. Конфликтная ли вы личность?¹

1. Представьте, что в общественном транспорте начинается спор. Что вы предпримете? А) избегаю вмешиваться в ссору; б) я могу вмешаться, встать на сторону потерпевшего, того, кто прав; в) всегда вмешиваюсь и до конца отстаиваю свою точку зрения.

2. На собрании вы критикуете руководство за допущенные ошибки? А) всегда критикую за ошибки; б) да, но в зависимости от моего личного отношения к нему; в) нет

3. Ваш непосредственный начальник излагает свой план работы, который вам кажется нерациональным. Предложите ли вы свой план, который кажется вам лучше? А) если другие меня поддержат, тоже; б) разумеется, я предложу свой план; в) боюсь, что за это меня могут лишить премиальных

4. Любите ли вы спорить со своими коллегами, друзьями? А) только с теми, кто не обижается и когда споры не портят наши отношения; б) да, но только по принципиальным, важным вопросам.; в) я спорю со всеми и по любому поводу.

5. Кто-то пытается пролезть вперед вас, без очереди. Вы, а) думаю, что и я не хуже его, тоже пытаюсь обойти очередь; б) возмущаюсь, но про себя; в) открыто высказываю свое негодование;

6. Представьте, что рассматривается проект, в котором есть смелые идеи, но есть и ошибки. Вы знаете, что от вашего мнения будет зависеть судьба этой работы. Как вы поступите: а) выскажусь и о положительных и об отрицательных сторонах этого проекта; б) выделю положительные стороны проекта и предложу представить возможность продолжить его разработку автору; в) стану критиковать, чтобы быть новатором, нельзя допускать ошибок.

7. Представьте, что теща (свекровь) говорит вам о необходимости экономии и бережливости, о вашей расточительности, а сама то и дело покупает дорогие старинные вещи. Она хочет знать ваше мнение о своей последней покупке. Что вы ей скажете? А) что одобряю покупку, если она доставила ей удовольствие ; б) говорю, что у этой вещи нет художественной ценности; в) постоянно ругаюсь, ссорюсь с ней из-за этого

8. В парке вы встретили подростков, которые курят. Как вы реагируете? А) делаю замечание; б) думаю, зачем мне портить себе настроение из-за чужих, плохо воспитанных юнцов; в) если бы это было не в общественном месте, то я бы их отчитал.

¹ См. В. Шейнов. Как управлять другими . Как управлять собой. Минск 1996

9. В ресторане вы замечаете, что официант обсчитал вас. А) в таком случае, я не дам ему чаевых, хотя и собирался это сделать; б) попрошу, чтобы он еще раз, при мне, составил счет; выскажу ему все, что о нем думаю.

10. Вы в доме отдыха. Администратор занимается посторонним делом, сам развлекается вместо того, чтобы выполнять свои обязанности: следить за уборкой в комнатах, разнообразием меню. Возмущает ли вас это? А) я нахожу способ пожаловаться на него, пусть его накажут или даже уволят с работы; б) да, но если я даже и выскажу ему какие-то претензии, это вряд ли что-то изменит. В) придираюсь к обслуживающему персоналу –повару, уборщице и срываю свой гнев на жене.

11. Вы спорите с вашим сыном-подростком и убеждаетесь, что он прав. Признаете ли вы свою ошибку? А) нет; б) разумеется, признаю; в) постараюсь примирить наши точки зрения.

Подсчет набранных очков

Вопрос/ответ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
А	4	0	2	4	0	2	4	0	4	0	0
Б	2	2	0	2	4	4	2	4	2	4	4
В	0	4	4	0	2	0	0	2	0	2	2

Результаты:

От 30 до 44 очков. Вы тактичны. Не любите конфликтов. Когда же вам приходится вступать в спор, вы учитываете, как это может отразиться на вашем служебном положении и приятельских отношениях. Вы стремитесь быть приятным для окружающих, но, когда им требуется помощь, вы не всегда решаетесь ее оказать. Не думаете ли вы, что тем самым теряете уважение к себе в глазах других?

От 15 до 29 очков. О вас говорят, что вы конфликтная личность. Вы настойчиво отстаиваете свое мнение, не взирая на то, как это повлияет на ваши служебные или личные отношения. И за это вас уважают.

До 14 очков. Вы мелочны, ищете поводы для споров, большая часть которых излишня. Любите критиковать, но только когда это выгодно вам. Вы навязываете свое мнение, даже если не правы. Вы не обидитесь, если вас будут считать любителем поскандалить. Подумайте, не скрывается ли за вашим поведением комплекс неполноценности?

Предлагаем вам проверить, какие наиболее типичные для вас формы поведения в конфликте.

**Тест-опросник Томаса – Килменна
(1972, в адаптации Н.В.Гришиной)**

Выберите то суждение, которые является наиболее типичным для характеристики Вашего поведения в конфликтах.

1.	А	Иногда я предоставляю возможность другим взять на себя ответственность за решение спорного вопроса.
	Б	Чем обсуждать то, в чем мы расходимся, я стараюсь обратить внимание на то, с чем мы оба согласны.
2.	А	Я стараюсь найти компромиссное решение
	Б	Я пытаюсь уладить дело с учетом интересов другого и моих собственных.
3.	А	Обычно я настойчиво стремлюсь добиться своего.
	Б	Я стараюсь успокоить другого и главным образом сохранить наши отношения.
4.	А	Я стараюсь найти компромиссное решение.
	Б	Иногда я жертвую своими собственными интересами ради интересов другого человека.
5.	А	Улаживая спорную ситуацию, я все время стараюсь найти поддержку у другого.
	Б	Я стараюсь сделать все, чтобы избежать бесполезной напряженности
6.	А	Я пытаюсь избежать возникновения неприятностей для себя.
	Б	Я стараюсь добиться своего.
7.	А	Я стараюсь отложить решение спорного вопроса с тем, чтобы со временем решить его окончательно.
	Б	Я считаю возможным в чем-то уступить, чтобы добиться другого.
8.	А	Обычно я настойчиво стремлюсь добиться своего.
	Б	Я первым делом стараюсь ясно определить то, в чем состоят все затронутые интересы и вопросы.
9.	А	Думаю, что не всегда стоит волноваться из-за каких-то возникающих разногласий
	Б	Я предпринимаю усилия, чтобы добить своего.
10.	А	Я твердо стремлюсь достичь своего.
	Б	Я пытаюсь найти компромиссное решение.
11.	А	Первым делом я стараюсь ясно определить то, в чем состоят все затронутые интересы и вопросы.
	Б	Я стараюсь успокоить другого и главным образом сохранить наши отношения.
12.	А	Зачастую я избегаю занимать позицию, которая может вызвать споры.
	Б	Я даю возможность другому в чем-то остаться при своем мнении, если он также идет мне навстречу
13.	А	Я предлагаю среднюю позицию.
	Б	Я настаиваю, чтобы было сделано по-моему.
14.	А	Я сообщаю другому свою. Точку зрения и спрашиваю о его взглядах.
	Б	Я пытаюсь показать другому логику и преимущества моих взглядов.
15.	А	Я стараюсь успокоить другого и главным образом сохранить наши отношения.
	Б	Я стараюсь сделать все необходимое, чтобы избежать напряженности.
16.	А	Я стараюсь не задеть чувств другого.
	Б	Я пытаюсь убедить другого в преимуществах моей позиции.
17.	А	Обычно Я настойчиво стараюсь добиться своего
	Б	Я стараюсь сделать все, чтобы избежать бесполезной напряженности

Продолжение вопросника.

18	А	Если это сделает другого счастливым, я дам ему возможность настоять на своем
	Б	Я даю возможность другому в чем-то остаться при своем мнении, если он также идет мне навстречу.
19	А	Первым делом я стараюсь ясно определить то, в чем состоят все затронутые интересы и спорные вопросы.
	Б	Я стараюсь отложить решение спорного вопроса с тем, чтобы со временем решить его окончательно.
20	А	Я пытаюсь немедленно преодолеть наши разногласия.
	Б	Я стараюсь найти наилучшее сочетание выгод и потерь для обоих.
21	А	Ведя переговоры, я стараюсь быть внимательным к желаниям другого.
	Б	Я всегда склоняюсь к прямому обсуждению проблемы.
22	А	Я пытаюсь найти позицию, которая находится посередине между моей позицией и точкой зрения другого человека.
	Б	Я отстаиваю свои желания.
23	А	Как правило, я озабочен тем, чтобы удовлетворить желания каждого из нас.
	Б	Иногда я представляю возможность другим взять на себя ответственность за решение спорного вопроса
24	А	Если позиция другого кажется ему очень важной, я постараюсь пойти ему навстречу.
	Б	Я стараюсь убедить другого прийти к компромиссу.
25	А	Я пытаюсь показать другому логику и преимущества моих взглядов.
	Б	Ведя переговоры, я стараюсь быть внимательным к желаниям другого.
26	А	Я предлагаю среднюю позицию.
	Б	Я почти всегда озабочен тем, чтобы удовлетворить желания каждого из нас.
27	А	Зачастую я избегаю занимать позицию, которая может вызвать споры
	Б	Если это сделает другого счастливым, я дам ему возможность настоять на своем
28	А	Обычно я настойчиво стремлюсь добиться своего.
	Б	Улаживая ситуацию, я обычно стараюсь найти поддержку у другого.
29	А	Я стараюсь не задеть чувств другого.
	Б	Думаю, что не всегда стоит волноваться из-за каких-то возникающих разногласий.
30	А	Я стараюсь не задеть чувств другого.
	Б	Я всегда занимаю такую позицию в спорном вопросе, чтобы мы совместно с другим заинтересованным человеком могли добиться успеха

КЛЮЧИ

№	Соперничеств о	Сотрудничеств о	Компромисс	Избегание	Приспособление
1				А	Б
2		Б	А		
3	А				Б
4			А		Б
5		А		Б	
6	Б			А	
7			Б	А	
8	А	Б			
9.	Б			А	
10.	А		Б		
11.		А			Б
12.			Б	А	
13.	Б		А		
14.	Б	А			
15.				Б	А
16.	Б				А
17.	А			Б	
18.			Б		А
19.		А		Б	
20.		А	Б		
21.		Б			А
22.	Б		А		
23.		А		Б	
24.			Б		А
25.	А				Б
26.		Б	А		
27.				А	Б
28.	А	Б			
29.			А	Б	
30.			Б		А

По каждому из пяти разделов ключа подсчитайте количество ответов, совпадающих с ключом. Полученные количественные оценки сравните друг с другом для выявления наиболее предпочтительной формы поведения в конфликте. Опросник также выявляет тенденцию взаимоотношений в сложных отношениях, характер противостояния с партнером по конфликту, лидерское положение и взаимоотношения с лидером.

Максимальное количество баллов по каждому разделу (способу реагирования) - 12 баллов.

Если получилось 12 или близкое к этому число, то это свидетельствует о преобладании данного способа реагирования.

Чем меньше число, тем менее характерен данный тип реакции данного человека.

Популярный Тест «Конфликтная личность»?

Инструкция. Посмотрите на рис.52

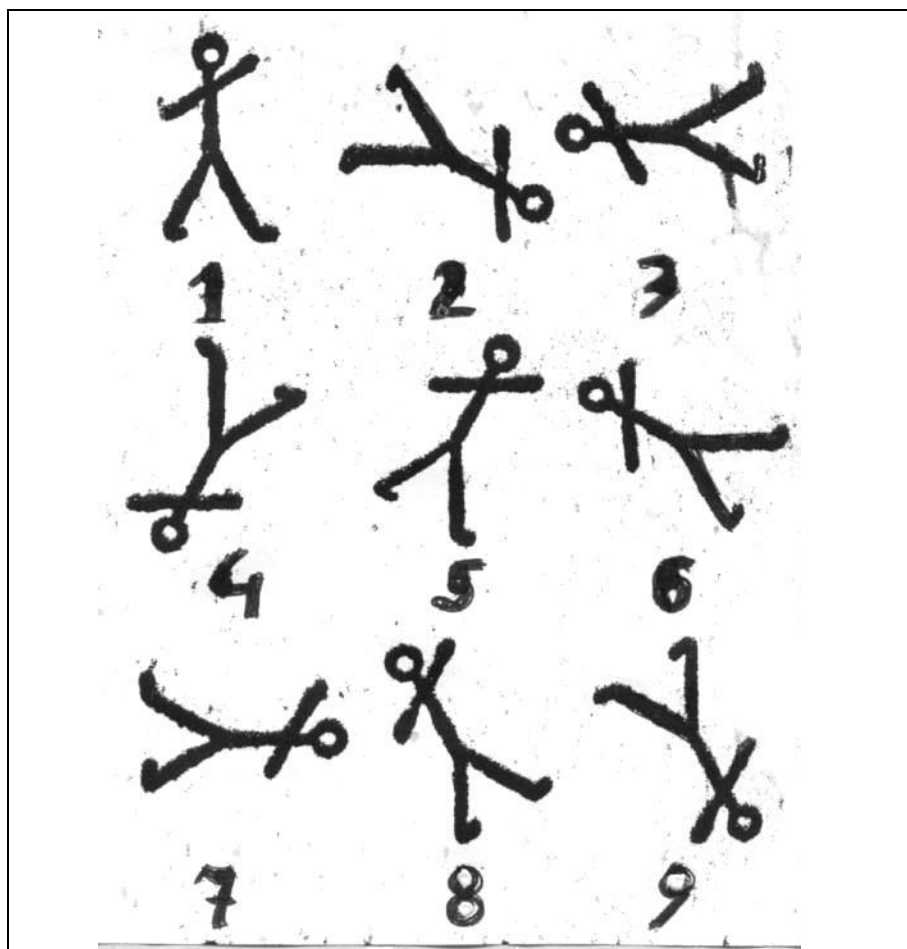


Рис.52

Найдите на нём человека, который противопоставляет себя коллективу, заражён эгоизмом, ведёт себя вызывающе?

Ответ даётся ниже.

6.7. ОТВЕТЫ НА НЕКОТОРЫЕ ЗАДАЧИ, ПРЕДЛАГАЕМЫЕ В ПРАКТИКУМАХ.

Практикум ко **ВТОРОМУ РАЗДЕЛУ**.

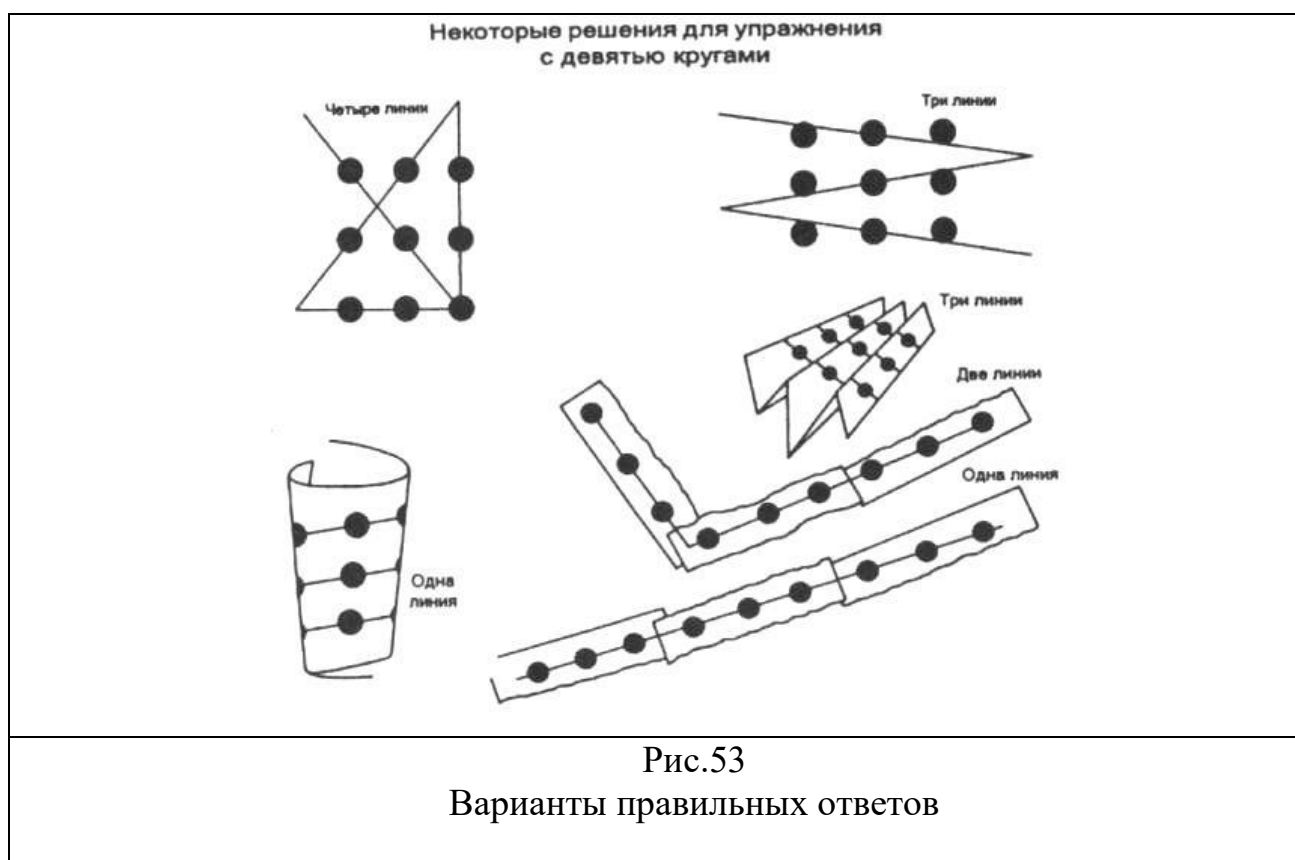
Тест-игра для работников сервиса на наблюдательность. «Кто забыл сумочку?». Ответ: по-видимому, это педагог.

Тест-задание для работников сервиса «Что делать, когда устал?».
Ответ: если вы набрали 10-17, вам можно рискнуть поехать на переговоры.

Тест-задание для работников сервиса «Справитесь ли вы с подчиненными?». Ответ: если вы выбрали треугольник, то возможно, справитесь.

Практикум к **ТРЕТЬЕМУ РАЗДЕЛУ**.

Креативная задача № 14. Ответ: рис.53



Практикум к ЧЕТВЕРТОМУ РАЗДЕЛУ.

Тест-задание для работников сервиса. «Есть ли у него криминальное прошлое?» Ответ: лицо на первом фото – жестокого преступника, на втором – известного писателя.

Практикум к ПЯТОМУ РАЗДЕЛУ

Тест-задание для работников сервиса «С каким из двух клиентов работать?». Ответ: такие люди настойчивы, вы слишком много времени на него потратите, и скорее всего, впустую.

Практикум к ШЕСТОМУ РАЗДЕЛУ

Тест «Конфликтная личность». Ответ: Повертите фигурки и увидите, что № 7 идёт не в ту сторону.

Рекомендуемая литература

1. А.А. Бодалёв .Восприятие и понимание человека человеком. М., 2001;
2. К. Леонгард. Акцентуированные личности. Ростов-на-Дону, 1997.
3. Э. Берн. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. М., 2000;
4. Е.Л. Доценко. Психология манипуляции. Феномены, механизмы и защита. М., 1997.
5. Практическая психодиагностика. Методики и тесты. Учеб. Пособие. Самара, 1998.
6. Дж Фаст. Язык тела. О чем говорят позы и жесты. Ростов-на-Дону, 1997
7. А.В. Батаршев. Психодиагностика способности к общению или Как определить организаторские и коммуникативные качества личности. –М. ВЛАДОС, 1999.
8. Л.Ф., Бурлачук. Морозов С.М. Словарь-справочник по психологической диагностике личности. – СПб: Питер, 1998.
9. Д.Я. Райгородский Практическая психодиагностика. –Самара.: БАХРАХ, 2000.
10. Н.И. Шевандрин. Психодиагностика, коррекция и развитие личности. –М.ВЛАДОС, 1998
11. Энциклопедия психологических тестов: Общение, лидерство, межличностные отношения. М.: АСТ, 1997.
12. А. Анастаси. Психологическое тестирование. - М.: Педагогика, 1982. - Т. I, 2.
13. В.М., Блейхер, Л.Ф Бурлачук. Психологическая диагностика интеллекта и личности. - Киев, 1978.
14. А.А., Бодалев, В.В. Столин Общая психодиагностика. М.: МГУ, 1987.
15. В.В.Губанов, П.А. Захаров. Психоэкология в сервисной деятельности / Теоретические и прикладные проблемы сервиса. №1- 2001
16. И.Горелов. В.Енгальчев. Безмолвный мысли знак. М.Молодая гвардия. 1991
17. В.Д. Плыкин «В начале было слово...» или след на воде. Ижевск, Орион плюс». 2000
18. А.Н.Леонтьев. «Деятельность. Сознание. Личность». Изд полит лит-ры. М. 1975.
19. Г. Клауд и Дж. Таусенд Барьеры (границы). СПб. Мирт .2003
20. В.Шейнов. Как управлять другими. Как управлять собой.Минск.1996
21. В.Г. Федцов, В.В. Федцов. Предпринимательство: сфера сервиса. «Дашков и К». М. 2002

22. Е.Смирнова. «Введение в религиозную психологию». Самара. Бахрах. 2003;
23. Е.Дубова. Кадры. Технологии управления».М. Охрана труда и социальное страхование». 2001
23. Хоружий С.С. После перерыва. Пути русской философии. - СПб.: «Алтейя», 1994.
24. У.Джеймс. Психология. М.1991.Дайджест
25. Куши Микио .Восточная диагностика характера и здоровья по внешности. Ростов-на-Дону. Феникс. 2001
26. Фр.Томас. Тайны лица.М.1991. Московский рабочий
27. Дж. Г.Скотт. Способы разрешения конфликтов. «Верзилин и к, ЛТД». 1991.
28. Шабельников В.К. Психология души. Академия.2003
29. Д.В.Колесов Нравственность и пол. Флинта.2000
30. Язык письма.Эффективные приемы составления писем и ведения деловой переписки П.Данн, А.Пиз . Экмос, 2001
31. Язык и религия.Учебное пособие. Мечковская1998
32. Язык телодвижений Аллан Пиз, Экмос, 2001
33. Тренинг эффективного общения. Льюис Д.
34. Тренинг продаж. Дружинин А.Е.,Замулин А.Л. Речь, 2002
35. Строение тела и характер Кречмер Эксмо, 2000
36. Психологические тесты в 2 т. П/ред.Карелина. Владос2001
37. Психологическая диагностика. Стандартизированные тесты Еникеев М.И. Приор2002
38. Теория и практика тренинга. Серия "Эффективный тренинг" Бакли Р.,Кейпл Дж. Питер, 2002
39. Конфликтология.Учебное пособие.Альбом схем. Мариновская И.Д., В.Л. Цветков 2002
40. Язык одежды, или как понять человека по его одежде. Сорины, сестры. Психологический практикум. Экмос, 2002
41. Л.В.Сидорова. Конструирование инновационной модели молодого специалиста сервиса /сб. Философские, технические, методические, социальные аспекты преподавательской научной и производственной деятельности в сфере сервиса. Вып. 7. Самара. 2002; Л.В.Сидорова. Применение инновационных технологий для формирования профессиональных качеств специалистов сферы сервиса./ сб. Концептуальные аспекты образования в области сервиса. Международная научно-метод кон. 20-23 марта. М.2001. Минобр, МГУс.; см. также И.Е.Лукьянова, А.В.Моисеенко. Креативная деятельность в реабилитационном процессе./ сб. реабилитация – компонент устойчивого развития общества. Материалы всероссийской конференции. 4-5 и.ня 2002. П.р. Свириденко Ю.П. М. 2002; И.П. Соколов. Направления и перспективы

развития науки о сервисе. – Теоретические и прикладные проблемы сервиса.
№ 4. 2002;



Елена Тимофеевна Смирнова (Дубова).

2005 г. Москва.

Об авторе

Елена Тимофеевна Смирнова (Дубова) – окончила Ростовский-на-Дону государственный университет по специальности - психология.

С 1976 года работает психологом-практиком с различными категориями людьми. В течение 10 лет работала патопсихологом и психотерапевтом в различных психо-неврологических и наркологических учреждениях, где ежедневно использовала весь доступный тогда в стране аппарат психодиагностики, проводя тестирование.

В 1982 организовала и возглавила лабораторию медицинской психологии и психотерапии при Краснодарском краевом наркологическом центре, одним из основных направлений работы которого, являлись исследования особых состояний сознания, в том числе достигаемых наркотическими средствами.

С 1988 по 1995 год - главный психолог (психотерапевт) НИИ социологических исследований Минтяжмаша СССР (в последующем ГФП «Центр экспертиз, консультаций и прогнозов»).

С 1991 года живет и работает в Москве. Работала в Федеральной службе России по делам о несостоятельности и финансовому оздоровлению, осуществляя тренинговую работу с персоналом.

С целью разобраться в путях развития современной психологии прошла специализации по медицинской психологии (МГУ, 1982); по психотерапии (Ленинградский НИИ психоневрологический институт им. В.М.Бехтерева, 1985, 1987); по даосской терапии (цигун) («НПЦ нетрадиционных методов оздоровления» при Госкомспорте СССР, 1990,1991); по трансперсональной психологии (УМЦ АО «Психотерапия» Москва, 1993, 1994) и др.

Как психолог-практик Е.Смирнова занималась все эти годы индивидуальной и групповой психотерапией. Накопив большой профессиональный опыт, и осмыслив его, она защитила диссертацию по теме «Психология религии и религиозная психология. Опыт философского анализа» (Российская академия государственной службы при Президенте РФ (1999).

Имеет более 40 публикаций в профильных изданиях, автор книг, среди которых «Кадры. Технологии управления». М. 2001; «Введение в религиозную психологию. С. 2002; «Экспресс психодиагностика. Методики и тесты». 2005. и др.

Настоящее учебное пособие написано в рамках государственного плана по созданию новой профессии в Российской Федерации.

Елена Тимофеевна Смирнова является руководителем отраслевой лаборатории НИЦ ИТТС МГУС (Московского государственного университета сервиса).

Член Союза журналистов Москвы.