**7-Дәріс тақырыбы:**Әлеуметтік перцепция механизмдері

Қарастырылатын мәселелер:

1.Әлеуметтік перцепция механизмдері: стериотепизация, атрибуция, ореол эффектісі, локус бақылау.

2.Сананың қате нұсқаулары. Басқа адамды қабылдаудағы қиындықтар.

3.Қарым-қатынастағы конформизм, оның себептері мен пайда болу шарттары. Қарым-қатынастағы аффилиация және оның диагностикасы. 4.Комплемент жасау өнері. 5.Конструктивті сын пікір шеберлігі.

6.Эмпатиялық тыңдау ережелері. Табандылық.

Қарым-қатынастың перцептивті жағы — қарым-қатынасқа түсушілердің бірін-бірі қабылдауы, тануы (түсінушіліктері). Соның негізінде өзара түсініктің пайда болуы, қалыптасуы.

Бұған дейін айтылып өткендей, адамдар арасындағы өзара әрекеттестік, өзара қатынас, өзара түсінушіліксіз алысқа бармайды. Сонымен қатар қарым-қатынас барысында партнерлердің бірін-бірі қабылдауы өте қажет. Осы айтылған адамның екінші бір адамды қабылдауы қарым-қатынастың міндетті, әрі құрылымдық бөлімі, сонымен қатар қарым-қатынастың перцептивтік жағы болып саналады. Бұндағы адамның екінші бір адамды қабылдауы дегендегі “қабылдау” ұғымы жалпы психологиялық ұғым ретінде емес, ал адамдардың бірін-бірі танып-білуі деген мағынада көбірек қолданылады. Әрбір адам қарым-қатынасқа тұлға ретінде түседі және басқа адаммен де, ол жеке тұлға ретінде танылады. Л.С. Рубинштейннің айтуынша: сыртқы жүріс-тұрыстың негізінде адамның сыртқы белгілерін анықтаймыз, әрі онымен таныс боламыз. Адам басқаны танып білу барысында өзінің де өзгенің де жүріс-тұрыс стратегиясын құрайды. Бұндай процеске ең кемінде екі адам қатысады. Олардың екеуі де белсенді субъекті болуы тиіс.

Адамның басқа біреуді танып-білуінде өзіндік сананың да ролі аз емес. Яғни бір адамның өзі туралы ой-пікірі неғұрлым бай болса, оның басқа адамға деген ой-пікірі, көзқарастары да соғұрлым баий түседі, ал екіншіден: екінші адамды неғұрлым терең, жан-жақты етіп ашып көре алса, онда оның өзіне деген көзқарасы да соғұрлым мағыналы әрі терең, жан-жақты болмақ. Демек осыдан мынандай ой тұжырымдауға болады. Адам өзін-өзі басқа адам арқылы тани біледі.

Іскерлік қарым-қатынастар этикасына нарықтық көзқарастардың екі түрі бар:

1. Прагматиктер – іскерлік қарым-қатынаста, бизнесте этика қажетсіз деп санайды. Олардың ойынша қоғамдық нормаларға бейімделу арқылы қалайда, қандай жолмен болмасын пайданы көбейту қажет. Этикалық нормаларды кедергі деп санайды. Ондай адамдар өнімнің сапасының халыққа зиян болатынына көңіл аудармайды. «Форд» компаниясы «Пинто» моделін шығармауға қарсы болған (тез жарылатын бензобакты ауыстыру компенсация төлеуден қымбатқа соғады). Экологияға зиянды құрылыстар мен өндірістер де этикалық нормаларға қарсы әрекет болып саналады.

2. Этикалық нормаларды сақтау тек адамгершілік парыз ғана емес, ол өндірістің болашақта дамуына, пайданың көбеюіне де ықпал ететін маңызды жағдай. Сондықтан «адалдық – ең үздік, әрі тиімді саясат» (честность – лучшая политика).

Іскерлік қарым-қатынас қызмет лауазымына байланысты әртүрлі болады:

1. Басшы (жетекші) мен қол астындағы адам «жоғарыдан төмен» – сізге басшының қалай қарағаны ұнар еді? Қарым-қатынастық формалары: бұйрық, өтіну, сұраққою арқылы – мұны қалай орындасақ болар екен? – білімді қызметкерді еркіне салу (мұны кім орындай алады?).

2. Қол астындағылардың басшылармен қарым-қатынасы – «төменнен жоғары» - сіздің қарамағыңыздағы адамдардың сізге қалай қарағаны ұнар еді?

3. Басшылар арасындағы немесе тең қызметкерлердің өзара қарым-қатынастары – «көлденең».

Адамның тұлғалық қасиеттерін қалыптастыру ұзақ мерзімге созылатын қыры мен сыры мол, қиыншылығы мен жемісі бар күрделі процесс екенің әрбір көзі ашық адамға мәлім. Осы орайда білгір маман, шебер жетекші, тәжірибелі басшының жеке бастарына лайықты адами қасиеттерді қарамағындағы жұмысшылар мен қызметкерлерге қолданып отыратын болса, көптеген мәселелердің тетігін ойдағыдай шешугс болатынын тәжірибелік зерттеу нәтижелері көрсетіп отыр. Қарым-қатынас жасау мәселесі әлеуметтік психология біршама аса күрделі проблема екендігін кіріспе тақырыпта біршама сөз еттік. Енді осы күрделі мәселенің өзекті бір тармағы жетекшінің басшы қызметкердің жеке басына тән қасиеттер. Бұл орайда басшы кадрларға қойылатын бірсыпыра психологиялық сипаттар да бар. Ондай қасиеттерді ең алдымен, жетекші қызметкер өз мінезінің тұрақты сипаттары ретінде бойында қалыптастыруы қажет. Ондай сипаттар кіші-пейілділік, ашық-жарқындық, көпшілдік, икемділік пен оралымдық, табандылық пен тапқырлық, сезімталдық пен болжампаздық, мақсаттық пен іскерлік сияқты ерекшеліктер. Ал өз қызметің орашолақ атқаратын жетекшілер мен басшы қызметкерлерді әдетте жағымсыз сипаттар болып саналатын менмендік, өркөкіректік, дөрекілік, немқұрайдылық, әділетсіздік т.б. жеке бастың қадір-қасиеті ғана емес, олар жұмыс істеп жүрген мекемелер мен кәсіп орындарының атағы мен ұжымына да нұқсан келтіріп, олардың беделін түсіреді.

**Ұсынылатын әдебиеттер:**

1.Лютова С.Н. Социальная психология личности (теория и практика): Курс лекций. М., 2002.

2.Соловьев Э.Я. Этикет делового человека: Организация встреч, приемов, презентаций: для бизнесменов и всех, кто вступает в контакты с иностранными фирмами, предпринимателями, дипломатами. - М., 1994.

3.Чернышева М.А. Этика деловых отношений. - М., 1988.

4.Холопова Т.П., Лебедева М.М. Протокол и этикет для деловых людей. - М., 1996.