
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования

**«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СИСТЕМ
УПРАВЛЕНИЯ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ» (ТУСУР)**

Кафедра управления инновациями

УТВЕРЖДАЮ
заведующий кафедрой УП

А.Ф.Уваров

« ____ » _____ **2012 г.**

Скавинская Е.Н.

Методические указания

к практическим и самостоятельным работам

по дисциплине «Личностные компетенции предпринимателя»

студентам направления 221400.62 «Управление качеством»

Томск 2012

1. Свойства личности.

1.1. Понятие личности. Индивидуальность.

Эффективная деятельность и способность к выживанию в любой организации во многом зависит от человеческого фактора, прежде всего от профессиональных и психологических качеств персонала и руководителя. Для будущих предпринимателей и начинающих бизнесменов знание психологии имеет особую значимость. Психология уберезет вас от многих ошибок, способность поставить крест на судьбе молодого предпринимателя, отвратить его от бизнеса.

Психология (от греч. psyche – душа, logos – учение, наука) – наука о закономерностях развития и функционирования психики как особой формы жизнедеятельности.

Термин «психология» появился в научном употреблении лишь в середине прошлого века. Психология представляет собой разветвленную систему наук. В ней выделяется много различных подотраслей, представляющих собой самостоятельные направления научных исследований.

Для начинающего предпринимателя предметом изучения может стать *психология менеджмента*. Психологию менеджмента интересует:

- личные качества менеджера;
- поведение отдельных людей, занятых бизнесом;
- возможности раскрытия и развития собственного потенциала работников;
- особенности отношений в коллективе;
- формирование имиджа и традиций бизнеса;
- социальные и культуральные психологии партнеров;
- технологии самовывживания делового человека.

Современная психология предлагает достаточно большое количество теорий и методов понимания человека.

Ни одна тема не представляет для людей большего интереса, чем они сами. Более того, для большинства из них нет ничего интереснее их собственной персоны.

Рой Ф.Баумайстер

Личность человека всегда была и остается одной из самых интригующих тайн, волнующих не только выдающиеся умы. Русский философ **Бердяев** Н.А. писал: «Истоки человека лишь частично могут быть поняты и рационализированы. Тайна личности, ее единственности, никому не понятна до конца».

Прежде следует показать различие понятий «человек», «личность» и «индивидуальность».

Человек – вид в биологической классификации. Каждый из нас – природное существо, сложная биологическая система. С помощью сложного психологического механизма человек адаптировался к внешним условиям жизни.

Личность. Психологи по-разному трактуют это понятие, в этом и проявляется сложность самого феномена личности. По психологическому словарю: «личность - это человек, включенный в систему общественных отношений, который приобретает социальные качества для самостоятельной деятельности».

По мнению психолога *Г.Олпорта* «личность – есть прижизненно формирующаяся, индивидуально своеобразная совокупность психофизиологических черт личности, которыми определяется своеобразное для данного человека мышление и поведение».

С точки зрения этики *личность моральная* – это человек, добровольно подчиняющий свои действия моральным требованиям общества, способный ставить перед собой нравственные цели, самостоятельно оценивать свои поступки и действия окружающих, воспитывать себя.

Личностью не рождаются, она находится в процессе постоянного становления. *Личность – человек, стремящийся стать самим собой.*

Индивидуальность – свойства личности, обуславливающие особенности ее житейского поведения и деятельности и т.д. Главное в индивидуальности – биологические характеристики человека, опыт их развития социальной жизнью, трудовой деятельностью. Индивидуальность – это и самобытность чувств, и особенность характера, и оригинальность мышления. Индивидуальность – неповторимое сочетание психологических особенностей человека.

Индивидуальность формируется и проявляется в условиях существования человека и его деятельности. Однако не все способны оценить свою индивидуальность и использовать заложенный в ней потенциал, чтобы дать ему реализоваться.

Основная задача будущего предпринимателя – ощутить себя как ресурс!

Эффективный менеджер – постоянно рефлексивно анализирует свою деятельность, совершенствует ее и себя.

В психологической науке имеется несколько общепризнанных положений относительно личности:

- личность присуща каждому человеку;
- личность, есть то, что отличает человека от животных;
- личность – есть продукт исторического развития, т.е. возникает на определенной ступени эволюции человеческого существа;
- личность есть индивидуальная отличительная характеристика человека, т.е. то, что отличает одного человека от другого.

Структура личности условно может быть представлена схемой:

- Общечеловеческие свойства (ощущения, восприятия, мышление, память, воля, эмоции);
- Социально-специфические черты (социальные условия, роли, ценностные ориентации);
- Индивидуально-неповторимые черты (темперамент, сочетание ролей, самосознание).

1.2. Индивидуально-психологические качества менеджера.

Психика человека – это не просто сумма познавательных, эмоциональных и волевых процессов и функций. Психика представляет собой некоторое единство как психика конкретной личности, а также личности, формирующейся под воздействием социальной практики: обучения, воспитания, труда и жизненного опыта. Личность рассматривается в единстве ее индивидуальности и условий социальной среды. Личность во всей своей деятельности проявляет себя и формируется, когда она *ощущает, воспринимает, запоминает, мыслит, воображает, чувствует, желает*.

Одни и те же закономерности психических процессов и функций присущи каждой личности, но эти закономерности *по-разному проявляются у разных людей*. Существенное значение для изучения психики личности имеют индивидуально-психологические качества личности (в отличие от общественно-психологических, формирующихся под влиянием совместной деятельности и общения).

Индивидуальные психологические качества:

- ***мышление;***
- ***направленность;***
- ***чувства;***

- *эмоции;*
- *способности:* общие,
специальные;
- *память:*
 - по времени сохранения:* кратковременная
 - оперативная
 - долговременная
 - по способу запоминания:* слуховая
 - зрительная
 - двигательная
 - эмоциональная
 - образная
 - словесно-логическая
- *темперамент:* сангвинический
холерический
флегматический
меланхолический
- *характер:* *черты характера по отношению к:* **воля**
 - себе
 - людям
 - труду
 - собственности

1.2.1. Темперамент.

Понятие «темперамент» происходит от латинского «темпераментум» - *смесь*.

Физиологические основы темперамента.

Впервые учение о темпераменте было создано древнегреческим врачом **Гиппократом** (460-356 гг. до н.э.). Различие людей по темпераменту он объяснял различным *соотношением жидкостей* в организме человека. Различают 4 вида жидкостей: желчь (греч. chole) , призванную поддерживать

сухость; кровь (лат. sanguis), предназначенную согревать; слизь (греч. phlegma), призванную охлаждать и черную желчь (греч. melanhole) – сырость, влага в организме.

По мнению Гиппократов, у каждого человека одна из жидкостей преобладает. В новейших теориях признается теснейшая связь между нервными процессами и жидкими средами организма, его гормонами (то, что возбуждает).

Иммануил Кант (1724 – 1804) отмечал, что с физиологической точки зрения, имеют в виду *физическую конституцию* (слабое или сильное телосложение) и комплекцию. В соответствии с учением о темпераментах выделяют темпераменты чувства и темпераменты действия, которые делятся на два вида.

Темпераменты чувства.

А. Сангвинический темперамент человека веселого нрава.

Проявления: человек беззаботный, полный надежд, каждой вещи на момент он придает большое значение. Честно обещает, но не держит слова; добродушен, чтобы оказать помощь другому; но плохой должник – всегда требует отсрочки. Хороший собеседник, шутит, весел, все для него друзья. Обычно не злой человек, но нелегко поддающийся исправлению; сильно раскаивается, но вскоре забывает об этом. Работа его скоро утомляет, любит перемены.

Б. Меланхолический темперамент человека мрачного нрава.

Расположен к меланхолии, везде находит поводы для опасений, обращает внимание прежде всего на трудности. С трудом дает обещания, сомневается, в состоянии ли он его исполнить. Может стать озабоченным, недоверчивым, полным сомнений, маловосприимчивым к веселью.

Темпераменты деятельности.

В. Холерический темперамент человека вспыльчивого.

Горяч, быстро вспыскивает, но при уступчивости других, быстро остывает. В его гневе нет ненависти, его деятельность быстра, но непродолжительна. Он деятелен, но нет выдержки (охотно становится начальником, который сам ничего не делает). Любит блеск, помпезность церемоний; страсть – честолюбие; любит располагать средствами, чтобы не быть скардным; напыщен в обхождении, охотно имеет при себе льстеца, который служит его мишенью для остроумия. Самый несчастный темперамент, ибо больше других вызывает противление себе.

Г. Флегматический темперамент человека хладнокровного.

Флегма – отсутствие аффекта, а не инертность. Флегма как слабость – склонность к бездеятельности, нежелание браться за дело, даже если сильное желание. Флегма как сила – способность приходить в движение и не легко, но на долго. Долго хранит тепло, колеблется, стоит ли ему сердиться. Его темперамент заменяет ему мудрость, его считают философом.

С древнейших времен исследователи, наблюдая значительное разнообразие поведения, совпадающее с различиями в телосложении и физиологических функциях, пытались их упорядочивать, группировать. Наибольшее распространение из конституциональных получила **типология Э.Кречмера**. Главная идея - люди с определенным типом сложения имеют определенные психические особенности.

Лептосоматик – хрупкое телосложение, высокий рост, плоская грудная клетка. Плечи узкие, нижние конечности – длинные и худые;

Пикник – человек с выраженной жировой тканью, чрезмерно тучный. Малый и средний рост, расплывающееся туловище с большим животом и круглой головой на короткой шее.

Атлетик – развитая мускулатура, крепкое телосложение, высокий или средний рост, широкие плечи, узкие бедра.

Диспластик – человек с бесформенным, неправильным строением. Индивиды этого типа характеризуются различными деформациями телосложения (например, чрезмерный рост, непропорциональное телосложение).

С данными типами строения тела немецкий психиатр Эрнест Кречмер (1888-1964) связывал три типа темперамента: *шизотимик, иксотимик и циклотимик*.

Шизотимик имеет астеническое телосложение, он замкнут, склонен к колебаниям эмоций, упрям, малоподатлив к изменению установок и взглядов, с трудом приспосабливается к окружению. **Иксотимик** обладает атлетическим телосложением. Это спокойный маловпечатлительный человек со сдержанными жестами и мимикой, с невысокой гибкостью мышления, часто мелочный. Пикническое телосложение имеет **циклотимик**, его эмоции колеблются между радостью и печалью, он легко контактирует с людьми и реалистичен во взглядах.

Одна из классификаций темпераментов связывает особенности темперамента с различием типов высшей нервной деятельности. По учению физиолога **И.П.Павлова** типы высшей нервной деятельности характеризуются такими основными свойствами, как *сила, уравновешенность и подвижность процессов возбуждения и торможения*. Под силой понимается работоспособность нервных клеток, их способность выносить сильное напряжение, не впадая в тормозное состояние. Выделенные И.П.Павловым типы нервной системы и по количеству, и по характеристикам соответствуют классическим типам темперамента:

- сильный, уравновешенный, подвижный – *сангвиник*;
- сильный, уравновешенный, инертный – *флегматик*;
- сильный, неуравновешенный тип с преобладанием возбуждения – *холерик*;
- слабый тип – *меланхолик*.

Следует учитывать, что темперамент мало подвержен изменениям под влиянием *среды и воспитания*. Это врожденное качество личности. Свойства темперамента могут как благоприятствовать, так и противодействовать формированию определенных черт личности. Долгое время психологи считали, что темперамент неизменен в течение жизни человека. Последние исследования показали, что он может меняться, но медленно. «Закон семерки» говорит о том, что перемены в темпераментной структуре человека могут происходить в периоды одного семилетия к другому: 7 лет, 14 и т.д. Темпераменты меняются, возможно, и потому, что меняется организм, его физические возможности. Возможно, меняется только *внешнее проявление* темперамента. Однако данные выводы еще требуют проверки.

Менеджеру необходимо знать особенности типов темперамента своих подчиненных и учитывать их при найме, распределении работ, при личном общении с ними. Используя сильные качества темперамента можно эффективнее выполнять трудовые задачи. Кроме того, следует знать особенности своего темперамента и учитывать его при установлении контакта с коллегами, с деловыми партнерами, что позволит избежать конфликтов.

Психологические характеристики основных типов темперамента:

Сангвиник. Человек с повышенной реактивностью, живо, возбужденно откликается на все, что привлекает его внимание. По его лицу легко угадать его настроение, отношение к человеку или предмету. У него высокий порог чувствительности, поэтому он не замечает очень слабых звуков и световых раздражителей. Активно принимается за новое дело и может работать не утомляясь. Ему присущи гибкость ума, находчивость, быстрый темп речи. Сангвиник легко сходится с новыми людьми, быстро привыкает к новым требованиям и обстановке. Переучивается, овладевая новыми навыками. Чувства легко возникают и легко сменяются. В большей степени откликается на внешние впечатления, чем на субъективные образы.

Холерик. Отличается малой чувствительностью, высокой реактивностью и активностью. Он необуздан, несдержан, нетерпелив, вспыльчив. Он менее пластичен и более инертен, чем сангвиник. Отсюда большая устойчивость стремлений и интересов, настойчивость, возможны затруднения в переключении внимания, скорее экстраверт.

Флегматик. Его трудно рассмешить и опечалить – он может остаться невозмутимым при общем смехе. При больших неприятностях остается спокойным. Обычно у него бедная мимика, движения замедлены, как и речь. Он ненаходчив, с трудом переключает внимание и приспосабливается к новой обстановке. При этом он энергичен, работоспособен. Отличается терпеливостью, выдержкой, самообладанием. Трудно сходится с новыми людьми, инертен, малоподвижен. Основателен и постоянен.

Меланхолик. Человек с высокой чувствительностью и малой реактивностью. Незначительный повод может вызвать у него слезы, чрезмерно обидчив, болезненно чувствителен. Мимика и движения невыразительны, голос тихий, движения бедны. Меланхолик неэнергичен, ненастойчив, легко утомляется, мало работоспособен. Интроверт. Застенчив, робок, нерешителен, в привычной обстановке может успешно справляться с задачами.

В зависимости от особенностей темперамента люди различаются не конечным результатом действий, а способом его достижения. Исследования показывают, что *именно тип нервных процессов оказывает существенное влияние на формирование определенного стиля деятельности.*

Английский психолог **Г.Айзенк**, проанализировав материалы обследования 700 солдат-невротиков, пришел к выводу, что всю совокупность описывающих человека черт можно представить посредством двух главных факторов: *экстраверсии/интроверсии и невротизма* (или нейротизма).

1.2.2. Характер. Воля.

Темперамент характеризует динамичность (подвижность) личности, но не характеризует ее убеждений, взглядов, интересов, не является показателем общественной ценности личности, не определяет ее возможностей. Люди различного темперамента могут добиваться высоких достижений в одном и том же виде деятельности.

Бизнес предъявляет определенные и большие требования к характеру человека, и прежде всего, к его волевым чертам. Каждый человек имеет характер (даже если говорят, что он бесхарактерный) – комплекс свойств, отличающих его от других людей.

Слов, обозначающих свойства характера, в европейских языках около 4 тысяч. Понятие характера иногда трактуется с противоположных позиций. *Немецкая школа* понимает характер как биолого-генетические задатки, которые потом развиваются и структурируются. *Французская школа* личность – это биолого-генетическая закладка, из которой под влиянием внешнего мира вырабатывается характер со всеми его проявлениями.

В *англо-американской* литературе под характером понимаются поведенческие проявления и формы взаимодействия с внешним миром. Характер – это явление поверхностное, наблюдаемое извне.

Характер в переводе с греческого означает черта, особенность, чеканка, **отпечаток**.

Характер – совокупность (или сочетание) устойчивых индивидуальных особенностей личности, формирующаяся и проявляющаяся в деятельности и общении, обуславливающая для нее способы поведения.

- ✓ Характер не наследуется и не является прирожденным, постоянным и неизменным свойством личности.
- ✓ Характер формируется под воздействием окружающей среды, жизненного опыта, воспитания.
- ✓ Влияния: общественно-исторические (строй, социальная среда), индивидуально-своеобразные (условия жизни, жизненный путь, деятельность).
- ✓ Познание характера позволяет предвидеть его поведение и, тем самым, корректировать ожидаемые действия и поступки.
- ✓ Характер человека проявляется в испытываемых им чувствах и эмоциях, в его импульсивных реакциях, наклонностях и переживаниях (умение же и способность человека владеть этими эмоциями говорит о культуре общения).
- ✓ Характер взаимосвязан с темпераментом и способностями.
- ✓ Характер – это индивидуальная особенность личности. Нет двух людей с одинаковыми характерами, но многое в характере типично для групп людей, объединенных общественным строем, социальным положением, профессией, еще какими-то условиями существования в мире вещей и событий. Для бизнесменов типично проявление чувства партнерства, коммуникабельность, дипломатичность, верность данному слову и т.д.
- ✓ Характер представляет собой неразрывное целое. Изучить целое нельзя, не выделив в нем отдельных сторон и типичных проявлений (черт характера). Под чертами характера понимаются индивидуальные привычные формы поведения, в которых реализуется отношение человека к деятельности.

Черты характера необходимо рассматривать и оценивать во взаимосвязи друг с другом. Каждая черта приобретает свое значение в зависимости от ее соотношения с другими чертами. Например, *смелость приобретает качественно другое значение в сочетании с осторожностью или импульсивностью, высокими моральными чувствами или с чувством мелкого тщеславия.*

Существуют **цельные** характеры – в которых отсутствуют какие-либо противоречия – и **противоречивые**.

Из всего многообразия черт характера выделяются основные виды:

Моральные – чуткость, деликатность, внимательность.

Волевые – решительность, настойчивость, твердость, целеустремленность, упорство, смелость, самостоятельность, выдержка, дисциплинированность.

Эмоциональные – вспыльчивость, нежность, страстность и т.д.

С характером неразрывно связаны и *способности*. Высокий уровень способностей сочетается с такими чертами характера как высокая требовательность к себе, умение критически относиться к своему делу. Уровень способностей связан с умением настойчиво преодолевать трудности, не падать духом под влиянием неудач, работать организованно, проявлять инициативу.

Итак, *основа любого характера* – это характер связи человека с внешним миром.

Стержень любого характера обуславливает, каким образом человек направлен, какие у него взаимоотношения с миром, в какой степени они выражены внешне, какими способами он осуществляет связь между человеком и внешним миром, включая характеристики биологической почвы, нервной возбудимости, темперамента, работы подсознания.

Тип шизоидный – самый сильный в плане возможностей, адаптации, хотя имеющий много слабых мест, творческий тип, создающий человеку много трудностей.

Тип истероидный – сильный, но противоположный шизоидному, неустойчив в поведении, эгоцентричный.

Шизо-истероидный и истеро-шизоидный – комбинированные типы характера.

Психастенический тип – повышенная истощаемость психических процессов, тревожность, частые сомнения, неуверенность в себе.

Эпилептоидный (иззоидный) тип – просоциальный (вязкий) и асоциальный (эксплозивный). Педантичны, ригидны, чрезмерно аккуратны, обстоятельны.

ВОЛЯ – это способность управлять своими действиями в соответствии с целями и мотивами деятельности, или умение преодолевать внутренние и внешние трудности при совершении целенаправленных действий и поступков.

В предпринимательстве роль воли очень велика, т.к. часто возникают различные трудности: непредвиденные изменения в экономической ситуации страны или партнеров по бизнесу, изменения производственной ситуации, отказы от сделки, конфликты в команде и т.д. Во многих

профессиях человеку приходится управлять своим настроением: менеджеры, агенты, рекламные агенты, преподаватели, продавцы, работники сферы обслуживания.

Некоторые недостатки характера могут принести вред работе и бизнесу.

Упрямство – «*карикатура сильной воли*». Упрямый не любит работать над собой, во что бы то ни стало действует по-своему, с трудом поддается доводам, консервативен, трудны отношения с коллективом. При правильном использовании волевых качеств - успех дела. Немецкий психолог *Киришнер* выделяет сдерживающие качества мешающие раскрытию наших способностей:

- перекладываем ответственность на других;
- другим верим больше, чем самим себе;
- лицемерим из любезности, что приводит к деградации наших чувств;
- недостаточно готовы защищать наше право на счастье и самореализацию;
- позволяем заглушить в себе силу, дающую нам независимость, - фантазию;
- неспособны обратиться к важному и отказаться от несущественного.

Различаются положительные и отрицательные черты характера по отношению *к труду, к людям и к самому себе*.

Виктор Гюго утверждал «у каждого человека три характера: тот, который ему приписывают, тот, который он сам себе приписывает, и, наконец, тот, который есть в действительности».

Адекватная **самооценка** – одно из условий совершенствования личности.

1.2.3. Способности. Талант.

Способности – это индивидуально-психологические особенности личности, отвечающие требованиям данной деятельности и являющиеся условием успешного ее выполнения.

Способности – весьма важные условия успеха в бизнесе и предпринимательстве.

Способным можно быть к чему-то: к учению, спорту, профессиональной деятельности и т.д. Громкий голос или длинные ноги сами по себе не способности, хотя и помогают добиться успеха в определенной области.

Общие способности: качества ума, особенности памяти, речевые способности, способность к труду и т.д.

Специальные способности: музыкальные (слух, чувство ритма), быстрота двигательных реакций, тонкость цветоразличения для художника, педагогические, организаторские, способности к предпринимательству и т.д.

- Способности не даются человеку от природы в готовом виде, они формируются прижизненно.
- На развитие способностей накладывает отпечаток характер требований от профессий. Так, высокая чувствительность к цветоразличению может быть способностью и художника и товароведа. Хороший глазомер нужен и топографу, строителю, художнику, закройщику и т.д.
- Способность обнаруживается в процессе соответствующей деятельности. Не наблюдая человека в деятельности нельзя судить о его способностях.
- Врожденными являются *задатки* - анатомо-физиологическая предрасположенность к развитию способностей. Задатки – только одно из условий формирования способностей. Музыкантом становится человек с задатками и много и настойчиво занимающийся данной деятельностью.
- Способности связаны со склонностями. *Склонность* – это потребность в определенной деятельности, увлеченность ею.
- От способностей зависит быстрота и легкость приобретения навыков и знаний. Но недостаточное знание или умение нельзя принимать за отсутствие способностей.

«За такие рисунки вам даже мимо Академии надо запретить ходить!», - сказали преподаватели Академии художеств, оценив работы юного В.И.Сурикова. Суриков в течение трех месяцев овладел техникой рисования и поступил в Академию.

Н.В.Гоголя преподаватели начальной школы считали неспособным к изучению русского языка. Неспособным считался и ученый-физик И.Ньютон, причем как в физике, так и в математике.

Любая деятельность требует от человека не одной способности, а ряда *взаимосвязанных способностей*. Недостаток одной может быть компенсирован за счет усиленного развития другой способности. Для успеха в деятельности, кроме наличия способностей, интересов и склонностей, необходим ряд черт характера, как трудолюбие, организованность, сосредоточенность, устремленность. Как правило, способности всегда сочетаются с трудолюбием.

И.Репин говорил, что высокий уровень достижения – это награда за каторжный труд.

А.Эйнштейн однажды заявил в шуточной форме, что он добился успехов только потому, что «его отличало упрямство мула и страшное любопытство»

Изучение способностей людей в трудовом коллективе – одна из важнейших задач менеджера, руководителя. «*Бесталанных людей нет*», надо только помочь человеку найти себя, показать свои возможности. Подобрать человеку работу по способностям – значит обеспечить высокую производительность труда и удовлетворенность им личности. Для того, чтобы деятельность влияла на развитие способностей, она должна удовлетворять условиям:

- вызывать у сотрудника положительные эмоции, удовольствие;
- быть по возможности творческой или самостоятельной;
- быть организована так, чтобы цели немного превосходили наличные возможности.

Высокий уровень развития способностей называют талантом.

ТАЛАНТ – наиболее благоприятное сочетание способностей, дающих возможность особенно успешно, творчески выполнять определенную деятельность.

Талантливым может быть и врач, учитель, летчик, бизнесмен, финансист.

1.2.4. Эмоции и чувства. Направленность личности.

Особое место среди индивидуально-психологических качеств личности занимают эмоции, поскольку любая профессиональная деятельность человека имеет эмоциональную окраску. Одни события вызывают у него радость, другие огорчение, одних он любит, других ненавидит, чего-то боится, одними поступками гордиться, других стыдится. Работая, человек выражает свое отношение к работе и условиям в форме чувств и эмоций. Нередко эти два слова употребляют как синонимы.

Чувствами называют *переживание* человеком своего *отношения* к тому, что он познает или делает, к другим людям и самому себе.

Чувство – более сложное, постоянное, устоявшееся отношение человека, черта личности.

Эмоции – более простое, непосредственное переживание в данный момент. Чувства выражаются в эмоциях, но не непрерывно и в данный момент могут не выражаться в каком-либо конкретном переживании.

Эмоции	Чувства
--------	---------

<ul style="list-style-type: none"> ➤ Эмоции относятся к процессам внутренней регуляции поведения. ➤ Эмоции являются источником энергии. ➤ Эмоции могут выражать оценку отдельных условий, которые способствуют или препятствуют осуществлению деятельности (страх, гнев), к конкретным достижениям в труде (радость, огорчение), к возможным или сложившимся ситуациям. ➤ Эмоции могут вызываться как реальными, так и воображаемыми ситуациями. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Чувства свойственны только человеку, примитивные эмоции удовольствия, радости, гнева, страха могут переживать и высшие животные. ➤ Чувства – высший продукт развития эмоций. ➤ Чувства относительно устойчивы. ➤ Чувства могут быть активными, имеющими положительный эмоциональный тон (радость, гордость, удовольствие), и пассивными, имеющими отрицательный эмоциональный тон (печаль, раздражение).
--	---

Положительные эмоции, вызываемые полезными воздействиями на психическое состояние человека, побуждают его к их достижению и сохранению. Положительное эмоциональное состояние повышает работоспособность, снижает утомляемость, поднимает общий жизненный тонус. Состояние эмоционального подъема означает повышенный интерес к работе, уверенность в себе, преодоление временных неудач.

Отрицательные эмоциональные переживания связаны с такими изменениями в организме, которые снижают психическую активность человека, ведут к ухудшению его деятельности.

Отрицательные эмоции стимулируют активность, направленную на избегание (повторение) вредных воздействий. Это чувства растерянности, напряженности. Чувство напряженности может переживаться как приятное, если оно сопровождается уверенностью в своих силах, и как мучительное состояние, связанное с осознанием слабости своих сил.

В последние годы ученые открыли существование в разных подкорковых отделах мозга своеобразных эмоциональных центров, которые условно названы «центрами страдания» и «центрами наслаждения».

Эмоции не просто связаны с деятельностью, сопровождают ее, отражают ее ход и результаты, они еще и регулируют деятельность. Для достижения наивысшего результата нежелательны как слишком слабые, так и очень сильные эмоциональные возбуждения. Для каждого человека есть *оптимум эмоциональной возбудимости*, обеспечивающий максимум эффективности в работе.

- ✓ В психологии выделяют виды высших человеческих чувств:
- ✓ **Моральные** (нравственные) – чувства долга, чести, дружбы.
- ✓ **Интеллектуальные** (познавательные) выражают отношение личности к процессу познания, его успешности.
- ✓ **Эстетические** выражают отношение к фактам жизни и их отображению в искусстве (чувство прекрасного).

Чувства подразделяются на конкретные, обобщенные и абстрактные.

Виды эмоций:

Настроение – длительное эмоциональное состояние, которое придает определенный эмоциональный тон, окраску всем другим переживаниям, мыслям и действиям человека.

Настроение более других влияет на деятельность личности и ее результаты.
Настроением можно и должно управлять!

Плохое настроение можно преодолеть волевыми усилиями, можно переключиться на физический труд, на другую деятельность.

Аффект – сильная, бурно протекающая эмоциональная реакция, носящая характер эмоционального взрыва (ужас, ярость, страх...).

Аффекты обычно сопровождаются двигательным перевозбуждением, и наоборот, вызвать оцепенение, заторможенность речи, полное безучастие (страх, отчаяние). Вызываются аффекты сильными раздражителями (словами, поведением, обстоятельствами). Более склонны к аффектам холерики. Чаще всего аффективные реакции есть следствие недостаточности воспитанности, его слабой воли, неумения владеть собой.

Однако учись владеть собой!

Страсть - сильное, глубокое чувство, захватывающее человека надолго.

Страсть связана с какими-либо стремлениями, интересами, деятельностью, направляет все помыслы и действия человека. Страсть может быть положительной и отрицательной по направленности. Положительная – к театру, учению, спорту, науке.

Отрицательная – к обогащению, к алкоголю, азартным играм, деньгам, направленная на мелкие или недостойные цели.

Цвет и эмоции. Основатель психофизиологического направления в учении о цвете швейцарский ученый **Макс Люшер** доказал, что каждый человек воспринимает цвет по-своему. С древних времен люди подметили, что *цвет влияет на эмоции, самочувствие и даже аппетит*. Сейчас делаются попытки использовать влияние цвета на психофизиологию человека в производственной, культурной сферах и в бизнесе. Восприятие цвета и

отношение к нему зависит главным образом от эмоционального же состояния. Изменилось состояние – изменилось отношение к цвету. Обнаружились закономерности: определенным эмоциональным состояниям человека соответствует его устойчивое отношение к цвету (предпочтение, отвержение, равнодушие).

Восприятие цвета у человека формировалось в результате образа жизни и взаимодействия со средой. Сначала жизнь человека определялась ночью и днем. Ночь означала прекращение деятельности, день требовал активных действий – поиска пищи, обустройства. Темно синий ассоциировался с ночным покоем, желтый – с солнечным днем и его заботами. Поэтому отношение к цвету эмоционально.

Еще один вывод М.Люшера: цвет не только вызывает соответствующую реакцию, но и сам формирует эмоции человека. Это означает, что ***с помощью определенных цветосочетаний можно управлять отношением потребителя к рекламе!***

Направленность – система побуждений, определяющая избирательное отношение личности к окружающему.

Направленность характеризуется целями и стремлениями человека, влияет на жизнь и деятельность. В психологии различают:

Направленность на СЕБЯ: стремление личности к престижу и первенству, часто при безразличии к коллегам и обязанностям, эгоизм, эгоцентризм, зазнайство, склонность к соперничеству, ориентация на прямое вознаграждение, раздражительность, тревожность, интровертированность.

Направленность на ОБЩЕНИЕ: стремление поддерживать отношения, ориентация на совместную деятельность, на социальное одобрение, потребность в привязанности и эмоциональных отношениях с людьми, общительность, сопереживание, терпимость, уважительность.

Направленность на ДЕЛО: заинтересованность в решении деловых проблем, ориентация на сотрудничество.

Направленность на карьеру, на семью и т.д.

Мировоззрение – высшая форма направленности личности, система взглядов на мир, на место в нем человека, отношение к действительности, к самому себе, а также жизненные позиции, убеждения, идеалы, принципы, ценностные ориентации.

Мировоззрение не только определяет общую направленность личности, ее целеустремленность, стойкость и твердость – оно сказывается на всем облике человека.

1.2.5. Мышление.

Психические процессы – это формы психического отражения человеком внешнего мира. Они отражают отношение человека к окружающему, побуждают к деятельности. Они протекают в виде реакции, имеют начало, развитие и конец.

Психические процессы делятся на три группы:

- **познавательные** (ощущение, восприятие, память, мышление, речь, воображение, внимание);
- **эмоциональные** (переживания отношений человека к тому, что он ощущает, воспринимает, думает, говорит);
- **волевые** (проявление сознательной активности человека в ходе **обдумывания, припоминания, восприятия**).

Мышление – процесс обобщенного отражения действительности, направленный на решение познавательных, теоретических и практических задач.

Обобщение происходит путем сопоставления отдельных свойств, признаков ряда воспринимаемых предметов или явлений, выделение из них общих и в то же время существенных признаков и свойств. Понятие «магазин» более или менее одинаково – это не вокзал или стадион.

- Мышление всегда направлено на решение какой-либо задачи, связано с **постановкой определенных задач**. Первоначально мышление возникает в практической деятельности, это практическое мышление. Способом решения задачи является практическое действие (ребенок ломает игрушку, чтобы посмотреть, что там внутри).
- Мышление часто разворачивается как процесс решения задачи, в которой выделяются **условия и требования**. *Продуктом мышления могут быть цепи последующих действий*. Сама мыслительная деятельность может выступать как совместная (*мозговая атака*).
- Развитие мышления зависит от **знаний** (знания и ум не одно и то же). Отличительная особенность умного человека – умение привести в систему имеющиеся знания, организовать их так, чтобы можно было ими пользоваться. Умный человек не гарантирован от ошибок, но допустив ошибку, он умеет ее исправить.
- Мышление взрослого, нормального человека неразрывно связано с **речью**. Мысль не может ни возникнуть, ни протекать, ни существовать вне языка и речи.

Различают:

Интуитивное мышление – отсутствие этапов, быстрота протекания, минимальная осознанность.

Наглядно-образное – решение задачи связано с восприятием окружающей действительности, решение принимается только наблюдая за предметом.

Наглядно-действенное - решение задачи связано с помощью реального, физического преобразования ситуации, опробирования свойств объектов.

Теоретическое – решение задачи в уме.

Макиавелли прекрасно разбирался в людях, он изучал их и с помощью хорошо разработанного антропологического метода, используемого еще *Гесиодом* (VIII в. До н.э.). Так, он придерживался той точки зрения, что все люди обладают тремя видами разума и соответственно этому делятся на три категории:

- первые все понимают сами;
- вторые могут оценить то, что понимают другие;
- третьи не понимают сами и не могут понять с помощью других.

ВИЗУАЛЬНОЕ мышление.

Визуальное мышление означает использование преимуществ естественной способности человека *видеть* – не только посредством глаз, но и мысленно, позволяющей обнаруживать идеи, которые в противном случае остались бы незамеченными; быстро и интуитивно развивать их, а затем доносить до других людей таким образом, чтобы окружающие быстро понимали и принимали их.

Навыки визуализации бизнес-проблемы, продвижения товара на рынке, решения некой трудности, донесение находок и инноваций до окружающих, - компетенция, с помощью которой предприниматель усовершенствует свое представление о бизнес-идее и эффективнее ее продвинет. Визуализировать с помощью рисунков можно глобальную, небольшую, частную, политическую, техническую, эмоциональную, касающуюся людей, техники, финансов, средств и процессов бизнес-проблему.

У большинства людей зрение является самым развитым чувством, но когда дело доходит до визуального мышления, мы ограничиваем себя тем, что лежит «на поверхности». С помощью образного воспроизведения ситуации можно научиться решать проблемы.

Этапы процесса визуального мышления.

Посмотреть. Это процесс восприятия объектов окружающего мира. Смотреть – значит собирать сведения и данные, делать первоначальные приблизительные оценки происходящего с целью определить, как реагировать. Это процесс сканирования окружающей среды для создания общей исходной картины: на данном этапе мы стараемся почувствовать окружающее и одновременно (и подсознательно) задать себе вопросы, которые и помогают нашему разуму произвести первоначальную оценку.

Вопросы, возникающие на этапе:

- *Что это там? Сколько там его? Чего там нет?*
- *Насколько глубоко я могу заглянуть? Каковы границы и пределы моего видения в данной ситуации?*
- *Что я могу узнать и понять прямо сейчас, а что меня сбивает с толку?*
- *Ожидал ли я увидеть то, что увидел? Могу ли я понять и оценить то, что вижу быстро или это займет время?*
- *Могу ли я отфильтровать и исключить то, что мне представляется неважным?*

Действия:

- *Сканировать всю картину в целом.*
- *Определить границы своего видения.*
- *Выбрать первоначальное направление действий, отсеивая неважные.*

Увидеть. Это другая сторона обработки информации, мозг начинает действовать более сознательно. Теперь мы осуществляем отбор данных, заслуживающих более детального анализа и изучения. Этап базируется на распознавании закономерностей увиденного.

Вопросы:

- *Знакомо ли мне то, что вижу? Видел ли я подобное раньше?*
- *Проявляются ли в том, что я вижу, закономерности? Вырисовывается ли что-то конкретное, особое?*
- *Какие приоритеты, закономерности, взаимодействия способны помочь мне лучше понять эту среду?*
- *Достаточно ли данных, чтобы увиденное приобрело смысл и стало полезным для меня?*

Действия:

- *Фильтрация информации по степени полезности и важности: активно отбирать визуальные образы.*
- *Классифицирование и разграничение сведений: не только отделить, но и упорядочить отобранное в разные категории по типу.*
- *Выявление закономерностей, поиск визуальных характеристик во входящей информации.*
- *Группировка данных с использованием **креативного** подхода: объединить подобное, сгруппировать в категории.*

Вообразить. Начало оперирования визуальными образами в процессе принятия решения. Либо это акт видения чего-то с закрытыми глазами, либо акт видения чего-то, чего на самом деле в данный момент вы видеть не можете, или внутреннее зрение.

Вопросы:

- Где я видел это раньше? Могу ли провести аналогии?
- Есть ли лучшие способы выявить закономерности в том, что я вижу?
- Могу ли я по-другому использовать эти закономерности, чтобы сделать понятным то, что еще не понятно?
- Существует ли некая структура, объединяющая то, что я видел?

Действия:

- Закрывать глаза и увидеть нечто большее: не появятся ли новые взаимосвязи?
- Поиск аналогии: как аналогичные решения могут помочь вам выработать новые решения?
- Управление образами: переверните увиденную картинку вверх ногами, справа налево, измените систему координат. Увидели вы что-то новое?
- Изменение очевидного: стимулируйте новые идеи, находя разные способы показать одно и то же.

Показать другим. После того, как мы выявили закономерности, нашли в них смысл и извлекли из них пользу, определили, как нужно ими управлять, чтобы открыть и понять что-то новое, следует донести свое представление до других людей. Необходимо отыскать форму для визуального представления своих идей, точно донести идею на бумаге.

Вопросы:

- Какие картины из тех, что я представил, можно считать наиболее важными для меня и аудитории?
- Как лучше всего визуально донести смысл до людей?
- Сохранит ли смысл то, что я показываю сейчас другим?
- Видят ли другие то же, что и я?

Действия:

- Четкая формулировка своих лучших идей: распределить все визуальные идеи по степени авторитетности.
- Выбрать самую подходящую структуру и изобразить ее на бумаге.
- Убедиться, что ответы на вопросы: кто? что? сколько? и где? четки и понятны, кульминацией должно стать визуальное изображение ответа на вопросы: как? зачем? и почему?
- Проверка проделанной работы: вернуться к исходной, первоначальной картине и посмотреть, сохранило ли то, что вы представляете другим тот смысл, который вы хотели донести?

Посмотреть = собирать и фильтровать информацию!

Увидеть = отобрать и сгруппировать!

Вообразить = увидеть то, чего нет!

Показать другим = объяснить!

Применяя инструменты визуального мышления, начинающий предприниматель способен объяснить самые трудные проблемы и решить самые запутанные вопросы.

1.2.6. Память.

Память – это основа личности. По представлению древних греков, богиня памяти *Мнемозина* – мать девяти муз, покровительниц всех известных тогда наук и искусств.

Именно благодаря памяти человек способен нормально ориентироваться в окружающей действительности, иначе лишенный памяти он, по выражению И.М.Сеченова, «вечно находился бы в положении новорожденного».

Память – форма психического отражения действительности, заключающаяся в закреплении, сохранении и последующем воспроизведении прошлого опыта.

Запоминание – процесс направленный на сохранение в памяти полученных впечатлений, информации.

Сохранение – (процесс активной переработки материала и запечатления его) и забывание.

Воспроизведение и узнавание – процессы восстановления в памяти ранее воспринятого. Воспроизведение происходит при отсутствии ранее воспринятого объекта, узнавание – при повторной встрече с ним.

Виды памяти: зрительная, слуховая, двигательная, словесно-логическая, эмоциональная, осязательная, обонятельная, вкусовая и т.д.

Долговременность памяти зависит от яркости ощущений, полноты восприятия и глубины осмысления запоминаемого. Различают **кратковременную** (на несколько секунд – память кассира, дающего сдачу), **оперативную** (срок, в течение которого необходимо сохранять полученную информацию, определен) и **долговременную** (требующую больших усилий, но зато дающую результат на многие годы) виды памяти.

Память характеризуется объемом, т.е. количеством предметов или фактов, которые способен запоминать человек за определенное время. Запоминается то, что связано с целью деятельности, ее содержанием. При запоминании большую роль играет *интерес* к тому, что надо запомнить. Увлеченный своей работой человек запоминает лучше все, что связано с его профессией, значительно прочнее и быстрее человека, который тяготится своей работой.

В памяти важны три качества: быстрота запоминания, его прочность и проворство припоминания. Интересны законы памяти, предложенные Е. Жариковым:

- ✓ Пытайтесь во всем найти смысл. Конспектируйте. «Что приобретается при чтении посредством пера – превращается в плоть и кровь» - полагал *Сенека*.
- ✓ Интереснее та информация, от которой ожидается польза. «Не читай ничего, что не желаешь запомнить, и не запоминай то, что не имеешь в виду применять».
- ✓ Объем оперативной памяти – т.е. при одновременном восприятии она способна удержать **семь объектов** (лиц, предметов, слов, фраз, параграфов), поэтому следите за количеством запоминаемых объектов. Причем легче запоминается первый и последний элементы ряда. Именно последнее слово в споре остается в памяти, а не долгие дебаты. Разбейте информацию на исходные единицы.
- ✓ Настраивайтесь на запоминание.
- ✓ Лучший способ забыть только что выученное – попытаться тут же запомнить нечто похожее. После математики учите литературу, а не физику.
- ✓ Представив обстановку, в которой происходило событие, вы сможете припомнить и его, потому что впечатления имеют свойство вызывать друг друга (узелок на память).
- ✓ Вся информация должна восприниматься как законченное целое. Учите все сразу (стихотворение, теорему и доказательство).

Любая профессия, если человек отдается ей на много часов в сутках, на много дней в году, погружен в нее своими мыслями, делами, поступками, начинает им повелевать, делать его отличающимся от людей других профессий. В **ситуациях нацеленности на успех психические функции** дают эффект повышенной работоспособности: человек лучше запоминает, острее воспринимает, быстрее принимает решения. Эффект собранности познавательных возможностей часто дополняется внутренним озарением, наитием; человек неожиданно для себя вдруг **концентрирует свои скрытые психические резервы**.

1.3. Общественно-психологические качества личности.

Формирование внутренних качеств личности человека существенно зависит от среды. Это еще больше относится к формам поведения личности, связанным с общением и взаимодействиям людей. Таким образом, поведение человека зависит не только от его внутреннего мира, но и от внешнего.

Поэтому кроме индивидуальных качеств каждая личность характеризуется и *общественно-психологическими свойствами.*

Общественно-психологические качества:

Социализация личности,

формирование жизненной позиции: *в сфере деятельности*

в общении

самосознание

Социальные чувства (долг, ответственность)

Ценностные ориентации

Стереотипы

Убежденность

Социальные ожидания:

право ожидания от других

обязанность вести себя

соответственно ожиданиям других

Социализация личности – процесс становления личности, обучения, усвоения человеком ценностей, норм, установок, образцов поведения, присущих данному обществу, социальной общности, группе. Формирование на основе усвоения социального опыта жизненной позиции личности, приобретение необходимых для жизни среди людей знаний, умений, навыков.

Ведущим и определяющим началом социализации личности является *воспитание*. Наряду с этим она может происходить и в условиях стихийного воздействия на человека различных обстоятельств жизни в обществе, имеющих иногда характер разнонаправленных факторов (семейного и внесемейного общения, искусства, средств массовой информации и др.). Процесс социализации является важным компонентом в определении установок, на основании которых действуют люди.

Процесс социализации:

Детский опыт :

- Отношения, сложившиеся в семье: вербальные и невербальные модели общения.
- Тип личности близкого взрослого человека.
- Позитивное или негативное отношение, внимание (ласка) или порицание.
- Отсутствие соответствующих сигналов.

- Наличие соответствующих сигналов.

Детский опыт влияет на:

Решения, принимаемые в раннем детстве – зарождение самооценки:

- Представления о себе: внутренний диалог и позитивное или негативное самоубеждение (аффирмация).
- «Я ничего не могу делать так, как надо»
- «Я дурак»
- «Я могу думать своей головой»
- «Я могу делать все так, как надо».

Решения влияют на:

Жизненные установки: ощущение благополучия или

неблагополучия, собственного или чужого.

- «Я в порядке, ты в порядке»
- «Я в порядке, ты не в порядке»
- «Я не в порядке, ты в порядке»
- «Я не в порядке, ты не в порядке».

Установки влияют на:

Ролевой треугольник :

жертва – преследователь – спаситель.

Роли влияют на:

Самооценку и убеждения взрослого:

- в виде установок;
- в виде предубеждений;
- в виде системы ценностей;
- в виде ощущений;
- в поведении и моделях восприятия.

Расширение и углубление социализации человека происходит в трех основных сферах: *деятельности, общения и самосознания.*

В сфере деятельности осуществляется расширение видов труда, а также ориентировка (выделение главного в деятельности, ее осмысление). В сфере общения происходит расширение круга общения, обогащение его содержания, углубление познания другого человека, развитие навыков общения. В сфере самосознания формируется образ собственного «Я» как активного субъекта деятельности.

В психологии используется понятие *социальные чувства* – чувство долга, товарищества, патриотизма, ответственности, коллективизма и т.д.

1.3.1. Я-концепция. Я в социальном мире.

Существуют трудноуловимые связи того, что происходит в окружающем мире и в наших головах. Вот некоторые выводы (Д.Майерс):

- Социальное окружение влияет на наше самоощущение (self-awareness).

Будучи представителями разных культур, рас и полов, мы замечаем, что отличаемся и как другие реагируют на наши отличия.

- Эгоизм искажает социальные суждения.

Нас нельзя назвать объективными, бесстрастными оценщиками событий. Когда все хорошо, мы склонны приписывать успехи себе, при неудачах обвиняем других.

- Забота о себе мотивирует социальное поведение.

Многие наши действия можно назвать стратегическими. В надежде произвести приятное впечатление мы тратим деньги на внешний вид. Большая часть наших поступков продиктована заботой о собственном имидже.

Связь между нами и окружающими – улица с двусторонним движением!

Наши мысли и чувства, связанные с собственным Я, влияют на интерпретацию происходящего вокруг нас, на то, как мы вспоминаем события, и на наши реакции на окружающих. Окружающие же помогают нам формировать восприятие самих себя. Элементы нашей **Я-концепции** – **убеждения**, с помощью которых мы определяем себя, представляют собой **Я-схемы**. Схемы – это шаблоны сознания, с помощью которых мы организуем наши миры. Наши *я-схемы* – наше восприятие самих себя как спортивных, слишком толстых, умных и т.д. – активно влияют на то, как мы обрабатываем социальную информацию. Они влияют на то, как мы воспринимаем, запоминаем и оцениваем и окружающих и самих себя. Если в центре вашей концепции занятие спортом – вы будете обращать внимание на спортивные навыки людей, их спортивные фигуры, спортивные события.

Я-концепции включают и *наши возможные Я*, то есть то, каким мы можем стать. Мы мечтаем стать богатыми, изящными, страстно любимыми. В наше Я входят и те Я, которыми мы боимся стать: безработный, нелюбимый, не успешный. Такие возможные Я подталкивают нас к достижению определенных целей.

Самоуважение (как наиболее полная самооценка) является ли суммой всех наших наличных и возможных Я?

Самоуважение – глобальный уровень самовосприятия, включающий помимо частных самооценок степень принятия.

Майерс

Если мы считаем себя привлекательными, умными, заслуживающими богатства и любви, означает ли это, что у нас адекватная самооценка? Психологи утверждают, что для того, *чтобы люди относились к себе лучше, нужно, чтобы они почувствовали себя более умными и привлекательными.* Однако Джонатан Браун и Кейт Даттон считают, что если человек вообще ценит себя, то он считает себя и умным и привлекательным. Социальный опыт играет определенную роль в становлении Я-концепции:

- роли, которые мы играем;
- социальные идентификации, которые мы формируем;
- сравнения себя с окружающими, которые мы делаем;
- наши успехи и неудачи;
- мнения о нас, высказываемые окружающими;
- культура, к которой мы принадлежим.

Роли. Исполняя те или иные роли (студента, продавца), мы начинаем высказываться в поддержку того, о чем раньше не задумывались. Наблюдения за собой могут быть разоблачительными: мы можем *полагать*, что придерживаемся тех взглядов, о которых говорим.

Социальная идентичность. Социальное Я – расовая и конфессиональная принадлежность, пол, будущая профессия и т.д. Будучи частью немногочисленной группы, входящей в состав более многочисленной группы, мы отчетливо сознаем свою социальную идентичность. Одна девушка в группе юношей, единственный казах среди русских в студенческой группе. Шотландцы, которых в 10 раз меньше в Великобритании, более озабочены своей идентификацией, чем англичане.

Социальные сравнения. Окружающие нас люди помогают нам выработать некий *стандарт*, с помощью которого мы определяем себя как глупых или богатых, высоких или умных. Социальное сравнение позволяет объяснить, почему студенты склонны иметь более высокое мнение о своих способностях, если в группе лишь единицы, которых можно назвать одаренными.

Лучше быть первым на деревне, чем последним в городе!

В присутствии невзрачных людей мы чувствуем себя красивыми, в с глупыми – умными, в присутствии бессердечных – заботливыми. В тайне мы даже можем радоваться неудачам окружающих. Сравнение самого себя с другим приносит немало бед. Когда люди богатеют – они приподнимают *планку* и начинают подходить к оценке собственных достижений более требовательно. Чтобы защитить чувство собственного достоинства, сравнивая себя с соперником, мы часто воспринимаем его как находящегося в более выгодном положении.

Успех и неудача. Поставить перед собой трудные, но достижимые цели и выполнить намеченное, - значит почувствовать себя *компетентным*. Посредством позитивных посланий типа «ты молодец» и «у тебя все получится» можно повышать самоуважение. По сравнению с теми, кто недооценивает себя, *уверенные люди более счастливы*, обладают более устойчивой нервной системой, среди них меньше алкоголиков и наркоманов, они более мужественно переносят неудачи. Есть мнение противоположное: проблемы и неудачи ведут к низкой самооценке. Реальность первична, чувства вторичны. По мере того как мы преодолеваем трудности и приобретаем навыки, наши успехи «вскармливают» более оптимистичную установку и большую уверенность в себе.

Суждения окружающих. Признанные достижения положительно влияют на Я-концепцию, поскольку мы видим, что окружающие позитивно нас оценивают. Если женщины осознают, что от них не ждут высоких достижений в математике, они могут начать вести себя в соответствии с этими ожиданиями. Нашу привычку использовать окружающих в качестве зеркала, с помощью которого мы воспринимаем самих себя, *социолог Чарльз Кули назвал «отраженным Я»*.

Джорж Герберт Мид уточнил: для наших Я-концепций важно не то, что другие люди на самом деле думают про нас, а *наше собственное представление об их мнении*. Наиболее склонны к завышенной самооценке люди, живущие в странах Запада. В нас как и в наших предках глубоко сидит *потребность принадлежать к какой-либо группе*; если нас подвергают социальному ostracismу, мы испытываем боль, потому что лишаемся возможности уважать себя (Марк Лири). Самооценка – измерительный прибор, с помощью которого мы отслеживаем, как окружающие оценивают нас, и реагируем на эту оценку.

Я и культура. У представителей индустриальных западных культур преобладает *индивидуализм*. Личность в значительной степени самодостаточна. Личность любого человека как уникального индивидуума, пересаженная из родной почвы в чужую, останется неизменной. Психология культур Запада исходит из того, что ваша жизнь станет богаче, если вы определите свои возможные Я и поверите в свою способность

контролировать собственную жизнь. В западной литературе герой – уверенный в себе одиночка, в песнях прославляется себялюбие.

Культуры народов Азии, Африки и Центральной и Южной Америки значительно выше ценят *коллективизм*. Они воспитывают то, что Китаю и Маркусу называли *взаимозависимым Я*. Представители этих культур более самокритичны и меньше нуждаются в позитивном эгоизме. Личность чаще определяет себя через принадлежность к другим.

Хотя в пределах одной страны коллективизм присущ представителям и разных религий и разных политических взглядов. Человек с взаимозависимым Я больше ощущает свою принадлежность к какой-либо группе. Разлученные с семьей, коллегами, верными друзьями, они утратят социальные связи, определяющие их идентичность. Они имеют много Я: Я с родителями, Я на работе, Я с друзьями.

	Независимая Я-концепция	Взаимозависимая Я-концепция
Личность	Индивидуальна, определяется собственными качествами и целями	Социальна, определяется через связи с другими
Что имеет значение	«Я» - личные достижения и реализация собственных возможностей, мои права и свободы	«Мы» - групповые цели и солидарность, наши социальная ответственность и социальные отношения
Что не одобряется	Конформизм	Эгоизм
Пример характерного девиза	«Не изменяй самому себе»	«Человек – это не одинокий остров»
Культуры, поддерживающие такую Я-концепцию	Индивидуалистические, западные	Коллективистские страны Азии и третьего мира

Самопознание.

Познай самого себя!

Греческий философ Сократ

Есть только одна-единственная вещь во всей вселенной, о которой мы знаем больше, чем знали бы, наблюдая за ней со стороны, и эта вещь – мы сами. Образно говоря, мы обладаем внутренней информацией; мы находимся «в центре событий»

К.С.Льюис

Однако порой мы лишь думаем, что знаем себя.

Наше понимание самих себя помогает упорядочить свои мысли и действия. Но наше самопознание на удивление несовершенно. Зачастую мы сами не знаем, почему ведем себя так, а не иначе. Трудноуловимые, неявные процессы, контролирующие наше поведение, могут отличаться от того сознательного и явного объяснения, которое мы даем ему.

Самопрезентация.

Люди стремятся не только к тому, чтобы самим иметь лестное мнение о себе, но и к тому, чтобы представлять себя другим в благоприятном свете. Предрасположение в пользу своего Я искажает самооценку, хотя самоуважение и самоэффективность приносят некоторую пользу. Соответствуют ли слова человека его потаенным мыслям?

Ложная скромность. Самобичевание вместо восхваления себя может быть очень тонким проявлением себялюбия, поскольку нередко вызывает у окружающих желание успокоить. Публичное превознесение соперников также иногда делается для создания о себе впечатления как о скромных людях. Ложная скромность проявляется и тогда, когда в автобиографиях люди перечисляют собственные достижения или в изысканной форме на награждении благодарят своих близких. Людям присуща «напускная признательность» - поверхностная благодарность, некая маска, хотя в глубине души они считают творцами собственных успехов только себя.

Нередко смирение – всего лишь трюк, уловка, на которую пускается гордость, умолкающая на время только для того, чтобы затем еще громче заявить о себе.

Ларошфуко (1665)

Создание препятствий самому себе. Иногда люди подрывают собственные шансы на успех, создавая препятствия. Они далеки от мысли о сознательном саморазрушении, как правило, ведут себя так в целях самозащиты. «Никакой я не неудачник, просто...». Мы бросаемся на защиту собственного имиджа, когда приписываем неудачи внешним обстоятельствам (провести ночь перед экзаменом на вечеринке). Если собственный имидж тесно связан с результативностью его действий, закончившиеся неудачей серьезные усилия могут быть для него более травмирующими, нежели создание помех собственными руками с последующим готовым объяснением причины неудачи.

Управление впечатлением. Мы постоянно занимаемся управлением впечатлением, которое производим на окружающих. Чтобы поддержать имидж и подтвердить его, мы извиняем и оправдываем себя или приносим свои извинения другим. Есть люди, для которых осознанная самопрезентация – стиль жизни. Они доводят свое социальное поведение до такого «качества», которое обеспечивает им достижение желаемого эффекта. Люди с

высокоразвитым чувством самоконтроля подобны социальным хамелеонам: они подгоняют свое поведение под внешние обстоятельства. Люди с более низким чувством самоконтроля меньше озабочены тем, что думают о них окружающие.

Теория самопрезентации. Согласно этой теории, цель нашего поведения – создание желательного впечатления. Люди, которые постоянно наблюдают за своими действиями, будут формулировать установки, не противоречащие их поведению. Известно немало экспериментальных данных того, что люди, формулируя свои установки, делают это с оглядкой на мнение окружающих.

Теории когнитивного диссонанса. Наши поступки «запускают» механизм подлинного изменения установок. Это изменение объясняется тем, что человек, совершивший поступок, который противоречит его убеждениям, или принявший важное решение, испытывает определенное *напряжение*. Чтобы ослабить его, он прибегает к внутреннему оправданию своих действий. Диссонанс тем сильнее и изменение установок тем заметнее, чем менее значимы внешние оправдывающие факторы и чем большую ответственность человек чувствует за свои поступки.

Теория самовосприятия. Когда наши установки слабы, мы просто наблюдаем за своим поведением и его последствиями, и из них «выводим» установки. «Эффект сверхоправдания»: вознаграждая людей за деятельность, которая и так им нравится, мы рискуем превратить удовольствие в тяжелый труд (если вознаграждение приводит к тому, что они начинают приписывать свое поведение именно ему).

Изменяя себя через действие. Если мы действительно хотим изменить в себе что-либо, лучше не ждать озарения и не заниматься самокопанием, - иногда необходимо начать действовать: написать статью, сделать звонок, встретиться с человеком.

Хотите, чтобы что-нибудь вошло у вас в привычку, делайте это.
Не хотите, чтобы что-то вошло у вас в привычку, не делайте этого.
Хотите избавиться от привычки, делайте вместо этого привычного действия что-нибудь другое.

Эпиктет, римский философ-стоик

1.3.2. Ценностные ориентации.

Установки. Когда люди спрашивают о чьих-то установках, они имеют в виду *убеждения и чувства*, возникающие в связи с каким-нибудь человеком или событием и, как следствие, готовность вести себя определенным образом. Взятые вместе, благоприятные и неблагоприятные оценочные реакции на что-либо, независимо от того, в какой форме они выражены (убеждения, чувства, готовность к действиям), определяют УСТАНОВКУ

человека (Olson & Zanna, 1993). Установки – эффективный способ оценки мира.

Когда нам нужно отреагировать на что-то, чувство, которое это «что-то» вызывает у нас, способно направить нашу реакцию. Например, человек, убежденный, что представители данного этноса ленивы и агрессивны, может испытывать к ним антипатию и совершать по отношению к ним дискриминационные поступки. Оценивая установки, мы обращаемся к одному из трех параметров: **чувствам, действиям, мыслям.**

Определяют ли установки поведение? Ключевой вопрос: какова связь между тем, *каковы мы* (как мы себе представляем), и тем, что мы *делаем* (какими мы предстаем)? В основе большинства учений лежит мысль о том, что наше **поведение в обществе определяется нашими убеждениями и чувствами**, и для того, чтобы изменить поведение, нужно изменить сердце и разум.

Существуют разные выводы о связи поведения и установок. Лион Фестингер утверждал, что доказательств в пользу того, что изменение установок приводит к изменению поведения, нет. Роберт Эйбелсон сказал, что «мы хорошо обучены и прекрасно обосновываем любые свои поступки, но не очень хорошо делаем то, что можем обосновать». Аллан Уикер: вряд ли можно предсказывать поведение людей по тем установкам, которые они формулируют (отношение студентов к обману мало связано с тем, станут ли они обманывать в реальной жизни). Разрыв между установками и действиями был назван Даниэлем Бэтсоном «моральным лицемерием», то есть претензией на обладание такими моральными качествами, которых на самом деле нет.

Установки и поведение взаимно подпитывают друг друга. Наши *выраженные* установки и наше поведение подвержены многочисленным влияниям. Наши установки могут прогнозировать наше поведение при следующих условиях:

- если эти «другие влияния» минимизированы;
- если установка релевантна прогнозируемому поведению;
- если установка сильная.

Определяет ли поведение установки? Известно, что порой мы защищаем то, во что верим, но можно ли говорить, что, защищая что-либо, мы начинаем в это верить?

Мысль – дитя действия.

Бенджамин Дизраэли

Исполнение ролей. Приступая к выполнению новой социальной роли, поначалу мы испытываем неловкость, которая вскоре проходит. В такие периоды мы осознаем себя: следим за новыми словами и действиями, потому

что они непривычны для нас. Со временем новая роль становится привычной для нас. Эксперимент Зимбардо с добровольцами, одним из которых он выдал униформу, свистки и дубинки, а другим – «уничтожающую» одежду, показывает, что первоначальная игра в тюрьму превратилась в оскорбительную реальность.

Приступая к выполнению роли предпринимателя и бизнесмена, мы начинаем играть роль, которая формирует наши установки.

Высказанное становится убеждением. Мы склонны адаптировать свои высказывания таким образом, чтобы они понравились собеседнику (мы охотнее сообщаем хорошие новости, преподаватели наиболее щедры на комплименты студентам, которые ознакомятся с ними). Люди начинают верить в собственные слова, даже если первоначально они в них не верили. Мы склонны «подгонять» свои сообщения под слушателей, а подогнав, начинаем верить в трансформированную информацию.

Феномен «нога-в-дверях». Чтобы люди согласились стать спонсорами или принять участие в благотворительной акции, нередко полезно сначала обратиться к ним с *просьбой, сделать нечто менее значимое* для вас – подписать обращение, повесить плакат на их дверь или ответить на вопросы. Маркетологи убедились, что тактика «низкого мяча» срабатывает даже в том случае, когда люди, к которым вы обращаетесь, руководствуются корыстными целями. Любой человек, пытающийся соблазнить нас – финансово, политически, сексуально, – сначала постарается добиться от нас какой-либо уступки.

Дурные поступки и установки. Принцип, согласно которому поведение формирует установки, распространяется и на безнравственные поступки. Дурные поступки расшатывают нравственность того, кто их совершает. Незначительный некрасивый поступок может облегчить совершение более тяжкого. Жестокость разъедает совесть. Поступки и установки подпитывают друг друга, и это приводит к *нравственной бесчувственности*. Безнравственные поступки формируют личность, как в прочем и нравственные. Моральный поступок по доброй воле, а не по уговорам, делает мышление более нравственным.

Межрассовое поведение и расовые установки. Позитивные действия в чей-либо адрес усиливают симпатию к этому человеку. Если хотите сильнее полюбить кого-либо, ведите себя так, словно это уже свершенный факт.

Мы любим людей не за то добро, которое они сделали нам, сколько за то добро, которое мы сделали им.

Лев Толстой

Социальные движения. Поведение общества способно повлиять на установки личности. По словам историка Ричарда Грюнберга, те из немцев, которые решились однажды произнести вслух «немецкое приветствие», поначалу

испытывали дискомфорт, но потом, пытаясь сохранить психическое равновесие, стремились поверить в то, что говорили. Сотни американских военнопленных согласились сотрудничать с теми, кто удерживал их в плену (Корея, 1950). Единожды сделав заявление, письменное или устное, пленный начинал испытывать внутреннюю потребность привести свои убеждения в соответствии с действиями. Мы начинаем верить в то, что отстаиваем.

Убежденность – особое качество личности, определяющее общую направленность всей ее деятельности и ценностных ориентаций и выступающее регулятором ее сознания и поведения.

Убежденность выражается в глубокой и обоснованной уверенности в истинности знаний, принципов и идеалов, которыми руководствуется человек. Она зависит от опыта личности и ее отношений с обществом. Убежденность основывается на *знаниях*, прежде всего мировоззренческого характера, которые тесно переплетены с *волей*, составляют содержание *мотивов* деятельности, формируют *установки* личности.

Убежденность может носить и *отрицательный* характер, когда человек некритически усваивает определенные представления, догматически воспринимает непререкаемость каких-либо принципов, чьего-либо авторитета.

Ценностные ориентиры – разделяемые личностью социальные ценности, выступающие в качестве целей жизни и основных средств достижения этих целей и в силу этого приобретающие функцию важнейших регуляторов социального поведения.

Формируются ценности при усвоении социального опыта и обнаруживаются в *идеалах, убеждениях, интересах*. Ценностные ориентации определяют predisposedность человека к определенному *восприятию* условий жизни и деятельности и к поведению на будущее, а в ситуации нравственного выбора являются *критериями* принятия человеком жизненно важных решений.

Будучи отражением социальных интересов личности, ценностные ориентации выражают *субъективную социальную позицию* индивидов, их мировоззрение и *нравственные принципы*. Непротиворечивость ориентаций – важнейший показатель устойчивости личности.

Бимодальная симметрия жизни. Общепринятую модель мировоззрения можно представить следующим образом: надстройка и базис.

Альфред Адлер считает, что каждый человек должен справиться с четырьмя *жизненно важными задачами*, которые касаются:

- работы
- любви

- общества
- искусства жить (*что означает гармонично сочетать три первые задачи*).

В отношении **работы** человек должен решить, какую долю в общем содержании его жизни должна занимать профессиональная деятельность.

- должна ли профессия определять существенную часть жизни человека?
- если он хочет сделать карьеру, должен ли подчинять своей профессиональной деятельности все другие жизненные возможности?
- служит ли его работа исключительно тому, чтобы иметь скромный уровень существования?
- хочет ли он самореализоваться с помощью своей профессии и сделаться большим специалистом или еще более искусным в своем ремесле?

Понятие «**любовь**» охватывает широкий спектр возможных интерпретаций. Можно предположить, что некоторые люди любят «*любовью Аполлона*»: за определенные качества или физические признаки, которыми человек обладает. «Я люблю тебя за то, что ты такой». Другие любят «*христианской любовью*»: без всяких предворительных условий. «Я люблю тебя за то, что ты есть». Отнесение себя к этим двум типам любви может изменяться с течением жизни.

Человек должен решить, какую роль он хочет играть в том **обществе**, в котором он живет:

- хочет ли он проявить себя в качестве мецената или организатора?
- хочет пожертвовать денежные средства на строительство или преобразование своего города?
- или он не желает никакой личной жертвы для общего блага?

Базис нашей модели приобретает гармоничное или холистическое значение в зависимости от отношения человека к трем основным задачам. Поэтому Адлер говорит, что *искусство жить* состоит в том, чтобы эти три жизненные задачи «равновесно объединить». Базисную часть бимодальной модели можно расположить:

Индивид

Работа

Любовь

Общество

Искусство жить

Цель жизни

Базис модели объясняет, *как* человек пробивается в жизни и с какими целевыми установками, а надстройка говорит о том, *почему* он живет именно так, как он живет, и прежде всего КТО ОН? Вопрос «кто я?» является важнейшим в жизни каждого мыслящего человека. Ответ на вопрос предполагает знание того, **какие ценности важны** для вас.

Если вы находитесь в гармоничных отношениях с окружающим миром, то вы не будете считать эгоизмом использование благоприятных обстоятельств для дальнейшего роста, ведь в этом случае вы примете участие в мирообустройстве. Возможно, вы еще не смотрели на свою жизнь с более широких позиций.

Приведенные взгляды, возможно, могли бы явиться для вас поводом смотреть на себя и свою деятельность в качестве предпринимателя или менеджера как более значимую, структурированную и благодаря этому также более «этическую».

1.3.3. Мотивация как фактор управления личностью.

Под *мотивами* в психологии понимаются движущие силы, определяющие поведение человека. Поведение человека всегда мотивировано: либо внутренними побуждениями, либо внешними стимулами. Внешние мотивы называются *стимулами*. Деятельность без мотива невозможна. Однако сам мотив может быть и не виден, не замечен со стороны. Различаются осознаваемые и неосознаваемые мотивы (скрытые для самого человека). Мотив, а точнее, система, иерархия мотивов, - то, что «запускает» деятельность, ставит человека перед необходимостью действовать.

Мотивационные побуждения. Определенные мотивационные побуждения человека есть результат воздействия культурной среды. Побуждения влияют на отношение индивидов к работе, к жизни в целом. Большой вклад в исследование образцов мотивации внес **Дэвид Макклеланд** из Гарвардского университета, предложивший систему классификации побуждений и выделивший три доминирующих внутренних импульса (побуждения). Ученый пришел к выводу, что мотивирующие побуждения индивида отражают различные элементы культуры, в которой он сформировался как личность – *семья, школа, церковь*. В большинстве стран люди следуют основным мотивационным стереотипам (все они выросли в схожих условиях). В своих исследованиях Д. Макклеланд уделял анализу *побуждений к достижениям, принадлежности к группе и обладанию властью*. Основные внутренние импульсы индивида дополняются стремлением к компетентности, имеющим значение, например, для менеджмента организаций.

Мотивационные побуждения

к достижениям	<i>Побуждение первым достичь поставленных целей</i>
принадлежности к группе	<i>Побуждение к эффективному установлению взаимоотношений с другими людьми</i>
компетентность	<i>Побуждение к высокому качеству результатов труда и совершенствованию навыков и умений</i>
власть	<i>Побуждение оказывать влияние на людей и происходящие события</i>

Мотивация к достижениям – побуждение некоторых индивидов к достижению определенных целей, решению поставленных задач и продвижению вверх по лестнице успеха. Такие люди работают более упорно, если уверены, что будут персонально вознаграждены. В качестве менеджеров они ожидают от подчиненных такой же мотивации. Это затрудняет эффективное делегирование полномочий и «средний сотрудник» редко способен удовлетворить их требования. Мотивация достижений сходна по смыслу со значением в японской культуре **кайзен**. Нередко успехи Японии связывают с тем, что жители островов постоянно побуждают самих себя к поиску путей совершенствования всего, что их окружает. Это напоминает американский индивидуализм, когда индивид берет на себя всю ответственность за свои действия и их результаты, контролирует свою судьбу и добивается обратной связи.

Мотивация принадлежности к группе – это стремление к установлению социальных связей с другими людьми. Такие люди работают с большим усердием, когда менеджер всесторонне оценивает их усилия. А эффективность труда повышается, если значимый для них человек отмечает их установки на доброжелательность и сотрудничество. Те, кто мотивирован на работу в группе, *окружает себя товарищами* (испытывая удовлетворение от общения с друзьями). У менеджеров с такой потребностью нередко возникают проблемы в руководстве деятельностью группы. Повышенное внимание к установлению позитивных отношений эффективно, где сотрудничество является одной из предпосылок высоких результатов.

Мотивация компетентности - это стремление быть лучшим в чем-то, ориентация на высокие результаты и качество. Люди, ориентированные на компетентность, придают особое значение *уровню своих способностей*, их привлекают скорее цели, предполагающие достижение высокого качества отношений, продуктов, сервиса. Сотрудники стремятся овладеть профессиональным мастерством, гордятся своим умением применять свои навыки для решения сложных проблем; встречая препятствия, они стремятся проявить изобретательность. Стремление к качественному выполнению

заданий может быть настолько велико, что сотрудник недооценивает значение человеческих отношений и работы в команде.

Мотивация власти – стремление воздействовать на людей и на развитие ситуации. Мотивированные властью люди желали бы оказывать влияние на группы, в которых они пребывают, и согласны принять на себя связанный с этим *риск*. Такие люди прекрасные менеджеры, когда их стремления направлены на *благо группы*, а не на достижение личного успеха. Индивиды с такой мотивацией добиваются расширения своих полномочий, используя легитимные пути, добиваясь высоких показателей в деятельности группы.

Типы потребностей.

Как возникают мотивы? На что они влияют? На эти вопросы пытались ответить многие ученые. Известно множество методов классификации человеческих потребностей. Наиболее простым является выделение основных *физиологических*, или *первичных* потребностей, и *психологических* или *вторичных* потребностей.

Физиологические потребности включают в себя ***потребности в пище, воде, сексе, сне, воздухе, комфортной температуре***. Они возникают из основных требований жизни и являются критически важными для физического существования людей, а значит, носят универсальный характер. Интенсивность их изменений зависит от возраста человека и его индивидуальных характеристик. Например, ребенок нуждается в более продолжительном сне, чем взрослый.

Потребности человека во многом обусловлены его *социальной практикой*. Если принято завтракать, обедать и ужинать, человек три раза в день ощущает себя проголодавшимся, несмотря на то, что ему достаточно двух приемов пищи. Если установлен утренний перерыв на кофе, человек приобретает привычку пить кофе, это становится социальной потребностью.

Вторичные потребности носят более абстрактный характер, так как речь идет скорее о требованиях *разума и духа*, нежели человеческого тела. Многие из этих потребностей развиваются по мере взросления человека – ***самоуважение, чувство долга, самоутверждение, чувство принадлежности, желание любить и быть любимым***.

Именно вторичные потребности усложняют мотивационные усилия менеджеров и предпринимателей, ведь практически каждое предпринимаемое ими действие в сторону группы влияет прежде всего на вторичные потребности. *Планирование управленческих воздействий предполагает учет влияния каждого из них на вторичные потребности сотрудников.*

Разнообразие потребностей. Вторичные потребности значительно более индивидуальны, чем первичные. Кто-то стремится к самоутверждению и

руководству людьми, другой предпочитает роль подчиненного и уступает инициативу коллегам. Кроме того, потребности людей *изменяются в зависимости от времени и обстоятельств.*

Анализ поведения не представлял бы никаких проблем, если бы действия индивида в заданное время являлись результатом «отдельно взятой» потребности, однако такое случается крайне редко. Потребности всех типов и побуждений влияют друг на друга таким образом, что *мотивация в отдельный взятый момент является комбинацией множества различных сил.* Более того, некоторые потребности настолько «замаскированы», что их не в силах расшифровать ни психолог, ни руководитель. Например, сотрудник объясняет чувство неудовлетворенности низкой заработной платой, однако проблема может быть иной.

Итак, вторичные потребности:

- строго обусловлены опытом человека;
- индивидуальны по типу и интенсивности;
- не могут быть разделены, обычно взаимодействуют;
- с трудом поддаются идентификации;
- в сравнении с физическими нуждами достаточно абстрактны;
- оказывают воздействие на поведение человека.

Существуют разные теории человеческих потребностей, все они построены на различиях между первичными и вторичными потребностями. На вопросы о возникновении мотивов пытался ответить и американский медик и психолог **Абрахам Маслоу**. Суть его теории в том, что он выделил и описал иерархическую структуру человеческих мотивов, создав так называемую «пирамиду потребностей». Согласно Маслоу, существует пять уровней (этажей) человеческих потребностей, стремление удовлетворить которые является мотивом, определяющим деятельность.

Уровень 1. Основные базовые, витальные потребности.

Потребности в пище, еде, воде, сне, жилище и т.д. Безусловно, один из важнейших стимулов к удовлетворению этих потребностей для человека работающего – деньги, перспектива экономической самостоятельности. Если базовые потребности удовлетворены, то мотивация перестает играть свою роль. *Сытого хлебом не привлечешь.*

Уровень 2. Потребности в безопасности.

Они включают как физиологические, так и психологические компоненты. Человек хочет избежать болезней и травм, сохранить здоровье и работоспособность, быть уверенным в завтрашнем дне. Это стимулы на гарантированную работу, социальное страхование и т.д. Человек стремится к

безопасности и старается устранить все, что стоит на пути к достижению данной цели. Для того, чтобы сохранить сотрудника и повысить его отдачу, вовсе не обязательно угрожать ему увольнением, можно создать атмосферу надежности и гарантии контракта.

Уровень 3. Потребности в социальном общении.

Человек – существо социальное, и его потребности в контактах, во вхождении в социальные группы, в эмоциональной привязанности, в любви, поддержке отличаются большим разнообразием и напряженностью. Он может удовлетворять эти потребности в рабочем коллективе и в компании друзей. Сокращение социальных взаимосвязей угнетает человека и становится значимым фактором при потере работы. Обеспечение психологического климата в коллективе – задача, напрямую связанная с повышением мотивации к труду.

Уровень 4. Потребности в уважении и самоуважении.

Люди хотят пользоваться уважением и признанием со стороны окружающих, испытывать чувство собственной значимости, нужности для группы. Если порученное дело приведет человека к ощущению своей очевидной значимости, если он увидит, что его ценят, в большинстве случаев он будет работать с большим желанием.

Уровень 5. Потребности в самореализации.

Самореализация – стремление человека найти себя, раскрыть свои способности, творческий потенциал – очень близка к *самоактуализации*. У мудрого менеджера сотрудник чувствует свою незаменимость («просто не знаю, что бы мы без вас делали»), необходимость («вы делаете самое важное дело»). Сверхзадача менеджера – создание у подчиненных осознаваемых внутренних мотивов, то есть желания выполнить поставленную задачу наилучшим способом.

Самоактуализация – это полное использование способностей личности, ее таланта, творческого потенциала. Самоактуализирующиеся личности развиваются до уровня, адекватного их возможностям. *Самоактуализация – это процесс, а не результат.* А. Маслоу: «самоактуализирующиеся личности не боятся неизвестного, но принимают его. Часто неизвестное даже более притягательно для них, чем известное. Они не только терпят неопределенное, неконструктивное – они стремятся к нему, они не отвергают незнакомое, не бегут от него, когда общая объективная ситуация требует этого, они могут хорошо себя чувствовать в неупорядоченном, анархическом, хаотическом, сомнительном. Колебания, сомнения, неопределенность, которые для большинства кажутся опасной угрозой, для этих людей являются приятно стимулирующим вызовом».

Список наиболее важных черт **самоактуализирующихся людей:**

1. Эффективное восприятие реальности и верные отношения к ней.

Маслоу говорит именно об эффективном восприятии, а не о правильном или неправильном. Восприятие реальности всегда *субъективно*, то есть неточно, неполно. Эффективное восприятие позволяет в любой ситуации увидеть возможность ее изменения или возможность управления ею. «Было обнаружено, что самоактуализирующиеся личности много лучше других отличают *свежее, конкретное, непосредственное, индивидуальное* в каждой жизненной ситуации от общего, абстрактного, стереотипного. Поэтому они способны жить в реальном мире, а не в той искусственной массе понятий, абстракций, убеждений, стереотипов, которую большинство людей принимают за реальность. Именно поэтому они намного более способны воспринимать сам объект, а не собственные желания, надежды, страхи и тревоги по поводу этого объекта, явления, события».

2. Принятие себя, других и мира.

По мнению Маслоу, многие личностные качества могут быть понятны как проявления или производные единого фундаментального отношения к миру – наличие или *отсутствия чувства вины, стыда и тревоги*. Самоактуализирующиеся люди принимают собственную человеческую природу, других людей и мир такими, какие они есть, с достоинствами и недостатками. Они принимают пороки и слабости человеческой природы с тем же чувством, с каким мы принимаем явления природы.

Это не означает, что они безразличны к недостаткам или удовлетворены собой, самодовольны. Маслоу пишет, что самоутверждающиеся люди способны уживаться даже с собственными недостатками, которые они принимают как нейтральные свойства личности. Такая уживчивость, во-первых, освобождает их от необходимости защитных реакций (масок), то есть помогает сохранить себя; во-вторых, избавляет от многих «искусственных» поведенческих штампов (хитрость, лицемерие, стремление произвести впечатление), изнуряющих личность.

3. Спонтанность, простота и естественность.

Поведение самоактуализирующихся людей *отличается натуральностью, отсутствием искусственности, желания произвести эффект*. Это не значит, что поведение не соответствует существующим правилам и условностям. Отлично понимая, что их нестандартное поведение может привести в замешательство или даже шокировать кого-то, эти личности, не желая этого и не стремясь бороться по пустякам, проходят через ритуалы условностей с добрым юмором и максимальным изяществом. Такой человек никогда не позволит принудить себя отказаться делать то, что она считает важным и основным.

4. Проблемная центрация.

Личность такого типа характеризуется тем, что ее *сознание сфокусировано на проблемах, внешних по отношению к себе*. Она не эгоцентрирована, а проблемно центрирована. Они не очень озабочены собственными проблемами и ориентированы на внешнюю цель. Они привыкли жить широкими интересами и никогда не приближаются к деревьям настолько, чтобы не видеть леса. Такое отношение к жизни имеет массу следствий – широкие горизонты видения проблем, умение не застревать на мелочах, мудрость и спокойствие, которые облегчают жизнь всем тем, кто рядом с ними.

Среди других черт самоактуализирующейся личности выделяют:

- Автономность (независимость суждений и оценок от мнения и давления окружающих).
- Непосредственность оценок.
- Демократичность.
- Чувство юмора.

Кто мотивирует мотиватора? Только то пламя, которое горит, может зажечь других. Для этого требуется три компонента: мотиватор, мотив и те, кого мотивируют. Чтобы воодушевить людей, нужно самому быть человеком, верящим в себя, в стоящие перед вами цели.

О власти воодушевления:

- ✓ *Воодушевление дает возможность обрести веру и убеждение.*
- ✓ *Воодушевление побуждает человека к действиям.*
- ✓ *Воодушевление помогает достичь целей.*
- ✓ *Воодушевление преобразует негативные моменты в позитивные.*
- ✓ *Воодушевление привлекает к вам окружающих.*
- ✓ *Воодушевление лишает приказ жестокости.*
- ✓ *Воодушевление – способ воздействия на других, не доминируя над ними.*
- ✓ *Воодушевление пробуждает воодушевление и уверенность.*
- ✓ *Воодушевление пленяет и заинтересовывает людей.*
- ✓ *Воодушевление не допускает скуки.*
- ✓ *Воодушевление – средство внушить другим, что вы хотите им помочь.*
- ✓ *Воодушевленный человек не проводит никаких сравнений.*
- ✓ *Воодушевление придает вам блеск.*
- ✓ *Кто умеет воодушевлять других, может отказаться от принуждения.*

Мотивировать – означает воодушевлять!

Контрольные вопросы по 1 главе:

- 1) Что является предметом изучения в психологии менеджмента?
- 2) Различаются ли понятия «человек», «личность» и «индивидуальность»?
- 3) Чем может быть представлена структура личности?
- 4) Перечислите индивидуально-психологические качества личности.
- 5) Как определяли темперамент Гиппократ, Кант, Павлов?
- 6) В чем заключается конституциональная типология Кречмера?
- 7) Опишите основные психологические характеристики типов темперамента.
- 8) Что такое характер?
- 9) Какие типы характера вы знаете?
- 10) Какие типы и виды способностей существуют?
- 11) Чем различаются чувства и эмоции?
- 12) На что влияет цвет?
- 13) Что такое «направленность личности»?
- 14) Какие психические процессы отражают отношение человека к окружающему?
- 15) Перечислите этапы визуального мышления.
- 16) Какие свойства и виды памяти вы знаете?
- 17) Что формируется в процессе социализации?
- 18) Как формируется «Я - концепция»?
- 19) Как проявляют себя индивидуализм и коллективизм?
- 20) Какие факторы влияют на Я - имидж?
- 21) В чем заключается теория когнитивного диссонанса?
- 22) Определяют ли установки поведение?
- 23) Опишите эксперимент Зимбардо.
- 24) Убежденность - это уверенность?
- 25) В чем проявляются ценностные ориентации?
- 26) Объясните бимодальную симметрию жизни по А.Адлеру.
- 27) Что такое мотивационное побуждение?
- 28) Какие типы потребностей вы знаете?
- 29) Какой должна быть самоактуализирующаяся личность?
- 30) Кто мотивирует мотиватора?
- 31) Можно ли управлять впечатлением?