

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
УРАЛЬСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ПЕРВОГО ПРЕЗИДЕНТА РОССИИ Б. Н. ЕЛЬЦИНА

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ СОВРЕМЕННОЙ ПСИХОЛОГИИ

Под общей редакцией Н. С. Минаевой

Рекомендовано методическим советом УрФУ
в качестве учебного пособия для студентов,
обучающихся по программе магистратуры
по направлению подготовки 030300 «Психология»

Екатеринбург
Издательство Уральского университета
2012

Авторы:

Э. Л. Боднар (тема 7), А. М. Вильгельм (темы 11, 12),
А. А. Любякин (темы 4, 10), В. В. Макурова (темы 5, 6, 8, 9, 10),
Н. С. Минаева (темы 1–3)

Рецензенты:

Уральский филиал Центра экстренной психологической помощи
МЧС России (начальник центра кандидат
психологических наук Л. В. Карапетян);
В. В. Фадеев, кандидат психологических наук, доцент,
заведующий кафедрой общей и прикладной психологии
Гуманитарного университета

А 437 Актуальные проблемы теории и практики современной психологии : [учеб. пособие] / под общ. ред. Н. С. Минаевой ; [авторы Э. Л. Боднар и др.]. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2012. — 116 с.

ISBN 978-5-7996-0743-2

В учебном пособии на основе произведений отечественных и зарубежных психологов рассматриваются проблемы понимания личности, лидерства, в том числе политического лидерства, психологии управления, индивидуальной и групповой психотерапии.

Для магистрантов, изучающих социальную психологию и психологическое консультирование, а также для всех, кто интересуется проблемами психологии.

ББК Ю9я73-1

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	3
--------------------------	----------

Раздел 1

ПРОБЛЕМА ЛИЧНОСТИ В ПСИХОЛОГИИ

Тема 1. О предмете психологии личности.....	7
Тема 2. Личность и «образ человека»	13
Тема 3. Формирование человека.....	16
Тема 4. Психология одиночества.....	20

Раздел 2

ПСИХОЛОГИЯ ТРУДА И МЕНЕДЖМЕНТА

Тема 5. Задачи менеджмента на предприятии.....	27
Тема 6. Управленческие парадигмы	31
Тема 7. Мотивация профессиональной деятельности	39

Раздел 3

ОТРАСЛИ ПСИХОЛОГИИ

Тема 8. Психология маркетинга.....	54
Тема 9. Функции денег	57
Тема 10. Психология лидерства.....	62

Раздел 4

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ И ГРУППОВОЕ КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ

Тема 11. Индивидуальное консультирование	92
Тема 12. Групповая психотерапия	105

ПРЕДИСЛОВИЕ

Учебное пособие адресовано прежде всего магистрантам департамента психологии и призвано помочь им в самостоятельной работе, а также на практических занятиях при изучении таких дисциплин, как «Актуальные проблемы современной психологии», «Психология менеджмента», «Отрасли психологии», «Индивидуальное и групповое консультирование».

Чтобы дать студентам представление о различных подходах к проблемам современной психологии, составители учебного пособия приводят извлечения из важнейших работ отечественных и зарубежных классиков психологии. Четыре раздела пособия соответствуют по содержанию четырем дисциплинам, указанным выше. Каждый раздел включает в себя ряд тем, отражающих наиболее актуальные вопросы психологического знания.

В первый раздел включены работы, посвященные традиционной и вечной для психологии проблематике — психологии личности. В первую очередь это исследования известного российского психолога А. Г. Асмолова. Именно в них реализован комплексный междисциплинарный анализ личности, соединяющий био-, социо- и персоногенетическую ориентацию на базе межкультурного взаимодействия. Представленная А. Г. Асмоловым концепция личности реализует общесистемные принципы анализа человека, подчеркивая роль культуры в его становлении и восприятии, а также в формировании образов человека в разные периоды развития общества. Именно этот подход позволяет работам А. Г. Асмолова стать базой для дискуссии о понимании сущности личности. Этот подход используется также в трудах известного российского психолога В. П. Зинченко, активно развивающего идеи культурно-исторической психологии. Л. Э. Пепло и ее соавторы первыми с позиций когнитивной психологии проанализировали проблему психологии одиночества, уделив особое внимание расхождению

ожиданий с реально сложившимися отношениями с другими людьми, показали роль деформирующей самооценки в формировании психологически одинокой личности.

Второй раздел включает работы американских психологов-практиков К. Экхарта, Дж. Канджема, Р. Л. Эппла-мл., имеющих большой опыт консультирования бизнесменов и руководителей фирм по всему миру. Их исследования не имеют аналогов в отечественной литературе и позволяют заполнить пробелы, касающиеся знаний о психологии управления коллективом. В этот же раздел включены отрывки из книги известного российского психолога Е. П. Ильина, автора более 200 публикаций. Его работы посвящены основным вопросам теории и методологии изучения мотивации и мотивов человека. Среди разнообразных проблем излагаются закономерности формирования мотивационной сферы человека в онтогенезе и в различных видах поведения и деятельности.

Третий раздел построен на материалах известного немецкого психолога К. Мозера. Его работа является одним из первых серьезных исследований по применению психологии в маркетинге и рекламе. В этот же раздел включены труды отечественных и зарубежных психологов, показывающих, как можно использовать знания и методы социальной психологии, анализируя явления политической жизни. Так, Н. М. Ракитянский системно описал проблемы и процедуру психологического портретирования, четко выделил основные подходы и этапы работы психолога при решении данной профессиональной задачи. Работы по данной проблематике редко встречаются в нашей литературе.

Четвертый раздел основывается на книге Ю. Е. Алешиной, одного из первых отечественных психологов-практиков. Ею разработан некий алгоритм проведения психологических консультаций. Представленная работа является кратким и доступным описанием основных техник и приемов психологического консультирования. Приводимые в ней примеры отражают российский психологический контекст, и это увеличивает ее ценность. В этом же разделе представлены взгляды на консультирование известного американского психолога И. Ялома, рассматривающего клиента как

уникального человека с его уникальной историей, что требует для каждого клиента построения особой индивидуальной психотерапии. Ирвин Ялом — представитель экзистенциальной психологии, одного из направлений глубинной психологии. Книга И. Ялома «Групповая психотерапия» является на данный момент общепризнанным пособием по работе с группой. Автор демонстрирует стратегию и тактику групповой работы, дает характеристику динамики функционирования самой группы, поведения ее членов.

Извлечения из книг и статей классиков современной психологии, включенные в учебное пособие, сопровождаются библиографическими ссылками, которые даются в начале каждой темы. В дальнейшем в тексте указаны лишь номера страниц цитируемых произведений (выделены курсивом и заключены в круглые скобки). Структура темы и последовательность подобранных цитат могут не совпадать со структурой изучаемого текста. Каждая тема сопровождается кратким комментарием составителей учебного пособия, выражающим их позицию по рассматриваемому вопросу. В конце каждой темы предлагаются вопросы, обсуждение которых позволит глубже осознать позицию авторов изучаемых работ, интерпретировать их точки зрения, вычленить противоречия и сформулировать собственную позицию.

Раздел 1

ПРОБЛЕМА ЛИЧНОСТИ В ПСИХОЛОГИИ

Тема 1

О предмете психологии личности

В отечественной психологии сложились различные направления и школы психологии личности — Л. И. Анцыфировой, В. В. Давыдова, Б. Г. Ананьева, Л. С. Выготского, В. Н. Мясищева, А. Р. Лурия и других, предлагающие свои подходы к изучению личности. Перед современными учеными стоит задача системного описания личности, что позволит психологам разных школ и направлений выявить общие закономерности развития личности и обобщенно представить личность как предмет исследования. Далее представлены извлечения из книги А. Г. Асмолова «Культурно-историческая психология и конструирование миров»*. Автор начинает свое исследование, отталкиваясь от подхода А. Н. Леонтьева.

В качестве отправной точки для дальнейшего анализа различных подходов к изучению личности нами избрана следующая характеристика предмета психологии личности: «Личность = индивид; это особое качество, которое *приобретается* индивидом в обществе, в целокупности отношений, общественных по своей природе, в которые индивид *вовлекается*... Иначе говоря: личность есть системное и поэтому “сверхчувственное” качество, хотя носителем этого качества является вполне чувственный, телесный

* См.: Асмолов А. Г. Культурно-историческая психология и конструирование миров. М. : Изд-во «Институт практич. психологии» ; Воронеж : НПО «МОДЕК», 1996. 768 с.

индивид со всеми его прирожденными и приобретенными свойствами. Они, эти свойства, составляют лишь условия (предпосылки) формирования и функционирования личности, как внешние условия и обстоятельства жизни, выпадающие на долю индивида...» (А. Н. Леонтьев). (74)

Далее представляется важным выделение автором ряда ориентиров разветвления психологии личности.

Первый ориентир — это *разведение понятий «индивид» и «личность»*, необходимость которого для психологического анализа личности признается практически всеми общепсихологическими направлениями (Б. Г. Ананьев, Б. Ф. Ломов, С. Л. Рубинштейн, Б. М. Теплов, Ш. А. Надирашвили). (74–75)

Второй ориентир — это *выделение предметной деятельности как системообразующего основания личности*. Именно деятельность, реализующая объективные общественные отношения человека в мире, представляет собой субстанцию личности, ее индивидуального сознания. Именно преобразуясь в деятельности, свойства индивида вносят свой вклад в развитие личности.

Третий ориентир — *новая схема детерминации развития личности*. На смену метафизическим двухфакторным концепциям детерминации развития личности, будь то конвергенция двух факторов — среды и наследственности (В. Штерн) или же их конфронтация в форме столкновения «оно» и «сверх-я» (З. Фрейд), должна прийти принципиально иная схема, раскрывающая взаимоотношения между «индивидом» и «личностью». В ней выделяются три следующих момента: *свойства индивида как органические предпосылки развития личности, социальная среда как условие развития личности и противоречия в системе предметной деятельности как движущая сила развития личности*. (74–75)

Вооружившись ориентирами, задающими общую логику построения предмета психологии личности, мы далее попытаемся выделить общие и специальные задачи, встающие при изучении различных сфер психологии личности.

Индивидуальные свойства как органические предпосылки развития личности. Мы используем термин «индивидуальные свойства», введенный Б. Г. Ананьевым, так как он более однозначно, чем распространенный термин «индивидуальные свойства», ориентирует на изучение органических предпосылок развития личности. Под термин же «индивидуальные свойства» в психологии личности часто подводится все, что угодно, начиная от биохимических свойств организма и кончая социальным статусом личности в коллективе. С нашей точки зрения, именно индивидуальные свойства должны стать предметом дифференциальной психофизиологии. Они подразделяются Б. Г. Ананьевым на два класса: класс возрастно-половых свойств и класс индивидуально-типических свойств (конституция, нейродинамические свойства и особенно, связанные с функциональной асимметрией больших полушарий). Наивысшей формой интеграции первичных индивидуальных свойств являются темперамент и задатки. (77–78)

Широкий фронт исследований нейродинамических свойств проведен школой Б. М. Теплова — В. Д. Небылицина, работы которой заложили основы отечественной психофизиологии индивидуальных различий. В исследованиях этой школы, посвященных прежде всего анализу общих и частных свойств нервной системы, все отчетливее проступает тенденция к пониманию индивидуальных свойств именно как предпосылок развития личности, а не базы, из которой в виде второго этажа надстраивается личность. Эта же мысль проводится в работах В. С. Мерлина и Е. А. Климова, указывающих на неправомерность выведения индивидуальных свойств личности из психодинамических индивидуальных свойств, вроде интроверсии — экстраверсии в трактовке Айзенка. (78)

Если же индивидуальные свойства рассматриваются как органические предпосылки развития личности, то перед дифференциальной психофизиологией встает задача выявления тех преобразований, которые индивидуальные свойства претерпевают в процессе деятельности. (79)

От общества к личности: уровни анализа личности в системе общественных отношений и механизм социализации

Описывая личность через систему ролей, социальные психологи характеризуют личность именно как представителя той или иной социальной группы, класса, того или иного социального целого. Здесь мы сталкиваемся с вопросами о соотношении общественных и межличностных отношений, о механизмах усвоения личностью общественно-исторического опыта. (79)

Вторая большая проблема, которая встает при изучении роли социальной среды в развитии личности, — это *проблема социализации*. При разноречивости трактовок процесса социализации пониманию механизма социализации как перехода от интерпсихического к интрапсихическому, предложенному Л. С. Выготским, нет содержательных альтернатив. За этим переходом стоит в действительности механизм интериоризации — экстериоризации. В самом механизме социализации необходимо выделять три различные грани: индивидуализация — переход от социальной коллективной деятельности к индивидуальным формам деятельности; интимизация — переход от «мы» к «я», отражающий процесс становления самосознания личности; производство внутреннего плана сознания — преобразование внешнего во внутреннее. (81)

Движущие силы развития личности

При всем многообразии этих подходов за большинством из них в зарубежной психологии... стоят две методологические предпосылки — принцип стремления к равновесию (психоанализ, когнитивная психология, необихевиоризм) и принцип напряжения (концепции гуманистической и экзистенциальной психологии А. Маслоу, Г. Оллпорта, В. Франкла). Отметим общие для них черты в понимании движущих сил развития личности: а) постулирование существования некоего единого первоисточника, фактически первотолчка развития личности, неизменного и спрятанного в глубинах индивида; б) преобладание формально-динамического описания движущих сил развития личности над их содержательным

анализом и отсутствие адекватного подхода к изучению их общественно-исторической обусловленности; в) постулирование положения о подчиненности активности субъекта некоторой заранее предустановленной цели и понимание человека преимущественно как адаптивного существа. (82)

Периодизация развития личности и пути ее исследования

Любые представления о движущих силах развития личности должны быть проверены на оселке проблемы периодизации психического развития. В концепции Д. Б. Эльконина (1971) двигателем развития выступают противоречия между операционально-техническими возможностями ребенка и развитием его мотивационно-потребностной сферы. Уже сейчас выделяются следующие пути конкретизации этой схемы психического развития: а) исследования общения как своего рода сквозного механизма смены ведущих деятельностей в онтогенезе; изучение соотношения возрастных периодизаций развития индивида с периодизациями развития личности, в частности выявление роли пола, сензитивных периодов созревания индивида в процессе становления личности.

Если же в центр анализа ставится вопрос о том, что формируется, то становится необходимым рассмотрение представлений о структуре личности. (83–84)

Мы вычленим следующие требования к единице анализа структуры личности: 1) динамичность (в единице должно быть учтено, что личность есть динамическое образование); 2) насыщенность предметным содержанием, интенциональность (только выявив, на что направлена динамическая тенденция, можно раскрыть предметное содержание единицы структуры личности); 3) уровень отражения того или иного содержания (осознаваемый, неосознаваемый); 4) раскрытие происхождения, социальной детерминации образований структуры личности; 5) учет типа структурных связей, прежде всего иерархических взаимосвязей организации личности; 6) объяснения развития и саморазвития личности, ее внутриличностной динамики; 7) необходимость

отражения внутреннего единства личности, например, единства аффекта и интеллекта; 8) в единице должны содержаться в виде противоположностей свойства целого, например, индивидуального сознания и деятельности личности; 9) единица должна быть операционализируема; 10) она должна содержать существенные свойства целого. Единица анализа структуры личности, если она отвечает всем указанным требованиям, должна раскрыть механику функционирования и развития, определяющую направленность личности. (85)

Оценка личностного смысла производится эмоциями. Личностный смысл какого-либо события или действия и есть то, что мы находим в единицах структуры личности, то есть это отражение содержания отношения личности к действительности. Одновременно личностный смысл есть «значение — для — меня», а тем самым единство аффективных и интеллектуальных процессов. Личностные смыслы, как правило, представлены в индивидуальном сознании на неосознаваемом уровне. Если же личностный смысл осознается, он может стать ценностью личности. (86–87)

Именно смысловые установки определяют в конечном итоге устойчивость и направленность поведения личности, ее поступки и деяния. (87)

Одним из самых трудных вопросов изучения динамических смысловых систем является вопрос об их операционализации. Феноменологически эти системы наиболее рельефно проявляются в различных ситуациях искусственного прерывания, сбое деятельности. (87)

Вопросы для обсуждения

1. Каковы основные параметры описания личности, используемые в трудах Л. С. Выготского, В. Н. Мясищева, В. В. Давыдова, А. Р. Лурия?
2. Что такое «системное описание личности»?
3. Каковы, по А. Г. Асмолову, ориентиры развертывания психологии личности?
4. Что такое индивидуальные свойства личности?
5. Что является единицами структуры личности?
6. Кем разработаны концепции «движущих сил личности»?

Тема 2

Личность и «образ человека»

В переломные моменты истории у людей обостряется чувство ценности человеческой личности. Именно в такие времена и возникают вечные вопросы: «Что есть человек?», «Что основное в человеке: душа или разум?», «Чему учить ребенка, чтобы он стал человеком?». Личность — множественное образование, человек, осмысляя, «собирает» себя, пытаясь соединить каждый данный момент своего существования со своим прошлым. Человеку необходимо усилие для самопознания, в нем должен совершиться акт «воспоминания» себя. И в то же время в каждую историческую эпоху те или иные качества и свойства личности выходят на первый план. При анализе личности психологу очень важно не только анализировать качества, свойства, черты личности, но прежде всего те образы человека, которые начинают господствовать в обществе, определяя пути его самоздания и воспитания. Ниже приводятся извлечения из книги А. Г. Асмолова, в которой он реализовал общесистемные принципы анализа человека, рассматривая проблему формирования образов человека в разные периоды развития общества*.

В социологических, психологических и педагогических представлениях о личности существуют следующие «образы человека», оказывающие непосредственное влияние на исследование и практическую работу с людьми: «ощущающий человек» (человек как сумма знаний, умений и навыков; человек как устройство по переработке информации); «человек-потребитель» (нуждающийся человек; человек как система инстинктов и потребностей); «запрограммированный человек» (в поведенческих науках — человек как система реакций, в социальных — как репертуар

* См.: Асмолов А. Г. Культурно-историческая психология и конструирование миров. М.: Изд-во «Институт практической психологии», Воронеж : НПО «МОДЕК», 1996. 768 с.

социальных ролей); «деятельностный человек» (человек, осуществляющий выбор; человек как выразитель смысловых ценностей). (426–427)

Образ «человека ощущающего», наиболее ярко описанный Э. Б. де Кондильяком в виде статуи, рождающейся в ходе усвоения разных чувств, стал основой для разработки в XIX в. психологии сознания (В. Вундт), а во 2-й половине XX в. — когнитивной психологии. Последняя опирается на так называемую компьютерную метафору, согласно которой человек — это устройство по переработке информации. Если в практическом человекознании, в том числе в педагогике, исходят из образа «человека ощущающего», то личность сводится к сумме знаний, ее действия расцениваются как продукт прошлого опыта, а процесс воспитания личности подменяется убеждениями, уговорами, то есть чисто словесными воздействиями. В результате преобладания подобного подхода в обучении и воспитании личности происходит процесс «обнищания души при обогащении информацией». (427)

Образ человека как вместилища нужд, инстинктов и влечений утвердился в ряде направлений психологии прежде всего под влиянием психоанализа. Согласно З. Фрейду, развитие «человека нуждающегося» идет через непрекращающиеся конфликты, разыгрывающиеся одновременно во внешнем и внутреннем планах: во внешнем — между личностью и обществом, во внутреннем — между тремя такими субстанциями личности, как Сверх-Я (социальные нормы, запреты, цензура совести), Я (осознаваемый мир личности) и Оно (неосознанные нереализованные и подавленные влечения). Многие направления (*индивидуальная психология* — А. Адлер, *аналитическая психология* — К. Юнг, *неопсихоанализ* — Э. Фромм и др., *гуманистическая психология* — А. Маслоу, К. Роджерс и др.) исходили в своих представлениях из образа «человека нуждающегося», выводя психологические закономерности развития личности из исследования динамики реализации и удовлетворения различных потребностей и мотивов. Если в педагогике, в технологии обучения и воспитания опираются на образ «человека

нуждающегося», то невольно проектируется особый тип личности интеллектуально пассивного потребителя информации. (427–428)

Образ «запрограммированного человека», оформившийся в разных сферах человекознания, определяет представления о личности в социобиологии (развитие человека как развертывание генетических программ), бихевиоризме, рефлексологии и необихевиоризме (развитие человека как обогащение рефлексорных программ поведения), социологических и социально-психологических ролевых концепциях личности (поведение как разыгрывание усвоенных в ходе социализации ролевых программ и сценариев жизни). Если трактовка личности в психологии и педагогике основывается на образе «запрограммированного человека», то педагогическое воздействие так или иначе сводится к удачному подбору стимулов и подкреплений, на которые должны послушно реагировать живые социальные автоматы. (428)

Образ «человека-деятеля» — основа для построения культурно-исторической психологии, системно-деятельностного подхода к пониманию личности, гуманистического социального психоанализа и экзистенциальной логотерапии. Если концепции личности исходят из образа «человека-деятеля», то личность понимается как субъект ответственного выбора, порождаемый жизнью в обществе, стремящийся к достижению целей и отстаивающий своими деяниями тот или иной социальный образ жизни, а в центр педагогического процесса ставится поиск оптимальных форм организации совместной деятельности и общения между людьми.

От образов человека в культуре и науке зависят как конкретные действия по отношению к личности, так и теоретические схемы анализа развития личности. (429)

Вопросы для обсуждения

1. Что такое «образ человека»?
2. Чем отличаются понятия «личность» и «образ человека»?
3. Как складывается образ человека в тот или иной исторический период?
4. Как сосуществуют разные образы человека в определенный исторический период?

Тема 3

Формирование человека

Процесс формирования человека как социального существа в рамках культурно-исторической психологии неразрывно связан с поиском определяющих его социальных и психологических детерминант. В советский период сложилось и господствовало понимание человека как работника или как «человеческого фактора». Такое понимание еще предстоит преодолеть как в науке, так и в общественном сознании. Для этого необходимо обратиться к социальной ситуации существования и развития человека. Далее приводятся извлечения из статьи известного отечественного психолога В. П. Зинченко, в которой он одним из первых обращается к исторической памяти, к «человеку психологическому» как сложному неоднозначному существу, как человеку, «рождающемуся» всякий раз в процессе решения экзистенциальных задач освоения собственного бытия*.

«Новый человек — голый, без души и имущества, в предбаннике истории, готовый на все, только не на прошлое». В итоге заместившая сознание идеология формировала не «нового человека», по М. Горькому, а «серого человека», по М. Зощенко. Вместо гармонической личности формировалась гормональная. Так у нас появился *homo soveticus*, в Германии — нацисты, в Китае — хунвейбины... Подобных персонажей М. Фуко называл «биополитическими телами».

Идея «нового человека» стара как мир, она звучала во все времена. В более близкое к нам время так была истолкована — именно истолкована — и реализована в нацистской Германии идее сверхчеловека Ф. Ницше. На самом деле, по замыслу автора, сверхчеловек означает высшую ступень духовного развития человека (и общества), для которого характерна сильнейшая жажда морального и интеллектуального совершенствования. Ф. Ницше противопоставлял сверхчеловека человеку «полому». Правда, он

* См.: Зинченко В. П. Общество на пути к «человеку психологическому» // Вопр. психологии. 2008. № 3.

сам признавал, что образ сверхчеловека — это безумие, которое должно быть привито людям. Вполне разумную форму «безумия» Ф. Ницше выразил облегченной максимой: «Стань тем, кто ты есть», т. е. стань человеком. Порой Л. С. Выготского упрекали в том, что он под влиянием Ф. Ницше говорил о «новом человеке»; он по этому поводу даже ссылаясь на максималиста Л. Д. Троцкого (как говорится, из песни слова не выкинешь). Однако для Л. С. Выготского «новый человек» был синонимом свободного человека, а путь к нему был эквивалентом пути к «вершинной психологии». Он цитировал своего любимого Гамлета: «Как Гамлет говорит об отце: он человек был во всем значенье слова. Ессе homo». Это и есть «человек психологический», если угодно, «человек собранный», т. е. стоящий в начале причин собственного действия, или «сильно развитая личность» (Ф. М. Достоевский). (4–5)

В отличие от России, в развитых странах Запада психология давно воткана в социальную жизнь. Психологические службы работают в образовании, медицине (не только в психиатрии), в экономике, в армии, политике, промышленности, судах, тюрьмах. Два психолога (Г. Саймон и Д. Канеман) получили Нобелевские премии по экономике. Соответственно, имеются различные психологические ассоциации и общества. (5)

Еще рано говорить, что после перерыва, длившегося многие десятилетия, была реализована мечта А. Блока, но под влиянием потребности людей в психологической помощи, в общей психологии и в психологическом образовании в самой психологической практике появились новые сюжеты. Человек страдающий, чувствующий, переживающий стал наконец не теоретическим, а реальным объектом психологии, человеком, который нуждается в эмпатии, симпатическом внимании, сопереживании, сочувственном понимании, а порой и в жесткости. Остался пока в тени человек думающий, деятельный, волящий. (6)

Начнем с того, что каждый человек — единственный, незаменимый, и в этом смысле новый, со своей судьбой. Давно известно, что личность рождается при решении экзистенциальной задачи освоения и овладения сложностью собственного бытия.

В культуре многих народов человека, не испытавшего второго рождения, называют «однажды родившимся». Именно в решении экзистенциальных задач происходит, в отличие от предсказуемого созревания индивида, длинная всреница рождений личности, или «человека в человеке» (Ф. М. Достоевский). (6)

Согласно Г. Г. Шпету, я — *свободно, раз во всем остается самим собой*. В этом человеческое достоинство и в этом же трудность его исследования, на чем настаивал М. М. Бахтин: «В человеке всегда есть что-то, что только сам он может открыть в собственном акте *самосознания и слова*, что не поддается овнешняющему *заочному определению*». И далее: «Подлинная жизнь личности доступна только диалогическому проникновению в нее, которому она сама ответно и свободно раскрывает себя». Собственно, такое открытие себя реального, т. е. открытие в действии, в поступке, и есть одно из важнейших условий развития личности. Оно обеспечивает пушкинское «самостояние человека» и его свободное действие.

Для процитированных авторов — А. Ф. Лосева, М. М. Бахтина, Г. Г. Шпета — в психологии, равно как и в философии, главным было не формирование, даже не объяснение, а понимание личности, ее переживаний, самосознания и сознания.

Иное дело — помощь человеку, ищущему себя, ищущему истину, судьбу на сложном пути — внутренней жизни. Как говорил Л. С. Выготский, кризисы на этом пути — не временное состояние, а сам путь, который не бывает легким. И здесь, когда мы познаем человека, мы вновь встречаемся с тем же принципом неполноты. Человек всегда больше того, что мы можем о нем узнать или сказать. Мы экранируем свой внутренний мир не только от постороннего наблюдателя, но и от самих себя; когда от других — это хорошо; трудно и неприятно представить, что кто-то проник в самые тайные пласты нашей души. (8)

...Нужно вынести себя из себя, представить себя себе и, если такое получается, от чего-то постараться избавиться, а что-то укрепить в себе повторно, но теперь осознанно усвоить, «интериоризировать». Такая осознаваемая вторичная интериоризация

объективированного субъективного представляет собой трудную, часто непосильную работу для человека. (8)

Вопросы для обсуждения

1. Как понимался человек в советское время? Что такое «человеческий фактор»?
2. Что понимается под термином «человек психологический»?
3. Каково место психологии в социальной жизни различных обществ?
4. Каково место переживания в понятийной, когнитивной структуре человека?

Психология одиночества

В данной теме представлено понимание социально-психологического феномена одиночества с позиций когнитивной психологии. Рассматриваются аффективные, поведенческие и когнитивные признаки одиночества как психологического состояния.

Зачастую человек затрудняется дать точное определение субъективным переживаниям, установить, действительно ли он одинок или не отличает одиночество от других психологических состояний. Определение собственного одиночества — результат длительного когнитивного процесса, в ходе которого мы осознаем или наделяем смыслом наши уникальные личные переживания и обобщаем их в целостную категорию или концепцию. Далее приводятся извлечения из статьи Энн Пелло и ее соавторов, впервые проанализировавших проблему одиночества с позиций психологии*.

К выводу «Я одинок» люди обычно приходят с помощью аффективных (эмоциональных), поведенческих (бихевиористских) и когнитивных доказательств. Аффективные признаки одиночества нередко бывают размытыми. Одиночество — это тяжелое эмоциональное переживание: глубоко одинокие люди очень несчастны. Однако одних лишь аффективных доказательств явно недостаточно для определения такого неприятного чувства, как одиночество. Не существует какого-либо уникального набора эмоций, ассоциируемого с одиночеством. Хотя переживание негативных эмоций и наталкивает людей на мысль о том, что «что-то не в порядке» в их жизни, оно не приводит непосредственно к самодиагнозу именно одиночества, а не какого-либо другого состояния — депрессии, переутомления или физического недомогания. (170)

* См.: Пелло Э. Л., Мицелли М., Мораш Б. Одиночество и самооценка // Лабиринты одиночества : хрестоматия / под. ред Н. Е. Покровского. М., 1989. С. 169–192.

Бихевиористские доказательства, подобно аффективным, способствуют самодиагнозу одиночества, хотя, по всей вероятности, не исчерпывают такого диагноза. Люди, как правило, используют целый ряд поведенческих характеристик для идентификации одиночества, включая низкий уровень социальных контактов, прекращение (разрыв) установившихся связей или же неудовлетворительные образцы социального взаимодействия. Однако уединение не обязательно связано с одиночеством; люди могут быть счастливы в затворничестве. Если же человек чувствует себя несчастным оттого, что он все время оказывается один, то в этом случае наиболее вероятным диагнозом может быть одиночество. (171)

Вряд ли люди будут считать себя одинокими, если у них нет когнитивных объяснений этого состояния. Когнитивные индикаторы одиночества, очевидно, выводятся из представления об определенном типе социальных отношений, недостающих в настоящий момент. Общественное сознание отражает потребность в как можно более частом и более тесном взаимодействии человека и общества, а также представление о том, что совершенствование социальных отношений способно облегчить страдания отдельного человека.

Люди определяют состояние одиночества в зависимости от целого комплекса чувств, поступков и мыслей, а не по одной-единственной доминирующей характеристике. Хоровиц и его последователи называют такую совокупность характеристик «прототипом» одинокой личности. Они определили основные показатели прототипа одиночества для студентов, обнаружив при этом, что значения, приписываемые студентами понятию одиночества, во многом сходны, хотя имеются и существенные отклонения в индивидуальных оценках. Понятие одиночества не используется всеми в абсолютно одинаковом смысле.

Значение одиночества может меняться в зависимости от социальной группы, возраста, исторического периода и культурной среды. (171)

Когнитивный диссонанс и личные стандарты взаимоотношений

Теория когнитивного диссонанса используется авторами для анализа психологического феномена одиночества, фиксируя рассогласование желаемых стандартов коммуникации и реальной сети отношений человека.

Модели когнитивного диссонанса выделяют значение мыслительных процессов в переживании одиночества. Когнитивные модели, не отрицая наличия аффективных и поведенческих составляющих в опыте одиночества, акцентируют внимание на субъективных его восприятиях и стереотипах. Модели когнитивного диссонанса определяют одиночество как реакцию на восприятие того факта, что социальные связи индивида не соизмеряются с определенным внутренним стандартом. На одиночество влияют не только действительные социальные связи индивида, но также и образец, или стандарт социальных отношений, к которому индивид стремится. Таким образом, модель диссонанса рассматривает одиночество с точки зрения «интроверта», выделяя способы восприятия и оценки одинокой личностью своей социальной жизни, а не способы ее оценки внешними наблюдателями. И хотя два человека могут иметь «объективно» сходные образцы социальных отношений, вполне возможно, что один из них чувствует себя одиноким, а другой — вполне удовлетворенным. Чувство одиночества усиливается или ослабевает в зависимости от изменений в субъективных стандартах личности, касающихся ее взаимоотношений. (172)

Люди имеют склонность оценивать себя, личный опыт и свои взаимоотношения. Субъективные оценки количества и качества межличностных связей сравниваются посредством сопоставления самооценки со множеством самых разных стандартов. Такие стандарты не всегда ясны и осознанны. Но они выражаются в общих жалобах одиноких людей: «Мне хотелось бы иметь больше друзей» или «Никто по-настоящему не понимает меня».

Субъективные стандарты взаимоотношений формируются двумя способами. Во-первых, прошлый опыт приводит нас

к представлениям о таких социальных взаимодействиях и взаимоотношениях, которые доставляют нам чувство удовлетворения и счастья, точно так же, как и таких, которые этих чувств не вызывают. Мы познаем свои социальные потребности и способы их достижения. Мы сравниваем наши социальные отношения с этим общим стандартом, или «уровнем сравнения», и чувствуем себя несчастными, если наша настоящая социальная жизнь стала хуже, чем она была раньше. (173)

Во-вторых, *сравнение социальных взаимоотношений* часто влияет на наши самооценки. Мы оцениваем наши межличностные взаимоотношения, сравнивая их с аналогичными взаимоотношениями у других людей. (174)

Весьма важный и пока еще не решенный вопрос теории социального сравнения — способ выбора людьми референтных групп и стандартов. У нас, к сожалению, мало сведений о тех видах социальных сравнений, которые в действительности влияют на возникновение чувства социальной неудовлетворенности и одиночества. (174)

Во-первых, это могут быть связанные с возрастом изменения потребности личности в социальных взаимоотношениях. Во-вторых, такой опыт, как психотерапия, или общение в группах с повышенным самосознанием, приводит индивида к переоценке качества своих социальных взаимоотношений и постановке новых целей, которых он хочет достичь в своих личных взаимоотношениях. В-третьих, и процессы адаптации способствуют воздействию имеющегося у личности образца социальных взаимоотношений на стандарты взаимоотношений. Человек, чья социальная жизнь предельно содержательна и чрезвычайно плодотворна, будет ожидать от взаимоотношений высокого уровня удовлетворения. С другой стороны, если индивиды испытывают одиночество в течение долгого времени, они могут изменить собственные стандарты восприятия своего положения и своих чувств, а именно эти стандарты могут резко меняться, чтобы наиболее полно соответствовать мрачной действительности. (175)

Прикладное значение моделей когнитивного диссонанса и помощь одиноким

Далее авторам представляется важным рассмотреть, какую стратегию помощи одиноким людям лучше принимать, опираясь на понимание одиночества как следствия когнитивного диссонанса и характера атрибутивных процессов личности.

Каково практическое значение модели когнитивного диссонанса для помощи одиноким? Если одиночество проистекает из желания человека иметь обширные и более удовлетворительные социальные взаимоотношения, нежели он имеет, то может показаться, что самым разумным способом избавления от одиночества является просто понижение личных стандартов индивида. Принимать такую стратегию следует с большой осторожностью. Многими людьми решение о снижении личных стандартов уже само по себе рассматривается как признание своей неудачи и собственной неполноценности.

Одиноким людям следовало бы проанализировать свои перспективы на будущее и цели, касающиеся социальных взаимоотношений. Нереалистичные стандарты и представления о дружбе или семейной жизни могут породить дополнительные трудности. Совет, данный Зимбардо неуверенным в себе людям, гласящий: будьте осторожны в выборе моделей для сравнения, в равной мере относится и к одиноким. (176)

Одиноким людям следует тщательно проверить свои личные стандарты взаимоотношений. Одиночество может усиливать склонность к формированию неточных или искаженных стандартов социальных взаимоотношений. Опасаясь того, что открытые сравнения выявят их неудачи, одинокие люди прячут от других свое чувство неудовлетворенности и избегают обсуждения социальных вопросов. В результате одинокие люди, возможно, никогда и не узнают о тех социальных затруднениях, которые испытывают окружающие, и, таким образом, ошибочно предполагают, что у кого-то другого нет проблем в социальной жизни. В отношении стандартов социального сравнения одинокие люди могут всецело положиться на средства массовой информации — один из вероятных

источников формирования нереалистичных перспектив, касающихся социальных отношений.

Когнитивная переоценка не является панацеей от одиночества. Многие одинокие люди имеют вполне «разумные» стандарты социальных взаимоотношений, выводимые из их основных социальных потребностей и включающие их собственный прошлый опыт и культурные нормы. Для многих преодоление одиночества требует совершенствования социальных взаимоотношений, а не изменения субъективных стандартов. (177)

Причинные атрибуты одиночества

Одиноким людям тоже хотят объяснить причины своего несчастья. Выявление причин одиночества помогает осмыслить это бедственное положение и является первым шагом к разрешению проблемы. Особенно важным вопросом для одиноких людей может быть самообвинение — виноват ли я сам в том, что одинок?

Личностные объяснения одиночества включают три взаимосвязанных, но различных элемента. Во-первых, одинокие люди обычно отмечают *изначальное* событие, приведшее их к одиночеству, например, разрыв любовных отношений. Во-вторых, пытаясь объяснить устойчивость состояния своего одиночества в течение длительного времени и свою неспособность установить удовлетворительные социальные связи, люди обращаются к *постоянным причинам* своего одиночества. Эти причины, как правило, относятся к характеристикам личности (например, стеснительности) или ситуации (например, окружению, в котором трудно встретить новых людей). Наконец, у одиноких людей, как правило, есть определенное представление о характере изменений в их социальных взаимосвязях, которые облегчили бы их одиночество. Эти *предвидимые решения* могут заключаться в новых знакомствах или большей интимности существующих взаимоотношений. (178)

Причинные объяснения одиночества могут быть классифицированы по двум первичным измерениям: местоположение причинности (внутренняя, личностная, либо внешняя, ситуативная

причинность) и стабильность (постоянная либо изменяющаяся во времени причинность). Наконец, причинные объяснения могут влиять на поведение, ответные реакции одиноких инвалидов. (179)

Как люди реагируют на одиночество — депрессией или враждебностью, пассивным уходом в него или активной борьбой за преодоление подобного состояния — это зависит от их собственных объяснений одиночества. (181)

Особенно ценным для одинокой личности может быть укрепление некоторого чувства личного контроля над ее социальными взаимоотношениями и одновременно предотвращение деструктивных наклонностей к самоуничтожению. В этом смысле весьма полезным является различие двух типов самообвинения. *Поведенческое самообвинение* есть результат объяснения одиночества изменчивыми характеристиками поведения индивида, такими, как недостаток прилагаемых усилий или использование неэффективных форм и способов поведения. Эти объяснения должны способствовать формированию убеждения, что в будущем можно достичь лучших результатов, если изменить свое поведение. *Характерологическое самообвинение*, напротив, включает объяснения одиночества неизменными чертами личности, такими как способности и индивидуальность. (182)

Вопросы для обсуждения

1. Опишите аффективные, поведенческие и когнитивные признаки одиночества.
2. В чем суть когнитивного диссонанса, приводящего к чувству одиночества?
3. Какими причинами люди объясняют причины своего одиночества?
4. Какие стратегии помощи одиноким людям вы могли бы выделить?

Раздел 2

ПСИХОЛОГИЯ ТРУДА И МЕНЕДЖМЕНТА

Тема 5

Задачи менеджмента на предприятии

Личность руководителя традиционно изучается в психологии с точки зрения индивидуального стиля его деятельности. Вероятно, эту традицию можно продолжать, в том числе в аспекте инновационного поведения руководителя. Существуют различные конструкты трансформационного лидерства. В их числе — «предпринимательское лидерство», «лидерство через конфликт», «действенное лидерство», «резонансное лидерство», «ответственное лидерство», а также стили инноваторов, сохранителей и принудителей. Последние описаны Г. У. Экхардтом в работе «Задачи менеджмента на предприятии», извлечения из которой приводятся ниже*.

В статье представлен обзор стилей менеджмента. Автором предлагается деление менеджеров на три основные категории: инноваторов, сохранителей и принудителей. Инноваторы склонны к использованию гуманистических подходов, привлекают подчиненных к решению проблем и поощряют их участие, любят пробовать новые методы. Сохранители ригидны, с подозрением относятся к новым идеям, переменам и всему, что может нарушить status quo. Принудители очень авторитарны, даже автократичны, используют манипулятивные техники и преуспевают в условиях конфликта, конкуренции и потенциальных улучшений. Г. У. Экхардт признает необходимость существования различных стратегий менеджмента. Согласно его мнению,

* См.: Задачи менеджмента на предприятии // Психология современного лидерства: Американские исследования : сб. ст. М. : Когито-Центр, 2007. 288 с.

стиль управления остается относительно неизменным. В условиях угрозы стиль может измениться, но потом менеджер возвращается к тому стилю, который ему наиболее удобен. Хотя имеется много философских подходов к проблемам руководства, исследователь находит, что гуманизм становится основой любой хорошей управленческой стратегии.

Инноваторы. Представителей этого типа, пожалуй, труднее всего найти. Это те люди, которые не боятся применять новые подходы. Они пользуются властью, преуспевают там, где требуются перемены, и излучают позитивные эмоции. Их идеи гуманистичны, они поощряют участие подчиненных в управлении. Успешно действующий инноватор полностью игнорирует собственное положение в компании. Его цель — побудить компанию принять его программу и следовать ей благодаря участию персонала — до такой степени, что его собственное присутствие становится уже ненужным. (121)

Сохранители. Менеджеры, стремящиеся сохранить status quo, составляют большинство. Они получают удовольствие от того, что поддерживают существующий порядок вещей. Они являют собой фундамент корпорации. Такие менеджеры обычно ригидны, огорчаются в случае перемен, с подозрением относятся к новым идеям, используют негативные санкции, чтобы удержать подчиненных в рамках предписанного разрешенного поведения. Сохранители ориентированы на интересы людей, но только составляющих большинство. Они выслушивают конфликтующие мнения и обычно делают то, что «лучше всего» для всех участников. Сохранитель не любит менять место работы и проявляет себя с лучшей стороны в ситуациях, не предполагающих изменений.

Принудители. Представителей этого типа также трудно найти, но еще труднее вынести долгое время. Из всех менеджеров принудители в наименьшей мере отличаются гуманистической ориентацией. Их обращение с людьми ради разрешения проблем представляет собой манипулирование. Они обычно авторитарны и требуют уважения к себе. Одна болезненная реакция принудителя на возникшую трудность может разрушить добрые отношения

между сотрудниками, создававшиеся месяцами. Принудители хорошо чувствуют себя в атмосфере конфликта и вызова, они проявляют желание все улучшать. Их любимый способ разрешения проблем — заменить людей машинами. Принудители тратят много времени на то, чтобы поймать людей на нарушениях и уличить в них. Их излюбленный метод защиты — агрессивное нападение. Уязвимость их непоколебимости бывает известна лишь немногим.

Теперь, ознакомившись с различными типами менеджеров, читатель мог бы задать вопрос: нужны ли корпорации представители всех типов и какова их ценность для компании? Однако для того, чтобы выжить в современном мире, организации требуется смесь разных философий менеджмента. В состоящих из разных подразделений корпорациях инноваторы нужны для роста, появления новых идей, постоянного участия в ориентированных на людей программах. Инноваторы приносят с собой позитивную атмосферу, к которой стремятся и в которой нуждаются люди. Они обладают способностью вызывать изменения в отношениях, создавать климат заботы и заинтересованности, превращать конфликтные ситуации в позитивный опыт. Сохранители обеспечивают стабильность корпорации. Такой менеджер являет собой образец, которому сотрудники могут подражать. Сохранитель остается на своем месте и в хорошие, и в трудные времена. Менеджер такого типа выполняет планы по изменениям и обеспечивает выполнение работы (122). Принудитель необходим для того, чтобы выдерживать курс в случае возникновения сопротивления переменам. Он бывает особенно полезен тогда, когда более мягкие методы не приносят результата. Принудитель обычно оказывается последним средством: или ему удастся переломить ситуацию, или предприятие закрывается. Главной проблемой привлечения менеджеров такого типа является невозможность долго использовать их на одном и том же месте. Постоянный поиск перемен, конфликтность и беспокойство делают такого человека полезным только в корпорациях, состоящих из многих подразделений.

Могут ли менеджеры меняться и являются ли их стили взаимозаменяемыми? По большей части стиль менеджера не

меняется на другой по причине различия внутренних побуждений, определяющих тот или иной стиль. При возникновении трудной ситуации каждый менеджер прибегает к методам, которые дают ему наибольшее ощущение комфорта. Естественно, новый опыт меняет или расширяет взгляды руководителя, и такой процесс может иногда временно заставить менеджера использовать другой стиль.

Прогрессивная компания использует все стили руководства, но выжить ей помогут только стили, имеющие гуманистическую ориентацию. (123)

Вопросы для обсуждения

1. В чем заключается уход от традиционных форм лидерства в современной психологии?
2. Какие еще стили менеджмента рассматриваются в психологии управления?
3. Соотнесите характеристики стилей инноваторов, сохранителей и принудителей с известными вам стилями лидерства и руководства.
4. В каких условиях необходим каждый из рассмотренных выше стилей управления?
5. Каковы слабые стороны описанных стилей менеджмента?

Тема 6

Управленческие парадигмы

Предлагаемый отрывок из статьи американских исследователей Дж. Канджеми, Р. Л. Эппл-мл. является хорошим поводом для разговора о смене управленческих парадигм*. Задачи на будущее для лидеров корпораций свидетельствуют о дальнейшем усложнении деятельности управленца. Одна из проблем — преодоление кризиса смысла деятельности многих организаций и проектов. В представленном гуманистическом подходе зафиксирован поворот руководства от разработки стратегий и планов к руководству ценностными ориентациями, руководству на основе привлекательного образа будущего организации, к доверию как основе управления.

Первая задача: необходимо выбрать руководителей, понимающих принципы работы организации и осознающих, как их поведение отражается на персонале. Другими словами, лидеры должны быть восприимчивы, они должны понимать себя и других, а также ценность стиля руководства, предполагающего поощрения в противовес принуждению, угрозам и наказаниям.

Исследование, проведенное Дж. П. Канджеми, Р. Миллером и Т. Холлопетером, наглядно продемонстрировало, что руководители, не заинтересованные в понимании себя, неудачно строили взаимоотношения с подчиненными и отрицательно влияли на деятельность своих фирм. Такое негативное воздействие обычно распространяется на все уровни организации — от самого высокого до самого низкого.

Второй задачей для коммерческой организации на будущее является подбор таких руководителей, которые проявляли бы гуманный склад характера до того, как окажутся на руководящей должности. Как только человек, не ориентированный на

* См.: Канджеми Дж. П., Эппл-младший Р. Л. Двенадцать задач на будущее для лидеров корпораций и предприятий: гуманистическая перспектива // Психология современного лидерства: Американские исследования : сб. ст. М. : Когито-Центр, 2007. С. 16–22.

взаимопонимание с людьми, получает контроль над каким-либо подразделением, шанс на изменение его поведения становится исчезающе малым. Впрочем, некоторая надежда сохраняется: примером такого исхода может служить ситуация, с которой Дж. П. Канджеми столкнулся более двадцати лет назад.

Его пригласили для устранения проблем на большом предприятии, на котором работало 2000 человек. В результате работы с этим лидером (вице-президентом по производственным вопросам), направленной на то, чтобы он лучше понял себя и свою склонность к авторитарному стилю, он начал понимать последствия своего поведения для всей организации. Хотя нельзя сказать, что он изменился (этого не произошло), он стал понимать себя достаточно для того, чтобы предоставить большую свободу действий своему заместителю, обладавшему теми качествами, которых сам он был лишен. Благодаря передаче части функций заместителю и сосредоточению на других аспектах деятельности предприятия (вне его) — контактам с общиной и с другими ответвлениями корпорации — вице-президенту удалось переместить свое предприятие с двадцатого места в Соединенных Штатах на первое во всей корпорации всего за три года. (16)

Третьей задачей является отбор и обучение руководителей, которые способны получать личное удовлетворение не только от собственных успехов, но и от успехов других. Это значит, что такие лидеры понимают: дорога к успеху проходит через других людей; они не приписывают все успехи себе, способны гордиться успехами других и поощрять их продвижение вперед.

Четвертая задача — обучение руководителей внимательному отношению к эмоциональному климату в организации, заботе о том, чтобы принадлежность к ней воспринималась персоналом положительно. Климат в организации зависит главным образом от руководителя, касается ли это учреждения в целом или отдельного его подразделения. Как говорил французский философ Вольтер (по крайней мере, ему часто приписывается это высказывание): «Организация — это длинная тень ее руководителя».

Пятой задачей лидера является создание у подчиненных интеллектуальной и эмоциональной преданности своей организации. Эта задача может быть выполнена только в том случае, если каждый сотрудник почувствует, что руководитель ценит его как личность. К. Аргирис из Гарвардского университета дал этому феномену название *психологического контракта*. Он утверждает, что человек, приходя на работу в учреждение, имеет определенные ожидания в отношении того, как с ним будут обращаться. Например, ожидается, что организация в лице ее руководителя будет обращаться с ним достойно и с уважением, должным образом оценит его достижения, предоставит возможности для повышения квалификации и роста, будет интересоваться его советами и мнением, не будет проявлять фаворитизм, не станет предъявлять нереальных требований, предоставит ему необходимое оборудование, даст необходимую подготовку для выполнения обязанностей и т. д. Такой подход обычно вызывает у сотрудников ответное стремление не допускать прогулов и опозданий, полностью отдаваться работе.

Шестая задача — необходимость соблюдения с подчиненными основных правил вежливости. Многие ли утром доброжелательно говорят своим сотрудникам «Доброе утро» или «Привет»? Или благодарят и хвалят за хорошо выполненную работу? Эти простые мелкие проявления приязни и одобрения должны стать привычными, хотя, как отмечают многие авторы, в последнее время редко встречаются на всех уровнях организации. Отношение руководства к людям, выражающееся в подобных проявлениях вежливости, превращается в психологический доход, часто столь же, если не более важный, чем денежная оплата труда. *Финансового вознаграждения недостаточно* — люди нуждаются в *психологическом поощрении*, которое показало бы, что их ценят.

Седьмая задача заключается в том, чтобы дисциплинарный/принудительный стиль руководства заменить на обучающий/консультационный. Дисциплинарный/принудительный стиль руководства, по сути, приводит к разделению персонала на две группы: тех, кто перестает работать и увольняется, и тех, кто

перестает работать и остается. Опыт авторов говорит о том, что большинство сотрудников перестает работать и остается. Люди с нетерпением ждут зарплат, но их интерес и мотивация в целом не связаны с организацией. Успехи фирмы больше их не волнуют: их мысли заняты исключительно вопросами выживания. В результате они больше не предлагают творческих решений проблем, не разрабатывают конструктивных программ. Они делают только то, что необходимо, чтобы не быть уволенными. В отсутствие начальства они не берут на себя лишнего и избегают ответственности. При такой угнетающей системе лидерства растет число прогулов и проволочек, а также других форм скрытого саботажа.

Техника консультирования и обучения, напротив, предполагает стиль руководства, подчеркивающий уважение и доверие к подчиненным. Такое поведение обеспечивает ответное доверие с их стороны, уважение и готовность сотрудничать, что приводит к возникновению атмосферы успеха в организации. При таком климате сотрудники не боятся совершить ошибку, попробовать нечто новое, отличное от принятого, чтобы помочь организации достичь большего успеха. (18) Короче говоря, сотрудники начинают чувствовать себя частью организации, а не чем-то отдельным от нее. Они часто — и совершенно правомерно — начинают думать, что они-то и есть организация. Задача руководителей заключается в том, чтобы углублять свои знания и умело применять технику обучения и консультирования.

Восьмая задача для руководителя состоит в поддержании открытыми всех линий коммуникации внутри организации и вне ее. Слишком многие лидеры используют только коммуникацию «сверху вниз» или передачу информации по принципу минимальности: «знать только то, что нужно». При таком стиле сотрудники быстро усваивают, что информация, исходящая от них, не нужна; более того, она часто не одобряется. «Вы узнаете только то, что *они* считают нужным нам сообщить, — говорят в таких случаях сотрудники. — *Им* на самом деле не интересно, что мы думаем».

Без открытой коммуникации подчиненным чрезвычайно трудно поверить в то, что они являются важной частью организации,

а это обычно приводит к депрессии и низкой самооценке. «Мы тут не представляем важности — важны только *они*», — подчеркивал один из работников при обсуждении коммуникации «сверху вниз».

Девятой задачей руководства является признание за сотрудниками права на собственные взгляды и мнения. Мы здесь не рассматриваем возможности мятежа, а только различные точки зрения. Лидер может очень многое почерпнуть, если прислушивается к мнениям, отличным от его собственного. Поскольку лидер обладает полнотой власти, он может принимать окончательное решение, однако непредвзятое знакомство с возражениями может открыть подходы, которые окажутся полезными. Персонал бывает только рад помочь успеху собственной организации, если ему будет предоставлен такой шанс. В противном случае где сейчас были бы фирмы «Хонда» из Мэрис-вилля, Огайо или «Харлей-Дэвидсон»? Руководители этих организаций прислушались к подчиненным. Возможно, в будущем их примеру последуют и другие.

Десятой задачей для лидера является развитие собственной восприимчивости к личностным качествам подчиненных. На работника часто смотрят и говорят о нем как о «единице». Есть пример того, как руководитель велел своему начальнику департамента человеческих ресурсов «выдать 30 единиц». Время, когда сотрудника можно рассматривать как «инструмент», «пробку на волнах», «расходный материал», должно закончиться. Лидеру необходимо понимать, что у сотрудников его организации есть чувства, заботы, проблемы и цели, которые не исчезают просто потому, что человек явился на работу. Задачей руководства является сочувствие людям во всех их человеческих проявлениях. Подобное отношение со стороны руководителей всех уровней приводит к возникновению лояльности персонала своей организации, что в настоящее время наблюдается редко. (19)

Пример. Руководители компании с помощью постороннего консультанта провели опрос сотрудников о том, что могло бы сделать их организацию более приятным местом для работы. Группа за группой сотрудники сообщали о том, что они работали 23 дня подряд — без единого выходного. Поскольку предприятие

производило комплектующие для автомобильной промышленности, работники хорошо знали, что в этой области производства периоды «пиршеств» чередуются с периодами «голода». Показательно то, что сотрудники не жаловались на 23-дневную работу без перерыва: они понимали необходимость этого. Беспокоило их другое — тот факт, что с ними обращались так, словно они были собственностью компании. Персонал отвергал подобное отношение руководства. Рядовым сотрудникам было известно, что в то время, когда они работали по субботам и воскресеньям, начальство наслаждается выходными, проведенными с семьями, барбекю и пикниками. Ни разу, отмечали сотрудники, никто из руководителей не побеспокоился о том, чтобы появиться на предприятии хотя бы на час, узнать, как идут дела, предложить поддержку, сказать, что ценит усилия и жертвы персонала, проявить хотя бы минимальный интерес к людям. Более того, когда начальство появилось на работе в понедельник, ни слова не было сказано добросовестным работникам о том, что они пожертвовали своими выходными ради интересов компании. Отношение руководства было интерпретировано следующим образом: «Так уж получается. Если хотите сохранить работу, терпите». Люди чувствовали, что их используют, что на них смотрят как на нечто незначительное, их не ценят, они испытывали гнев в адрес организации из-за отношения ее руководства. Самым показательным в данной ситуации было то, что сотрудники не возражали против сверхурочной работы. *Возражали они против отсутствия у руководства восприимчивости к их нуждам и должной оценки того, чем людям приходилось жертвовать ради компании.*

Задачей руководителей в будущем является развитие в себе большей восприимчивости к нуждам людей и понимание того, насколько важно отдавать этим нуждам должное. (20)

Одиннадцатая задача для лидеров будущего — участие во всей жизни организации, что дало бы возможность пользоваться креативным и интеллектуальным потенциалом, существующим на всех уровнях организации. В этом случае для лидера важно отказаться от представления о том, что его собственные

взгляды — лучшие, а может быть, и единственно верные. Лидерам следует открыть пути принятия решений, чтобы люди захотели принимать в них участие, особенно когда вопросы касаются их собственной работы, работы их отдела или их собственного благополучия. Такой процесс передачи полномочий создает у сотрудников сильное ощущение принадлежности к организации и чувство собственной значимости. Руководители, закрывающие на это глаза, совершают очень серьезную ошибку. Скоро они обнаружат, что командуют кораблем без команды. Никто не станет следовать за ними добровольно — только по обязанности.

Двенадцатой задачей является изменение лидерами их отношения к обидчивости и чувствительности людей. Людям свойственно чувствовать. Игнорировать чувства людей означает провоцировать неприятности в организации: саботаж, поджоги, телефонный терроризм и другие хорошо известные формы мести тем, кто воспринимает работника просто как машину, производящую продукцию. Г. Левинсон в своей статье «Почему пали бегемоты», опубликованной в «Гарвард бизнес ревью», ясно указывает на недостаточную заботу о чувствах подчиненных со стороны руководства при принятии касающихся их решений как на одну из причин возникновения у организаций проблем с финансами, качеством продукции и производительностью труда.

Слишком многие руководители, особенно ориентирующиеся на научные, статистические методы, не видят смысла учитывать чувства людей, находящихся на рабочих местах. Они должны понять, что невозможно заставить людей не чувствовать. Часто проблемы в организации, выражающиеся в поведении персонала, оказываются совсем не теми, которыми должно заняться руководство. В действительности подчиненные показывают руководителю, что их чувства *игнорируются, неправильно понимаются или отменяются*. Лидеры должны проявлять высокую чувствительность к тому, *как они реагируют на собственные чувства и как эти чувства отражаются на подчиненных*. Двенадцатая задача предполагает смену парадигмы — чувства людей, находящихся на рабочих местах, должны признаваться и учитываться

с доброжелательностью и пониманием. Польза, которую это принесет руководителям, выражается в лояльности к ним подчиненных и их преданности организации, когда люди говорят: «Я здесь работаю, и я люблю свою компанию».

Перечисленные выше задачи охватывают далеко не все стороны вопроса и предлагаются как перспектива, способная оказать помощь в осуществлении самой важной составляющей деятельности лидера — сотрудничества с людьми. (21–22)

Вопросы для обсуждения

1. Как можно назвать теоретический подход к лидерству, представленный выше?
2. Какие аргументы и обоснования собственной позиции в отношении организационного поведения лидеров приводят авторы статьи?
3. Какими характеристиками обладает современный персонал предприятий?
4. Что акцентируется Дж. П. Канджеми и Р. Л. Эпплом-младшим — роль лидера или роль подчиненных в организации?
5. Расширьте список задач современного менеджмента, опираясь на известные вам исследования.

Тема 7

Мотивация профессиональной деятельности

Конкретная трудовая деятельность человека всегда полимотивирована. В психологических исследованиях, посвященных проблеме мотивации труда, выделены три группы мотивов, связанных с трудовой деятельностью: мотивы трудовой деятельности, мотивы выбора профессии и мотивы выбора места работы. Конкретная деятельность определяется в конечном итоге всеми этими мотивами (мотивы трудовой деятельности ведут к формированию мотивов выбора профессии, а последние ведут к мотивам выбора места работы). Ниже приводятся извлечения из книги Е. П. Ильина, глубоко исследовавшего данную проблематику*.

Мотивы трудовой деятельности

Рассмотрим те побудительные причины, которые заставляют человека заниматься трудом.

Первая группа причин — *побуждения общественного характера*. Это и осознание необходимости приносить пользу обществу, это и желание оказывать помощь другим людям (что может проявляться в обучении детей, влечении больных, в защите своего отечества и т. д.), это и общественная установка на необходимость трудовой деятельности («кто не работает — тот не ест»), и нежелание прослыть тунеядцем.

Вторая группа — *получение определенных материальных благ* для себя и семьи: зарабатывание денег для удовлетворения материальных и духовных потребностей.

Третья группа — *удовлетворение потребности в самоактуализации, самовыражении, самореализации*: человек не может быть бездеятельным по своей природе, а природа его такова, что он — не только потребитель, но и созидатель. В процессе созидания он получает удовлетворение от творчества, оправдывает смысл своего

* См.: Ильин Е. П. Мотивация и мотивы. СПб. : Питер, 2000. 512 с.

существования. К этой же группе относится и мотив, связанный с удовлетворением потребности в общественном признании, в уважении со стороны других.

Трудовое воспитание школьников и должно состоять в формировании и закреплении этих мотивов. (270)

Мотивы выбора профессии

Перечисленные группы мотивов трудовой деятельности реализуются в конкретных профессиях, включая и выбор профессии. Выбор профессии — довольно сложный и порой долгий мотивационный процесс: ведь от правильности этого выбора во многом зависит удовлетворенность человека своей жизнью.

Сознательный выбор профессии происходит с ориентацией человека на имеющиеся у него социальные ценности. Если главным для человека является *общественный престиж*, то профессия выбирается исходя из существующей моды, престижности профессии в обществе. Многие выбирают профессию в зависимости от того, в какой степени она может обеспечить их материальное благополучие.

Ряд людей выбирают профессию из-за *интереса* к ней, и нередко этот интерес имеет романтический характер, навеянный литературой, увиденным фильмом, телепередачей. Бывает, что такой выбор, основанный на поверхностном, чисто внешнем впечатлении или подкрепленный советами родителей, друзей, оказывается удачным. Но часто романтика профессии быстро улетучивается, и остаются «суровые будни», к которым человек не готов ни морально, ни физически, ни по своему психическому складу; работа превращается для человека в пытку, и он вынужден менять профессию.

Таким образом, профессию можно выбирать в зависимости от многих обстоятельств, но важно прежде всего принимать во внимание, насколько выбираемая дельность соответствует склонностям и способностям человека. Механизм такого выбора может быть следующим.

Имеющиеся у человека определенные сочетания типологических особенностей проявления свойств нервной системы (сила — слабость, подвижность — инертность, уравновешенность — неуравновешенность) могут обуславливать склонность человека к определенному типу деятельности — к быстрой, но кратковременной работе, работе переменного характера и т. п. Осознание этой склонности и ее причины (правда, не всегда отчетливое) приводит к формированию мотива, побуждающего человека заниматься определенным видом деятельности, так как в его глазах эта цельность по своему характеру отвечает характеру имеющейся склонности (осознается важность *реального*, адекватного представления человека о психологической структуре данной деятельности). Соответствующее же сочетание типологических особенностей способствует проявлению способностей к этому же виду деятельности, что ведет к высокой ее эффективности, создает удовлетворенность трудом и подкрепляет мотив выбора профессии, превращая его в стойкий интерес. Последний влияет на активность человека и «закрепляет» его в данной профессии. *Происходит самоподкрепление мотива.*

Если же у человека имеется поверхностное и неадекватное представление о профессии, о тех требованиях, которые она предъявляет, то происходит рассогласование между склонностями и способностями, с одной стороны, и психологическим содержанием работы — с другой. В результате не будет ни высокой эффективности такой деятельности, ни удовлетворения ею.

Склонность к определенному типу деятельности может проявляться в разных видах труда (профессиях), а это значит, что она еще не предопределяет узконаправленного профессионального выбора. Одни и те же склонность и способности можно реализовать в разных профессиях; так, имея склонность к общению с детьми, можно стать воспитателем в яслях и детском саду, учителем в школе, педиатром. (272)

Мотивы выбора места работы

Процесс принятия решения о том, куда лучше пойти работать, регулируется внешними и внутренними факторами (или мотиваторами). Чаще всего это касается оценки внешней ситуации, своих возможностей и состояния, соответствия выбираемой работы полученной профессии, своим интересам и склонностям.

Оценка внешней ситуации (положительных и отрицательных производственных факторов) включает в себя: величину заработной платы, льготы, предоставляемые работающим на данном предприятии; близость к дому, удобство транспортного сообщения; эстетику места работы и наличие вредного производства; одно-, двух- или трехсменность, наличие твердого или свободного графика работы; надежность и престиж фирмы, компании; меру ответственности; возможность одновременно с работой учиться в вузе; психологический климат в коллективе, систему поощрений и наказаний (штрафов и т. п.).

Оценка своих возможностей включает: состояние здоровья, наличие способностей к данной работе и профессионально важных качеств, уровень образования, склонность к работе без стрессов, в свободном ритме или к монотонной работе заданным темпом.

Оценка выбираемого места работы с учетом интересов касается возможности продвижения на данном предприятии или в учреждении по служебной лестнице, руководящей работы, профессионального роста, проявления личной инициативы и выдумки (творчества) и т. п. Иногда выбор места работы по интересу может принимать оригинальный характер. Человек, влюбленный в театр, но не имеющий артистического таланта, может пойти работать осветителем, рабочим сцены и т. п. Может быть значимым и такой фактор, как возможность познакомиться с любимыми артистами, чувствовать себя приближенным к театральной элите. Очевидно, что в этих случаях происходит компенсация, замещение одной потребности другой. (272)

Мотивы выбора профессии и места работы классифицированы Э. С. Чугуновой. Она выделяет доминантный тип

профессиональной мотивации (устойчивый интерес к профессии), ситуативный тип профессиональной мотивации (влияние привходящих жизненных обстоятельств, которые не всегда согласуются с интересами человека) и конформистский (или суггестивный) тип профессиональной мотивации (внушающее влияние со стороны ближайшего социального окружения — советы родных, друзей, знакомых).

В выборе разных профессий, кроме общих факторов, влияющих на принятие решения, о которых говорилось выше, имеют значение и специфические мотиваторы. В качестве примера приведу мотивы выбора двух профессий — музыканта и медика.

Мотивы выбора музыкально-исполнительской деятельности.

Л. И. Бамбурова к причинам выбора профессии музыканта-исполнителя относит следующие:

- интерес к музыкальному исполнению, творчеству;
- потребность в эстетическом удовольствии от музицирования;
- стремление к самосовершенствованию в исполнении музыкальных произведений;
- стремление продемонстрировать свое умение, мастерство, самоутвердиться;
- стремление к признанию со стороны слушателей;
- желание создать определенное настроение у слушателей, доставить им удовольствие (соответствовать их ожиданиям).

Конечно, это далеко не полный перечень мотивов выбора музыкально-исполнительской деятельности. Он скорее относится только к начинающим музыкантам, и поэтому в нем нет упоминания о материальных стимулах, наверняка имеющих место у музыкантов-профессионалов. К сожалению, работ, в которых была бы отражена динамика мотивов в ходе профессиональной карьеры музыкантов, нет.

Мотивы выбора медицинской профессии. А. П. Василькова приводит следующие причины выбора медицинской профессии:

- желание лечить людей;
- желание облегчить страдания тяжелобольных, стариков и детей;

- возможность заботиться о здоровье своих близких;
- престиж профессии и семейные традиции;
- желание решать научные медицинские проблемы;
- возможность заботиться о своем здоровье;
- возможность оказывать влияние на других людей;
- доступность медикаментов;
- материальная заинтересованность. (273)

Закрепление мотивов, связанных с трудовой деятельностью

В зарубежной психологии разработаны многочисленные теории, обосновывающие взаимосвязь мотивов трудовой деятельности с удовлетворенностью и эффективностью труда.

Упрочение мотивов зависит от удовлетворенности работающих многими факторами трудовой деятельности. Это положение нашло отражение в ряде распространенных на Западе теорий. В. Врум и Э. Дисси выделяют «патерналистскую» концепцию мотивации трудовой деятельности. В соответствии с ней, чем больше удовлетворены люди своей работой, тем больше они будут побуждаться к ее выполнению, и чем больше награждать их, тем усерднее они будут работать. Вознаграждения, которые используются при таком подходе, не зависят от продуктивности деятельности работников, а получают ими в силу принадлежности к данному учреждению (организации, фирме, компании). Это различные дополнительные льготы: пенсии, субсидии на получение образования, отдых, организованный компанией, и т. д. (273)

Д. Макгрегор выделяет «теорию Х», представляющую традиционный подход к управлению, и «теорию Y», разработанную им самим. Согласно первой, базирующейся на системе «научного управления» Ф. Тейлора, средний человек ленив, старается избегать работы, не любит ответственности. Поэтому его нужно постоянно принуждать, угрожая наказанием. Отсюда необходимость внешнего контроля за деятельностью работающих и их стимуляция в виде заработной платы, которая должна быть прямо

связана с результативностью труда (индивидуальная сдельная система заработной платы). В ряде исследований показана эффективность такого подхода, однако часто рабочие сами ограничивают производительность своего труда, равняясь на групповые нормы. У. Уайт обнаружил, что лишь около 10 % рабочих реагируют на систему индивидуальной оплаты труда и игнорируют влияние группы, направленное на ограничение продуктивности. Многие американские психологи считают, что, используя только внешний контроль за работой индивида, трудно удовлетворить его «эгоистические» (по А. Маслоу) потребности в самоуважении и самореализации. Кроме того, внешний контроль эффективен в том случае, когда имеются объективные методы оценки продуктивности (что имеет место при сравнительно простых операциях), но очень затруднителен при анализе деятельности специалистов технических служб и лиц, занятых управленческим трудом. (274)

Суть «теории Y», сформулированной Д. Макгрегором в противовес «теории X», в следующем. При известных обстоятельствах работа сама по себе, независимо от действия каких-либо внешних побудителей, может быть источником возникновения удовлетворенности, так как физический и умственный труд так же естественны для человека, как игра или отдых. При наличии соответствующих условий средний человек не только принимает на себя ответственность, но даже ищет ее, стараясь использовать свои творческие силы для решения задач, стоящих перед его организацией.

Автор «мотивационно-гигиенической» теории Ф. Герцберг соединил две описанные выше концепции и выделил две группы факторов, влияющих на удовлетворенность своим трудом: «гигиенические», внешние по отношению к процессу работы и самому работнику, и «мотивационные», присущие самому процессу работы. К первым Ф. Герцберг отнес заработную плату, условия труда, политику компании, деятельность администрации, взаимоотношения. Если данные факторы имеют негативный характер, то это приводит к неудовлетворенности человека работой; при наличии же благоприятных «гигиенических» факторов возникает, как

полагает автор, не удовлетворенность, а лишь нейтральное состояние. Ко вторым, «мотивационным» факторам Ф. Герцберг относит достижения в работе, признание со стороны других вследствие этих достижений, интерес к работе как таковой, ответственность и продвижение по службе. При наличии этих факторов повышается удовлетворенность своей работой, мотивируется увеличение активности человека; в то же время отсутствие их не обязательно приводит к неудовлетворенности работой. Таким образом, «гигиенические» факторы влияют на неудовлетворенность работой, а «мотивационные» — на удовлетворенность ею. Герцберг заключает, что на предприятиях с целью увеличения положительной мотивации персонала администрация должна заботиться о благоприятном воздействии и тех, и других факторов, но главным образом «мотивационных». Он считает, что люди, сильно мотивируемые самим характером работы, легче переносят неблагоприятные «гигиенические» факторы и получают удовлетворение от своей работы. Исследования, проведенные в соответствии с теорией Ф. Герцберга во многих странах, показали, что среди всех факторов, влияющих на удовлетворенность работой, свыше 80 % — «мотивационные». Из числа же всех факторов, влияющих на неудовлетворенность работой, около 70 % — «гигиенические». (275)

Теория Ф. Герцберга подверглась критике со стороны ряда зарубежных авторов за излишнюю упрощенность мотивационного комплекса трудовой деятельности. Например, при сдельной работе ведущими оказываются как раз «гигиенические» факторы — заработная плата и гарантия работы (особенно в условиях безработицы), которые становятся «мотивационными». В то же время мотивы, связанные с характером работы, в условиях безработицы отходят на второй план. В период относительно нормальной занятости населения на первое место в формировании удовлетворенности выходят взаимоотношения между рабочими и администрацией и между самими рабочими.

В нашей стране до начала 90-х годов ведущая роль этих факторов в мотивации труда у разных субъектов была разная, причем в ходе профессионализации значимость их менялась. Этот

«дрейф» мотиваторов (мотивов), по выражению В. Д. Шадрикова, был отчетливо выявлен его учеником Т. Л. Бадоевым (1988). Последним были опрошены учащиеся ПТУ и рабочие со стажем от 1 до 15 и более лет о значимости для них ряда производственных факторов: организации труда, возможности творчества в процессе деятельности, санитарно-гигиенических условий, размера заработной платы, возможности повышения квалификации, престижности профессии и других. Если у учащихся ПТУ как главные отмечались (в порядке убывания) размер заработной платы, потребность в реализации индивидуальных особенностей, взаимоотношения с коллегами, значимость выполняемой работы, то у рабочих приоритет был отдан организации труда, санитарно-гигиеническим условиям, размеру заработной платы, взаимоотношениям с коллегами. С ростом профессионализации уменьшалась значимость такого фактора, как возможность повышения квалификации, а также фактора значимости работы. Вследствие этого не было выявлено достоверной корреляции между важностью всех изученных факторов для учащихся и рабочих.

В исследовании, проводившемся в 60-х годах под руководством В. А. Ядова и А. Г. Здравомыслова, показано также изменение роли мотивационных факторов при увеличении стажа у рабочих. Для молодого рабочего (до 30 лет) самыми важными факторами, определявшими степень удовлетворенности работой, являлись возможность продвижения по работе и разнообразие труда. У рабочих старше 30 лет эти два мотиватора также занимают первое место, но они поменялись местами. С возрастом повышается роль санитарно-гигиенических условий труда, человек становится более чувствительным к недостатку комфорта. В то же время взаимоотношения с администрацией становятся для рабочих старше 30 лет менее значимыми, что можно объяснить повышением их престижа как профессионалов.

Показано, что для мужчин более важны содержание и общественная значимость работы, ее разнообразие, творческие возможности, то, какая выпускается продукция; они в большей степени осознают социальную значимость своего труда. Для женщин

важнее взаимоотношения в коллективе, условия труда, размер заработка. (275)

К. Муздыбаев, изучая мотивы ответственного отношения работников к своему труду, выявил, что самыми сильными из них являются желания не подвести своих товарищей, не сорвать производственный план и больше заработать. К ним же примыкает мотив, обозначаемый как «чувство долга, желание выполнить то, что поручено», хотя и вышеназванные означают то же самое, но конкретизируют, в отношении кого или чего субъект испытывает чувство долга.

В меньшей степени влияют на ответственное отношение к труду такие мотивы, как потребность получить удовлетворение от видимых результатов своего труда, а также реализовать свои способности, склонности, поднять престиж профессии и предприятия, избежать порицания, взысканий.

В еще меньшей степени побуждают хорошо работать потребность отвлечься от личных проблем и мотивы карьеры (такие, как продвижение по служебной лестнице, возможность заслужить награду, общественное признание).

Возрастные различия в мотивах, побуждающих рабочих ответственно выполнять свою работу, практически отсутствовали. Исключение составил лишь мотив «потребность в удовлетворении от результатов своего труда», который более свойствен лицам до 30 лет.

Помимо изучения и выявления внутренних побудителей деятельности, изучены и систематизированы внешние стимулы труда. (276)

Мотивы ухода (увольнения) с работы

Мотивы увольнения с работы также разнообразны. Выделяют три группы основных причин увольнения, указываемые в анкетах: объективные, объективно-субъективные и субъективные.

К объективным причинам относятся слабое здоровье и физическое состояние, смена места жительства, служба в армии, про-

должение образования, рождение и уход за ребенком. К объективно-субъективным относятся условия труда, невозможность профессионального роста; к субъективным — психологический климат в коллективе.

Как отмечают А. А. Русалинова и Я. И. Судит, увольняющиеся не всегда достаточно отчетливо осознают причины возникновения намерения уйти с предприятия и ссылаются на мотивы, которые, по их мнению, могут стать веским обоснованием правомерности ухода. При этом увольняющиеся стараются указать на какие-либо объективные факторы, побуждающие уйти с предприятия, так как именно они рассматриваются администрацией в качестве уважительных причин увольнения, в то время как субъективные причины нередко считаются неуважительными.

В общих чертах можно сказать, что причиной добровольного ухода с работы является *неудовлетворенность чем-то на данном производстве.* (276)

На первом месте стоит неудовлетворенность работой: производственной обстановкой (условиями), напряженностью труда, заработной платой и другими факторами, о которых уже говорилось выше. Но она не всегда приводит к увольнению работника. Если неудовлетворенность работой возникает вследствие стремления добиться лучшего результата, то она лишь способствует совершенствованию самого работника и производственных условий.

Важное место отводится и взаимоотношениям работников с непосредственным начальством. Роль плохих взаимоотношений с коллегами по работе в увольнении незначительна; положительные же, дружеские взаимоотношения удерживают работников от ухода с предприятия.

По данным В. Е. Семенова, около двух третей увольнений связано с неудовлетворенностью только одним фактором, около 10 % — с двумя факторами, и около четверти — с тремя и более факторами. При однофакторном увольнении на первом месте стоит неудовлетворенность специальностью (40 %), затем неудовлетворенность заработком (30 %), ростом квалификации, социально-

психологическим климатом (7–5 %), санитарно-гигиеническими условиями, организацией труда (около 2 %) и прочим. (276)

Мотивация поиска работы

До сих пор остается малоизученной мотивация поиска работы безработными. В то же время поведение безработного, активность поиска нового места работы во многом зависят от структуры его мотивационной сферы, в частности — от его понимания смысла жизни. Как показано М. В. Дмитриевой, специфической особенностью мотивационной сферы безработных, активных в поиске работы, является взаимосвязь всех параметров их мотивационной структуры (смысложизненной ориентации, самоактуализации и др.), что позволяет им в большей степени быть независимыми от изменений социума, помогает реализовать свои возможности. Напротив, структурные особенности мотивационного потенциала пассивных безработных характеризуются меньшей интегрированностью, изолированностью отдельных мотивов.

* * *

Для характеристики структуры мотивов профессиональной деятельности можно воспользоваться способом, предложенным Б. И. Додоновым. Он отмечает, что причинами любой деятельности может быть совокупность следующих факторов:

1. удовольствия от самого процесса деятельности — П;
2. прямого результата деятельности (создаваемый продукт, усваиваемые знания и т. д.) — Р;
3. вознаграждения за деятельность (зарплата, повышение в должности, слава и т. д.) — В;
4. стремления избежать санкций, которые грозят в случае уклонения от деятельности или недобросовестного ее исполнения; депривация страха наказания — Д.

Каждая из этих причин может иметь и отрицательную «валентность», не привлекая человека к деятельности, а отталкивая от нее. Обозначая отрицательную валентность знаком «минус» над символами, примем следующие обозначения:

$\bar{\Pi}$ — сам по себе процесс деятельности человеку неприятен, тягостен;

\bar{P} — отталкивает тот результат, который должен получиться (возможно причинение вреда другим людям и т. п.); (277)

\bar{B} — вознаграждение предлагается за отказ от работы или за заведомый брак;

D — за данную деятельность грозит наказание или штраф.

Таким образом, мотивационную структуру любой деятельности любого рабочего можно представить четырехчленной формулой ПРВД с тем или иным индексом (от нуля до трех, обозначающих степень выраженности у человека данного фактора) под каждым из символов. Тогда для рабочего, который трудится только ради заработной платы, формула мотива будет выглядеть приблизительно так:

$$\bar{\Pi}_2 P_0 B_3 D_{1-2}.$$

А для рабочего, которому работа доставляет удовольствие, —

$$\bar{\Pi}_2 P_3 B_{1-2} D_0.$$

Другой подход в изучении структуры мотива трудовой деятельности предложен румынским социологом К. Замфир. Она исходит из представления о трех составляющих мотивации: внутренней мотивации (ВМ), внешней положительной мотивации (ВПМ) и внешней отрицательной мотивации (ВОМ).

Под внутренними мотивами автор понимает то, что порождается в сознании человека самой трудовой деятельностью: понимание ее общественной полезности, удовлетворение, которое приносит работа, т. е. результат и процесс труда. Внутренняя мотивация возникает, как полагает автор, из потребностей самого человека, поэтому на ее основе он трудится с удовольствием, *без какого-либо внешнего давления.*

Внешняя мотивация содержит те мотивы, которые находятся за пределами самого работника и труда как такового: заработок, боязнь осуждения, стремление к престижу и т. д. К внешней положительной мотивации относятся материальное стимулирование,

продвижение по работе, одобрение со стороны коллег и коллектива, престиж, т. е. те стимулы, ради которых человек считает нужным приложить свои усилия. К внешней отрицательной мотивации автор относит наказания, критику, осуждение, штрафы и т. п.

Нетрудно заметить, что К. Замфир, говоря о внешней мотивации, воспользовалась известной схемой Д. Аткинсона о соотношении стремления к успеху — избеганию неудачи. (278)

Внутренняя мотивация с точки зрения удовлетворения трудом и его производительностью наиболее эффективна. Затем, по степени положительного влияния, идет внешняя положительная мотивация. При этом как внешняя положительная, так и внешняя отрицательная мотивации по сравнению с внутренней мотивацией обладают меньшей устойчивостью, быстро теряют свою стимулирующую силу. Так, материальное вознаграждение, если оно остается на одном и том же уровне, теряет свою мотивационную нагрузку по прошествии некоторого времени. Поэтому на зарубежных предприятиях заработная плата с учетом стажа повышается не через 5 и 10 лет работы, а через более короткие временные интервалы.

Теряют свою силу при многократном повторении и внешние отрицательные мотиваторы.

К. Замфир считает, что для высокой эффективности труда наиболее благоприятно такое соотношение между рассмотренными тремя видами мотивации, при котором центральное место занимают внутренние мотивы при одновременном использовании внешних положительных мотивов и исключении, по возможности, или ограничении внешних отрицательных мотивов: $BM > BПМ > BOM$. Наихудшее соотношение — $BOM > BПМ > BM$. (278)

Тип мотивации влияет не только на эффективность труда, но и на личность работника. Высокая удовлетворенность возможна, в основном, при преобладании внутренней мотивации. Если преобладает внешняя мотивация, то труд становится просто средством для достижения чего-то, не являясь самоцелью; он выступает как обязанность чему-то внешнему, как цена за приобретение благ, необходимых человеку. Если внутренняя мотивация является

источником развития человека, стимулирует совершенствование профессионального мастерства, то внешняя мотивация ориентирует его на сугубо личные интересы (цели), подавляет коллективистские устремления, приводит к отчуждению от коллектива. Внешняя мотивация не стимулирует в должной мере профессионального развития, превращает труд в деятельность, совершаемую под давлением внешней необходимости. Особенно разрушительна для личности роль отрицательных мотиваторов, которые порождают конформизм, ограниченность, пассивность, безответственность. (279)

Вопросы для обсуждения

1. Какие мотивы связаны с трудовой деятельностью?
2. Каков механизм выбора профессии, предложенный Е. П. Ильиным?
3. В чем отличия мотиватора и стимула трудовой деятельности?
4. Каковы мотивы увольнения с места работы?
5. Рассмотрите структуру профессиональной деятельности, предложенную Б. И. Додоновым. В каком случае работа доставляет человеку удовольствие?
6. Проанализируйте структуру профессиональной деятельности, разработанную К. Замфир. Что определяет высокую мотивацию труда?

Раздел 3

ОТРАСЛИ ПСИХОЛОГИИ

Тема 8

Психология маркетинга

Успех предпринимательской активности предполагает умение выявлять своего потребителя, формировать и стабилизировать спрос на предлагаемые услуги. Психологи критически относятся к рационалистическому объяснению потребительского поведения. Ценные данные о процессе потребления способна предоставить психологическая сегментация. Психологическую сегментацию называют также психографической сегментацией или сегментацией по стилям жизни. В данном случае потребители товаров не просто классифицируются в соответствии с особенностями их спроса, но описываются через многообразие уникальных качеств. Психологическая сегментация позволяет понять потребности, мотивы, установки потребителя в момент покупки и разработать индивидуальные профили целевого потребителя.

С 60-х годов XX века дети стали целевой группой маркетинга. Оказалось, что до одиннадцати лет дети представляют экономическое поведение как ряд независимых процессов. Кроме того, покупку в магазине можно рассматривать как практический опыт повседневной жизни, как элемент социализации. Рассмотрением проблем психологии маркетинга активно занимается современный немецкий исследователь К. Мозер, извлечения из книги которого приводятся ниже*.

Если говорить о детях как о потребителях, то не стоит считать, что речь идет о целевой группе, однозначно отделенной от

* См.: Мозер К. Психология маркетинга и рекламы [пер. с нем.]. Харьков : Изд-во Гуманитарный Центр, 2004. С. 87–94.

взрослых (или молодежи), которая опять-таки гомогенна. Исследование, проведенное в конце 70-х годов, наглядно показывает изменения потребительских желаний в зависимости от возраста. Результаты, объединенные Робертсоном и др., восходят к записям в ежедневниках, которые ведут мамы детей. В среднем дети выражают 13,5 желаний.

Это кажется мало показательным для описания рыночного сегмента «дети» по экономическим категориям. Здесь хватит ссылки на то, что они являются целевой группой рекламы, даже если они располагают деньгами для покупки продуктов, или влияют на поведение других (например, родителей), либо если они уже ранее познакомились с определенными торговыми марками.

Еще Сикс критиковал существующие исследования эффектов рекламы на социализацию, так как имелись только дескриптивные исследования, в которых исследовалось потребление рекламы (например, интерес к рекламным передачам, затраченное время, внимание по отношению к рекламному материалу) либо проводилось аналитическое оценивание содержания рекламы. Но мы еще рассмотрим теории социализации и развития, так как они важны для области потребления. Примером этому служат результаты исследования психологии развития, например, по развитию внимания. Так было обнаружено, что дети дошкольного возраста реагируют прежде всего на изменения поверхностных признаков телевизионных передач (например, изменения установки камеры). Другими признаками телевизионных программ, которые ведут к привлечению и поддержанию внимания, являются, например, визуальное или акустическое присутствие женщин, детские голоса и такие эффекты как смех и аплодисменты. Для внимания скорее неблагоприятны мужские голоса, животные, медленная музыка или спокойные картины. Но как реклама действует на детей?

Критической границей для понимания рекламы считается в основном возраст между семью и девятью годами. Но специфическая цель рекламных роликов может внушаться уже детям меньшего возраста посредством целевых агитационных программ. Отсюда даже пятилетние уже в состоянии узнать рекламу по

внешним признакам (рекламные передачи «короче» и «веселее»). Маленьким детям трудно понять цель убеждения рекламы, увидеть, что в рекламе речь идет об искаженной информации или что, например, реклама — это нечто иное, чем обычная телевизионная передача. Согласно МакГвайеру, самое большое влияние реклама оказывает на детей девяти лет. Робертсон и Росситер предположили, что влияние убеждения телевизионной передачи зависит от того, можно ли приписывать специфические намерения детям как получателям рекламы.

Дальнейшие результаты исследований влияния рекламы на детей показывают, что критичность детей по отношению к телевизионной рекламе увеличивается по мере взросления, реклама в большей степени воспринимается как нереалистичная, преувеличивающая и неправдоподобная, а также что дети из высших социальных слоев намного критичнее к рекламе и сравнительно меньше смотрят телевизор, чем дети из низших социальных слоев.

Остается также под вопросом утверждение о вреде рекламы для детей. В то время как критики видят негативное влияние рекламы на детей по причине их неспособности к надлежащей обработке, можно также аргументировать, что дети едва ли располагают необходимыми ресурсами, и поэтому недостаточная обработка информации имеет как следствие ограниченное влияние. Висведе предполагает, что реклама — это «процесс накопления и конкретизации определенных социальных норм и ценностей».

Но данные, полученные Мошисом и Муре, говорят в пользу того, что эти социальные нормы и ценности заключаются в материалистической ориентации и приеме традиционных ролевых стереотипов.

Вопросы для обсуждения

1. Можно ли считать детей отдельным сегментом рынка и почему?
2. Чем дети как потребители отличаются от взрослых?
3. Почему теории социализации важны для психологии маркетинга?
4. В чем суть неоднозначного влияния рекламы на детей?
5. Сформулируйте принципы эффективной рекламы для детей.

Тема 9

Функции денег

Изучая функционирование денег в социальном взаимодействии, психология маркетинга определяет различные мотивации денежных трат. К ним относятся рациональные, традиционные, эмоциональные и иррациональные мотивации. Исследование чувствительности к ценовому различию (проблемы ценового порога) важно для понимания изменений в принятии решения о покупке. Наиболее полно данная проблематика разрабатывается Карлом Мозером, извлечения из работы которого представлены ниже*.

Уже повседневные наблюдения дают основания для предположения, что чувствительность к ценовому различию в абсолютных денежных суммах для дорогих или дорогостоящих продуктов ниже, чем для продуктов ежедневного потребления. Это подтверждают также экспериментальные исследования чувствительности потребителей к изменениям цен или возможной экономии. Кристенсен обнаружил, например, что в случаях больших сумм люди признают более высокие цены на дополнительные продукты, или также при большой сумме покупки скорее платят за различные дополнительные услуги или продукты. Поэтому сладости и сигареты, от которых можно отказаться, в супермаркетах располагаются именно возле кассы.

В целом чувствительность имеет место при ценовых изменениях приблизительно на 10–15 %. Хотя остается вопрос, ниже ли значение улавливания ценовых изменений при повышении цен, чем при понижениях. В пользу этого предположения говорят результаты исследований, согласно которым утрата ощущается сильнее, чем прибыль. То есть мы «ощущаем» сильнее, когда цена, например, за литр бензина повышается на 2 цента, чем когда она понижается на ту же сумму.

* См.: Мозер К. Психология маркетинга и рекламы [пер. с нем.]. Харьков : Изд-во Гуманитарный Центр, 2004. С. 31–40.

Однако концепцию порога нельзя применить к тем продуктам, по отношению к которым у потребителей нет качественных аспектов. Например, в области очень дешевых продуктов существует очень мало известных торговых марок. На рынке дорогостоящих продуктов ориентация среди названий торговых марок намного выше. К тому же исследования Кэмена и Томена показали, что чувствительность к цене — в этом случае для бензина — при более высокой начальной цене увеличивается. Кэмен и Томен объясняют это тем, что здесь могут иметь место представления о «честной цене» для продукта. Если эту цену заметно переступить, то увеличиваются усилия для того, чтобы снова попасть в область этой честной цены.

Вместо вопроса о том, какую толерантность или «принятие цены» для продуктов необходимо учитывать, необходимо исследовать, может ли на восприятие и оценку продукта влиять цена или изменение цены — например, в отношении девиза: «То, что мало стоит, не может приносить много пользы».

Ляйбенштайн выделил в ценовой политике три «психологических эффекта». Под конвейерным эффектом (Bandwagon-Effekt) понимается феномен увеличения спроса на продукт тогда, когда (и если!) другие потребители хотят купить этот продукт. Этот эффект экономически неожиданный, поскольку при растущем спросе ожидается подорожание продукта. Это легко можно показать на примере временного развития курсов акций, когда инвестор склонен к покупке ценных бумаг, после того как их курс уже поднялся. Однако необходимо подчеркнуть, что подобное поведение не обязательно иррационально, поскольку именно растущая цена акций может привлекать как показатель того, что соответствующее предприятие оценивается в общем положительно. А эффект сноба (Snob-Effekt) описывает противоположную ситуацию: продукты становятся непривлекательными, когда они соответствуют своей цене. Например, здесь отсутствует возможность индивидуального выделения или отделения от других людей. Настоящие снобы теряют интерес к мобильному телефону, марке одежды или месту

отдыха, если их может позволить себе каждый. Эффект Веблена (Veblen-Effekt) гласит, что продукт покупают, потому что он дорог.

Основой всех трех эффектов является утверждение того, что восприятие качества зависит от цены. Однако эти феномены обладают не только историческим значением. Например, Мозер и Плинингер обнаружили, что опрошенные жители США скорее готовы купить дом для одной семьи, когда цена выше. Так что в известной степени по цене судят о качестве. С другой стороны, существуют некоторые верхние ценовые границы, которые ограничивают не обязательно восприятие качества, но предположительно готовность к покупке, которая, конечно, зависит от покупательской способности. Это значит, что с сильно увеличивающейся ценой навряд ли может повыситься восприятие качества, а вот готовность к покупке точно понизится. Но разве не считается, что с повышением цен, по крайней мере, в пределах определенной области увеличивается также суждение о качестве и готовность к покупке продуктов? Основа данного заключения противоречива. Например, Петерсон считал, что суждение о качестве с увеличивающейся ценой сначала улучшается, затем снова ухудшается. Примечательно то, что исследуемый концентрат напитков без указанной цены получает мало положительных суждений о качестве. Однако результаты, полученные Петерсоном, скорее нетипичны; согласно Монро и Кришнан, как правило, такой нелинейной связи подчиняется только связь между ценой и готовностью к покупке. Согласно Файдеру, утверждение о нижней ценовой границе, по которому продукт в среднем оценивается как качественный, спорно. Но в целом просматривается тенденция того, что потребители все-таки предполагают связь между ценой и качеством. Здесь можно вывести следующие важные факторы влияния:

- 1) абсолютная цена (при дорогих продуктах тенденция усиливается);

- 2) среднестатистическая дистанция в ценах по отношению к продуктам конкурентов (при гомогенных по цене продуктах тенденция усиливается);

3) знания клиентов о продукте или классе продукта либо количество покупок (при чаще покупаемых продуктах связь слабее);

4) стабильность цены (например, при сезонных колебаниях цен или при частых распродажах уцененных товаров связь слабее);

5) вовлеченность в категорию продуктов (при высокой вовлеченности цена менее важна);

6) количество продуктов, которые предлагаются под одним названием торговой марки (при более высоком количестве продуктов тенденция усиливается).

Однако нельзя недооценивать значение цены продукта для суждений о качестве и решений совершить покупку. Можно назвать также следующие важные факторы: удобство, имя торговой марки, расходы на рекламу или популярность продукта. Например, Кришнамурти и Рэй считали, что реклама в первую очередь дорогих продуктов ведет к тому, что на цену обращают меньше внимания.

Но как же обстоят дела со связью между «объективным» качеством и ценой? Ответ на этот вопрос можно дать только с оговоркой (условием), так как можно легко оспорить само понятие «объективного качества». Возможность возникает после использования суждений независимых организаций по защите потребителей. Так Герстнер пришел к выводу, что «объективно» рассматриваемая связь между качеством и ценой очень мала, причем она сильно колеблется и может быть как положительна (например, бумажные платки), так и негативна (например, видеомагнитофоны). Также и Диллер обработал результаты (рыночных) тестов товара, проведенных в период с 1972 по 1976 год. Только 51 % самых дорогих товаров получили высшие оценки, а 18 % самых дорогих товаров вообще не прошли тест. И наоборот, 26 % самых дешевых товаров были отнесены к самым лучшим продуктам. По исследованиям Герстнера и Диллера необходимо отметить, что были использованы данные потребительских организаций. Однако можно предположить, что их интерес был все-таки в указании малой связи между ценой и качеством.

Вопросы для обсуждения

1. Судят ли потребители о качестве продукта по цене?
2. Перечислите ситуации чувствительности потребителей к изменению цен.
3. Чем обусловлены различные результаты исследований о влиянии цены на спрос?
4. Когда потребители обращают на цену меньше внимания?
5. Какие эффекты в ценовой политике выделил Ляйбенштайн?

Психология лидерства

Жан Блондель — известный французский политолог, профессор Европейского института во Флоренции. Перед нами — методологический анализ исследований лидерства*. Объектом методологической критики сегодня является одномерность различных типологий лидерства. Общим для многих психологов стало стремление к максимальной интеграции теоретических представлений и разрозненных эмпирических фактов.

Целесообразнее идти к системному анализу воздействия личности на эффективность лидерства через целый ряд этапов, а не минуя их, как это делают авторы психоаналитических работ. Во-первых, должно быть установлено, что лидеры «действительно имеют значение», во-вторых, следует попытаться увидеть, в какой степени значение лидеров определяется их личностными качествами, а в какой — структурными условиями и институциональными механизмами. Только после того как будет выяснено, что личностные черты сами по себе являются значимым фактором, можно переходить на следующий уровень и задаться вопросом: чем, в свою очередь, объясняется существование определенного набора личных качеств в конкретном лидере? До тех пор, пока не дан ответ на этот вопрос, преждевременно начинать более широкое исследование с целью ответа на третий вопрос, а именно: чем объясняются данные личностные качества конкретных лидеров? (69)

Исследования, предпринятые психологами, дают ощутимое доказательство того, что личностные компоненты играют свою роль в развитии лидерства. И все-таки пока нет общей модели или теории, которая помогла бы дать приемлемое определение того, что составляет личностную характеристику, также нет приемлемой гипотезы относительно связей между личностными элементами и ситуационными факторами.

* Извлечения из кн.: Блондель Ж. Политическое лидерство: Путь к всеобъемлющему анализу. М. : Российская академия управления, 1992. 136 с.

Предсказуемость личности — необязательное требование для того, чтобы существовало влияние личностных качеств на политическое лидерство. Даже непоследовательные и непредсказуемые лидеры могли оказывать влияние; можно даже доказать, что эти лидеры в конце концов оказывают больше влияния, чем другие. Но если их личностные качества не могут быть обобщены в контексте личности вообще, то они не могут стать предметом глубокого рассмотрения и анализа. Полная неструктурированность образа действий лидеров не только подрывает их предсказуемость, она негативно сказывается в дальнейшем и на их анализе, поскольку действия лидеров не могут быть связаны в этом случае с какой-либо четко выраженной личностной характеристикой лидера. Вследствие этого мы не можем надеяться на полное раскрытие роли личностных качеств, если они не включены в более широкие рамки, которые мы могли бы назвать «личностью». Кроме того, поскольку наше понимание психологии человека развивается, в будущем мы скорее сможем понять (70) некоторые несообразности поведения лидеров, которые сейчас выглядят необъяснимыми и непредсказуемыми. Но почти наверняка что-то останется необъясненным.

В ряде исследований данные компоненты личности связываются с лидерством. Однако в них не дано ключа к пониманию того, какие из этих компонентов сильнее связаны с лидерством, не говоря уже о том, на какое место каждый из них должен быть поставлен относительно других. Указывается, что такие черты, как ум, самообладание, уверенность в себе, стремление к результату, общительность и энергичность, позитивно коррелируются с лидерством (71). С другой стороны, очень немногое работы показывают экстравертность, воспитанность, популярность, такт или внешность как свойства, позитивно коррелируемые с лидерством. Правда, это не означает, что данные свойства не связаны с лидерством. И все-таки психологи находят доказательства, что именно упомянутый первым ряд свойств очень значим для лидерства. Правда, в различные периоды связь того или иного свойства личности с лидерством оценивалась по-разному.

Учитывая эти различия в подходах, можно сказать, что лидерство, видимо, связано со многими, если не со всеми аспектами человеческой личности. Лидеры, вероятно, отбираются из самых энергичных и умных; из тех, кто хочет достичь наибольших результатов; кто четко ориентирован на достижение своих целей; из тех, кто способен общаться с другими; из тех, кто, как указывал Стогдилл, обладает «способностью структурировать системы социального взаимодействия во имя близкой цели». Бэсс утверждает, что данные свойства позволяют «отличать лидеров от последователей, эффективных лидеров от неэффективных, лидеров высшего эшелона от лидеров более низких эшелонов».

Относительно сопряженности лидерства с личностными характеристиками существуют разные теории. Одна из точек зрения утверждает, что личностные характеристики значимы для лидера малой группы, а не политического лидера, они не оказывают существенного влияния, поскольку регламентируются политической ситуацией. Другое мнение: харизматическое лидерство имеет остроличностный характер.

Вопрос об адекватности лидеров конкретной обстановке может быть рассмотрен двумя путями. Во-первых, существует общий вопрос «общительности» лидеров. Лидеры должны знать, чего хотят последователи, когда они хотят этого, и что мешает им достичь того, чего они хотят. Итак, те, кто способен ощущать, чего хотят последователи, имеют гораздо больше шансов быть лидерами, причем эффективными. Во-вторых, еще важнее, что различные типы лидеров соответствуют различным ситуациям. Черчилль или де Голль должны были ждать ситуаций, в которых потребовались «спасители», прежде чем они были признаны и смогли оказать большое влияние на свои общества. Сколь ни хороши у того или иного индивидуума его «лидерские качества», он способен справиться только с какими-то типами ситуаций, а не со всеми. (73)

Но если так обстоит дело, то становится гораздо труднее поверить в то, что существуют какие-то общие характеристики лидерства, вроде тех, что были описаны выше. И действительно,

такой вывод может быть сделан из работ некоторых психологов, например, Фидлера, который попытался эмпирически показать связь между личностными свойствами и типом ситуации, с которой лидеры сталкиваются. По его мнению, когда решаемая проблема проста, самыми подходящими оказываются лидеры с целевой ориентацией; в сложных ситуациях лучшие лидеры — это те, кто больше озабочен установлением связей со своими последователями и кто умеет жить их заботами. Анализ Фидлера сводится к следующему: непозволительно говорить о качествах лидера вообще, а нужно выбирать из этих качеств такие, которые соответствуют обстоятельствам. В некоторых случаях лидерам, чтобы быть эффективными, надо иметь целевую ориентацию, в других случаях лидеры должны искать популярности, быть популярными.

Такой вывод, видимо, не противоречит вышеприведенному утверждению, что лидеры выходят из тех, кто «целеориентирован», и из тех, кто «общителен». Может случиться и так, что лидерам — в отличие от последователей — надо обязательно обладать этими качествами.

Трудность, однако, в том, что модель Фидлера была проверена не просто вне политического контекста, но в (74) относительно простых ситуациях лабораторного характера. Эксперименты проводились как с относительно небольшими группами студентов колледжа, так и с менеджерами, часто на низком уровне. Проблемы, с которыми сталкиваются общенациональные политические лидеры, совершенно иные. Так что разграничение Фидлера не может быть полностью применимо к политической сфере. Представляется более правильным оценивать выработанные психологами разграничения скорее как тенденцию.

Мы можем попытаться определить типы деятельности лидера, анализируя те роли, которые лидерам приходится изучать. (76)

Каковы в таком случае эти роли? Во-первых, лидеры рассматривают и анализируют проблемы, стоящие на повестке дня; во-вторых, лидеры вырабатывают решения этих проблем; в-третьих, найденное ими решение проблемы становится официальным; в-четвертых, они «продают» эти решения общественным

группам. Каждый из этих видов деятельности предполагает различные личностные качества лидера.

На первых стадиях — анализ проблем и выработка возможных решений — лидеры должны уметь отличать важное от несущественного, взвесить альтернативы, предусмотреть возможные выходы из положения. Конечно, им помогают выбранные ими советники, которые заранее ознакомились с проблемами и будут подсказывать решения; но лидеры не должны полностью зависеть от их советов; они должны определять ценность их предложений и расспрашивать об основах, на которых эти предложения сформулированы, выискивая таким образом проявления необъективности или ошибки. На первых двух этапах, следовательно, самое требуемое свойство — интеллект.

На последующих стадиях (принятие решений) лидер должен быть готов остановить в какой-то момент анализ альтернатив и выбрать одно из предложений. Решения не должны приниматься слишком быстро, пока проблема еще адекватно не проанализирована, но и не должны слишком долго откладываться: действия следует предпринимать с учетом данной проблемы; другие проблемы также нужно анализировать. Не все проблемы одинаково неотложны, разумеется, и интеллект требуется для правильной оценки момента, когда решение должно быть принято. Но принятие решения не является в первую очередь вопросом интеллекта: это вопрос силы воли и смелости. Лидер должен обладать эмоциональной способностью останавливать дискуссию и занимать позицию. Это он сделает, если у него есть сильное желание добиться результатов. Мотивация к результату — это, наверное, в данном случае главное из требуемых качеств. Слишком много интеллекта может оказаться даже контрпродуктивным, когда требуется решительность. (77)

Затем лидер должен «продать» принятое решение какому-то количеству общественных групп. Для упрощения эти группы могут быть поделены на три основные категории: непосредственное окружение, бюрократия и широкая общественность. Непосредственное окружение включает многих, кто участвовал

в подготовке решения. В предвидении возможных возражений (тактических или по существу), которые могут быть выдвинуты членами непосредственного окружения, лидер должен также обладать такими качествами как хитрость и упорство. Лидер время от времени сталкивается со значительным давлением в процессе принятия решений; ему приходится также иметь дело с ситуацией, когда непосредственные подчиненные разделяются относительно предложенного решения. Таким образом, сильная мотивация к достижению результатов является синонимом решительности. Разумный расчет, характеризующий стадию анализа, открывает путь к «неустойчивой» односторонности, нужной для выбора и сохранения определенного направления действий.

Вторая группа, которой лидер должен уделить внимание, состоит в основном из административного аппарата государства, хотя включает и другие органы, участвующие в исполнении решений, в том числе даже частные или полугосударственные. Конечно, способность администраторов проводить решения в значительной мере зависит от качества персонала (включая его готовность подчиняться) и от эффективности организации. Но во всех ситуациях она также зависит от того, какое внимание лидер уделяет выполнению решений, которые он принял, контролю за ним. Выполнение решений всегда наталкивается на трудности, которые должны быть сглажены.

Трудности могут быть сведены к минимуму, только если лидер проявляет способность к пониманию административного процесса и обращает хотя бы какое-то внимание на детали. Именно это имеют в виду, когда говорят о «целевой ориентации» лидера. Целевая ориентация должна включать определенный интерес к рассмотрению конкретных проблем, порожденных выполнением решения, и определенную готовность «спуститься» от общего к частному. Но здесь тоже таится опасность: (78) чрезмерное внимание к деталям отнимает время, которое можно более плодотворно использовать для решения других проблем. Среди американских президентов такой стиль был характерен для Картера, вникавшего, в отличие от Эйзенхауэра и Рейгана, во все детали.

И все-таки целевая ориентация не должна рассматриваться как чисто негативная черта: когда бюрократия неэффективна или когда администрации предъявляются высокие требования, например, при проведении новой политики, более пристальное внимание к деталям может быть предпосылкой успеха.

В ходе контактов с третьей группой — с широкой общественностью — требуется другое качество лидеров — общительность. Все лидеры должны быть «общительны», особенно в этом нуждаются общенациональные политические лидеры. Некоторые ситуации требуют от них того, чтобы они были популярными или, в традиционном смысле слова, «харизматическими». О лидерах очень часто судят по их «общительности», поскольку способ их общения с людьми может увеличить их популярность. В результате люди, акцентируя внимание на общительности лидера, могут недооценить роль других его личных качеств. Однако, как подчеркивает Фидлер, общительность, похоже, вступает в конфликт с целевой ориентацией. Вряд ли лидер в одинаковой мере обладает этими обоими качествами. Общенациональные политические лидеры не должны слишком усердно заниматься поиском популярности.

Динамика эволюции личных качеств лидеров

По мере возникновения новых проблем меняется ситуация в стране; с течением (79) лет и накоплением опыта не остаются без изменения и способности лидеров. Качества, которые пригодны для одних ситуаций, могут оказаться ненужными в других. Даже если не происходит внезапных крупных изменений, постепенная модификация общественных запросов может привести к тому, что от лидера потребуются совершенно иные качества.

Одновременно сами лидеры меняются с течением времени. В целом их способность эффективно действовать повышается в результате постоянной «тренировки». Они постепенно «учатся» своей работе и выполняют ее все лучше. Проблемы, которые встают перед ними, часто одинаковы, и поэтому требуется меньше усилия для нахождения пригодного решения. Постепенно они могут лучше оценивать степень правильной и быстрой реализации своих

решений; они могут не вмешиваться в административные детали (хотя кое-кто, может быть, склонен к этому, если обладает целевой ориентацией). Даже процесс принятия решений становится менее трудным и менее эмоционально изматывающим; действия, направленные на сохранение и увеличение популярности, могут уже не требовать от руководителя прежней затраты энергии. (80)

Независимо от того, имеет ли место такой «период благосклонности» или нет, лидеры, видимо, постепенно становятся лучше оснащенными в подходе к проблемам, с которыми они сталкиваются, их психологические качества обостряются, и они используют их более адекватно. Однако такое улучшение не бесконечно и не предопределенно. Если у лидеров отсутствуют определенные качества, требуемые в данной ситуации, то, во-первых, неадекватность лидеров ситуации становится заметной. Во-вторых, «тренированность» в деле анализа или целевой ориентации достигает пика. Лидеры ослабляют внимание, если убеждаются в своей способности эффективно схватывать определенные типы вопросов: они, например, не так детально анализируют параметры проблемы перед принятием решения; либо они начинают чрезмерно полагаться на свою популярность. Будучи все более уверенными в себе, в своих суждениях и в своей (81) способности «обеспечить результат», они начинают совершать все больше ошибок. С другой стороны, они начинают избегать (сознательно или бессознательно) проблем, которые, на их взгляд, трудно разрешимы, в результате чего напряженность в обществе нарастает. Кроме того, реакция лидеров на события становится все более «рутинной», новые проблемы более не дают поводов для «самообучения».

«Рутинизация» реакции лидеров частично связана с «утечкой энергии» лидеров. Какими бы большими ни были начальные запасы энергии, они не бесконечны и не могут быть восстановлены до прежнего уровня. Конечно, затрата энергии может быть разной. Лидеры с четкой целевой ориентацией гораздо быстрее выдыхаются. Но такое может происходить и тогда, когда «запускается» много новых политических действий или когда много проблем накладывается друг на друга. Ведь лидер должен проявлять

постоянную готовность встретиться с новыми проблемами, и если он затратил слишком много энергии в прежние годы, он окажется неспособным на это. Происходит заметное ослабление способности руководить, возможно полное исчезновение мотивации к достижению успеха; какими бы ни были первоначальные цели лидеров, они могут превратиться в лидеров менеджерского типа, потому что у них больше не остается сил для иного образа действий.

Так достигается фаза «плато». Способность лидеров схватывать проблемы достигает определенной точки. Более того, во многих случаях можно ожидать ослабления этой способности. Оно вытекает частично из «рутинизации» реагирования лидеров на ситуацию, о чем мы уже сказали; но оно будет ускорено старением. Конечно, некоторые лидеры и в семьдесят лет проявляют значительную жизнестойкость, но даже самые активные из «великих старцев» в конце концов выказывают признаки физического упадка (Черчилль, Аденауэр, Франко, Брежнев). Эффект старения, хотя и не может быть документально подтвержден, остается значительным. (82)

Генезис личностного влияния лидеров

Не так много известно о причинах, по которым данный лидер может иметь целевую ориентацию, искать популярности, обладать мотивацией к достижению результата или интеллектом. Здесь возможны две линии исследования: роль демографических переменных величин и примеров ранней социализации.

Демографические переменные величины — образование, семья и род занятости — скорее помогают разграничить «лидеров» и «нелидеров», чем решить вопрос, почему один лидер имеет больше влияния, чем другой. Это кажущееся отсутствие связи между демографическими переменными величинами и эффективностью лидерства объясняется отсутствием систематического анализа, мы уже отмечали, что семья оказывает некоторое воздействие на влияния лидера; важность этих переменных величин признают и исследования лидерства, предпринятые психологами.

Трудность, однако, состоит в неясности того, каким образом демографические переменные величины, особенно связанные с социальным происхождением, могут непосредственно воздействовать на эффективность лидерства (если не считать того факта, что лидеры — выходцы из определенной группы могут не проявлять желания действовать против интересов этой группы). Косвенное воздействие найти легче: социальное происхождение лидера может способствовать усилению психологических характеристик этого лидера. Итак, личные качества могли бы быть признаны как элементы, с помощью которых лидер влияет на общество, хотя на природу этих качеств — особую «конфигурацию» личности — оказывали бы свое воздействие и демографические переменные величины.

Например, было бы проблематично утверждать, что кто-то, вышедший из среднего класса, ориентирован на тот или иной результат только потому, что он выходец из этого класса. Но менее противоречиво утверждение, что ценности, знания, даже эмоциональный баланс этого лидера будут находиться под воздействием его социального происхождения. В результате воспитания потенциальный лидер может быть более или менее (83) склонным, во-первых, к получению власти ради достижения результатов и, во-вторых, к проявлению решительности на своем посту.

Конечно, впечатления, получаемые в ходе ранней социализации, не вскрывают «причину», почему лидеры обладают теми или иными психологическими свойствами, причем в большей степени, чем демографические переменные величины. Люди одинакового социального происхождения или одинакового уровня образования обладают различными психологическими чертами. Мы должны признать, что еще не знаем основополагающей причины возникновения этих черт или, используя выражение Гринштайна, реального «генезиса» личностных качеств лидеров. Но изучение социального происхождения и первых лет жизни лидеров в конце концов снабдит нас важной информацией относительно путей, которыми «врожденные» качества «обогащаются» или уродуются, усиливаются или ослабляются. (85)

Вопросы для обсуждения

1. Является ли лидерство чертой характера и почему?
2. К какой традиции объяснения феномена лидерства принадлежит Ж. Блондель?
3. Выделите методологические принципы исследования лидерства, предлагаемые Ж. Блонделем.
4. Можно ли утверждать, что в исследованиях лидерства намечается поворот к теориям черт?
5. Какие психологические «ловушки» подстерегают лидера с течением времени?

В научной психологии изначально обсуждались идеи об отличительных лидерских чертах. В 50-е годы XX века теории лидерских черт утратили свое объяснительное и практическое значение. Традиционные теории лидерства делали акцент на рациональных психических процессах, современные теории придают особое значение роли эмоций, мотивов, ценностей лидера. Лидерское поведение сегодня рассматривается как символическое для последователей, а соотнесение лидерства с ситуацией стало привычным способом мышления психологов.

В начале XXI века некоторые исследователи отметили намечающийся поворот назад, к подходам, акцентирующим роль лидерских черт. Политическая психология всегда в большей степени, чем иные исследования, интересовалась лидерами как неповторимыми индивидуальностями.

«Я — концепция» политического лидера*

Проблема компенсации реальных или воображаемых дефектов личности была поставлена еще «соратником» З. Фрейда А. Адлером. Эта идея получила свое более полное развитие в работах Г. Лассуэлла. Согласно его концепции, человек для компенсации низкой самооценки стремится к власти как средству такой компенсации. Таким образом, самооценка, будучи неадекватной, может

* Извлечения из кн.: Гозман Л. Я., Шестопал Е. Б. Политическая психология. Ростов н/Д, 1996. 444 с. Гл. «Психология лидерства».

стимулировать поведение человека в отношении политически релевантных целей — власти, достижений, контроля и других.

Гипотеза состояла в том, что некоторые люди обладают необычайно сильной потребностью во власти или других личностных ценностях, таких как привязанность, уважение как в средствах компенсации травмированной или неадекватной самооценки. Личные «ценности» или потребности такого рода могут быть рассмотрены как эго-мотивы, поскольку они часть эго-системы личности. (233)

А. Джордж в одной из своих работ продолжил линию рассуждения Г. Лассуэлла о стремлении к власти как компенсации низкой самооценки. Он детально рассмотрел возможную структуру низкой самооценки и считает, что низкую самооценку могут составлять пять субъективных негативных чувств в отношении себя в различных их комбинациях:

- 1) собственной неважности, незначительности;
- 2) моральной неполноценности;
- 3) слабости;
- 4) посредственности;
- 5) интеллектуальной неадекватности.

Политический лидер в любой ситуации за редким исключением ведет себя в соответствии с собственной Я-концепцией. Поведение его зависит от того, кем и как он себя осознает, как он сравнивает себя с теми, с кем он взаимодействует. (234)

Я-концепция, то есть осознание человеком того, кто он, имеет несколько аспектов. Наиболее существенные из них — это образ «Я», самооценка и социальная ориентация политического лидера. У. Стоун приводит рассуждение классика психологии У. Джемса, что наша самооценка может быть выражена как отношение наших достижений к нашим претензиям. Хотя сам У. Стоун считает, что самооценка — это позитивное чувство в отношении себя, понимая его как самоуважение.

По мнению психолога Е. Т. Соколовой, «автономизация самооценки окончательно оформляется в подростковом возрасте, и преимущественная ориентация на оценку значимых других

или на собственную самооценку становится показателем стойких индивидуальных различий, характеризующим целостный стиль личности».

Американские исследователи Д. Оффер и Ч. Строзаер рассматривают образ Я-политика, который соответствует «общей сумме восприятий, мыслей и чувств человека по отношению к себе»... (234) «Эти восприятия, мысли и чувства могут быть более или менее ясно проговорены в образе Я, в котором Я разделено на шесть различных частей, тесно взаимодействующих». Эти шесть Я следующие: физическое Я, сексуальное Я, семейное Я, социальное Я, психологическое Я, преодолевающее конфликты Я. Как отмечает Е. Т. Соколова, «ценность и субъективная значимость качеств и их отражения в образе Я и самооценке могут маскироваться действием защитных механизмов». Физическое Я представляет собой, с точки зрения этих ученых, представления политического лидера о состоянии своего здоровья и физической силе или слабости. Политический лидер должен быть достаточно здоровым, чтобы это не препятствовало его деятельности. В политологической и психологической литературе были описаны страдания, которые причиняло президентам США Рузвельту, Вильсону и Кеннеди их плохое здоровье. Хорошо известны также переживания Гитлера и Сталина в связи с их физическими недостатками.

По поводу сексуального Я, то есть представлений политика о своих претензиях и возможностях в этой сфере, ученые отмечают отсутствие статистических данных о том, как сексуальные предпочтения или сексуальное поведение связаны с лидерскими способностями. Мы сомневаемся, что президентом современного развитого государства может стать гомосексуалист или эксгибиционист. Прежде всего такие наклонности закрыли бы ему путь в большую политику вне зависимости от лидерских качеств. В истории же известные тираны отличались патологией сексуальной сферы и нередко страдали различными извращениями.

Семейное Я является очень важным элементом личности политика. Хорошо известно, и прежде всего из психоанализа, какое огромное влияние оказывают отношения в родительской

семье на поведение взрослого человека. Некоторые политические лидеры преодолевают ранние травмы и конфликты, другие — нет и, становясь лидерами, переносят фрустрации из своего детства на свое окружение в стране и в мире. (235)

Психологическое Я составляют представления о своем внутреннем мире, фантазиях, мечтах, желаниях, иллюзиях, страхах, конфликтах — важнейшем аспекте жизни политического лидера. З. Фрейд говорил, что психопатология — участь обыденной жизни. Как и у обычных людей, у лидеров нет врожденного иммунитета от невротических конфликтов, психологических проблем, а иногда и более серьезных форм психопатологии, таких как психоз. Страдает ли политик от осознания собственных страхов или относится к этому спокойно или даже с юмором — это проявляется в его поведении, особенно в периоды ослабления самоконтроля.

Преодолевающее конфликты Я — представления политического лидера о своей способности к творческому преодолению конфликтов и нахождению новых решений для старых проблем. Лидер должен обладать достаточными знаниями и интеллектом, чтобы воспринять проблему. Он должен быть достаточно самоуверенным при принятии политических решений, чтобы суметь передать эту уверенность другим. Иной аспект преодолевающего конфликты Я — осознание лидером своей способности к преодолению стрессов, связанных с его ролью и деятельностью на посту, например, главы государства. Стресс может привести к тяжелым симптомам, которые самым серьезным образом ограничивают интеллектуальные и поведенческие возможности политического лидера. (236) Он может увеличивать жесткость познавательных и мыслительных процессов в исторически сложные моменты, приводить к снижению гибкости и самообладания, в особенности тогда, когда они необходимы.

Сложность Я-концепции Р. Зиллер и его коллеги понимают как число аспектов Я, воспринимаемых политическим лидером, или как степень дифференциации Я-концепции. На ранних стадиях самосознания происходит отделение человеком себя от других. Далее Я в его сознании разделяется на неограниченное число

частей. Впоследствии у человека проявляется тенденция оценивать себя в сравнении с другими людьми. Этот процесс получил подробный анализ в теории социального сравнения Л. Фестингера. Главным положением этой теории является утверждение, что в основе стремления человека правильно оценить свое мнение и способности в сравнении с другими людьми лежит потребность иметь ясную и определенную Я-концепцию. Через процесс социального сравнения у человека устанавливаются рамки социального рассмотрения Я как точки отсчета. Р. Зиллер в другом своем исследовании, проведенном в 1973 г., обнаружил, что люди с высокой сложностью Я-концепции имеют тенденцию стремиться к получению большей информации перед принятием решения, чем обладающие низкой сложностью Я-концепции. Поскольку сложность Я-концепции связана с восприятием сходства с другими людьми, то более вероятно, что политики с высокой сложностью Я-концепции воспримут информацию от других. Политические лидеры с высокой сложностью Я-концепции имеют тенденцию легче ассимилировать как позитивную, так и негативную информацию и таким образом реагировать на ситуацию на основе обратной связи, чем лидеры с низкой сложностью Я-концепции. (237)

Р. Зиллер и его коллеги разработали типологию личности политических лидеров на основе исследования самооценки и сложности Я-концепции. Первый тип составляют лидеры с противоречивым, на первый лишь взгляд, названием «аполитичные» политики. Это деятели с высокой самооценкой и высокой сложностью Я-концепции, которые ассимилируют новую информацию, касающуюся их, без угрозы для их Я-концепции, но при этом для их реактивности существуют серьезные ограничения. Они чувствуют себя оторванными от других и поэтому с трудом реагируют на поведение своих последователей или населения государства в целом.

Другой тип, наиболее удачливый в политике, — «прагматики». Это политические лидеры с низкой самооценкой и высокой сложностью Я-концепции, отвечающие на широкий круг социальных стимулов. Они прислушиваются к мнениям других людей и модифицируют свое политическое поведение на основе обратной связи.

Третий тип составляют политические лидеры с высокой самооценкой и низкой сложностью Я-концепции, не реагирующие на мнения других. Их познавательные процессы и поведение очень жестки, а самооценка чрезвычайно стабильна. Это «идеологи», столь знакомые нам по Политбюро КПСС.

И наконец четвертый тип — это деятели с низкой самооценкой и низкой сложностью Я-концепции, которые интенсивно реагируют на узкий круг социальных стимулов. Их называли «недетерминированные». В американской истории ни президенты такого типа, ни крупные лидеры в партиях неизвестны.

Самооценка политического лидера накладывает очень важный отпечаток на внутри- и внешнеполитический курс его страны. Если у него в течение жизни сформировалась заниженная самооценка, то его постоянное недовольство собой могло быть той самой движущей силой, которая толкала его на взятие все новых и новых барьеров в сфере внутренней или внешней политики. Таким был президент Никсон, таким был президент Рейган. Каждой своей победой они постоянно доказывали себе, что они чего-то стоят. Но взятые барьеры их уже не радовали. И они стремились к новым, чтобы опять удостовериться в собственной значимости. Заниженная самооценка толкает политического лидера к «великим» шагам на международной арене: крупномасштабные военные или, наоборот, миротворческие акции, неожиданные для окружения экстравагантные повороты во внешней политике и многое другое. (239)

В отечественной истории сильно заниженной самооценкой обладали Сталин, Хрущев.

Лидеры государств с завышенной самооценкой, переоценивая собственные качества политика и главнокомандующего, зачастую не замечают всеобщей и внешней, и внутренней реакции на свой курс на международной арене. Они упиваются собственным успехом (даже если он мифический) и относят критику к злобствующим завистникам. Здесь можно говорить о нарушении обратной связи между последствиями политического действия и субъектом. Почти никакие последствия не способны заставить такого лидера

испугаться или содрогнуться от мысли о том, к чему могут привести его поступки. (239)

Другой тип лидеров с завышенной самооценкой, сталкиваясь с недооцениванием их политики как в стране, так и за рубежом, сильно страдает от аффекта неадекватности. Когда их политика строилась с их собственной точки зрения, на принципах высокой морали или же казалась им продуманной и продуктивной, а воспринималась как безнравственная или же бессмысленная, такие политические лидеры шли на самые неожиданные шаги. И чем больше они обижались и переживали, тем чаще они повторяли аналогичные политические акции, еще больше вызывая неодобрение. Американский президент Джонсон очень сильно страдал, что его вьетнамская война стала вызывать негативное отношение и в США, и в мире. Его близкие советники отмечали, что весьма часто, получив донесение об острой негативной реакции в других странах и в различных слоях американского общества, сетуя на то, что его не ценят, не любят и не понимают, он отдавал приказ об очередной бомбардировке Вьетнама. Крут, тем самым, замыкался.

Лидеры с адекватной самооценкой представляют лучший образец партнеров на политической арене. Их внешняя и внутренняя политика не мотивирована стремлением к самоутверждению, обратная связь между последствиями акций и ними самими работает неукоснительно. Адекватно оценивающий свои политические способности лидер, как правило, уважительно и высоко оценивает других лидеров. Не боясь, что его унижат, обидят, обойдут, твердо зная собственную высокую цену, считая себя не хуже тех, с кем ему приходится взаимодействовать, такой лидер будет вести политику, которая позволила бы добиться поставленных целей и дала бы обоюдную выгоду. Отсутствие невротического компонента в самооценке приводит, как правило, к его отсутствию и в политическом поведении. (240)

Структуру личности лидера чаще всего представляют в следующих блоках личностных характеристик: Я-концепция, потребностно-мотивационная сфера, система политических

убеждений, стиль межличностных отношений, стиль принятия решений, устойчивость к стрессу.

В многочисленных исследованиях, проведенных учеными разных школ, выделены несколько основных потребностей, мотивирующих политическое поведение лидеров: событиями и людьми; получения одобрения. Потребность во власти политического лидера имеет давнюю исследовательскую историю. К настоящему времени существует ряд различных концепций потребности во власти, одной из самых старых является концепция Г. Лассуэлла и А. Джорджа, понимающих потребность во власти как компенсаторную. О сути этой концепции Л. Я. Гозман и Е. Б. Шестопал кратко повествуют в своем исследовании.

В своей работе «Психопатология и политика» Г. Лассуэлл разработал гипотезу, согласно которой определенные люди обладают необычайно сильной потребностью во власти и/или в других личностных ценностях, таких как любовь, уважение, нравственная чистота, как в средствах компенсации травмированной или неадекватной самооценки. Эти личные ценности или потребности могут быть рассмотрены как важнейшая часть мотивационной структуры политического лидера. (241)

В концепции Г. Лассуэлла власть — это некая ценность. Человек испытывает потребность в обладании ею или переживании опыта санкций или влияния по отношению к другим людям. А. Джордж определяет «потребность во власти» как желание достичь власти, этой высшей ценности.

Во-первых, потребности политика во власти и в достижении в действительности оказываются тесно связанными. Во-вторых, потребность во власти предполагает, что она может быть не только и не столько компенсаторной, но скорее инструментальной, то есть власть может быть желанна для удовлетворения других личностных потребностей, таких как потребность в достижении, в уважении, в одобрении, в безопасности.

Эта потребность может быть усилена другими потребностями или, напротив, вступить с ними в конфликт — с потребностью в любви, аффилиации, достижении, которые лидер также стремится удовлетворить на политической сцене.

В порядке компенсации политический лидер старается найти себе сферу деятельности, в которой он может продемонстрировать свою компетенцию и достоинство. (242)

Другой взгляд на потребность во власти, который далек от понимания ее как компенсации заниженной самооценки, представляет собой концепция Д. Винтера, развиваемая им в ряде теоретических трудов, среди которых отметим «Потребность во власти». Д. Винтер считает, что потребность во власти является социальным мотивом и поэтому теснейшим образом связана с президентским поведением. Президенты с высокой потребностью во власти будут активны, оживлены и счастливы в мире конфликтов и интенсивного политического торга. При необходимости удержаться наверху они будут эксплуатировать союзников, атаковать врагов. У них обычно нет тенденции консультироваться с экспертами и изменять свое поведение, поэтому они могут столкнуться с непредвиденными вредными последствиями действий, которые предприняты ими для сохранения своего престижа. В возникшей ситуации они могут увидеть угрозу своей власти, испытать стресс и «отступить в нереальный субъективный мир риска, престижа и обеспокоенности своим внутренним чувством потенции». В крайних, экстремальных случаях они могут реагировать на поражение путем взятия своего мира — своих друзей, врагов, цивилизации — с собой, как это сделал Гитлер в конце Второй мировой войны.

Показателем потребности во власти для поведения политического лидера является занятие позиции, дающей формальную социальную власть. Он проявляет беспокойство о престиже и престижных вещах, нередко потребляет алкогольные напитки, проявляет склонность к относительно высокому риску в азартных ситуациях и враждебность к другим лицам, имеющим высокий статус. Он окружает себя малопrestiжными друзьями, активен и влиятелен в малых группах, сексуально обычно рано созревает. У многих политических лидеров потребность во власти является хорошо развитой. Однако она может иметь умеренный или гипертрофированный характер. Во многом сам пост главы государства

с присущими ему атрибутами власти уже должен удовлетворить эту потребность у лидера. (243–244)

Тесно связанными с потребностью во власти являются такие черты, как доминирование в межличностных отношениях, макиавеллизм (стремление манипулировать людьми), убедительность, потребность в достижении, каждая из которых сопровождается собственным набором поведенческих корреляций, а также потребность политического лидера в личном контроле над событиями и людьми. Эта потребность является проявлением в политической деятельности базовой человеческой потребности в контроле внешних сил и событий, влияющих на нашу жизнь. Когда эти силы и события относятся к сфере политики, то образуется связь между личным контролем и политической жизнью. Очевидно, что политические лидеры с низкой потребностью будут удовлетворены меньшим, лидеры с высоким уровнем потребности потребуют огромного контроля над событиями и людьми для самоудовлетворения.

Сфера контроля — это широта области жизненного пространства и деятельности, которую политический лидер ищет для своего влияния. Сфера может варьировать от очень ограниченной, включающей лишь одну специальную область, до широкой, включающей многие области политики. Чем шире желаемая сфера личного контроля, тем обычно меньше его степень, поскольку у политического лидера ограниченные возможности и навыки, а каждый «сектор» сферы контроля требует использования определенных навыков и возможностей. (245)

Потребность политического лидера в контроле над событиями и людьми также находит свое удовлетворение во внешнеполитической деятельности, равно как и мотивирует его поступки на международной арене. Потребность политического лидера в достижении проявляется в заботе о совершенстве, мастерстве, поведении, направленном на достижение. Обычно потребность в достижении хорошо видна в предпринимательском поведении, когда бизнесмен склонен к умеренному риску, модифицирует свое поведение в зависимости от обстоятельств, использует советы экспертов. Это поведение предпринимателей является инструментальным для

достижения успеха в мире бизнеса. Перед политическими психологами уже довольно давно встал вопрос о том, будет ли такое поведение у политических лидеров столь же успешным.

Поэтому поведение политического лидера, в котором проявляется потребность в достижении, может не быть очень успешным, а карьера счастливой. По мнению Д. Винтера и А. Стюарт, президент с потребностью в достижении будет активным, хотя и не обязательно любящим свою работу, он будет выбирать себе советников на основе их экспертных знаний скорее, чем из личных или политических соображений, он не обязательно достигнет слишком много или будет оценен как прекрасный президент. Увы, такая судьба постигла двух политиков со схожими личностными профилями: Буша и Горбачева. (246)

Особый интерес имеет представленное исследователями понимание достижения, поскольку нередко в литературе можно встретить сужение этого понятия до достижения своих целей. По мнению авторов, потребность в достижении имеет отношение к мастерству, манипулированию, организации физического и социального окружения, преодолению препятствий, установлению высоких стандартов работы, соревнованию, победе над кем-либо. Как видим, это довольно широкая трактовка понятия «достижение», и в таком виде она может больше соответствовать мотивации политического лидера. (247)

Д. Винтер и А. Стюарт выделили индикаторы потребности в достижении в речах и документах политических лидеров, в поведении, в межличностных отношениях.

В текстах политических лидеров потребность в достижении проявляется в высказывании заботы о соответствии стандартам совершенства и превосходства, уникальных достижениях, долговременном вовлечении во что-либо, успехе в соревнованиях. В поведении политического лидера эта потребность проявляется в успешной предпринимательской деятельности, нынешней или имевшей место в его карьере, склонности к умеренному риску и модификации политического поведения на основе полученных результатов. Такой политический лидер выбирает для себя

хороших экспертов, а не друзей, чтобы они ему помогали в решении задач. Ему свойственны экспрессивные движения, перемещения без отдыха. Для политических лидеров с высокой потребностью в достижении нередко нечестность, когда это необходимо для достижения цели. Иногда они могут пойти на нарушение закона.

Д. Винтер и А. Стюарт подчеркивают, что для президентов с высокой потребностью в достижении характерны быстрые перемены в составе кабинета — как прямого выражения тенденции людей с высокой потребностью в достижении к предпочтению работы с экспертами, а не друзьями. В России это отчетливо проявилось в администрации Б. Ельцина.

Д. Винтером и Л. Карлсоном обнаружено, что потребность в достижении воспитывается во многом родителями, являющимися для будущего политического лидера высокими эталонами. (248)

Потребность в достижении своих целей тесно связана с системой убеждений политического лидера. Здесь очень важно знать, является ли принцип «цель оправдывает средства» приемлемым.

Очень часто эта потребность принимает столь гипертрофированный характер, что политический лидер идет на серьезный риск. Подобный сдвиг к риску приводит к неоправданным внешнеполитическим действиям, которые подчас препятствуют достижению поставленной цели.

Потребность политического лидера в аффилиации, то есть в принадлежности к группе и получении одобрения, проявляется в заботе политического лидера о близких отношениях с другими. Потребность в аффилиации подразумевает дружественные отношения с другими людьми. Но социабельность возникает, по мнению Д. Винтера и Л. Карлсона, только в условиях «безопасности» (то есть с себе подобными, с теми, кто взаимен в этой дружбе). С непохожими или представляющими хоть какую-либо угрозу людьми политические лидеры, обладающие потребностью в аффилиации, часто неустойчивы и склонны к обороне. Их взаимодействие, привязанность, сходство или соглашение с другими людьми являются взаимными и подкрепленными, так же, как их избегание, нелюбовь и разногласия. Более вероятно, что они при наличии

таких свойств изберут своими советниками лояльных друзей, а не экспертов. (249)

Для политических лидеров с высокой потребностью в аффилиации будет характерно предпочтение диадических отношений групповым. Президенты с потребностью в аффилиации ищут безопасную дружбу, хотя и не обязательно ее находят. Поскольку люди с высокой потребностью в аффилиации бывают оборонительными и сверхчувствительными в условиях риска или конкуренции, то президенты с такой личностной чертой часто оцениваются обществом как менее популярные, чем те, у кого эта потребность развита менее.

В любом случае такие президенты обычно пассивны и легко подвержены как влиянию других людей вообще, так и конкретно тех, кто им особенно привлекателен, в частности, качество советов, полученных от привлекательных, лояльных, но не экспертных советников часто бывает очень низким. Нередко благодаря влиянию советников, а также специфике их стиля принятия решений администрации президентов с высокой потребностью в аффилиации могут оказаться втянутыми в политический скандал. Одним из важных аспектов потребности в аффилиации является поиск одобрения со стороны других. У политического лидера такой поиск одобрения проявляется в его внешнеполитической деятельности. (249)

Вопросы для обсуждения

1. Назовите наиболее влиятельные характеристики личности лидера, выделенные в американских исследованиях.
2. Какие элементы Я-концепции важны для политического лидера?
3. Выделите поведенческие особенности лидеров с различными типами самооценки.
4. Как потребности политического лидера в аффилиации влияют на его деятельность?
5. Составьте психологический портрет идеального современного лидера.

Психологический портрет политического лидера

В данной теме представлены материалы, освещающие одну из сложных проблем политической психологии — построение психологического портрета политического лидера. Описаны процедура и основные принципы данной работы. Ниже представлены извлечения из книги Н. М. Ракитянского*. В учебных целях текст разбит на разделы, что позволяет лучше ориентироваться в изучаемой проблеме.

Основные проблемы психологического портретирования

Построение психологического портрета — одна из наиболее сложных и деликатных задач в психодиагностике российских политических деятелей. Она предполагает создание целостной картины их личности, достаточно полное раскрытие наиболее значимых аспектов жизнедеятельности и соразмерное соединение их в единую картину — психологический портрет.

В итоге психологические портреты, составляемые в результате психодиагностических исследований, отличаются определенной фрагментарностью, так как результаты, полученные с помощью разных методов, оказываются мало связаны между собой и, как следствие, с общей картиной личности. Более того, зачастую отдельные важные аспекты вообще ускользают от внимания исследователя, и такая неполнота диагностической информации наносит ущерб адекватности делаемых с ее помощью выводов.

Другой проблемой, связанной с построением психологического портрета на базе психодиагностических данных, может являться их абсолютизация вследствие переоценки валидности используемых методик. В итоге исследователь рискует получить неправильные результаты со всеми вытекающими из этого последствиями. Иногда это проявляется в виде «парадоксов», когда две методики, направленные на измерение близких особенностей,

* См.: Ракитянский Н. М. Портретология власти: Теория и методология психологического портретирования личности политика. М. : Наука, 2004. С. 189–202.

дают не совпадающие или даже противоположные результаты. Причины таких «парадоксов» могут быть разные, но наиболее распространенная — невалидность одного из результатов. Приписывание получаемым результатам статуса истины в психодиагностике недопустимо.

Процедура построения психологического портрета

Фактически процесс построения психологического портрета должен сводиться к постоянному выдвижению диагностических гипотез, которые необходимо проверять всеми доступными методами. Пользуясь языком сравнения, можно сказать, что портрет политика должен сначала рисоваться не красками, а карандашом, что позволяет стирать некоторые черты, заменяя их другими по мере прорисовки заданного образа.

Продолжая «карандашную» аналогию, необходимо выделить в качестве первого этапа построения психологического портрета политического лидера создание первичного «наброска», общего каркаса, схемы. Они задают психологу первичную ориентировку, подлежащую затем раскрытию и уточнению, углублению, «фокусировке», которые в итоге позволят перейти от «карандашного наброска» к «портрету в красках». Этот набросок включает в себя наиболее важные и устойчивые особенности, конституирующие психологическую структуру изучаемого политика. Естественно, в научном лексиконе этим особенностям соответствуют наиболее обобщенные, абстрактные понятия, такие как «психологическая структура личности», «сознание», «индивидуальный стиль деятельности» и т. п.

В построении психологического портрета обычно выделяется два типа универсальных психодиагностических подходов, по-разному раскрывающих образы политических деятелей. Первый тип направлен на измерение степени выраженности соответствующих особенностей, например, личностных черт — так называемые измерительные методики. При этом предполагается, что сам выбор черт является универсальным, а межличностные различия связаны только с различиями в степени выраженности той или иной черты.

Эти методики позволяют выявить у политика так называемые акцентированные черты, но, как правило, не дают информации о природе этих черт: являются ли они устойчивыми, организмическими, приобретенными стилевыми, личностно-мотивационными (возведенными в ранг основ Я-концепции) или преходящими реактивными состояниями.

Второй тип — это описательные методики. Они основаны на другом понимании содержания психических особенностей. Предполагается, что психическая особенность характеризуется не степенью выраженности, а наличием в ее содержании более конкретных проявлений. Так, при первом подходе деятельность можно охарактеризовать ее широтой, насыщенностью, уровнем внутренней или внешней направленности. При втором подходе одной из характеристик деятельности политика выступает репертуар составляющих ее действий, другой характеристикой — выбор средств для ее осуществления, третьей — обстоятельства ее протекания и т. п. (190)

Создавая психологический портрет, целесообразно учитывать временной масштаб проводимой работы, т. е. необходимо отдавать себе отчет в том, стоит ли задача создать портрет политика в данный момент времени, или же речь идет о портрете этого человека «вообще». В зависимости от ответа на этот вопрос портрет будет включать либо относительно устойчивые, стабильные, либо изменчивые, менее стабильные характеристики состояний.

Важный вопрос, который представляется необходимым постоянно иметь в виду при включении в портрет тех или иных психологических особенностей, — являются ли эти особенности специфичными для каких-либо конкретных ситуаций, а если и являются, то для каких именно, или же эти особенности имеют кросс-ситуационный характер и проявляются в самых разных ситуациях. (191)

При статичном психодиагностическом замысле в неявной форме упускается из виду то очевидное положение, что для человека характерно развитие, и выявленные особенности через некоторое время могут под влиянием политических и социальных факторов или под влиянием внутренних факторов существенным

образом измениться. Естественно, при этом меняются и прагматические выводы «фотографического» портретирования.

При динамическом замысле, идея которого берет начало от положений Л. Выготского о «зоне ближайшего развития», психолога интересует не столько наличное состояние объекта, сколько динамика этого состояния — его генезис и, по возможности, прогноз. (191)

При построении психологического портрета «вообще», а не в данный момент времени широкие возможности предоставляет использование биографического метода, восходящего к идеям Б. Г. Ананьева и К. А. Абальхановой-Славской о реконструкции в психодиагностическом исследовании жизненного пути личности. О необходимости рассматривать психологические характеристики личности политика в их связи с биографическими данными пишет и Е. В. Егорова. Она считает, что в число их входят происхождение, образование, участие в военных действиях, успехи или неудачи в сфере бизнеса, политическая деятельность, первые шаги в ней и первые итоги, опыт внешнеполитической деятельности. Эти данные не только многое объясняют в происхождении и становлении отдельных психологических особенностей личности политического лидера, но и показывают общее влияние личностных особенностей на политическую деятельность, карьеру лидера. В ряде случаев этот набор биографических данных может быть в ходе анализа расширен, дополнен и даже изменен. Во многом это зависит от задач, которые стоят перед психологом, создающим портрет личности лидера, от методов, которые он использует. Нужно понимать, что при необходимом постоянстве критерия целостного портрета полнота его, состав конкретных элементов могут быть изменяемой величиной в зависимости от целей и методов исследования. При таком подходе каркас портрета составляет событийный ряд жизни объекта исследования. Как уже отмечал автор, создание «срезового» портрета, т. е. портрета человека в данный момент времени требует включения в него наряду с «чисто психологическими» и ряда характеристик, описывающих своеобразие ситуации, в которой находится человек. При этом предметом

диагностики могут быть его конкретные связи, роли, характеристики межличностного взаимодействия и характеристики «метаиндивидуальности». Соответственно этот набор конструктов становится значимым элементом психологического портрета. (195)

Важную роль в расширении инструментальных возможностей психолога-портретиста играют в первую очередь программы, а также планы, схемы изучения личности и систематизации результатов ее исследования, которые в настоящее время достаточно полно представлены в литературе.

Принцип изучения личности в деятельности нацеливает исследователя на анализ деятельности изучаемого человека и на сопоставление этой деятельности с его высказываниями. Принцип цельности ориентирует психолога на учет совокупности черт, реакций, качеств, свойств и отношений, а не на изучение какой-либо отдельной черты или реакции изучаемого человека. Принцип конкретно-исторического подхода предполагает изучение истории жизни человека, его жизненного пути и условий, в которых он социализировался. Такой подход согласуется с идеей о социально-психологической детерминации личности, согласно которой в каждой конкретной личности отражается совокупность качеств той общности людей, в среде которой он появился на свет и сформировал свою «Я-концепцию». (196–197)

Психологический портрет как итоговый документ

Можно выделить следующие основные характеристики психологического портрета как итогового документа.

Психологический портрет:

- является относительно устойчивым психологическим продуктом. В первую очередь это относится к его базовым компонентам, которые личность зачастую не может произвольно изменять. Они относительно устойчивы во времени;
- носит вероятностный характер в силу того, что одни и те же свойства личности могут актуализироваться в разнообразных формах проявления, и в то же время одна и та же форма поведения может явиться реализацией разных

- индивидуально-личностных тенденций, что затрудняет их однозначную интерпретацию;
- зависит от объективности источников информации, способов ее получения, адекватности интерпретации полученных данных. Адекватность обеспечивается критичностью выводов психолога-аналитика, отсутствием стереотипов и предубеждений в отношении портретируемого;
 - носит дискретный характер — как отражение конкретной этапности и конкретной цели из множественности возможно решаемых с его помощью задач на разных стадиях построения портрета;
 - обладает динамичностью, что проявляется в его способности дополняться и углубляться. Он всегда неполон, его создание представляет собой процесс непрерывного уточнения и выявления новой информации о личности политического деятеля;
 - характеризуется прогностичностью. Психологическая информация о личности политика может содержать сведения, позволяющие прогнозировать его поведение; (197)
 - отвечает требованиям оптимальности, которая является необходимым свойством психологического портрета. Это предполагает необходимость осмысления психологической информации с целью ее систематизации и оптимизации на основе избирательности. В то же время оптимальность предполагает, что портрет будет достаточно полным. Кроме того, в портрете как в итоговом документе предполагается минимальное использование специальной и клинической терминологии, поскольку содержащаяся в портрете информация предназначена пользователю, как правило, не имеющему специального психологического образования. (198)

Для экспертной оценки психологического портрета политического деятеля могут использоваться прагматические критерии — верифицируемость, эвристическая ценность, внутренняя согласованность, экономность, широта охвата и функциональная значимость.

Верифицируемость — психологический портрет политика должен содержать четко определенные, логически взаимосвязанные и доступные эмпирическому обоснованию концепции.

Эвристическая ценность — портрет должен стимулировать новые психодиагностические идеи для дальнейшего изучения описываемой личности.

Внутренняя согласованность — портрет должен логически, последовательно объяснить те личностные феномены политика, которые он рассматривает.

Экономность — портрет должен содержать только те концепции и положения, которые реально необходимы для объяснения конкретной личности политика, рассматриваемой данным портретом.

Широта охвата — портрет должен охватывать и объяснять широкий круг разнообразных личностных и поведенческих феноменов конкретного политика. Всесторонний портрет может быть использован как логический каркас для объединения и интеграции новых, разрозненных фактов, установленных в наблюдении и изучении.

В заключение отметим, что расширяющаяся практика психологического портретирования неизбежно расширит приведенные здесь перечни требований и критериев. (199)

Вопросы для обсуждения

1. В чем вы видите основные сложности психологического портретирования?
2. Каковы основные этапы психологического портретирования?
3. В чем особенности статистического и динамического подходов к портретированию?
4. Перечислите основные требования, предъявляемые к психологическому портрету политического лидера.

Раздел 4

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ И ГРУППОВОЕ КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ

Тема 11

Индивидуальное консультирование

На сегодняшний день психологическое консультирование завоевало прочное место в практической психологии. Работа Ю. Е. Алешиной представляет собой краткое пособие, охватывающее основные проблемы в области индивидуального и семейного консультирования. Одно из важнейших требований к работе консультанта — это умение установить тесный и доверительный контакт с клиентом. Во многом этому способствует овладение студентом технологией ведения консультативной беседы.

Ниже мы приводим выдержки из книги Ю. Е. Алешиной «Индивидуальное и семейное консультирование»*.

ТЕХНОЛОГИЯ ВЕДЕНИЯ БЕСЕДЫ

Далекому от психологического консультирования человеку может показаться, что в том, как консультант беседует со своим клиентом, нет ничего особенного: один из собеседников просто рассказывает другому то, что его волнует. Каким бы парадоксальным на первый взгляд ни было утверждение о том, что чем меньше обратившийся за психологической помощью человек воспринимает роль консультанта как ведущего, тем лучше, — оно, несомненно, является верным. В такой ситуации клиент более активен,

* См.: *Алешина Ю. Е. Индивидуальное и семейное консультирование.* Изд. 2-е. М. : Независимая фирма «Класс», 2007. Гл. 3.

легче принимает и обсуждает предлагаемые ему комментарии и интерпретации, более конструктивно подходит к проблеме необходимости изменения своего поведения и отношений.

Профессионально овладеть мастерством ведения консультативного диалога можно только на практике, работая вместе с тренером или супервизором, который комментировал бы неточности, указывал и исправлял ошибки в работе. Именно для этого в процессе подготовки консультантов широко используются современные средства аудио- и видеозаписи, позволяющие более внимательно фиксировать каждый шаг развития консультативной беседы. Тем не менее, ниже мы сформулируем некоторые базовые принципы организации диалога с клиентом, прокомментируем возможности использования некоторых техник работы в консультировании, знание и понимание которых может во многом помочь начинающим консультантам. (53)

Ограничение речи консультанта в диалоге

В ходе приема говорит в основном клиент; реплики, замечания, интерпретации консультанта должны быть по возможности более краткими и редкими. Для того чтобы успешно следовать этому принципу, надо хорошо представлять себе, зачем это, собственно говоря, нужно.

Прежде всего, время беседы ограничено с той целью, чтобы оно использовалось максимально эффективно, консультант как можно больше узнал и понял о клиенте, а тот, в свою очередь, как можно больше пережил и осознал за время приема, для чего ему должно быть предоставлено как можно больше активного времени — времени для того, чтобы говорить.

Существуют и другие основания для подобного поведения консультанта. Один из простейших и наиболее древних приемов психотерапии состоит в том, что клиент выговаривается.

Облегчение состояния, разрядка после сильного эмоционального переживания была известна еще в Древней Греции. Аристотель дал этому название «катарсис», то есть очищение — от греческого «katharsis». Выговориться, быть выслушанным — одна из

насуточных потребностей многих людей, обращающихся за психологической помощью. Поэтому ситуация, когда человека просто внимательно и с уважением слушают, может оказать исцеляющее воздействие. (53)

Рассказывать другому — это большая внутренняя работа. Казалось бы, каждый клиент много раз обдумывал и анализировал свою ситуацию, прежде чем обратиться за психологической помощью. Но рассказывание другому и обдумывание про себя — это две разные реальности. Появление другого заставляет человека быть более критичным, логичнее осмысливать различные факты, подробнее останавливаться на деталях. Ориентированный на собеседника рассказ более осмыслен, завершен. Для нас же важен прежде всего тот момент, что присутствие консультанта углубляет понимание клиентом собственных проблем, способствует принятию необходимых решений, являясь таким образом важной составляющей психологического воздействия. (54)

Иногда обстоятельства, приведшие человека к психологу, связаны с негативными, трудными переживаниями и поступками, о которых стыдно и неприятно рассказывать другим. В этом случае немногословность, краткость консультанта позволяют клиенту меньше обращать внимание на то, что рядом с ним находится собеседник, меньше заботиться о том, как именно он относится к рассказу и насколько сам рассказ социально желателен. Кроме того, много говоря о себе, человек оказывается как бы в собственной реальности, в которой легче вспоминаются детали и связываются события, меньше проявляется сопротивление. (54)

Конечно, молчание — не панацея от ошибок, к тому же, не раскрывая рта, невозможно оказать воздействие на клиента, подвести его к изменению своей позиции и отношения с окружающими. Как же на практике выглядят такие особенности речи психолога, как краткость и немногословность? Прежде всего, если клиент сам говорит по делу, нужно стараться по возможности ничем его не перебивать, с пониманием и уважением относиться к тем паузам и остановкам, которые встречаются в рассказе. Паузы, не превышающие одну-две минуты (а это в беседе воспринимается как

очень большой отрезок времени), вполне естественны и означают, что человек работает, активно осмысливает свою жизнь. Но когда все же приходит черед говорить консультанту, как ему лучше всего это делать? Остановимся на некоторых основных принципах, которым нужно следовать. (55)

Приближение разговорной речи консультанта к языку клиента

Речь консультанта не должна восприниматься как нечто чуждое и непонятное, она должна быть максимально встроена в рассказ клиента, то есть то, что говорит консультант, должно быть приближено к особенностям речи клиента.

Первым шагом на пути реализации этого требования является освобождение речи профессионала от слов и выражений, которые могут быть неправильно поняты или истолкованы собеседником во время приема. Усложненность речи консультанта часто приводит к тому, что клиент замыкается, эмоционально дистанцируется, перестает понимать и интересоваться тем, что происходит. Как это ни странно, но требование говорить просто и ясно, без использования каких-либо специальных терминов вызывает затруднения у психологов-профессионалов. В языке психологов существует целый ряд слов, являющихся терминами, которые, тем не менее, употребляются в кругу коллег столь часто, что их терминологические корни теряются и они становятся частью разговорной, обыденной речи. Достаточно привести в качестве примера такие слова, как «адекватный» и «паттерн», которые употребляются буквально на каждом шагу, но при этом остаются непонятными и пугающими для непосвященных. (55)

Следующим шагом в приближении языка консультанта к языку клиента является максимальное использование консультантом тех слов и выражений, которые содержатся в речи клиента. Даже если с точки зрения здравого смысла они не совсем точны и удачны, консультанту следует придерживаться словарного запаса клиента, чтобы добиться лучшего понимания и избежать возможного сопротивления клиента. (56)

Краткость и точность высказывания консультанта

Данное требование означает не просто то, что профессионал во время приема не должен говорить о чем-то, не относящемся к делу. Даже необходимые в ходе работы вопросы и замечания должны быть максимально подогнаны к тому, что говорит клиент. Так, консультанту не следует говорить излишне витиевато, красиво или, наоборот, слишком грубо; с осторожностью он должен подходить и к использованию метафор и сравнений. Сформулируем несколько общих рекомендаций, которые могут помочь психологу вести диалог:

1. Не следует пускаться в излишние объяснения, почему и как задается данный вопрос или обсуждается данная тема в ходе беседы. Если с клиентом установлен контакт, многие вещи воспринимаются буквально с полуслова. (56)

2. Один из наиболее удобных типов вопросов в консультативном диалоге — краткие вопросы, в которых по возможности опущены слова, которые так или иначе могут быть поняты из общего контекста беседы. Такое сокращение вопросов и высказываний приводит к тому, что соотношение времени говорения увеличивается в пользу клиента. Краткие вопросы легче встраиваются в диалог и в итоге начинают восприниматься пришедшим в консультацию как собственная внутренняя речь. (57)

3. Чаще всего целью вопросов и комментариев психолога является сбор дополнительной информации. Но при этом он не детектив и не стремится обнаружить какую-то конкретную деталь или цифру, а узнать как можно больше о самом клиенте и окружающих его людях. Высказывания консультанта — это поисковые шаги, направленные на прояснение общей картины, которую ему необходимо хорошо представлять. (57)

В консультативном диалоге возможны и еще более краткие реплики психолога, также успешно достигающие своей цели. В подобных формулировках от высказывания остается только вопросительная часть: «И что?», «А почему?». В контексте беседы такие формулировки должны обязательно прозвучать вовремя. Тогда то, что консультант задал этот вопрос, может вообще остаться

не замеченным клиентом, у него может возникнуть ощущение, что все, что он рассказывает о себе, возникает совершенно спонтанно, а, следовательно, и говорить ему будет легче, и рассказ будет более откровенным и подробным. (58)

Анализ эмоциональных переживаний

Мы уже выяснили, что консультанту следует говорить максимально кратко, акцентируя и уточняя то, что действительно является важным и представляет интерес с психологической точки зрения. Но на основании чего консультант решает, что является важным, а что нет?

Отвечая на этот вопрос, нельзя не вспомнить о значении теоретических изысканий для психологического консультирования. Каждый из психотерапевтических подходов по-своему структурирует реальность, по-разному понимает то, что происходит или может произойти с клиентом. Так, транзактный аналитик прежде всего ориентируется на сценарии, которые человек неосознанно проигрывает в своей жизни, сторонник гуманистической психологии больше склонен обсуждать проблемы смысла и понимания окружающих, свои реальности постараются выстроить психоаналитик, системный семейный терапевт и т. д. Каждый из них по-своему прав, так как реальность многогранна, и столь же многогранны и многолики проблемы клиентов. Но осознание факта теоретического «изобилия» вряд ли послужит надежной опорой для начинающего консультанта, скорее он окажется в тупике от понимания того, что существует множество правомерных интерпретаций, а ему за какие-то 50–60 минут беседы необходимо выбрать и красиво сформулировать для клиента что-то одно.

Но даже отчетливое представление о том, куда именно стоит двигаться в работе с клиентом, с чем и как могут быть связаны его проблемы, не дает ответа на вопрос, как выйти за пределы рационализации, за пределы того, что человеку давно известно о себе и о других, и шагнуть несколько глубже, ближе к его сокровенным и часто неосознанным желаниям и стремлениям.

В том, что рассказывает клиент о себе и о других, можно условно выделить два плана. Первый — это оправдания, объяснения, логически выстроенные детали рассказа. Независимо от того, будет клиент к этому стремиться или нет, содержание данного плана направлено на то, чтобы доказать и проиллюстрировать мысли и оценки, которые не раз уже приходили клиенту в голову по поводу себя и окружающих людей.

С точки зрения задач консультирования, понимания и анализа более глубоких мотивов поведения человека, гораздо больший интерес представляет второй план — эмоции, чувства, переживания, связанные с ситуацией и отношениями. Объяснить, почему те или иные слова были сказаны в определенный момент, можно по-разному, но пережитые при этом чувства останутся неизменными, порожденными определенными факторами, пусть даже для самого человека их причины остались непонятными или незамеченными. И чтобы помочь клиенту разобраться в том, что действительно с ним происходит, научиться по-другому реагировать и контролировать себя, необходимо обратиться к плану эмоциональных переживаний. (59)

О чем бы ни рассказывал клиент, консультанту следует стараться как можно больше узнать о том, что он переживал и чувствовал в соответствующие моменты времени, задавая специальные вопросы. По сути своей эти вопросы могут быть очень простыми: «А что вы почувствовали, когда...?», «А как вы на самом деле относитесь к...?». Понять, проанализировать свои переживания нелегко. Существует множество специальных техник, использование которых в процессе беседы может помочь ему справиться с этой задачей. Обсудим некоторые из них поподробнее. (60)

Альтернативные формулировки

Нередко клиенту трудно представить себе, что можно чувствовать в той или иной ситуации. Простейший способ помочь ему — предложить альтернативные формулировки ответа. Альтернатив, предлагаемых клиенту для ответа на тот или иной вопрос, не

должно быть много — достаточно двух-трех, и, в сущности, даже не важно, как именно они звучат. Цель формулирования альтернатив — не поиск правильного варианта ответа, а стимулирование его, демонстрация некоторых образцов, отталкиваясь от которых легче описать собственные чувства.

Умение формулировать альтернативы — важный профессиональный навык. Этот навык во многом зависит от теоретических познаний консультанта в психотерапии и консультировании, поскольку в каждой ориентации предлагаются свои варианты глубинной детерминации причин поведения человека, основанной на чувствах и переживаниях. (60)

Акцентирование эмоциональных переживаний

Эмоции всегда присутствуют в рассказе, причем как более поверхностные, легко осознаваемые, так и более глубокие, скрытые от самого рассказчика. Своеобразными знаками эмоций в речи являются прежде всего наречия и прилагательные, глаголы, обозначающие отношение к чему-либо, а также качество действия. Поясним это на примерах. «Я услышал звонок и медленно подошел к телефону». Эмоционально наиболее заряженным словом здесь является слово «медленно». Все остальные слова описывают ситуацию, они конкретны и просты, за ними трудно усмотреть какой-то двойной смысл. Но за «медленно» стоит нечто большее — напряженность ожидания, возможно — страх услышать неприятное известие или что-то еще. Акцентируя, уточняя это слово, консультант может выйти на уровень отсутствующих в рассказе переживаний. Достаточно спросить клиента: «Медленно... почему?», используя технику кратких вопросов, о которой уже говорилось выше.

Такое развитие диалога характеризует одну из важнейших особенностей консультативной беседы — ее нацеленность в глубину, ориентированность на понимание более глубинных, личностно значимых переживаний. (62)

Использование парадоксальных вопросов

Общепризнанные истины типа «грубить нехорошо», «родители всегда лучше знают, что нужно ребенку» обычно служат надежным прикрытием для истинных чувств и переживаний клиента. Наиболее простой способ борьбы с такими высказываниями — поставить их под сомнение, заставить клиента задуматься о том, что лично для него скрывается за подобными сентенциями. Формулировка подобного вопроса обычно довольно проста: «А почему бы и не...?» Многим людям требуется лишь небольшой толчок для того, чтобы начать размышлять на ранее не подвергавшуюся сомнению тему. (63)

В консультативном диалоге парадоксальные вопросы не редкость. Часто в беседе возникает момент, когда у клиента есть очевидный, с его точки зрения, ответ, отнюдь не способствующий переосмыслению или конструктивному решению ситуации. Задача консультанта — поставить этот тупиковый по сути своей ответ под сомнение, задав парадоксальный вопрос. Конечно же, этот вопрос является парадоксальным лишь на первый взгляд, найти ответ на него нетрудно, достаточно начать сомневаться в том, что с позиции обыденного здравого смысла кажется очевидным. (63)

Уточняющие и углубляющие формулировки

Такие формулировки, в которых сказанное клиентом углубляется и уточняется, часто встречаются в диалоге. В эту группу высказываний входят и уточняющие вопросы типа «А как вы ощущали свою растерянность?», и переформулирование сказанного: «Вы чувствовали себя растерянной, то есть у вас возникло чувство, что вы не понимаете происходящего?», и реплики, углубляющие высказываемые клиентом чувства: «Вы потеряли ощущение, что вы кому-то нужны, что кто-то действительно заинтересован в вашем присутствии». Использование подобных формулировок позволяет постепенно переводить рассказ клиента с уровня более поверхностных к более глубоким переживаниям. Важно, что осторожное, пошаговое использование подобных комментариев позволяет, не вступая в конфронтацию с клиентом и не провоцируя

сопротивление, более точно охарактеризовать его состояние и переживания, расширить область осознаваемого и понимаемого им и таким образом подготовить почву для осуществления коррекционного воздействия. (64)

Уточняя и переформулируя, психолог ни в коем случае не должен выходить за пределы очевидного для клиента, каждый шаг должен логично следовать из предыдущего. Цель уточнений обычно состоит в более полном, более многогранном охвате происходящего с человеком и связывании получаемых фактов с его отношениями с окружающими. Таким образом, в определенном смысле психолог как бы «заманивает» собеседника в «глубину его собственных переживаний», помогает заглянуть в еще неизведанные уголки собственных эмоций, подготавливая его к принятию интерпретации. (64)

Использование интерпретации

Интерпретация — одна из базовых техник психотерапии. В различных школах и направлениях психотерапии интерпретируется определенный материал, продуцируемый пациентом; сны и ассоциации — в психоанализе, жесты и движения — в телесно-ориентированной терапии, семейное древо (схема родственных связей) — в системной семейной терапии и т. д. Конечно, в каждом из теоретических подходов способы интерпретации и видения причинно-следственных связей также различны. Для того чтобы овладеть искусством интерпретации, необходимо близкое знакомство хотя бы с некоторыми теоретическими направлениями современной психотерапии.

Значение интерпретации в процессе консультирования трудно переоценить. Образно говоря, беседу можно представить как путь в лабиринте, в котором для достижения цели необходимо двигаться не только в горизонтальной плоскости, но и спускаться на все более глубокий уровень. Интерпретации же при этом — прыжок в глубину, способ перевода диалога с одного уровня на другой. (65)

Интерпретация — сложная техника. Для того чтобы использовать ее правильно, следует учитывать ряд дополнительных

моментов: 1) готовность клиента к принятию интерпретации, предлагаемой консультантом; 2) адекватность данного момента беседы для формулирования интерпретации. Остановимся на этих моментах несколько подробнее.

Для того чтобы интерпретация была принята, она должна быть в определенном смысле очевидной для клиента, то есть непосредственно вытекать из того, что подробно обсуждалось за время беседы. Предлагаемая интерпретация строится консультантом на основании собственных гипотез и информации, подтверждающей или опровергающей их. Все то, что говорит консультант клиенту, в определенном смысле является подготовкой к принятию интерпретации. (66)

Время интерпретации не должно быть случайным. Если она будет дана слишком рано, то скорее всего окажется отвергнутой или не понятой клиентом. Преждевременная интерпретация может послужить основанием для сопротивления клиента, актуализации механизмов, направленных на то, чтобы не допустить изменений в жизни человека, сохранить его конфликты и проблемы. Впрочем, слишком ранняя интерпретация действительно является для клиента основанием думать, что консультант не понимает и не чувствует его.

Запоздалая интерпретация опасна тем, что когда консультант слишком долго ждет подходящего момента, чрезмерно старательно разбирается в событиях и фактах, клиенту становится скучно говорить на одну и ту же тему, возникает ощущение «занудности», обыденности происходящего. В этом случае не возникает ощущение инсайта, проникновение, необходимое для того, чтобы интерпретация была лучше воспринята, казалась более точной и важной. (67)

Интерпретация не должна быть слишком длинной по форме. Ее следует изложить максимально понятным языком, приближенным к языку клиента, для того чтобы он сразу же, не прилагая специальных усилий, мог «схватить» и понять ее. Разъяснения, уточнения, возникающие вслед за уже предложенной интерпретацией,

могут способствовать укреплению механизмов защиты, а, следовательно, и снижению эффекта интерпретации. (68)

Перефразирование

Другой важной техникой, тесно связанной с интерпретацией, является перефразирование. Оно широко применяется в самых разных направлениях психотерапии, и владение этой техникой является важным профессиональным навыком консультанта. Идея этого приема очень проста: консультант, используя жалобу или замечания клиента, перефразирует, изменяет их таким образом, что то, что было негативным, служило основанием для беспокойства и переживаний, становится причиной положительных эмоций, способных если не полностью снять негативные переживания, то, по крайней мере, существенно уменьшить их значимость и интенсивность. (68)

Конечно, перефразирование возможно отнюдь не в каждой ситуации: далеко не все жалобы клиентов можно, перефразировав, изменить. И, к сожалению, это, прежде всего относится к действительно тяжелым ситуациям, когда происходящее, с какой бы точки ни смотреть на него, ничего хорошего не несет — это такие события, как смерть и болезнь близких, противоправное поведение и т. п.

Но даже в ситуациях, когда содержание жалоб и претензий может быть с легкостью перефразировано, необходимо обязательно учитывать состояние клиента и его отношения с консультантом, их контакт в данный момент беседы. Отсутствие контакта или погруженность собеседника в собственные переживания могут привести к тому, что предлагаемое перефразирование будет однозначно отвергнуто как нечто примитивное, легкомысленное, как свидетельство того, что консультант не хочет серьезно работать над проблемами клиента, а намерен отделаться от него. (69)

Вопросы для обсуждения

1. Какими техниками пользуется консультант в процессе консультативной беседы?

2. Какая из предложенных техник вам показалась наиболее сложной в работе начинающего консультанта?

3. Какую ошибку допускает консультант в процессе консультативной беседы?

К л и е н т к а: Я так за него волнуюсь, когда он уезжает.

К о н с у л ь т а н т: То есть, когда его нет, вы за него переживаете.

К л и е н т к а: Да нет, я бы не сказала, что особенно переживаю, просто волнуюсь, и все.

К о н с у л ь т а н т: Я именно о том и говорю, как вы реагируете на его отсутствие.

К л и е н т к а: Но вы считаете, что я переживаю, я бы так не сказала, слегка волнуюсь, вот и все.

4. Клиентка говорит консультанту, рассказывая о конфликте между мужем и сыном: «Когда они между собой ругаются, я обычно молчу». На что стоит обратить внимание консультанту в данной фразе клиентки? Какой вопрос вы бы задали? Иллюстрацией к какой технике может служить предложенная фраза?

5. Исходя из вышеизложенного материала, какие трудности, на ваш взгляд, могут возникнуть у начинающего консультанта?

Групповая психотерапия

Вопрос о том, что оказывает решающее воздействие на излечение пациента в процессе групповой психотерапии, по сей день можно считать дискуссионным. В статье Ирвина Ялома «Групповая психотерапия. Теория и практика», извлечения из которой приводятся ниже, на основе детального и вдумчивого анализа работ предшественников представлена попытка выделить эти решающие лечебные факторы*. Он предлагает в качестве таковых одиннадцать базовых категорий: внушение надежды, универсальность, сообщение информации, альтруизм, корректирующий анализ влияния родительской семьи, имитационное поведение, интерперсональное влияние, групповая сплоченность, катарсис и экзистенциальные факторы. В представленных извлечениях мы остановимся лишь на некоторых из них.

Лечебные факторы в групповой терапии

Как действует групповая терапия? Если мы сможем достаточно точно и определенно ответить на этот «простой» вопрос, в нашем распоряжении окажется ключ к наиболее волнующим и спорным проблемам психотерапии. Если выделить те факторы, которые имеют решающее значение в процессе терапии, это может дать терапевтам рациональную основу для выработки своей тактики и стратегии.

Я полагаю, что терапевтические изменения являются в высшей степени сложным процессом и что они происходят через непростое взаимодействие различных компонентов жизненного опыта человека, которые я буду рассматривать как «лечебные факторы». (5)

С моей точки зрения, лечебные факторы делятся на одиннадцать базовых категорий:

1. Внушение надежды.
2. Универсальность.

* См.: Ялом И. Групповая психотерапия. Теория и практика [пер. с англ.]. М. : Апрель пресс ; изд-во ЭКСМО-Пресс, 2001. Гл. 1. С. 5–21.

3. Сообщение информации.
4. Альтруизм.
5. Корректирующий анализ влияния родительской семьи.
6. Развитие социализирующих техник.
7. Имитационное поведение.
8. Интерперсональное влияние.
9. Групповая сплоченность.
10. Катарсис.
11. Экзистенциальные факторы.

В этой главе мы обсудим первые семь факторов. Факторы «интерперсональное влияние» и «групповая сплоченность» являются настолько важными и сложными, что мы рассмотрим их отдельно. Об «экзистенциальных факторах» речь пойдет в 4-й главе, в контексте изложения соответствующего материала. Поскольку «катарсис» неразрывно связан с другими лечебными факторами, он также будет освещен в 4-й главе. Надо иметь в виду, что, хотя мы и рассматриваем все эти факторы по отдельности, они взаимосвязаны друг с другом: ни один из них не существует и не действует сам по себе.

Некоторые из этих факторов относятся к самому процессу лечения, в то время как другие могут рассматриваться как его условия. Хотя отдельные лечебные факторы действуют в терапевтических группах всех типов, их взаимодействие в разных группах может протекать по-разному; факторы, являющиеся второстепенными или скрытыми в одних группах, могут оказаться первостепенными или доступными наблюдению в других. К тому же на пациентов в одних и тех же группах могут воздействовать совершенно разные комбинации лечебных факторов. По существу, терапия — это не что иное, как сильные переживания, глубокий человеческий опыт и, следовательно, существует множество путей его обретения через терапевтический процесс.

Предложенный мной список лечебных факторов основывается на моей клинической практике, на опыте других терапевтов, на впечатлениях пациентов, успешно завершивших курс лечения в группе, на соответствующих системных исследованиях. В то

же время надо признать, что ни одно из этих оснований нельзя считать бесспорным, а свидетельства руководителей группы и ее членов достаточно объективными, равно как нельзя считать нашу исследовательскую методику совершенной и применимой для всех случаев.

Групповые терапевты предлагают разнообразные и внутренне противоречивые перечни лечебных факторов. Даже среди терапевтов, разделяющих одни и те же убеждения и употребляющих одни и те же термины, может не быть единого мнения о том, почему у пациентов наступает улучшение. (6)

Опрашивая пациентов групповой терапии в конце курса лечения, мы можем получить данные о том, какие лечебные факторы, с их точки зрения, оказали на них наиболее позитивное воздействие, а какие — наименее. Но надо иметь в виду, что оценки пациентов — это субъективные оценки.

Да, существуют факторы, несомненно влияющие на процесс лечения пациента, которые он не в состоянии познать, но из этого не следует, что мы не должны не брать в расчет то, что говорят пациенты. По своему опыту я знаю, что информативность и точность сообщения пациента во многом зависят от того, как его спрашивают. (8)

Кроме мнения терапевта и сообщений пациента существует третий важный подход к определению лечебных факторов: метод систематических исследований. Обычная исследовательская стратегия состоит в соотнесении серий вводимых в терапию переменных факторов и того, что происходит с пациентом «на выходе». Устанавливая соответствия между вводимыми в терапию переменными факторами и успешным результатом, можно проявить причинно-следственные зависимости и начать описывать лечебные факторы. Но как бы то ни было, исследовательский подход не безупречен.

Я использовал все эти методы, чтобы определить лечебные факторы, обсуждаемые в этой книге. Я не представляю эти факторы как окончательные; скорее, я предлагаю их как некие

заготовки, некие направляющие, которые могут быть проверены и развиты другими исследователями. (8)

Внушение надежды

Внушение надежды и укрепление в ней является решающим лечебным фактором во всех психотерапевтических системах не только потому, что это позволяет удерживать пациента в группе и, следовательно, лечить его, но еще и потому, что сама вера в исцеление может быть терапевтически эффективной. Исследования показали — чем больше пациент надеется на то, что ему помогут, тем результативнее терапия. (8)

В каждой терапевтической группе есть люди, стоящие на разных ступенях на пути к выздоровлению. Пациенты длительное время контактирует с членами группы, у которых произошло улучшение. Они также часто сталкиваются с пациентами, имеющими сходные проблемы и достигшими больших успехов в их преодолении. Мне часто приходилось слышать, как пациенты, закончившие курс лечения, говорили о том, насколько важно для них было видеть улучшения, происходившие у других. Групповые терапевты ни в коем случае не должны упускать возможность опираться на этот фактор, периодически обращая внимание пациентов на те улучшения, которые произошли у других членов группы.

Не менее важной является вера терапевта в себя и в эффективность своей группы. Я убежден, что смогу помочь любому пациенту, который обратился ко мне за лечением и останется в группе, по крайней мере, в течение шести месяцев. Во время первой встречи с пациентом я стремлюсь поделиться с ним своей уверенностью и стараюсь передать ему свой оптимизм.

Некоторые из групповых терапевтов специально акцентируют внимание на моменте внушения надежды. (9)

Универсальность

Многие пациенты приходят к терапевту очень обеспокоенные мыслями о том, что никто больше не мучается так, как они, что только они одни испытывают страхи, страдают от проблем

и неприемлемых мыслей, порывов и фантазий. В этом, конечно, есть доля правды, поскольку многие пациенты имеют свои собственные «наборы» воздействующих на них стрессовых факторов и того, что скрыто у них в подсознании. Их чувство собственной уникальности тесно связано с социальной изоляцией, с трудностями, испытываемыми в межличностном общении, с недостижимостью искренности и раскрепощенности в интимных отношениях. В групповой терапии, особенно на ранних ее стадиях, разубеждение пациента в уникальности его проблем является важным фактором, способным улучшить его состояние. После того как пациент выслушивает других членов группы и обнаруживает, что он не одинок в своих страданиях, он открывается для окружающего мира, и начинается процесс, который можно назвать «Добро пожаловать к людям», или «Мы все в одной лодке», или — более клинически — «Страдание любит компанию».

Ни один поступок, ни одна мысль не могут быть совсем недоступны опыту других людей. Я слышал, как члены группы признавались в таких действиях, как инцест, воровство, растрата, убийство, попытка к самоубийству и даже в более ужасных вещах. Но я видел, что остальные члены группы не зарекались от этого.

Этот фактор помощи не ограничивается рамками групповой терапии. Универсальность играет роль и в индивидуальной терапии, несмотря на то, что здесь существует меньше возможностей для консенсуса.

Несмотря на сложность и уникальность человеческих проблем, определенные общие знаменатели, несомненно, существуют, и члены терапевтической группы достаточно быстро находят «товарищей по несчастью». (10)

Универсальность, подобно другим лечебным факторам, не может рассматриваться сама по себе. Поскольку пациенты осознают свое сходство с остальными и разделяют их глубинные переживания, они получают пользу от их поддержки и переживают катарсис. (11)

Сообщение информации

Этот раздел я посвятил дидактическому обучению, которое осуществляется терапевтом и касается психического здоровья, психических заболеваний и общей психодинамики, а также таких факторов, как советы, внушения, помощь в решении жизненных проблем, предлагаемые как терапевтом, так и другими пациентами. Вообще, когда терапевты или пациенты оглядываются на путь, пройденный ими в групповой терапии, они не очень высоко оценивают этот лечебный фактор.

Большинство пациентов к концу успешно пройденного курса интеракционной групповой терапии очень многое узнают о функционировании психики, значении симптомов, о межличностной и групповой динамике и самом процессе психотерапии. Тем не менее, такое образование представляет собой достаточно скрытый процесс. Большинство групповых терапевтов не включают направленное дидактическое обучение в процесс интеракционной групповой терапии. Но существует несколько направлений групповой терапии, в которых обучение как таковое представляет собой важную часть программы. (12)

Будущим матерям разъясняют психологические основы происходящих у них физических и психологических изменений, объясняют, как проходят роды, стараются рассеять иррациональные страхи и предрассудки и показать, что они беспочвенны. Т-группы Корпуса мира часто используют метод «предвосхищающего руководства», когда вероятные стрессы и конфликты, с которыми членам групп придется иметь дело в новой для них культуре, заранее предсказываются и прорабатываются. В своей работе с Корпусом мира я нашел полезным включать в состав персонала представителя той страны, в которую готовилась поездка. Он, используя дидактические средства, давал реальные сведения о культуре страны и показывал добровольцам всю беспочвенность их страхов.

Я и мои коллеги использовали аналогичный тип предвосхищающего руководства для психиатрических пациентов, когда готовили их к вступлению в «новую культуру» — в группу психотерапии. (13)

Таким образом, дидактическое обучение используется в различных видах групповой терапии: для сообщения информации, для структурирования групп, для объяснения того, как протекает заболевание. Часто дидактическое обучение служит фактором первоначального объединения людей в группе, пока «не включились» остальные лечебные факторы. Таким образом, объяснение и разъяснение действуют как полноправные и эффективные лечебные силы. Человек всегда страдал от неопределенности и во все века старался упорядочить свой мир, давая объяснения, прежде всего религиозные или научные. Объяснение явления — это первый шаг к контролю над ним. Таким образом, дидактическое обучение, обеспечивая структурное понимание явления и объяснение, имеет самоценное значение и занимает достойное место в списке инструментов терапии.

В отличие от эксплицитного дидактического обучения, в любой без исключения терапевтической группе ее участники дают свои советы. В динамике интеракционной групповой терапии это обстоятельство настолько неизменно присутствует на ранней стадии существования группы, что по нему можно определять ее возраст. Несмотря на тот факт, что наличие советов характерно для ранней стадии развития интеракционной терапевтической группы, я могу припомнить несколько случаев, когда некоторые советы по определенным проблемам оказывались полезными пациентам. Однако, когда пациенты что-то советуют друг другу — неважно, что, — у них возникает взаимный интерес и забота, что служит достижению цели. Иными словами, важен не сам совет, а важно то, что его дали.

Такое поведение, когда активно дают советы или просят их, часто является важным ключом для понимания патологии межличностных отношений. (14)

В группах другого типа, не ориентированных на интерактивность открыто и эффективно, используются советы и руководство. Например, в группах, где пациенты готовятся к выписке из больницы, Общество реабилитации и Общество анонимных алкоголиков предпочитают давать прямые советы. (15)

Альтруизм

В терапевтических группах пациенты получают, отдавая, причем не только в процессе прямого обмена, но также от самого акта «отдавания». Психиатрические пациенты, которые только начинают курс лечения, деморализованы и глубоко убеждены в том, что они не могут предложить окружающим ничего ценного. В течение длительного времени они считали себя обузой, и когда они обнаруживают, что могут делать для других что-то важное, это восстанавливает и поддерживает их самоуважение.

Несомненно, пациенты в процессе групповой терапии приносят друг другу огромную пользу. Нередко они с большей готовностью слушают и запоминают что-то, исходящее от другого пациента, чем от терапевта.

Данный лечебный фактор использовался и в других психотерапевтических системах. Альтруизм является важной частью процесса исцеления в католических храмах и святых местах, таких как Лурдес, где пациент молится не только за себя, но и за других. Говорят, что Уорден Даффи утверждал: лучший способ помочь человеку — это дать ему возможность помочь вам. Людям необходимо чувствовать себя нужными.

Пациенты не могут сразу оценить этот источник помощи. Совсем наоборот. Многие из них сопротивляются терапевтическому воздействию группы, задавая вопрос: «Как может слепой вести слепого?» Причина подобного противодействия воздействию групповой терапии заключается в критической самооценке пациента. (16)

Есть и другая, более тонкая выгода, заключенная в альтруистическом акте. Множество пациентов увязли в болезненном самоедстве, которое приобретает форму навязчивой интроспекции или попыток, скрежеща зубами, «реализовать» себя. Но самореализацию или смысл жизни нельзя обрести внутри себя, своего самосознания. В терапевтических группах этому ненавязчиво обучают и открывают перед ее участниками контрсолипсистские перспективы. (17)

Корректирующий анализ влияния родительской семьи

Все без исключения пациенты приходят в групповую терапию с историей в высшей степени негативного опыта, приобретенного ими в своей первой и наиболее важной группе — в родительской семье. Группа имеет сходство с семьей во многих аспектах, и многие группы возглавляет дуэт, состоящий из мужчины и женщины, чтобы еще более приблизить конфигурацию группы к родительской семье. Будучи зависимыми от своего искусственно созданного мира (сформированного в основном в родительской семье), члены группы взаимодействуют с ее руководителями и другими участниками так, как они взаимодействовали когда-то с родителями и другими родственниками.

Очевидно, что тот же самый принцип действует в индивидуальной терапии. Отличие заключается лишь в том, что группа обеспечивает гораздо больше возможностей для анализа. (17)

Важно не только проанализировать детские семейные конфликты, но и корректно освободить пациента от их влияния. Прежние стереотипы поведения должны постоянно ставиться под сомнение с точки зрения соответствия их реальности, они должны вовремя заменяться на новые, соответствующие реальности, стереотипы. (18)

Развитие социализирующих техник

Социальное научение — развитие базовых навыков общения — это лечебный фактор, который действует во всех терапевтических группах, хотя то, какое именно общение эксплицируется, зависит от типа терапевтической группы.

Нередко отмечают, что более опытные участники терапевтических групп очень хорошо владеют навыками общения. Они настроены на помощь другим людям, они владеют методами разрешения конфликтов, они не расположены судить, но гораздо больше сопереживают и выражают эмпатию. Эти навыки пригодятся им в будущих социальных взаимодействиях. (19)

Имитационное поведение

Курящие трубку терапевты часто порождают курящих трубку пациентов. Пациенты во время психотерапии могут сидеть, прогуливаться, разговаривать и даже думать так, как это делают их терапевты. В группе имитационные процессы более смазаны, поскольку пациенты могут брать пример не только с терапевта, но и с других членов группы. Важность имитационного поведения в терапевтическом процессе трудно переоценить, но недавние социально-психологические исследования показали, что мы все же недооцениваем их значимость. Даже если специфическое имитационное поведение вскоре прекращается, оно может помочь человеку «разморозиться», экспериментируя с новыми формами поведения. Дело в том, что для пациентов нормально примерять к себе при помощи терапии что-то от других людей и затем отбрасывать это как то, что вызывает болезнь. Этот процесс может иметь сильное терапевтическое воздействие и облегчать переход от понимания того, что мы несовершенны, к открытию того, какие мы есть на самом деле. (20)

Вопросы для обсуждения

1. Сколько факторов и каких именно выделяет И. Ялом, считая их оказывающими существенное влияние на излечение пациента?
2. Какие из лечебных факторов действуют и могут быть применены не только в групповой, но и в индивидуальной терапии?
3. Применение каких принципов, на ваш взгляд, будет затруднено в индивидуальной терапии?
4. Что означает фактор универсальности в групповой терапии?
5. Почему «внушение надежды» является одним из важнейших в процессе психотерапевтической работы? Приведите пример, когда данный фактор оказал существенное влияние на вашу жизнь.
6. Почему советы участнику группы, звучащие от других членов группы (особенно на ранних этапах развития группы), воспринимаются пациентом позитивно?

Учебное издание

Минасва Наталья Сергеевна

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ
ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ
СОВРЕМЕННОЙ ПСИХОЛОГИИ

Учебное пособие

Зав. редакцией *М. А. Овечкина*

Редактор *Е. В. Березина*

Корректор *Е. В. Березина*

Компьютерная верстка *Н. Ю. Михайлов*

План выпуска 2012 г. Подписано в печать 20.08.2012.
Формат $60 \times 84 \frac{1}{16}$. Бумага офсетная. Гарнитура Times.
Уч.-изд. л. 5,8. Усл. печ. л. 6,7. Тираж 100 экз. Заказ № 1999.

Издательство Уральского университета
620000, г. Екатеринбург, ул. Тургенева, 4.

Отпечатано в Издательско-полиграфическом центре УрФУ.
620000, г. Екатеринбург, ул. Тургенева, 4.
Тел.: +7 (343) 350-56-64, 350-90-13.
Факс: +7 (343) 358-93-06.
E-mail: press.info@usu.ru

ISBN 978-5-7996-0743-2



9 785799 607432