МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РУСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ «ГРОДНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ ЯНКИ КУПАЛЫ»

Факультет психологии

Кафедра общей и социальной психологии

Курсовая работа

Агрессия в межличностных отношениях у продавцов

Выполнила:

студентка 5 курса

группа, заочной формы обучения

Факультета психологии

Кондрусевич О.И.

Гродно 2013

Содержание

Введение

1. Теоретические подходы к исследованию агрессии в межличностных отношениях у продавцов

1.1 Теоретические подходы к изучению агрессии

.2 Теоретические подходы к изучению межличностных отношений

.3 Агрессия в межличностных отношениях

.4 Психологические аспекты профессиональной деятельности продавцов

2. Эмпирическое исследование агрессии в межличностных отношениях у продавцов

2.1 Программа эмпирического исследования агрессии в межличностных отношениях у продавцов

.2 Результаты эмпирического исследования агрессии в межличностных отношениях у продавцов

.2.1 Результаты эмпирического исследования агрессии у продавцов

.2.2 Результаты эмпирического исследования особенностей межличностных отношений у продавцов

.2.3 Связь агрессии и межличностных отношений у продавцов

Заключение

Библиография

Приложения

Введение

Общение продавцов и покупателей представляет частный случай межличностного общения, поэтому ему присущи общие психологические характеристики коммуникации между людьми. Поскольку любая деятельность включает элементы общения, постольку оно (общение) выступает как процесс, в той или иной мере включенный в эту деятельность.

Суть процесса общения заключается в том, что оно обеспечивает обмен информацией между людьми, организацию совместной деятельности, передачу друг другу эмоциональных состояний.

При этом происходит разного рода воздействие и влияние общающихся друг на друга.

В отличие от других сфер деятельности, общение в торговле имеет ряд отличительных особенностей. Если в других отраслях экономики профессиональное общение между деловыми партнерами может с успехом осуществляться в косвенной форме (с помощью переписки, технических средств), то в торговле преобладает прямое, непосредственное межличностное общение продавца и покупателя «лицом к лицу». Именно эта особенность определяет специфику общения в торговле.

Трудно найти продавца, который бы не сталкивался постоянно с возможностью возникновения того или иного конфликта с недовольными покупателями.

Как избежать конфликта? Как определить особенности возможной агрессивности в межличностных отношениях отдельно взятого продавца по отношению к покупателями? Как избежать агрессию в межличностных отношениях между продавцами и покупателями?

Все эти вопросы и определяют актуальность выбранной темы курсовой работы.

Объектом исследования данной работы являются работники торговли.

Предметом исследования данной работы является агрессия в межличностных отношениях у продавцов.

Цель данной курсовой работы выявить особенности агрессии в межличностных отношениях у продавцов.

Задачи:

− проанализировать теоретические подходы к изучению агрессии в межличностных отношений у продавцов.

− Выявить особенности проявления агрессии у продавцов.

− Установить особенности межличностных отношений у продавцов.

− Выявить связь агрессии и межличностных отношений у продавцов.

Гипотеза исследования: существует связь между агрессией и особенностями в межличностных отношениях у продавцов.

1. Теоретические подходы к исследованию агрессии в межличностных отношениях у продавцов

1.1 Теоретические подходы к изучению агрессии

Проблема нахождения объяснений человеческой злобы и жестокости в отношении себе подобным интересовала с древних времен. Различного рода объяснения можно с определенной долей условности разделить на два широких класса - биологические и социальные. Причем доказательства приводятся в пользу каждого из них в рамках более широкой оппозиции - природное / приобретенное: является ли агрессия детерминированной нашей биологией или окружением?

Рассмотрение природы агрессивности в рамках социальной психологии обусловливает больший интерес к теоретическим подходам, акцентирующим внимание на влиянии социального окружения, т. е. приобретенного. Тем не менее, определенное внимание будет уделено и роли биологического, или природного. В результате все агрессивные действия совершаются нашей телесной системой, следовательно, ее роль никак не может быть преуменьшена.

Биологические подходы. Долгое время ситуацию определяли биологические представления о причинах агрессивного поведения. Это дискуссии об агрессии как инстинкте (McDougall, 1908), влечении (Freud, 1920) или инстинктивном поведении (Lorenz, 1963). Повседневный опыт показывает, что феномен агрессии вездесущ, и это неизбежно приводит к его анализу, с точки зрения эволюционных функций агрессии. Сформированная естественным отбором, агрессия рассматривается как поведенческая стратегия, имеющая приспособительную ценность, с точки зрения цели эволюции, каковой является успешное воспроизводство индивидов своих генов (Dawkins, 1989). Агрессия рассматривается как инстинкт, в природе которого лежат генетические факторы. В этой связи полезно описание некоторых характеристик инстинкта:

. Целенаправленный и имеющий завершение в конкретных последствиях, а именно в нападении.

. Полезный для индивидов и животных.

. Адаптирующий к обычному окружению (но не к необычному).

. Разделяемый большинством представителей вида (несмотря на то что его проявления могут сильно варьироваться от одной особи к другой).

. Развивающийся по мере взросления взрослой особи.

. Ненаучаемый на основе индивидуального опыта (хотя может проявляться в научаемых обстоятельствах контекста (Hogg, Vaughan, 1995, с. 366) [12, с. 584].

Биологический подход не является однородным. В его рамках можно выделить три направления в объяснении природы агрессии. В каждом из них утверждается, что агрессия является внутриприсущим элементом человеческой природы, что мы от рождения запрограммированы на агрессивные действия. Наиболее старым является версия 3. Фрейда, разработанная в самом начале прошлого столетия. Позже появилась этологическая версия, основанная на исследованиях поведения животных. Третьей и наиболее современной является социобиологическая. В этой последовательности мы и рассмотрим их особенности.

Фрейд (1930) предположил, что человеческая агрессия коренится в инстинкте смерти, танатосе, как диалектической противоположности инстинкту жизни, эросу. Танатос исходно рассматривался как направленный на саморазрушение, но впоследствии был перенаправлен на других. В определенной степени подход Фрейда был инициирован разрушительными последствиями первой мировой войны. Столкнувшись с многочисленными примерами нечеловеческой жестокости и разрушений, он попытался дать им свое объяснение в виде наследуемого инстинкта. С точки зрения Фрейда, мораль, этика являют собой лишь тончайшую пленку на агрессивном сознании троглодита. Как только эта пленка прорывается, он хватается за дубину и крушит все подряд. Агрессивные побуждения, основывающиеся на танатосе, находят свое выражение в росте телесного напряжения, нуждающегося в разрядке. Данный подход является иллюстрацией однофакторного решения: агрессия является естественно обусловленной и нуждается в высвобождении. Концепция Фрейда была пересмотрена постфрейдистами, рассматривавшими агрессию более рационально, но также как внутриприсущий процесс, посредством которого люди высвобождают инстинкт выживания, ведущий для всех представителей животного мира (Hartmann, etc., 1949) [12, с. 586].

Идеи этологического подхода сформулированы в трех наиболее известных книгах о поведении животных: «Об агрессии» К. Лоренца (1966), «Территориальный императив» Ardrey (1966) и «Беззащитная человекообразная обезьяна» Морриса (1967). Объяснение природы агрессивности основывается на данных этологии, области биологии, занимающейся изучением животных инстинктов, или фиксированных поведенческих паттернов животных, живущих в естественных условиях обитания.

Как и неофрейдисты, этологи отмечают позитивный, функциональный аспект агрессии, признавая, что несмотря на то, что основание агрессии или инстинкт является внутриприсущим, актуальное агрессивное поведение вызывается специфическими стимулами окружающей среды, известными как возбудители. Лоренц, опираясь на принцип эволюции, обосновывает, что агрессия обладает ценностью для выживания. Одиночное животное существенно более агрессивно по отношению к другим представителям своего вида, служа цели распределения и более эффективного использования ограниченных ресурсов, таких, как выбор сексуальных партнеров для спаривания, пищи и территории. Большую часть времени внутривидовая агрессия не сопровождается применением насилия, а сопровождается демонстрацией агрессивности и запугиванием других животных, вынуждая их уйти со сцены. Убийство конкурентов используется лишь в крайних случаях. Эта теория является двухфакторной: 1) агрессия является внутрипобуждаемой; 2) зависит от соответствующих стимулов возбудителей внешнего окружения [14, с. 672].

Эта идея была спроецирована Лоренцем и на человека. Конечно, ценность агрессии для выживания человека менее очевидна, чем для других животных. Тем не менее при желании ряд сходств все же может быть найден: 1) в состоянии ярости мы не можем остановиться; 2) для убийства мы, как и хищники, используем дополнительные средства - оружие.

Последние разработки в области нахождения биологических оснований агрессии связаны с социобиологией, пытающейся найти биологические основания социального поведения. Основываясь на эволюционной теории Ч. Дарвина, социобиологи обосновывают то, что определенные виды поведения поддерживаются генами выживания, которые способствуют долголетию индивида, передаваясь от поколения к поколению. Агрессия является адаптивной, так как связана с продлением человеческого рода через производство потомства. Она повышает возможность доступа к ресурсам и тем самым обеспечивает выживание как отдельного индивида, так и человеческого рода. Адаптивность агрессии по отношению к человечеству проявляется опять-таки через повышение возможностей доступа к ресурсам, обеспечивая экономическое развитие за счет сохранения собственных ресурсов и завоевания новых. Пример такого рода дают США.

В целом биологический подход к объяснению агрессии получил достаточную популярность в силу обоснования необходимости насилия как являющегося частью человеческой природы. Вполне очевидно и то, что так как агрессивные действия осуществляются телесной субстанцией, то определенная роль не может не принадлежать ей. Более того, невозможность нахождения однозначных физических коррелятов агрессии создает основания для различных предположений о них, в наиболее современных версиях, переходящих на уровень генов и биохимических процессов. Однако большинство социальных исследователей не считают биологические факторы агрессии решающими и значительно больше внимания уделяют факторам социальным и биосоциальным, к рассмотрению которых мы и переходим.

Социальные психологи предпочитают анализировать социальные факторы и процессы, в частности социальное научение, влияние социального контекста и др. Несмотря на то, что большинство исследователей не связывают агрессию с инстинктами, некоторые из них рассматривают их как драйвы или побуждения, которые могут, как научаться, так и внутренне стимулироваться и каждый из которых вызывается определенными социальными событиями или обстоятельствами. Так как эти подходы включают и биологические элементы, они могут быть отнесены к биосоциальным теориям. Две из представляемых ниже обосновывают, что драйвы (или состояния возбуждения) являются предусловиями агрессии, хотя и различаются по внутренним и внешним факторам, способствующим агрессивным реакциям.

Агрессия и фрустрация. В 1939 году пять авторов, так называемая Иельская группа, издали книгу под названием «Фрустрация и агрессия» (Frustration and Aggression), положившую начало экспериментальному изучению агрессии в рамках социальной психологии. В течение нескольких десятилетий гипотеза фрустрации - агрессии - была теоретическим ядром исследований в данной области. В основе подхода лежит идея о том, что совершать агрессивные поступки индивида побуждает энергия, порождаемая фрустрацией. Под фрустрацией понимается состояние, возникающее в случае блокирования достижения цели. При этом под агрессией понимается действие, направленное на причинение ущерба другому организму. Два эти понятия связаны между собой двумя основоположениями: 1) фрустрация всегда ведет к какой-то форме агрессии; 2) агрессия всегда является следствием фрустрации [1, с. 224]. Тем не менее, агрессия отнюдь не всегда направлена на причину фрустрации и может принимать различные формы. Если, например, источник фрустрации физически очень силен или обладает социальной властью, фрустрированная личность может обратить свою агрессию против другой, менее опасной личности, или же выразить ее более косвенным способом. Формами переноса агрессии являются замещение объекта и замещение реакции. В соответствии с представлением о катарсисе тенденция действовать агрессивно редуцируется путем демонстрации агрессивного поведения или его заместителей. Первые обоснования гипотезы агрессии и фрустрации были подвергнуты критике. Отмечалось, что фрустрация не всегда ведет к агрессии, а часто сопровождается бегством или апатией. К тому же агрессия часто проявляется и без предшествующей фрустрации. С учетом критики были внесены изменения в основоположения теории. Фрустрация стала рассматриваться лишь как один из стимулов к агрессии. При этом в индивидуальной иерархии возможных реакций агрессия превратилась лишь в доминирующую тенденцию, вызываемую фрустрацией. Общая схема приобрела следующий вид - фрустрация порождает готовность к агрессии, но проявится ли она в актуальном поведении, зависит от дополнительных условий.

Более точно определить связь между фрустрацией и агрессией попытался Л. Берковиц (L. Berkowitz, 1964, 1969, 1974) - автор теории активирующих ключевых стимулов (cue-arousal theory). С его точки зрения, акт агрессии имеет два разных источника: рост активации, вызванной гневом по отношению к агрессору, и ключевые признаки ситуации. Чтобы систематически проверить положения теории активирующих ключевых стимулов, Берковиц с коллегами провели серию экспериментов (Berkowitz, 1974). Наиболее известным их результатом является так называемый эффект оружия (weapons effect) [12, с. 601].

Оружие, как указывает Берковиц, - это ярчайший пример ситуационного ключа агрессии. Его присутствие в принципе должно вести к более острым проявлениям агрессии (в отличие от объектов, вызывающих нейтральные ассоциации). Берковицем и Лепажем был проведен эксперимент (Berkovitz, LePage, 1967), проверяющий следующую гипотезу: если оружие действует как ключевой раздражитель, будут ли фрустрированные или разгневанные люди в присутствии оружия проявлять большую агрессию? Испытуемые (юноши, студенты колледжа) должны были выполнять определенное задание и получить от помощника экспериментатора оценку (различное количество ударов током). Оценка не зависела от реального выполнения задания, но должна была порождать чувство гнева разной силы. Испытуемые, получившие больше ударов, чаще сообщали о гневе, чем испытуемые, получившие только один удар. На следующем этапе эксперимента как испытывающие, так и не испытывающие гнева участники должны были оценить работу помощника экспериментатора путем нанесения ему ударов током. Производилось манипулирование ситуационными ключами агрессии. В одном случае на соседнем столе помещались ружье и револьвер, в другом там не было ничего. Результаты явно соответствовали гипотезе: на количество ударов током, наносимых помощнику экспериментатора не испытывавшими гнева участниками, ключи агрессии не оказывали никакого эффекта. Разгневанные испытуемые, напротив, в присутствии оружия наносили больше электроударов, чем в его отсутствие. Данное исследование (как и ряд других) подтвердило, что ключевые стимулы действительно усиливали агрессивные реакции. Тем не менее, были внесены и некоторые корректировки в исходные теоретические построения. Утверждается, аффективно окрашенные объекты действуют, скорее, в когнитивном плане, провоцируя у разгневанных испытуемых возникновение агрессивных мыслей и образов. Простое присутствие ключевых стимулов агрессии, независимо от предшествующей фрустрации или гнева, может облегчить оживление схем памяти, связанных с агрессией.

Неспецифическая активация / возбуждение. Модель неспецифической активации / возбуждения была предложена Зильманном в 1979 году. В соответствии с данной моделью проявление агрессии (или любой другой эмоции такого типа) является функцией трех факторов:

. Наученных типов агрессивного поведения.

. Неспецифических активаций или возбуждения, полученных из других источников.

. Интерпретации человеком состояния возбуждения, которое ассоциируется им с агрессивной реакцией [10, с. 449].

Зильманн с коллегами утверждают, что остаточная эмоциональная активация от предыдущей ситуации может усиливать активацию, порождаемую новой ситуацией, выделяя два условия передачи возбуждения и, следовательно, возрастания агрессии:

) агрессия является доминирующей тенденцией реагирования на новую ситуацию, т. е. индивид уже предрасположен действовать агрессивно;

) активация интерпретируется (или определяется) в контексте последующей агрессии. В ответ на унизительное замечание или несправедливое обвинение мы ощущаем повышение кровяного давления и учащение дыхания. Но те же самые признаки физиологической активации могут возникнуть в ситуации, когда нас неожиданно попросят выступить перед группой на семинаре. Очевидной интерпретацией того же физиологического состояния будет замешательство или страх, и агрессивная реакция окажется маловероятной. Когда активация может быть определенно приписана неагрессивным стимулам, она будет интерпретирована правильно и не повлияет ни на уровень, ни на вероятность возникновения агрессивного поведения. Таким образом, возрастания агрессии в результате общей активации можно ожидать, когда у индивида отсутствует четкая информация о причинах ее возникновения.

Нетрудно предположить, что возрастающее возбуждение может привести людей к более агрессивным реакциям по сравнению с их поведением в обычном состоянии.

Подход социального научения к агрессии. Теории социального научения представляют одну из наиболее успешных попыток когнитивизации классического бихевиоризма за счет включения в плоскость рассмотрения когнитивных механизмов внутренней активности личности, детерминирующих ее поведение. Они исследуют процессы, ответственные:

 за приобретение поведения или его последовательностей;

 за побуждения к действиям;

 за сохранение поведения [9, с. 108].

Наиболее известным представителем этого подхода является А. Бандура, использовавший вместе с Уолтерсом подход социального научения к пониманию агрессии. Конечно, асоциальное поведение может научаться, как и просоциальное. Хотя Бандура и признавал роль биологического фактора по отношению к агрессии, но придавал значительно большее значение жизненному опыту, который может направляться и формироваться. В процессе социализации ребенок может научаться агрессии либо через непосредственное, либо через опосредованное подкрепление.

Идея научения через непосредственные реакции или инструментальное подкрепление основывается на принципе оперантного обусловливания Скиннера, рассматривавшегося нами ранее в разделе, посвященном бихевиористскому подходу. Например, если один ребенок возьмет у другого игрушку и никто не воспрепятствует этому, то он может повторить этот поступок и в последующем, обретя желанную вещь и получив подкрепление агрессивного действия. Такое поведение может породить разные последствия. Если оно оказалось успешным (т. е. оказалось удачным способом получения привлекательного предмета), ребенок может использовать те же приемы и в других аналогичных ситуациях. Через позитивное подкрепление склонность вести себя агрессивно будет усиливаться. Сегодня можно считать доказанным, что люди приобретают различные формы агрессивного поведения посредством инструментального обусловливания. Внешние условия окружения контролируют освоение и применение агрессивных приемов. В таком деле могут оказаться эффективными различные формы подкрепления: получение привлекательных вещей, таких, как игрушки, деньги, сласти; завоевание социального одобрения и повышение статуса; избегание боли. В дальнейшем социальная поддержка (групповые или социальные нормы) также может усилить выражение враждебности, или агрессивные реакции.

Впоследствии эта идея получила развитие в принципе научения через моделирование, утверждающего, что далеко не все поведение обретается через инструментальное подкрепление или научение на собственном опыте, а большая часть поведенческих алгоритмов усваивается в результате аккумуляции опыта других. Бандура (1973) предположил, что первым шагом к приобретению новых форм агрессивного поведения как раз и является процесс научения через моделирование. Индивид приобретает новые и более сложные формы поведения, наблюдая как само поведение, так и его последствия на других людях или образцах. В типичном эксперименте по подражанию образцам или моделям (Bandura, Ross, Ross, 1961, 1963) дети наблюдали за действиями взрослого. Он демонстрировал необычное и совершенно новое для них поведение - бил большую надувную игрушку (куклу «Бобо») резиновым молотком, пинал ее ногами и кричал на нее. В контрольной группе дети наблюдали за взрослым, спокойно игравшим с игрушками. На втором этапе эксперимента игравший взрослый (модель) вознаграждался экспериментатором либо вовсе оставался ненагражденным. Далее дети получали возможность поиграть теми же самыми игрушками. Выяснилось, что они имитировали ту же модель поведения, которая на их глазах получала подкрепление.

В большинстве экспериментов с детьми подчеркивается освоение новых форм поведения, сходные опыты со взрослыми показывают, как в некоторых ситуациях наблюдение поведенческой модели может ослабить подавление агрессии. Модели агрессивного поведения предоставляются детям преимущественно в двух основных социальных контекстах, каждый из которых релевантен их повседневному социальному взаимодействию: это семья и группы сверстников (Bandura, 1973). С этим аспектом связаны и постоянные дискуссии о роли СМИ в провоцировании агрессивного поведения, особенно среди молодежной аудитории.

Согласно Бандуре, будет ли человек агрессивен в той или иной ситуации, зависит от ряда условий:

 присутствия предшествующего опыта агрессивного поведения, включая как своего собственного, так и других людей;

 степени успешности прошлого агрессивного поведения;

 вероятности того, что нынешнее агрессивное поведение будет скорее успешным, чем неуспешным;

 комплекса когнитивных, социальных и окружающих факторов, присутствующих в ситуации [14, с. 681].

Бандура показал в самых разных экспериментальных условиях, что дети очень быстро мимически реагируют на проявление агрессивных действий со стороны других. Если взрослые предъявляют модель агрессивного поведения, не следует сомневаться, что дети оценивают их как агрессивных и авторитарных людей. Столь же эффективно и предъявление моделей агрессивного поведения на телевидении.

Теория социального научения стимулировала многочисленные исследования агрессии в самых разнообразных ее аспектах. Они в свою очередь привлекли внимание общественности к причинам агрессии, в частности на связь между ростом насилия и его показом на телевидении среди детей и взрослых.

Если насилие научается, показ агрессивного поведения и моделей его успешного осуществления вызывает желание к подражанию. Примеры возрастания насилия в подростковой среде характерны после показа различных криминальных сериалов. Агрессивность становится установленным способом поведения, а иногда стилем жизни, повторяющимся от поколения к поколению. Но это не обязательно означает, что изменения в стиле жизни невозможны. Они, конечно, возможны, но требуют значительных усилий и специальных программ по модификации поведения. В своих последующих исследованиях Бандура разработал принцип взаимного детерминизма, уже известный нашему читателю, в соответствии с которым изменения возможны при учете взаимной детерминированности личностных, ситуативных и активностных факторов. Изменить поведение значит изменить личность, ее окружение и характер доминирующей активности. Недостаточно изменить только отношение к агрессии. Следует создать и условия, не способствующие ее проявлению, а также вооружить человека видами активности, способствующими адаптации к изменившимся условиям существования.

Представленный обзор теоретических подходов к проблеме агрессии свидетельствует о ее сложности и многогранности, а также дискуссионности предлагаемых в них объяснений. Дискуссии происходят не только по сути предлагаемых объяснительных моделей, но и по самому определению феномена агрессии. Ясно одно, что ни одна из них не дает исчерпывающего объяснения и лишь в диалоге научного сообщества, представляющего различные точки зрения, возможно углубление и развитие этих представлений.

Личностные и ситуативные факторы агрессии. Несмотря на то что вычленение личностных и ситуативных факторов агрессии возможно лишь в абстракции из методических соображений, оно полезно. С позиции здравого смысла, лица, совершающие агрессивные действия, обладают определенными особенностями, наконец, разные ситуации по разному влияют на их актуализацию. В своей оценке действий человека эта дифференциация вполне очевидна. Более того, в соответствии с особенностями атрибутирования наше внимание сосредотачивается именно на личностных особенностях, являющихся причинами наблюдаемого агрессивного поведения. Но тот же опыт подсказывает, что в обычной жизни совершенно безобидный человек в определенной ситуации может стать агрессивным (скандал в семье, драка на стадионе, «эмоциональный всплеск» в магазине и т. п.). Эта же дифференциация характерна и для развития самой социальной психологии, правда, в другой последовательности. Первоначально основное внимание уделялось именно ситуативным факторам, которые лишь впоследствии были дополнены личностными. Тем не менее, рассмотрение этого аспекта проблемы агрессии мы начнем с личностных переменных, связываемых с агрессией.

Личностные переменные. Идея о том, что люди ведут себя агрессивно, потому что обладают агрессивными качествами, является достаточно привлекательной, с точки зрения здравого смысла. Конечно, этот вывод является упрощенным, но по ряду оснований, связанных с возрастными, тендерными, культурными и прочими особенностями, некоторые люди ведут себя более агрессивно, чем другие.

Исследования последних лет показали наличие выраженных поведенческих паттернов, названных Типом А личности (Matthews, 1982). Этот синдром связывается с выраженностью коронарного заболевания сердца. Лица с данной особенностью проявляют высокую склонность к гиперактивному и соревновательному взаимодействию с другими людьми. Эмпирические исследования показали, что они становились агрессивными по отношению к людям, воспринимающимися им как конкуренты в решении значимых задач. Они предпочитают в работе добиваться целей в одиночку, испытывая состояние повышенного стресса и стараясь не показать собственную некомпетентность перед окружающими и считая, что они полностью контролируют ситуацию. Им сложно воспитывать детей, они отличаются повышенной конфликтностью во взаимоотношениях со сверстниками и подчиненными и т. п.

Другой источник индивидуальных различий связан с тендером и основывается на особенностях половой социализации, что находит свое выражение в том, что мальчики являются более агрессивными чем девочки, которые стараются скрывать данную особенность. Безусловно, эта тенденция не является неизменной и варьируется от одной субкультуры к другой. В связи с ростом популярности феминистских идей в последние годы наблюдается рост агрессивности и у девочек. В то же время мальчики чаще становятся жертвами физического насилия, а девочки проявляют большую склонность к вербальной агрессии.

Одним из инструментальных оснований агрессивности является катарсис, связанный с реализацией поведения как средства выплеска или разрядки сдерживаемых эмоций [10, с. 458]. Хотя в сегодняшнем сознании идея катарсиса в большей степени ассоциируется с 3. Фрейдом, ее истоки прослеживаются в работах Аристотеля и древнегреческих трагедиях: для освобождения от эмоционального возбуждения люди совершают обряд очищения своих чувств. В данном контексте совершение агрессивных действий может способствовать эмоциональной разрядке. Пример такого рода разрядки известен из японской индустриальной практики - разрядки отрицательных эмоций работников производства в отношении своего непосредственного начальства путем избиения их муляжей в специально отведенных для этого помещениях. Однако отношения между фрустрацией и катарсисом значительно более сложны - агрессия может снять эмоциональное напряжение по отношению к определенных событиям и повысить - по отношению к другим. Можно считать, что уровень обычной агрессивности индивида вне зависимости его катарсиса, чувства стыда и т. п. оказывает существенное влияние на ощущения большей или меньшей агрессивности.

Существенно влияет на агрессию и непосредственное провоцирование. Вполне очевидно, что в случае провоцирования вероятность агрессии возрастает. Более того, провокация может приводить к настоящим эмоциональным взрывам, сопровождающимся крайними проявлениями агрессии, примеры чего в большом количестве представлены в спорте, барах и т. п. Это еще раз подтверждает значимость принципа взаимности. Практика показывает, что беспочвенная агрессия значительно меньше выражена по сравнению со спровоцированной. Другое дело, что сам провоцирующий объект даже может и не подозревать о своей роли (так как его действия интерпретируются), а ее характер может определяться особенностями внутреннего состояния интерпретатора. Поэтому велика роль профилактики агрессии, заключающейся, в частности, в ознакомлении людей с теми действиями, которые могут спровоцировать агрессивные действия.

На проявление агрессии влияет и алкоголь, снижающий уровень кортикального контроля и повышая активность более примитивных отделов головного мозга. К тому же употребление алкоголя сопровождается своеобразным социальным давлением на совершение агрессивных действий. Можно говорить об определенном ролевом наборе человека, находящегося в состоянии алкогольного опьянения: повышенная возбудимость, мания величия, стремление к привлечению внимания, сверхуверенность в своих силах и т. д. Следует отметить, тем не менее, что фактическая статистика, устанавливающая связь между совершением агрессивных действий и алкоголем, расходится с обыденными представлениями. Исследования показывают, что значительно выше роль стресса и агрессивного стиля жизни вне зависимости от употребления алкоголя. Но очевидно и то, что агрессивные люди предпочитают употреблять алкоголь, поэтому и возникает дилемма первичности.

Еще один социально-когнитивный феномен, связанный с агрессией, представляет расторможенность, выражающаяся в снижении социальных сил, направленных на сдерживание агрессии. В определенных ситуациях действие этих сил становится минимальным, например, на спортивном мероприятии или массовом гулянии. В этом случае имеет место влияние присутствия других, приводящее к размыванию собственной идентичности или деиндивидуализации. Эти аспекты более подробно будут рассмотрены в главе, посвященной массовидным социально-психологическим явлениям. В частности, L. Mann (1981) использовал понятие деиндивидуализации к исследованию коллективной агрессии. Он изучал описания коллективной агрессии в средствах массовой коммуникации с 1960-х по 1970-е годы. Их общей особенностью было коллективное наблюдение за каким-либо публичным действом, привлекающим внимание. Была выявлена зависимость начала коллективной агрессии от времени привлечения внимания, масштабов толпы, уровня эмоционального возбуждения и т. п.

Наибольшую известность получили исследования расторможенного поведения английских футбольных фанов, наводивших в свое время ужас на добропорядочных граждан всей Западной Европы. Причина такого расторможенного поведения была найдена в том, что фаны подогревали себя задолго до самого матча, приходя на стадион уже в состоянии крайнего возбуждения. То, что внешне выглядит как единая возбужденная толпа, на самом деле состоит из ряда отдельных группировок фанатов, имеющих разный статус. Участвуя в ритуализированной агрессии на протяжении относительно длительного промежутка времени преданные последователи получают в последующем перспективу увеличения статуса и стремятся продолжить свое продвижение в «карьерной структуре». Соперничающие фаны, следующие групповым правилам, могут избегать физического ущерба для себя и других. Например, преследование противников после матча не обязательно завершается насилием, проявляющемся в захвате жертвы и вымещении агрессии на ней. Скорее, можно говорить о преследовании цели привлечения общественного внимания и получения удовольствия от принадлежности к данной группе. Следовательно, агрессия не является неконтролируемой, как это часто подается средствами массовой информации. Когда все-таки происходит насилие, оно скорее является необычным и связывается с особенностями конкретной личности.

Футбольное хулиганство может объясняться и в более социетальных понятиях. В частности, Марфи (Murphy) с коллегами описали возбужденность британских болельщиков как своеобразную спортивную забаву, связанную со сформировавшейся в 1950-е годы ценностью маскулинной агрессии, опять-таки ассоциировавшейся скорее с игрой, нежели действительно намеренным действом. Попытки правительства установить контроль над этим аспектом спорта провалились в силу того, что вызвали резкое протестное движение, усилили солидарность со стороны собратьев по классу и увеличили число актов насилия между матчами. Этот тип анализа проводится с позиции понятий межгрупповых отношений и субкультурной легитимизации агрессии.

Наряду с перечисленными переменными был выявлен целый ряд других, носящих более локальный характер. Был развенчан и ряд мифов, в частности, миф о наличии связи между некоторыми психологическими нарушениями и межличностным насилием, например умственными нарушениями. Был разрушен и миф о существовании особой Y хромосомы - XYY по сравнению с обычной XY - как предпосылки агрессивности. Точно так же как миф о наличии в мозге специального центра контроля над агрессией. С течением времени стало очевидной и существенная роль ситуативных переменных, к анализу которых мы и переходим.

Ситуативные переменные. На насилие оказывают влияние различные аспекты физического окружения. Например, было показано, что существует связь между температурой и коллективным насилием - увеличение температуры относительно обычной приводит к росту бунтов. Повышение агрессивности происходит и в случая вторжения в личностное физическое пространство. В частности, в больших питейных заведениях, в которых сидит рядом много людей, возрастает риск возникновения шумных скандалов.

Социетальный уровень анализа показывает существование определенных групп людей, воспринимаемых как ущербных или обладающих незаслуженными преимуществами по тем или иным значимым критериям. В таком контексте представление о том, что кто-либо посягает на права людей, вызывает вполне естественную агрессию. На индивидуальном уровне это может включать вандализм, изнасилование или грабежи. На межгрупповом уровне это может проявляться в коллективном насилии, протестных движениях и бунтах.

Существуют и выраженные кросскультурные различия в насилии и агрессии. В истории и культуре немало примеров социальных групп и целых народностей, оцениваемых как особо агрессивные. Это факт, что разные общества рассматривают агрессивное поведение весьма различным образом в зависимости от исторических, нормативных и социально-контекстуальных факторов, что иногда приводит к росту межкультурного непонимания. В частности, в Новой Зеландии существует весьма неоднозначное отношение к жителям острова Самоа, оцениваемым как агрессивные. В постсоветском пространстве на бытовом уровне также существовала определенная предвзятость по отношению к так называемым «лицам кавказской национальности», выражающаяся в отношении к ним как к склонным к насилию и агрессии. Кросскультурные различия в отношении к агрессии и в более широком аспекте в отношении к правам человека приводят к противоречиям между западными нациями и нациями, только становящимися на путь индустриализации и демократизации.

Еще одну ситуационную переменную агрессии составляют субкультуры насилия. Внутри обществ это, как правило, небольшие группы или субкультуры меньшинств, в которых насилие особенно ценится и легитимизируется как стиль жизни, способствующий повышению статуса и власти в более широком общественном масштабе. Представления, нормы и ценности таких групп отражают одобрение агрессивности. Эти группы часто обозначаются как «банды», проповедующие насилие и поощряющие насильственные действия. На определенном этапе развития постсоветского общества бандитские группировки получили достаточно широкое распространение, терроризируя широкие слои населения и проповедуя культ силы. Такого рода группировки существуют и в пенитициарных сообществах. Насилие в данных сообществах является фактически институционализированным и неофициально признаваемым представителями правоохранительных органов.

Сегодня очевидно, что агрессия не является простым актом, основанным на определенных причинах. Несмотря на то что некоторые наиболее очевидные причины могут в конечном счете казаться аспектами конкретных обстоятельств, на самом деле они являются следствиями гораздо более широких и основополагающих социальных и культурных факторов. Существенную часть этой панорамы представлений составляют средства массовой информации.

История возникновения и развития представления об агрессии.

В начальный период исследований агрессии, т.е. в середине 50-х гг., были предприняты попытки объяснения индивидуальных различий - от непосредственно наблюдаемых способов осуществления агрессии до весьма обобщенных личностных конструктов типа агрессивности и подавления агрессии [6, с. 289]. В поисках средств измерения личностных конструктов исследователи, воодушевленные эффективностью методики измерения мотива достижения [D.С. McClelland et al., 1953], разрабатывали, прежде всего методики, основанные на ТАТ. Однако в начале 60-х гг. после создания лабораторных процедур с использованием электроразряда [А. Н. Buss, 1961] эти методики отступили на задний план. Возможность манипуляций ситуационными факторами благоприятствовала упрочению позиций теории социального научения, что привело к пренебрежению межличностными различиями и нанесло тем самым ущерб мотивационно-психологическому, т.е. менее одностороннему, анализу условий агрессивных действий.

Индивидуальные различия в восприятии экспериментальной ситуации и в готовности пойти на явно агрессивные действия потонули среди статистических погрешностей полученных данных. Это обстоятельство тем более весомо, что в типичном эксперименте возбуждается, как правило, довольно подвижная смесь инструментальной и враждебной агрессии. Неконтролируемые в выборках индивидуальные различия в значительной степени были причиной того, что, несмотря на идентичные ситуационные условия, эксперименты нередко давали противоречивые результаты и, как следствие, уточнение условий агрессии не продвигалось вперед.

Количество работ, направленных на выяснение того, какие виды и формы агрессивных действий возможны и при каких условиях, за последние 15 лет чрезвычайно возросло. За 10 лет, с 1964 по 1973г., на эту тему появилось в три раза больше публикаций, чем за три предыдущих десятилетия; а в период с 1970 по 1976г. было опубликовано более 1200 работ [D.M. Stonner, 1976]. К настоящему времени лишь о человеческой агрессивности написано более 350 монографий [В.A. Baron, 1977, р.VII].

Причина этого не в последнюю очередь заключается в стремлении содействовать посредством лучшего понимания агрессивных действий предотвращению и сдерживанию явных актов насилия. Ибо террористические акты (как в странах, где идет гражданская война, так и там, где она отсутствует), новые формы преступности (такие, как ограбление банков, угон самолетов, захват заложников, шантаж), влияние сцен насилия, ежедневно «с доставкой на дом» получаемых населением от средств массовой информации, вызывают все большую обеспокоенность международной общественности.

Уже в 1939 г. в своей монографии «Фрустрация и агрессия», оказавшей большое влияние на дальнейшие исследования и открывшей новый этап изучения агрессии, Доллард, Дуб, Миллер, Моурер и Сирс в определении агрессии отвели место (хотя и неявно) намерению повредить другому своим действием: «Акт, целевой реакцией которого является нанесение вреда организму» [J. Dollard, L. Doob, N.Е. Miller, Н.О. Mowrer, R.R. Sears, 1939, р. 11]. Впоследствии такие авторы, как Бусс [А.Н. Buss, 1961], Бандура и Уолтерс [A. Bandura, R.H. Walters, 1963], попытались описать агрессию строго бихевиористски, определив ее как причинение вреда. Однако большинство исследователей сочли такое определение неудовлетворительным и отказались от него, ибо оно ведет к рассмотрению непреднамеренного нанесения вреда как агрессии, а целенаправленного вредоносного действия, не достигшего, однако, своей цели, как неагрессивного поведения [см.: S. Feshbach, 1964; 1970; H. Kaufmann, 1970; H. Werbik, 1971]. Оба приводимых ниже определения - одно из них принадлежит зоопсихологу, автором другого является специалист в области когнитивной психологии мотивации - содержат указание на побудительные условия агрессивных действий.

Ряд немаловажных различий отметил Фешбах [S. Feshbach, 1964; 1970; 1971], отграничивший друг от друга экспрессивную, враждебную и инструментальную агрессию (при этом сначала из рассмотрения исключается непреднамеренная агрессия). Экспрессивная агрессия представляет собой непроизвольный взрыв гнева и ярости, нецеленаправленный и быстро прекращающийся, причем источник нарушения спокойствия не обязательно подвергается нападению (типичным примером могут служить приступы упрямства у маленьких детей). В случае, когда действие не подконтрольно субъекту и протекает по типу аффекта, Берковитц [L. Berkowitz, Т974] предпочитает говорить об импульсивной агрессии. Наиболее важным нам представляется различение враждебной и инструментальной агрессии. Целью первой является главным образом нанесение вреда другому, в то время как вторая направлена на достижение цели нейтрального характера, а агрессия используется при этом лишь в качестве средства (например, в случае шантажа, воспитания путем наказания, выстрела в захватившего заложников бандита). Инструментальную агрессию Фешбах [S. Feshbach, 1971] подразделяет на индивидуально и социально мотивированную (можно говорить также о своекорыстной и бескорыстной, антисоциальной и просоциальной агрессии).

Важность этих различении Рул [В.G. Rule, 1974] подтвердил определенными экспериментальными данными. Испытуемые должны были прочитать нечто вроде показаний участника о трех случаях агрессии, связанных с потерянным кошельком, и высказать свое мнение о том, является ли эта агрессия правомерной и заслуживает ли наказания. В первом случае рассказчик доходит до физического столкновения с оказавшимся бесчестным нашедшим кошелек человеком ради того, чтобы вернуть кошелек законному владельцу (просоциальная инструментальная агрессия). Во втором он отбирает кошелек и оставляет его себе (антисоциальная инструментальная агрессия), в третьем - ударяет присвоившего кошелек человека, побуждаемый моральным негодованием (враждебная агрессия). Как видно 16-17-летние школьники считают просоциальную инструментальную агрессию более правомерной и менее заслуживающей наказания, чем враждебную, а эту последнюю - более правомерной и менее заслуживающей наказания, чем антисоциальную.

Виды агрессии. Существует множество способов вести себя агрессивно. Некоторые авторы проводили классификацию различных видов агрессии на основе различных критериев, деля, в частности, агрессию на физическую и вербальную (Buss, 1961), на оборонительную и наступательную, спровоцированную и беспричинную (Zillmann, 1979), аффективную и инструментальную (Geen, 2000) и др. Очевидно то, что наше восприятие агрессивных действий выходит за рамки объективного описания или наблюдения, основываясь, скорее, на предположениях. Приведем классификацию агрессивного поведения, обобщенную известным исследователем данной проблемы И. А. Фурмановым. Он классифицирует агрессивность по ряду критериев:

. По направленности на объект - на внешнюю (гетеро), характеризующуюся открытым проявлением агрессии в адрес конкретных лиц (прямая агрессия) либо на безличные обстоятельства, предметы или социальное окружение (смещенная агрессия), и внутреннюю (ауто), характеризующуюся выражением обвинений или требований, адресованных самому себе.

. По способу выражения - на произвольную, возникающую из желания, намерения воспрепятствовать, навредить кому-либо, обойтись с кем-то несправедливо, кого-нибудь оскорбить, и непроизвольную, представляющую собой нецеленаправленный и быстро прекращающийся взрыв гнева или ярости, когда действие неподконтрольно субъекту и протекает по типу аффекта.

. По конечной цели - на инструментальную (конструктивную), когда действия имеют позитивную ориентацию и направлены на достижение цели нейтрального характера, а агрессия используется при этом лишь в качестве средства (здесь рассматривают индивидуальную инструментально-своекорыстную и бескорыстную, а также социально-мотивированную инструментально-асоциальную и просоциальную агрессию), и враждебную (деструктивную), когда в действиях прослеживается стремление к насилию, а их целью является нанесение вреда другому человеку.

. По форме выражения - на физическую агрессию, предполагающую предпочтительное использование физической силы против другого лица; вербальную агрессию - выражение негативных чувств как через форму (крик, визг) или через содержание (оскорбления, ругань и т. п.) словесных ответов; косвенную агрессию - действия, направленные окольным путем на другое лицо, хоть как-то связанное с обидчиком или ни на кого не направленное прямо (удар кулаком по столу); негативизм - оппозиционная форма поведения, направленная обычно против авторитета или руководства, могущего нарастать от пассивного сопротивления до активной борьбы против установившихся порядков [14,с. 669].

.2 Теоретические подходы к изучению межличностных отношений

Немалый вклад в разработку проблемы коллективов и межличностных отношений в коллективе внесли отечественные психологи, проанализировав основные признаки коллектива, исследовали коллективистские взаимоотношения и этапы их формирования.

С 70-х годов выделились исследования структуры и динамики функционирования коллективов с позиции групповой психологии. Рассматривались работы по проблеме групповой сплоченности, совместимости, конформности. В ходе этих исследований открыты групповые нормы, официальные и неофициальные взаимоотношения в группе, найдены методические приемы изучения социально-психологических явлений.

Как отмечает Петровский А.В. после того, как в 60-70-е годы прошлого века психология, отпочковавшись от философии, выделилась в качестве самостоятельной науки, ее предметом оставалось психика, душа единичного человека, существующего как бы вне времени, вне социального окружения, в замкнутом кругу собственного я. Ощущения, чувства, память, мышление изучались сами по себе, и даже не предполагалось, что индивидуальные психические процессы могут видоизменяться в зависимости от присутствия или отсутствия других людей, что, действуя и общаясь друг с другом, люди чувствуют и мыслят не как изолированные индивиды, а как члены различных обществ, накладывающих отпечаток на все психические проявления личности» [5, с. 123]. Второе пятидесятилетие ознаменовалось расцветом социальной психологии, выясняющей закономерности межличностных отношений, изучающей группы и личность в группе, особенности общения и взаимодействия людей.

В основу теории деятельностного опосредования межличностных отношений положена концепция о послойном рассмотрении групповых процессов: поверхностный слой межличностных отношений предполагает наличие на опосредованных или слабоопосредованных коллективными ценностями связей между исполнителями; средний слой содержат групповые феномены, свидетельствующие о степени опосредствованности межличностных отношений содержанием совместной деятельности; центральный слой характеризует отношения членов группы к целям и задачам групповой деятельности, выражающие социальный смысл последней для каждого ее участника. Данная теоретическая посылка позволила, по мнению А.В. Петровского, систематизировать наличие и выраженность различных психологических составляющих внутригрупповой активности в развитии от диффузной группы до коллектива. При этом многоуровневая структура межличностных отношений строится следующим образом.

Второй, глубинный слой образует совокупность межличностных отношений опосредованной зависимости, составляющих собственные характеристики коллектива как группы, объединенной общественно ценными и личностно-значимыми целями и ценностями. К параметрам, образующим это слой, относится преобладание феноменов коллективистского самоопределения личности, сплоченность как ценностно-ориентационное единство, эмоциональная идентификация членов коллектива с коллективом в целом, эталонность коллектива в восприятии его участников и др.

Третий, центральный или ядерный слой образует совокупность групповых характеристик, определяемых основной функцией коллектива как своеобразных составляющих производственной и общественной жизни. Это каркас специфических характеристик данного коллектива: мотивы и цели его совместной деятельности, подготовленность коллектива для выполнения поставленных перед ним задач, работоспособность, устойчивость коллектива ко всему, что может его разрушить, связь его с другими коллективами, образующими в целом общество и т.д. Все это образует ядро межличностных взаимоотношений в коллективе. Все исследования были выполнены в период социалистического общества. В настоящее время с переходом на новые экономические формы и новые формы собственности исследований по проблеме межличностных отношений в трудовом коллективе не много.

Таким образом, вся система факторов, участвует в регулировании межличностных отношений в процессе взаимосвязанной групповой деятельности. Кроме того, взаимосвязь социально-психологических явлений внутри каждого слоя активности образует многоуровневую структуру межличностных отношений в процессе групповой деятельности на пути к групповой организации - коллективу.

Отношения можно классифицировать на устойчивые и ситуативные. Первый вид отношений близок к такому психологическому феномену, как привязанность, которая выступает устойчивым отношением, определяемым зависимостью от чего-либо или кого-либо.

Следует различать психологические отношения и общественные отношения. Последние - это такие отношения, которые возникают в процессе взаимодействия индивидов в обществе при производстве и распределении материальных благ. Такие отношения могут быть экономическими, правовыми, идеологическими, политическими, а также национальными, классовыми, конфессиональными и др.

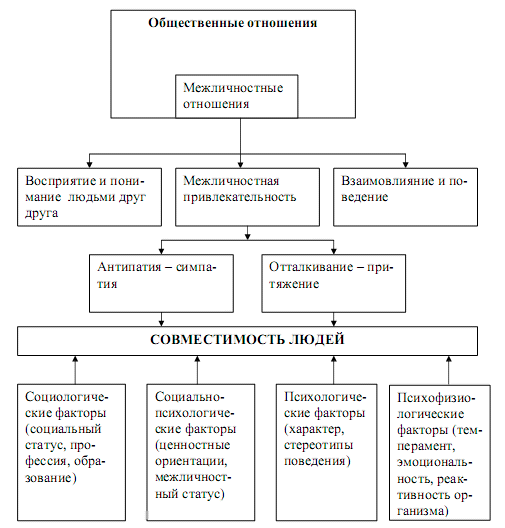


Рис. 1.1 Межличностные отношения

Все виды общественных отношений пронизаны психологическими отношениями, поскольку участниками таких отношений всегда выступают конкретные люди, каждый из которых обладает своими неповторимыми и уникальными индивидуальными психологическими свойствами и особенностями. Психологические отношения людей (синоним взаимоотношения) - это субъективные связи, которые возникают в результате фактического их взаимодействия и сопровождаются различными внутренними проявлениями у их участников (переживаниями, симпатиями, антипатиями и т.п.). Психологические отношения - это живая внутренняя «человеческая ткань» любых общественных отношений.

Межличностные отношения можно классифицировать по глубине вовлеченности личности в отношения на:

 отношения знакомства;

 приятельские отношения;

 товарищеские отношения;

 супружеские отношения;

 любовные отношения.

Названные виды отношений имеют другой порядок расположения по степени избирательности при выборе партнеров для взаимоотношений.

Наибольшую избирательность обнаруживают отношения дружбы, супружества, любви, наименьшую - родственные отношения и отношения знакомства.

Кроме этого, каждый вид межличностных отношений характеризуется определенной дистанцией между партнерами, предполагает ту или иную меру ролевых клише. При этом имеет место следующая закономерность: по мере углубления отношений сокращается дистанция, увеличивается частота контактов, устраняются ролевые клише (например, дружба по сравнению со знакомством).

.3 Агрессия в межличностных отношениях

Отношения типа агрессивности можно определить как проникнутые взаимной неприязнью и ненавистью людей. Эти отношения, как показывает длительная история существования человеческого общества, являются столь же «вечными», как и отмеченные выше положительные взаимоотношения типа дружбы, любви и альтруизма. Почему же агрессивность между людьми существовала, существуют и, наверное, долго будут еще существовать?

Прежде всего, наверное, потому, что интересы людей существенно различны, а их потребности могут оказаться несовместимыми и зачастую могут быть удовлетворены только за счет нарушения или пренебрежения интересами и потребностями других людей. Кроме того, агрессивность может порождать и социальное неравенство людей, которое большинство из них рассматривает как несправедливое. К примеру, тот, кто имеет от жизни больше, вызывал и, вероятно, всегда будет вызывать у неимущих людей чувство зависти. От этого чувства большинству людей вряд ли когда-либо удастся полностью избавиться.

История человеческих отношений и страстей, наглядно и красочно представленная нам писателями и философами, убедительно свидетельствует о том, что люди, какими они были сотни лет тому назад, такими остаются и сейчас. Описание человеческих страстей, порождаемой ими межличностной агрессии в произведениях писателей прошлого как две капли воды похоже на страсти и агрессивные отношения современных людей. Новейшая история и современность демонстрируют не меньше межличностной агрессии, чем семьдесят, сто, двести и более лет тому назад. Все это говорит о том, что существуют, наверное, трудноустранимые, не всегда подвластные людям причины проявления между ними неприязни, агрессии и ненависти.

Среди этих причин можно назвать не только объективные, но и субъективные факторы. Главный объективный фактор - несовместимость интересов людей, обусловленная тем, что во многих случаях жизни одни невольно становятся причиной нарушения интересов и неудовлетворения потребностей других, по данной причине вызывают спровоцированные или неспровоцированные агрессивные действия противников и сами отвечают на них. Один из субъективных факторов агрессии - интеллектуальные и личностные индивидуальные различия людей, которые зачастую ведут к непониманию друг друга. Вообще же причины агрессии оказываются теми же, которые ведут к конфликтам [4, с. 159].

Возникновение и развитие агрессии в межличностных отношениях имеет свои законы и динамику. Обычно в качестве начального этапа появления межличностной агрессии людей выступают их индивидуальные различия и несовместимость интересов. Если их влияние на межличностные отношения каким-то образом не блокировано, то рано или поздно исходное противоречие породит конфликт и вызовет со стороны одного или обоих вовлеченных в него индивидов открытую агрессию. Возникшая таким образом межличностная агрессия всякий раз будет вызывать у одного человека бессознательную установку на противодействие оппоненту. В результате поведение этого человека в отношении другого с самого начала оказывается направленным на то, чтобы доставить тому неприятности.

Агрессия в отношениях между людьми, если она уже возникла, становится трудноустранимой, так как связанные с ней отрицательные эмоциональные и мотивационные установки являются устойчивыми, возникают автоматически и с трудом контролируются сознанием. Это, однако, не значит, что агрессивные отношения между людьми невозможно устранить, это лишь означает, что их легче предупредить, чем изменить тогда, когда они уже возникли.

Агрессивность в межличностных отношениях выражается в сознательном или бессознательном стремлении человека нанести кому-либо или чему-либо вред, уничтожить, разрушить. Агрессивностью не называется вынужденная, ответная защитная реакция на угрозу или совершение наносящих вред действий в отношении того человека, который сам агрессивно ведет себя по отношению к другим людям. Агрессивным называют человека, который проявляет невынужденную, неслучайную, морально не оправданную, не вызванную объективными обстоятельствами, например необходимостью самообороны или защиты других людей, склонность нападать на людей, оскорблять их словом и делом.

Агрессивность может порождаться различными причинами. Среди них - неправильное воспитание, напряженное и постоянно раздраженное психическое состояние человека, неблагополучный личный опыт жизни, частые фрустрации, повышенная активность так называемого биологического центра агрессивности, существующего в мозге и рядом других причин. В связи с множеством возможных причин агрессивности до сих пор не существует единой теории происхождения агрессивности [4, с. 362].

Объектом агрессивного поведения человека может оказаться он сам, и тогда враждебные действия называют аутоагрессией. Его агрессивные действия могут быть направленными на других людей, и в этом случае чаще всего используют термин «агрессия».

.4 Психологические аспекты профессиональной деятельности продавцов

В последние годы стали уделять внимание тому, что для любого дела нужны определенные индивидуальные качества, физические и умственные. Торговые профессии выбирают из-за сравнительно короткого срока обучения, ложного представления об их положительных сторонах, престижа в условиях дефицита отдельных товаров и при этом не задумываются о том, способны ли они работать в торговле.

Продавец - это последнее звено в цепи, куда входят производство, транспортировка, хранение и продажа товаров. Именно от него во многом зависит, найдет ли продукт труда сырьевых и обрабатывающих отраслей своего покупателя, получит ли он общественное признание. Для покупателя же продавец - единственный и полномочный представитель, который отвечает даже за то, что явно выходит за рамки его компетенции: ассортимент и качество, состояние материально-технической базы сферы обращения и многое другое [4, с. 127].

Можно ли будет работать без продавца? Нет, человек может то, что никакой машине недоступно и чего требуют психологические особенности работы в магазине, общение с покупателями. Здесь, чтобы называться прекрасным специалистом, необходимо хорошо знать не только товары, но и людей.

Очень хорошо показана зависимость социально-психологических качеств продавца от его профессии в книге Э.Э. Линчевского «социальная психология торговли». Им показана мотивация деятельности участников торгового процесса, психологическая характеристика торговой деятельности, психологические особенности прогрессивных форм торговли. Этим автором разобрана актуальная тема для современной торговли.

В книге Л.Ф. Лисенковой «Психология торговли и профессиональная этика» показана взаимосвязь психологии торговли как одной из отраслей психологической науки, психологические особенности трудовой деятельности, психологические компоненты трудовой деятельности, влияние эмоциональных состояний продавца на производительность.

В социально-психологических очерках «Люди за прилавком» коллективом авторов А.А. Аамер, Л.И. Аувяэрт, кандидатами психологических наук написана необычно живо на профессиональном уровне для тех, кто собирается работать в торговле. Эта книга рассматривает вопросы понятия какой труд в торговле, физический или умственный; дана практическая помощь социологов и психологов, как избавиться от конфликтов при общении в торговле [3, с. 98].

Иногда покупатели не могут точно сформулировать свое желание самостоятельно, выбрать, принять окончательное решение. Продавец должен выяснить намерения посетителя магазина, его потребности и цели, вкус; завоевать доверие, помочь советом; следить за тем, понятны ли его объяснения и какую вызывают ответную реакцию; продемонстрировать товар без раздражения и спешки, подчеркнув все его достоинства; убедить в преимуществе товара и необходимости покупки. Важно не быть навязчивым, легко и тактично подвести к наилучшему выбору. Обратить внимание на недостатки, свойственные товару, и предложить взамен другой, свободный от них, значит укрепить доверие. Принимая самостоятельно окончательное решение, покупатель посчитается и с советами продавца.

Выяснить цель посещения и свойства желаемого товара не так-то просто. Прямые вопросы могут показаться бессмысленным и праздным любопытством, беспредметные и расплывчатые - порождают недоумение и недовольство покупателей.

Так, например, не каждому по душе громогласно извещать всех окружающих о своем размере, а некоторые его и не знают, опытный продавец умеет на глаз определять рост и полноту и предложить именно то, что подходит. Он даже не спросит о покрое и цвете, а покажет разные изделия сначала исходя из своего личного вкуса и некоторых общих рекомендаций, а затем из полученной от покупателя информации. Начнет он с более простых предметов средней стоимости, после чего в зависимости от реакции перейдет к более дешевым или более дорогим товарам.

Количество демонстрируемых товаров зависит от их свойств. Малогабаритных предметов можно показывать больше. Человеческое внимание не беспредельно, поэтому нужно вовремя остановиться, учитывая сомнения и желания посетителя магазина, показать предметов не больше, чем требуется, и прекратить демонстрацию как только выбор сделан. При этом надо следить за выражением лица покупателя, пытаясь определить его отношение к товару.

Показывать товар, демонстрировать, как с ним обращаться, желательно осторожно. Таким образом, повышается ценность товара в глазах покупателя.

Требования к продавцам зависят от специализации магазина. Там, где нужны квалифицированная предварительная проверка, демонстрация, инструктаж по эксплуатации, необходимы специальные знания. В магазине радиоаппаратуры, автомототоваров и т. п. они должны быть глубокими, а в магазине хозтоваров важна широта знаний по ассортименту. В первом случае успех достигается специальным образованием или фундаментальным любительским интересом и опытом, во втором нужна хорошая память. Особые качества личности и способности требуются для торговли музыкальными инструментами, тканями, одеждой. Название «продавец» не отражает всей этой специфики, хорошо бы завести для торговли такие должностные категории, как продавец-консультант, продавец-мастер, консультант-наладчик, это бы сделало представление о такой работе более объективным.

Как известно, покупатель вправе вернуть магазину и телевизор, и холодильник в случае проявления скрытых дефектов. При этом он - страдающая сторона, так как не компенсируются ни затраченное время, ни хлопоты, ни расходы на транспорт.

Особенности общения в торговле

Успех предприятий торговли непосредственно связан с тем, как их персонал общается с людьми. Сотрудники должны находить общий язык не только с коллегами, начальством, но и с постоянными и потенциальными клиентами. С первой минуты разговора по телефону и вплоть до того момента, когда клиент покинет предприятие, каждое слово в диалоге между сотрудником и покупателем является слагаемым успешной сделки. Это тем более важно, что общение между персоналом сервисного Предприятия и потребителями его услуг чаще всего происходит один на один [3, c. 170].

Умение общаться с клиентом не сводится к простой коммуникабельности. Разговор с клиентом должен быть построен таким образом, чтобы его результатом стало приобретение товара (услуги) именно этого предприятия, а также повторный визит потребителя. В процессе грамотного общения с потребителями, услуг возможно:

− установить крепкие и длительные отношения с клиентами;

− получать оперативную и достоверную информацию о качестве предоставляемых услуг;

− выявлять и изучать новые потребности и запросы клиентов;

− избежать конфликтов, разногласий и непонимания сторон;

− убедить собеседника (клиента) в правильности сделанного им выбора;

− установить доверительные отношения;

− увеличить объем продаж и закрепиться на рынке [4, c. 149].

Исследования показали, что в процессе общения обмен информацией происходит в трех направлениях: визуальный сигнал составляет 55% объема сообщения; тональность голоса передает 38% информации; и лишь 7% информации передается непосредственно в разговоре. Поэтому одинаково важно понимать, какую информацию передает продавцу клиент своими мимикой, жестами, позой и какую - движениями.

Клиент может почувствовать заботливое отношение к себе, если продавец ведет разговор с легким наклоном вперед, лицо его выражает соучастие. Открытость сотрудника предприятия по отношению к клиенту могут продемонстрировать неторопливые жесты, прямая ровная спина, спокойное выражение лица, нейтральный контакт глазами. Непринужденность в разговоре выражается улыбкой, широко раскрытыми глазами, спокойной и мягкой позой [3, c. 68].

Считается недопустимым проявление агрессивности по отношению к потребителю услуг - напряженная поза с выдвинутым вперед подбородком, сложенными на груди руками, стиснутыми зубами и горящими глазами. Голос и интонация несут 38% информации, которую люди передают и получают в процессе общения. Специалисты по технике речи утверждают, что низкий голос предпочтительней, так как он легче воспринимается на слух и звучит приятнее. Голос, лишенный интонации, звучит монотонно, не позволяет слушателю полностью воспринимать сказанное. Если к концу фразы интонация идет вверх, слушатель невольно ожидает продолжения.

Повседневная вежливость - самая важная составляющая в работе сферы услуг. Особое значение вежливость имеет при общении по телефону, поскольку собеседники лишены возможности видеть друг друга. Вежливый голос при телефонном разговоре должен звучать приятно, быть исполнен терпения и участия [3, c. 159].

Голос может быть тихим или громким. Громкость голоса отражает интерес, искренность, уверенность в сказанном, но вместе с тем это может демонстрировать нетерпение, раздражение.

Скорость речи также имеет немаловажное значение. Слишком медленная речь может раздражать собеседника, а при слишком быстром темпе внимание концентрируется не на содержании разговора, а на скорости речи.

Хорошая дикция, четкое произношение, профессиональная терминология, богатый словарный запас характерны для уверенного, делового, хорошо образованного человека. Расплывчатые формулировки, смазанное произношение создают иллюзию небрежности, звучат неубедительно.

При общении с клиентами необходимо избегать снисходительных, назидательных интонаций. Это не способствует доверительным отношениям, вызывает у потребителя чувство протеста. Хотя в самих словах заключается лишь 7% получаемой и передаваемой информации, их значение не следует игнорировать. Именно при помощи слов общение становится предметным. При этом существуют слова, которые всегда уместны и работают на успех, а есть такие, которые необходимо исключить из лексикона. Слова могут отпугнуть клиента, но могут и привлечь его к длительному сотрудничеству.

Необходимо избегать таких выражений, как «Вы должны», «Вам следует». Вместо этого предпочтительнее использовать фразы, начинающиеся словами: «Не хотите ли Вы», «Не могли бы Вы» [23, c. 376].

Такие распространенные фразы, как «Я постараюсь», «Я попытаюсь», вызывают у клиента чувство недоумения. Его желание представляется невыполнимым, сотрудник предприятия снимает с себя ответственность за конечный результат, в итоге клиент теряет доверие и к предлагаемой услуге, и к предприятию [4, c. 129].

Лучше сформулировать таким образом: «Мы можем Вам предложить», «Можно сделать так», «Вам это должно понравиться».

В общении с клиентами следует полностью исключить предлог «но». «Но», прозвучавшее после любой фразы, полностью отрицает все ранее сказанное. Лучше говорить «однако»; при этом обеспечивается плавный переход к новой информации, возможным вариантам и альтернативе.

Имя клиента относится к числу слов, обладающих магической силой.

Обращение к клиенту по имени подчеркивает индивидуальность общения; создает ощущение, что весь персонал предприятия готов учесть любое пожелание именно этого человека. Имена постоянных клиентов должны быть внесены в специальный клиентский справочник, картотеку клиентов, личную карточку клиента, расписание ежедневных визитов и т. п.

Некоторые слова независимо от контекста имеют сильную эмоциональную окраску и поэтому могут использоваться с целью влияния на мнение потребителей и клиентов. Например:

− для привлечения клиентов возрастной категории свыше 60 лет можно использовать любые слова, относящиеся к понятию «стоимость», дешевый, экономичный, гарантированный, качество, цена и т. п.;

− привлечь более широкий круг клиентов в возрасте от 40 до 60 лет помогут слова, связанные с понятием «здоровье», - безопасный, чистый, природный, экологичный, проверенный, подлинный, надежный и т. п.;

− для клиентов возрастной группы от 25 до 40 лет ключевыми понятиями являются «успех» и «привлекательность». Соответственно предпочтительными словами будут: популярный, статус, престижный, амбициозный, независимый;

− для клиентов в возрасте до 25 лет особо значимыми являются слова: стильный, развлекательный, новый, стимулирующий, веселый, прогрессивный, современный [19, c. 201].

Эффективное общение с клиентом предполагает не только умение говорить, но и умение слушать. Умение слушать считается ключевым элементом общения и требует активной работы. Это позволяет впитывать информацию, которую передает собеседник. Внимательный слушатель должен уметь понимать скрытые намеки клиента. При этом важно не просто вслушиваться в слова, а улавливать общее настроение клиента. Все это помогает принять активное участие в разговоре.

Если клиент в ходе беседы раскрывает какие-то факты своей личной жизни, он рассчитывает на определенную ответную реакцию. Ее отсутствие оставляет у клиента впечатление, что его игнорируют. Вместе с тем недопустимо проявление излишнего любопытства. Достаточно проявить вежливое участие, сделать искренний комплимент, продемонстрировать свою заинтересованность.

Беседуя с клиентом, сотрудник предприятия может озвучить его чувства или скрытые мысли, комментируя то или иное высказывание клиента. Такой метод «рефлективного слушания» помогает сконцентрировать внимание на эмоциях клиента и уточнить его пожелания.

Еще одной формой активного слушания является перефразирование в виде дословного воспроизведения, интерпретации, суммирования сказанного.

Все эти приемы участия в разговоре облегчают общение, придают деловой беседе доверительный характер. В результате потребитель становится более восприимчивым к советам; склонным принять то положительное решение о покупке, к которому его подводит сотрудник сервисного предприятия [9, c. 248].

Установлению доверительных отношений между производителем и потребителем услуг и достижению положительного результата способствует использование готовых, заранее продуманных сценариев диалога. Они помогут ознакомить клиента с перечнем услуг, предоставляемых предприятием. Сценарии таких диалогов позволят избежать недопонимания, которое чаще всего является причиной того, что клиент в дальнейшем не пользуется услугами данного предприятия. Диалог при прощании с клиентом должен быть построен таким образом, чтобы клиент покидал предприятие с мыслью о новом визите.

Планирование будущего визита клиента основывается на обсуждении особенностей и преимуществ предлагаемых предприятием услуг по сравнению с аналогичными сервисными продуктами конкурентов.

Чтобы получить максимально подробную информацию от клиента о его ожиданиях, потребностях и запросах, необходимо уметь задавать вопросы. Любой вопрос независимо от его содержания контролирует сознание человека, вовлеченного в беседу. Поэтому правильно поставленные вопросы - ключевой элемент в общении с клиентом.

Наиболее эффективный способ завязать разговор, который будет интересен клиенту, - это задать вопрос, содержащий заманчивое предложение. Вступительный комментарий сотрудника предприятия должен вызвать у клиента желание подробнее узнать о тех или иных продукте или услуге. Задавая направляющие вопросы, сотрудник предприятия (продавец) может лучше понять желания и потребности клиента, а также осторожно подвести его к принятию положительного решения [4, c. 121].

Есть два типа вопросов, которые нацелены на разные результаты. Чтобы получить максимально подробную информацию о желаниях клиента, следует задавать ему открытые вопросы. Закрытые вопросы предполагают получение короткого ответа «да» или «нет».

Для того чтобы завладеть вниманием клиента, следует задавать вопросы, фокусирующие внимание, например: «Вы согласны со мной, если сделать так?», «Стоит ли это делать?» и т. д.

Для успешного совершения сделки необходимо задавать клиенту вопросы, которые неизбежно вызывают утвердительный ответ «да». Это создает благоприятный настрой на покупку; клиент соглашается с предложениями продавца. Здесь также важны и ответы продавца на вопросы клиента. Уверенные, ободряющие ответы сотрудника - свидетельство компетентности. Если клиент понимает, что его запросы встречены с пониманием, он будет с большим доверием относиться к фирме и ее персоналу, положительное решение будет принято быстрее [3, c. 179].

Основная цель общения с покупателем - склонить его к совершению покупки. В настоящее время в условиях хорошо развитого рынка разнообразных услуг от персонала сервисных предприятий, особенно тех, кто непосредственно общается с клиентами, требуется знание специфики и преимуществ предоставляемых услуг.

Отношения между покупателем и продавцом

Принуждение - это способ заставить человека принять навязываемый ему образ действий, поступить вопреки собственным желаниям и первоначальным убеждениям.

Как известно, отношения между людьми уникальны и неповторимы. Однако в процессе общения можно выделить некоторые общие моменты, которые связаны с выполняемыми людьми социальными функциями или ролями.

Обычно с каждой ролью у окружающих связаны определенные ожидания. В них воплощаются распространенные представления о том, как надлежит вести себя исполнителям той или иной роли. «Продавец» и «покупатель» - это социальные роли, которые значительно облегчают контакты незнакомых людей в процессе покупки-продажи товаров [3, c. 182].

В целом общение продавцов и покупателей носит кратковременный и случайный характер, поэтому здесь формальные отношения преобладают над личными. Такая ситуация характерна не только для торговли, но и для производственной сферы, а также любой сферы деятельности, где люди находятся в служебных отношениях. Но там формальные связи существуют либо при заочном деловом общении, либо при значительной разнице в служебном положении собеседников (например, руководитель и исполнитель). А в торговле формальные отношения связывают непосредственных и формально равноправных участников производственно-торговой деятельности: продавца и покупателя [3, c. 138].

Современные тенденции развития торговли свидетельствуют о возрастании роли личных факторов в общении между продавцами и покупателями. При этом следует учитывать специфику конкретного торгового предприятия. Утверждение о преобладании формальных отношений между продавцами и покупателями справедливо по отношению к современным крупным супермаркетам, оптовым магазинам и т. п. В таких магазинах продавцам безразлично, кто приходит к ним за покупками, а покупатели мало обращают внимание на то, от кого они получают необходимые товары. Взаимоотношения по поводу купли-продажи приобретают исключительно деловой характер, а продавцы и покупатели противостоят друг другу преимущественно как обезличенные фигуры.

Небольшие магазины, особенно специализированные, предполагают менее формальное общение продавцов и покупателей. У таких магазинов, как правило, большой процент постоянных покупателей. По отношению ко многим из них магазин применяет специальные формы продаж (бонусы, дисконтные карты, карты специального покупателя и т. п.) [4, c. 117].

Растущая конкуренция требует постоянного поиска новых форм привлечения и удержания покупателей. В связи с этим в процессе профессионального общения продавцов с покупателями акцент смещается в сторону укрепления личных контактов.

Возможен и другой вариант, при котором общение между продавцом и покупателем перестает быть безличным. Речь идет о возможности возникновения и развития конфликта. Обезличенность отношений сохраняется до тех пор, пока контакт протекает обыденно, бесконфликтно. Как только в процессе общения появляется напряженность, шероховатость, у участников возникает интерес друг к другу. Каждый из них начинает изучать партнера в качестве объекта возможных неприятностей или собственных ответных защитных действий. В этом случае общение приобретает личный компонент, но с негативной окраской [12, c. 237].

Необходимо отметить такую особенность общения в торговле, как низкий уровень значимости самого процесса общения для его участников. Эпизодичность и обезличенность общения определяют особенности поведения людей в магазине: они часто не заботятся о производимом на других впечатлении или, наоборот, стараются произвести выигрышное впечатление ради достижения конкретного разового результата. Это относится как к продавцам, так и к покупателям. Именно эта особенность обуславливает негативные моменты в общении - невнимательность, бестактность, невыдержанность, грубость и т. д.

Большое значение для грамотного взаимодействия с клиентами в торговле имеет учет продавцами существующей противоположной направленности личных интересов общающихся. Для продавца важно продать весь товар, покупатель желает приобрести только лучшие образцы. Это обстоятельство порождает одну из наиболее неприятных особенностей общения в сфере торговли - взаимное недоверие. Формы его проявления могут быть самыми различными и определяются уровнем культуры, особенностями характера и настроения людей и т. п. [12, c. 184].

Наряду с обезличенностью в общении работник торговли воспринимается покупателем как олицетворение всей сложной системы производства, доставки, хранения и продажи товара. Продавец - единственный представитель всей этой системы, который имеет непосредственный контакт с покупателем. Поэтому именно ему адресуются все личные реакции, претензии потребителя. Знание этого обстоятельства позволяет работникам торговли повысить собственную самооценку и значимость своего места в обслуживании покупателей, а также чувствовать ответственность не только за результаты собственного труда, но и за деятельность всего магазина. Поэтому продавец обязан выступать перед покупателем от лица всей торговли, оправдывать любые ожидания покупателей [3, c. 69].

Из других особенностей общения в торговле можно отметить неравноправное положение продавцов и покупателей в процессе обслуживания:

− покупатель определяет магазин, где он собирается произвести покупки; он выбирает товар; именно он решает, к кому из персонала обратиться и когда прекратить беседу;

− в отличие от этого, работники торговли обязаны обслуживать любого человека, который к ним обратится.

Они вынуждены общаться в силу своих обязанностей, иногда даже вопреки желанию.

Специфика общения в торговле проявляется также в том, что все перечисленные выше особенности взаимодействия продавца и покупателя могут иметь как негативные, так и позитивные результаты и последствия.

Очень многое здесь определяется конкретными условиями взаимодействия, воспитанием, культурой и профессиональной подготовкой персонала торгового предприятия, а также культурой самих покупателей.

Независимо от того, насколько сильно выражены рассмотренные особенности общения в торговле, осознаются ли они участниками общения, эти особенности объективно существуют и влекут за собой серьезные последствия. Они способны омрачить контакты продавцов и покупателей, вызвать взаимную неприязнь, сформировать субъективные психологические проблемы.

Однако было бы неправильно ограничиться рассмотрением только негативных особенностей общения в торговле, поскольку они имеют и полезные свойства. Различные формы проявления специфики общения в торговле выполняют защитные функции, способствуют развитию положительных качеств личности. Например, кажущаяся обезличенность общения в условиях большого потока покупателей помогает продавцу сохранять и экономить эмоции, приберегать их для тех случаев, когда они действительно необходимы. Чем интенсивнее общение, тем меньше времени остается у продавца для оценки собеседника, тем больше он сосредотачивается на предмете взаимодействия - выполнении своих профессиональных обязанностей по обслуживанию покупателя. Обезличенность общения в определенной мере способствует становлению и развитию у продавца его профессионализма [3, c. 76].

В условиях низкого уровня значимости взаимного общения в торговле покупатели зачастую ведут себя, не заботясь о производимом впечатлении. У продавца в таких условиях появляется реальная возможность научиться быстрее распознавать характер и поведение покупателей, чтобы не обострять взаимоотношения.

Противоположная направленность интересов продавца и покупателя побуждает продавца находить нетрадиционные способы защиты своей позиции, которые не вызывали бы противоречий с покупателями, а способствовали нахождению разумного компромисса. Продавец должен понять поведение собеседника, услышать его доводы, найти наиболее эффективные способы воздействия на покупателя. Благодаря этому совершенствуется рефлексия и вырабатываются тактические приемы общения. Взаимное недоверие требует от продавца наблюдательности, умения скрывать свои чувства, совершенствования самоконтроля.

Продавцу необходимо постоянно расширять круг своих профессиональных знаний и умений, овладевать различными приемами работы, чтобы удовлетворить разнообразные потребности и ожидания покупателей. Продавец не только принимает на себя ответственность за все звенья системы, которую он представляет перед покупателем. Одновременно он приобщается к ее достижениям и успехам. Как следствие, продавец полнее и яснее ощущает значимость своего труда и свою собственную роль. Квалифицированное общение продавца с покупателями способствует увеличению объемов продаж [8, c. 78].

Таким образом, особенности процесса общения в торговле, с одной стороны, требуют повышения профессионализма продавцов, а с другой - сами зависят от уровня квалификации торговых работников.

2. Эмпирическое исследование агрессии в межличностных отношениях у продавцов

.1 Программа эмпирического исследования агрессии в межличностных отношениях у продавцов

Этапы:

.Теоретический обзор агрессии в межличностных отношениях у продавцов.

. Подбор методического аппарата для выявления агрессии.

. Организация эмпирического исследования.

Данное исследование проводилось на базе магазина «Родная сторона», находящегося по адресу: г. Гродно, ул. Стрелковая, 21.

Исследование проводилось в декабре 2012 г., в нем участвовало 50 продавцов, среди них женщины.

Для выявлению агрессии в межличностных отношений у продавцов использовались две методики:

. Методика диагностики межличностных отношений (ДМО) Т. Лири.

. Опросник состояния агрессии Басса-Дарки.

Методика диагностики межличностных отношений (ДМО) Т. Лири создана Т. Лири, Г. Лефоржем и Р. Сазеком в 1954 г. Она предназначена для исследования представлений субъекта о себе и об идеальном «я», а также для изучения взаимоотношений в малых группах. С помощью данной методики выявляется преобладающий тип отношений к людям в самооценке и взаимооценке [7, c. 360].

Текст опросника представлен в приложении А.

При исследовании межличностных отношений наиболее часто выделяются два фактора: доминирование-подчинение и дружелюбие-агрессивность. Именно эти факторы определяют общее впечатление о человеке в процессах межличностного восприятия. Они названы М. Аргайлом в числе главных компонентов при анализе стиля межличностного поведения и по содержанию могут быть соотнесены с двумя из трех главных осей семантического дифференциала Ч. Осгуда: оценка и сила, В многолетнем исследовании, проводимом американскими психологами под руководством Б. Бейлза, поведение члена группы оценивается по двум переменным, анализ которых осуществляется в трехмерном пространстве, образованном тремя осями: доминирование-подчинение, дружелюбие-агрессивность, эмоциональность-аналитичность.

Для представления основных социальных ориентации Т.Лири разработал условную схему в виде круга, разделенного на сектора. В этом круге по горизонтальной и вертикальной осям обозначены четыре ориентации: доминирование-подчинение, дружелюбие-враждебность. В свою очередь эти сектора разделены на восемь - соответственно, более частным отношениям. Для еще более тонкого описания круг делят на 16 секторов, но чаще используются октанты, определенным образом ориентированные относительно двух главных осей (см. ниже обработку и интерпретацию результатов).

Схема Т. Лири основана на предположении, что чем ближе оказываются результаты испытуемого к центру окружности, тем сильнее взаимосвязь этих двух переменных. Сумма баллов каждой ориентации переводится в индекс, где доминируют вертикальная (доминирование-подчинение) и горизонтальная (дружелюбие-враждебность) оси. Расстояние полученных показателей от центра окружности указывает на адаптивность или экстремальность интерперсонального поведения [7, c. 361].

Опросник содержит 128 оценочных суждений, из которых в каждом из 8 типов отношений образуются 16 пунктов, упорядоченных по восходящей интенсивности. Методика построена так, что суждения, направленные на выяснение какого-либо типа отношений, расположены не подряд, а особым образом: они группируются по 4 и повторяются через равное количество определений. При обработке подсчитывается количество отношений каждого типа.

Т. Лири предлагал использовать данную методику для оценки наблюдаемого поведения людей, т.е. поведения в оценке окружающих («со стороны»), для самооценки, для оценки близких людей, для описания идеального «я». В соответствии с этими уровнями диагностики меняется инструкция для ответа.

Разные направления диагностики позволяют определить тип личности, а также сопоставлять данные по отдельным аспектам. Например, социальное «я», реальное «я», «мои партнеры» и т.д.

Методический прием позволяет изучать проблему психологической совместимости и часто используется в практике семейной консультации, групповой психотерапии и социально-психологического тренинга.

Опросник состояния агрессии Басса-Дарки предназначен для выявления показателей и форм агрессии.

В данном эмпирическом исследовании будем исследовать формы агрессии по соответствующим шкалам:

. Физическая агрессия - использование физической силы против другого лица.

. Вербальная агрессия - выражение негативных чувств как через форму (крик, визг), так и через содержание словесных ответов (проклятия, угрозы, ругань).

. Косвенная агрессия - агрессия, окольным путем направленная на другое лицо или ни на кого не направленная в виде сплетен, шуток, неупорядоченных взрывов ярости.

. Негативизм - оппозиционная манера в поведении от пассивного сопротивления до активной борьбы против установившихся обычаев и законов, против авторитета и руководства.

. Раздражение - готовность к проявлению негативных чувств при малейшем возбуждении (вспыльчивость, грубость).

. Подозрительность - в диапазоне от недоверия и осторожности по отношению к людям до убеждения в том, что другие люди планируют и приносят вред.

Обида - зависть и ненависть к окружающим за действительные и вымышленные действия, недовольство кем-то или всем миром за подлинные или мнимые страдания.

. Чувство вины или аутоагрессия - выражает возможное убеждение субъекта в том, что он является плохим человеком, что поступает зло, а также ощущаемые им угрызения совести [7, c. 175].

. Первичная обработка данных.

. Обработка данных методам математической статистики.

. Качественное интерпретирование полученное в результате исследования данных.

2.2 Результаты эмпирического исследования агрессии в межличностных отношений у продавцов

.2.1 Результаты эмпирического исследования агрессии у продавцов

По данным таблицы П -1 приложения В построим сводную таблицу, отражающую только выраженные формы агрессии у продавцов (таблица 2.1).

Таблица 2.1 Результаты выявления форм агрессии у продавцов магазина «Родная сторона»

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Имя продавца | | Формы агрессии | | | | | | | |
|  |  | | Физическая | Вербальная | Косвенная | Негативная | Раздражение | Подозрительность | Обида | Чувство вины |
| 3 | Светлана О. | | 1 | 1 | 1 | 5 | 9 | 1 | 1 | 1 |
| 5. | Валентина Р. | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 8 | 2 |
| 6. | Галина П. | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 |
| 8. | | Жанна О. | 1 | 1 | 5 | 4 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| 9. | | Светлана А. | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 5 | 2 |
| 11. | | Наталья Ю. | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 7 | 1 | 1 |
| 14. | | Лариса З. | 1 | 1 | 7 | 4 | 10 | 8 | 2 | 1 |
| 15. | | Клавдия Я. | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 7 | 1 |
| 19. | | Зина И. | 1 | 2 | 8 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| 21. | | Рая П. | 1 | 1 | 1 | 4 | 10 | 9 | 2 | 1 |
| 27. | | Елена В. | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 6 | 1 |
| 29. | | Лариса В. | 1 | 1 | 8 | 2 | 9 | 2 | 1 | 2 |
| 34 | | Галина П. | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 8 | 8 | 1 |
| 39. | | Галина Р. | 1 | 1 | 1 | 2 | 10 | 2 | 6 | 2 |
| 46. | | Татьяна П. | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 6 | 1 |

По данным таблицы 2.1 построим рисунок. 2.1.

По данным таблицы П -1 приложения В и таблицы 2.1 видно, что в ходе опроса 50 продавцов было выявлено у 30% (15 человек) из них явно выраженные различные формы агрессии.

Из таблицы 2.1 видно, что у 8 опрошенных продавцов (16% от всех опрошенных) наблюдается по одной ярко выраженной форме агрессии.

Из таблицы 2.1 видно, что у 5 опрошенных продавцов (10% от всех опрошенных) наблюдается по две ярко выраженные формы агрессии.

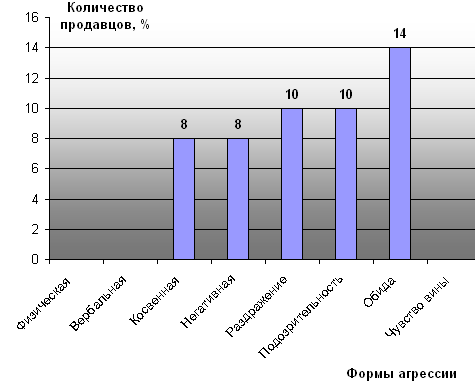


Рис. 2.1 Процентное распределение количества продавцов магазина «Родная сторона» с явно выраженными различными формами агрессии

Из таблицы 2.1 видно, что у 1 опрошенного продавца (2% от всех опрошенных) наблюдается три ярко выраженные формы агрессии.

Из таблицы 2.1 видно, что у 1 опрошенного продавца (2% от всех опрошенных) наблюдается четыре ярко выраженные формы агрессии.

Из рисунка 2.1 видно, что у 50 продавцов магазина «Родная сторона»не наблюдается явно выраженных следующих форм агрессии:

. Физическая агрессия - использование физической силы против другого лица.

. Вербальная агрессия - выражение негативных чувств как через форму (крик, визг), так и через содержание словесных ответов (проклятия, угрозы, ругань).

. Чувство вины или аутоагрессия - выражает возможное убеждение субъекта в том, что он является плохим человеком, что поступает зло. а также ощущаемые им угрызения совести.

Из рисунка 2.1 видно, что у 4 продавцов (8% от всех опрошенных) наблюдается косвенная агрессия - агрессия, окольным путем направленная на другое лицо или ни на кого не направленная в виде сплетен, шуток, неупорядоченных взрывов ярости.

Из рисунка 2.1 видно, что у 4 продавцов (8% от всех опрошенных) наблюдается негативизм - оппозиционная манера в поведении от пассивного сопротивления до активной борьбы против установившихся обычаев и законов, против авторитета и руководства.

Из рисунка 2.1 видно, что у 5 продавцов (10% от всех опрошенных) наблюдается раздражение - готовность к проявлению негативных чувств при малейшем возбуждении (вспыльчивость, грубость).

Из рисунка 2.1 видно, что у 5 продавцов (10% от всех опрошенных) наблюдается подозрительность - в диапазоне от недоверия и осторожности по отношению к людям до убеждения в том, что другие люди планируют и приносят вред.

Из рисунка 2.1 видно, что у 7 продавцов (14% от всех опрошенных) наблюдается обида - зависть и ненависть к окружающим за действительные и вымышленные действия, недовольство кем-то или всем миром за подлинные или мнимые страдания.

.2.2 Результаты эмпирического исследования особенностей межличностных отношений у продавцов

Далее рассмотрим результаты опроса 50 продавцов магазина «Родная сторона» на базе методики диагностики межличностных отношений (ДМО) Т. Лири (таблица П -2 приложения Г).

По данным таблицы П -2 приложения Г построим сводную таблицу, отражающую межличностные отношения продавцов только с явно выраженными формами агрессии (таблица 2.2).

Таблица 2.2 Результаты выявления межличностных отношений продавцов магазина «Родная сторона» только с явно выраженными формами агрессии

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Имя продавца | Типы межличностных отношений | | | | | | | |
|  |  | Авторитарный | Эгоистичный | Агрессивный | Подозрительный | Подчиняемый | Зависимый | Дружелюбный. | Альтруистический |
| 3 | Светлана О. | 2 | 15 | 4 | 3 | 15 | 2 | 3 | 1 |
| 4. | Вероника П. | 1 | 2 | 2 | 4 | 5 | 16 | 9 | 9 |
| 6. | Галина П. | 2 | 3 | 4 | 13 | 5 | 2 | 7 | 1 |
| 8. | Жанна О. | 15 | 3 | 1 | 1 | 14 | 6 | 2 | 1 |
| 9. | Светлана А. | 3 | 5 | 12 | 2 | 4 | 14 | 2 | 1 |
| 11. | Наталья Ю. | 1 | 2 | 6 | 14 | 7 | 2 | 0 | 1 |
| 14. | Лариса З. | 14 | 16 | 5 | 16 | 16 | 0 | 0 | 1 |
| 15. | Клавдия Я. | 2 | 0 | 3 | 6 | 2 | 13 | 0 | 1 |
| 19. | Зина И. | 16 | 2 | 2 | 4 | 6 | 8 | 2 | 1 |
| 21. | Рая П. | 2 | 13 | 2 | 16 | 14 | 3 | 0 | 1 |
| 27. | Елена В. | 3 | 2 | 1 | 5 | 2 | 16 | 2 | 1 |
| 29. | Лариса В. | 15 | 16 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 |
| 34 | Галина П. | 5 | 4 | 3 | 15 | 2 | 15 | 2 | 1 |
| 39. | Галина Р. | 6 | 15 | 4 | 5 | 2 | 14 | 2 | 1 |
| 46. | Татьяна П. | 3 | 6 | 6 | 7 | 8 | 13 | 2 | 1 |

По данным таблицы 2.2 построим рисунок. 2.2.

Из рисунка 2.2 видно, что у 4 продавцов с явно выраженными формами агрессии (8% от всех опрошенных) выявлен авторитарный тип межличностных отношений.

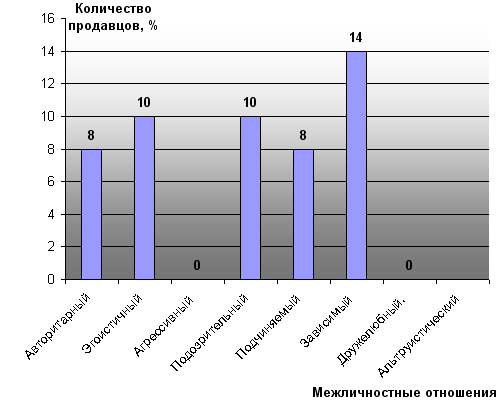


Рис. 2.2 Процентное распределение по межличностным отношениям количества продавцов только с явно выраженными формами агрессии

Из рисунка 2.2 видно, что у 5 продавцов с явно выраженными формами агрессии (10% от всех опрошенных) выявлен эгоистичный тип межличностных отношений.

Из рисунка 2.2 видно, что у 5 продавцов с явно выраженными формами агрессии (10% от всех опрошенных) выявлен подозрительный тип межличностных отношений.

Из рисунка 2.2 видно, что у 4 продавцов с явно выраженными формами агрессии (8% от всех опрошенных) выявлен подчиняемый тип межличностных отношений.

Из рисунка 2.2 видно, что у 7 продавцов с явно выраженными формами агрессии (14% от всех опрошенных) выявлен зависимый тип межличностных отношений.

.2.3 Связь агрессии и межличностных отношений у продавцов

Между таблицей 2.1 и таблицей 2.2 прослеживается следующая связь (таблица 2.3).

Таблица 2.3 Межличностных отношений продавцов только с явно выраженными формами агрессии

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Продавцы | Число продавцов | Формы агрессии | Типы межличностных отношений |
| Валентина Р., Светлана А., Клавдия Я., Елена В., Галина П., Галина Р, Татьяна П. | 7 | Обида | Зависимый |
| Жанна О., Лариса З., Зина И., Лариса В. | 4 | Косвенная агрессия | Авторитарный |
| Светлана О., Лариса З., Рая П., Лариса В., Галина Р. | 5 | Раздражение | Эгоистичный |
| Галина П., Наталья Ю., Лариса З., Рая П., Галина П. | 5 | Подозрительность | Подозрительный |
| Светлана О., Жанна О., Лариса З., Рая П., | 4 | Негативная | Подчиняемый |

Из таблицы 2.3 видно, что у 7 продавцов (14% от опрошенных) с формой агрессии «Обида» доминирует тип межличностных отношений «Зависимый».

Из таблицы 2.3 видно, что у 4 продавцов (8% от опрошенных) с формой агрессии «Косвенная агрессия» доминирует тип межличностных отношений «Авторитарный».

Из таблицы 2.3 видно, что у 5 продавцов (10% от опрошенных) с формой агрессии «Раздражение» доминирует тип межличностных отношений «Эгоистичный».

Из таблицы 2.3 видно, что у 5 продавцов (10% от опрошенных) с формой агрессии «Подозрительность» доминирует тип межличностных отношений «Подозрительный».

Из таблицы 2.3 видно, что у 4 продавцов (8% от опрошенных) с формой агрессии «Негативная» доминирует тип межличностных отношений «Подчиняемый».

По данным таблицы П -2 приложения Г построим сводную таблицу, отражающую межличностные отношения продавцов без явно выраженных форм агрессии (таблица 2.4).

Таблица 2.4 Межличностных отношений продавцов магазина «Родная сторона» только без явно выраженных форм агрессии

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Имя продавца | Типы межличностных отношений | | | | | | | | | | | | | | | |
|  |  | Авторитарный | | Эгоистичный | | Агрессивный | | Подозрительный | | Подчиняемый | | Зависимый | | Дружелюбный | | Альтруистический | |
| 1 | Анастасия А. | 1 | | 1 | | 2 | | 2 | | 1 | | 1 | | 16 | | 8 | |
| 2. | Мария Л. | 1 | | 1 | | 1 | | 2 | | 1 | | 2 | | 12 | | 14 | |
| 5. | Валентина Р. | 2 | | 3 | | 4 | | 5 | | 4 | | 3 | | 8 | | 16 | |
| 7. | Юлия Р. | 3 | | 2 | | 3 | | 6 | | 2 | | 3 | | 13 | | 12 | |
| 10. | Ксения З. | 2 | | 3 | | 4 | | 2 | | 6 | | 3 | | 12 | | 15 | |
| 12. | Ольга Л. | 3 | | 4 | | 2 | | 1 | | 2 | | 1 | | 16 | | 12 | |
| 13. | Мария Н. | 1 | | 2 | | 1 | | 2 | | 3 | | 2 | | 14 | | 9 | |
| 16. | Татьяна Ф. | 2 | | 3 | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | 9 | | 16 | |
| 17. | Зоя Б. | 1 | | 3 | | 1 | | 3 | | 1 | | 1 | | 13 | | 9 | |
| 18 | Галина В. | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | 9 | | 13 | |
| 20. | Евгения В. | 1 | | 1 | | 3 | | 1 | | 1 | | 1 | | 13 | | 9 | |
| 22. | Наталья О. | 3 | | 1 | | 3 | | 1 | | 3 | | 1 | | 16 | | 9 | |
| 23. | Светлана О. | 1 | | 1 | | 3 | | 1 | | 1 | | 1 | | 15 | | 11 | |
| 24. | Ирина С. | 1 | | 3 | | 1 | | 1 | | 1 | | 3 | | 16 | | 12 | |
| 25. | Люся П. | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | 2 | | 9 | | 16 | |
| 26. | Наталья П. | | 2 | | 1 | | 2 | | 1 | | 1 | | 2 | | 8 | | 14 | |
| 28. | Марина П. | | 2 | | 1 | | 2 | | 1 | | 2 | | 2 | | 14 | | 9 | |
| 30. | Валентина О. | | 1 | | 1 | | 2 | | 1 | | 1 | | 1 | | 16 | | 11 | |
| 31. | Наташа Л. | | 2 | | 1 | | 2 | | 1 | | 1 | | 1 | | 12 | | 16 | |
| 32. | Лариса О. | | 1 | | 1 | | 2 | | 1 | | 1 | | 2 | | 14 | | 9 | |
| 33. | Даша П. | | 1 | | 1 | | 2 | | 1 | | 3 | | 1 | | 16 | | 10 | |
| 35. | Наталья В. | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | 3 | | 1 | | 16 | | 8 | |
| 36. | Анна Т. | | 2 | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | 9 | | 14 | |
| 37. | Вероника П. | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | 2 | | 11 | | 14 | |
| 38. | Рита М. | | 1 | | 3 | | 1 | | 3 | | 1 | | 3 | | 13 | | 12 | |
| 40. | Валерия Ж. | | 1 | | 1 | | 11 | | 1 | | 1 | | 2 | | 14 | | 8 | |
| 41. | Светлана Э. | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | 2 | | 8 | | 13 | |
| 42. | Анастасия Р. | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | 2 | | 1 | | 7 | | 16 | |
| 43. | Светлана Л. | | 3 | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | 2 | | 13 | | 7 | |
| 44. | Мария С. | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | 3 | | 16 | | 8 | |
| 45. | Алла Х. | | 3 | | 1 | | 3 | | 1 | | 3 | | 2 | | 16 | | 5 | |
| 47. | Елена В. | | 2 | | 1 | | 1 | | 1 | | 2 | | 1 | | 15 | | 6 | |
| 48. | Ольга А. | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | 2 | | 7 | | 15 | |
| 49. | Лариса В. | | 1 | | 1 | | 2 | | 1 | | 2 | | 1 | | 14 | | 4 | |
| 50. | Ольга В. | | 2 | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | 2 | | 8 | | 14 | |

Из таблицы 2.4 видно, что у 21 продавца (42% от опрошенных) без явно выраженных форм агрессии наблюдается «Дружелюбный» тип межличностных отношений.

Из таблицы 2.4 видно, что у 14 продавца (28% от опрошенных) без явно выраженных форм агрессии наблюдается «Альтруистический» тип межличностных отношений.

По результатам данного исследования можно сделать вывод, что гипотеза нашего исследования подтвердилась: продавцам с явно выраженными формами агрессии соответствуют только определенные типы межличностных отношений, не как не дружелюбный и не альтруистический типы данных отношений.

агрессия продавец межличностный

Заключение

Агрессивность - свойство личности, выраженное в предпочтении использования насильственных методов для достижения своих целей.

Агрессия - это поведение, направленное на распределение и перераспределение ресурсов. В качестве ресурсов может выступать еда, поло-репродуктивные ценности (партнёр, потомство), социальный статус (власть, доход, престиж), территория, психологический комфорт. Агрессивность - это проявление агрессии или готовность её проявить, стимулятором её является страх дефицита ресурсов.

Агрессивное поведение - своеобразный способ психической саморегуляции. Это может быть и самозащита, и ослабление переживания страха, напряжения, тоски. Можно подчеркнуть сугубо социальную обусловленность этого феномена, особую роль конфликта разных мотивов, находящих

Агрессия представляет собой поведение, направленное на причинение вреда или ущерба другому живому существу, имеющему все основания избегать подобного обращения. Данное определение позволяет уточнить ряд параметров, характеризующих агрессию как поведенческое проявление: это всегда целенаправленное, умышленное действие, нацеленное именно на причинение вреда. Агрессия прямо или косвенно направлена на живые объекты, и вред в конечном счете наносится именно им. свое выражение в агрессивном поведении.

Опыт показывает, что большинство продавцов неудовлетворительно подготовлены к общению с покупателем. Поэтому возникает необходимость дополнительного обучения торгового персонала психологии обслуживания покупателей. Оптимальным вариантом для этого является психологический тренинг. Для продавцов, не имеющих большого профессионального опыта, он должен длиться не менее 30 часов, для работников со стажем - 10-15 часов.

Работникам торговли, пожалуй, чаще, чем другим, приходится испытывать на себе нервно-психические нагрузки. Потоки информации, шум в торговом зале, нервные перегрузки создают условия, при которых человеку нетрудно «сорваться»: нагрубить покупателю, оскорбить, спровоцировать на ответную грубость. Словесные раздражители в виде непрекращающегося потока вопросов к продавцу или кассиру также отрицательно влияют на настроение. А плохое настроение - это не только постоянные конфликты с покупателями, но и снижение производительности труда, грубые технические ошибки, приводящие магазин к убыткам. У продавца и кассира в таких случаях возникает подавленность, замедляются темпы мышления, счетных действий.

Освободиться от плохого настроения человеку помогает система психологической защиты. Прежде всего, продавцу или кассиру нужно проанализировать конфликтную ситуацию: нельзя ли найти выход из создавшегося положения, что-либо изменить в нем? Что может улучшить нервное состояние и освободить от плохого настроения?

Снять напряжение можно также путем физической нагрузки. В момент плохого настроения полезно заняться двигательной деятельностью: фасовать товары, выкладывать их в торговом зале и т. д. Однообразный физический труд, как правило, отвлекает человека от неприятных мыслей, успокаивает нервную систему.

Продавец или кассир-контролер должны уметь не показывать свое плохое настроение окружающим. Это своего рода «профессиональная броня» торговых работников. Но и до крайности доходить не надо: не следует делать вид, что тебе весело, если в самом деле плохо. Это еще больше отягощает психику и провоцирует нервный срыв. Лучше всего с разрешения администрации на время сменить обстановку, характер работы. Перемена занятий также отвлечет от плохого настроения, переключит мысли.

Методика диагностики межличностных отношений (ДМО) Т. Лири предназначена для исследования представлений субъекта о себе и об идеальном «я», а также для изучения взаимоотношений в малых группах. С помощью данной методики выявляется преобладающий тип отношений к людям в самооценке и взаимооценке.

Опросник состояния агрессии Баса-Дарки предназначен для выявления показателей и форм агрессии. Термин «агрессия» чрезвычайно часто употребляется сегодня в самом широком контексте и поэтому нуждается в серьезном «очищении» от целого ряда наслоений и отдельных смыслов.

Эмпирические исследования по выявлению агрессии в межличностных отношений проводились у 50 продавцов, среди которых только женщины.

Для выявления агрессии в межличностных отношений у продавцов использовались две методики:

. Опросник состояния агрессии Баса-Дарки.

. Методика диагностики межличностных отношений (ДМО) Т. Лири.

В ходе опроса 50 продавцов было выявлено у 30% (15 человек) из них явно выраженные различные формы агрессии.

У 8 опрошенных продавцов (16% от всех опрошенных) наблюдается по одной ярко выраженной форме агрессии.

У 5 опрошенных продавцов (10% от всех опрошенных) наблюдается по две ярко выраженные формы агрессии.

У 1 опрошенного продавца (2% от всех опрошенных) наблюдается три ярко выраженные формы агрессии.

У 1 опрошенного продавца (2% от всех опрошенных) наблюдается четыре ярко выраженные формы агрессии.

У 4 продавцов (8% от всех опрошенных) наблюдается косвенная агрессия - агрессия, окольным путем направленная на другое лицо или ни на кого не направленная в виде сплетен, шуток, неупорядоченных взрывов ярости.

У 4 продавцов (8% от всех опрошенных) наблюдается негативизм - оппозиционная манера в поведении от пассивного сопротивления до активной борьбы против установившихся обычаев и законов, против авторитета и руководства.

У 5 продавцов (10% от всех опрошенных) наблюдается раздражение - готовность к проявлению негативных чувств при малейшем возбуждении (вспыльчивость, грубость).

У 5 продавцов (10% от всех опрошенных) наблюдается подозрительность - в диапазоне от недоверия и осторожности по отношению к людям до убеждения в том, что другие люди планируют и приносят вред.

У 7 продавцов (14% от всех опрошенных) наблюдается обида - зависть и ненависть к окружающим за действительные и вымышленные действия, недовольство кем-то или всем миром за подлинные или мнимые страдания.

У 7 продавцов (14% от опрошенных) с формой агрессии «Обида» доминирует тип межличностных отношений «Зависимый».

У 4 продавцов (8% от опрошенных) с формой агрессии «Косвенная агрессия» доминирует тип межличностных отношений «Авторитарный».

У 5 продавцов (10% от опрошенных) с формой агрессии «Раздражение» доминирует тип межличностных отношений «Эгоистичный».

У 5 продавцов (10% от опрошенных) с формой агрессии «Подозрительность» доминирует тип межличностных отношений «Подозрительный».

У 4 продавцов (8% от опрошенных) с формой агрессии «Негативная» доминирует тип межличностных отношений «Подчиняемый».

У 21 продавца (42% от опрошенных) без явно выраженных форм агрессии наблюдается «Дружелюбный» тип межличностных отношений.

У 14 продавца (28% от опрошенных) без явно выраженных форм агрессии наблюдается «Альтруистический» тип межличностных отношений.

По результатам данного исследования можно сделать вывод, что гипотеза нашего исследования подтвердилась: продавцам с явно выраженными формами агрессии соответствуют только определенные типы межличностных отношений, не как не дружелюбный и не альтруистический типы данных отношений.

Библиография

1. Акимова М.К. Психологическая диагностика / М.К. Акимова. - СПб.: Питер, 2005. - 303с.

2. Андреева Г.М. Психология социального познания / Г.М. Андреева. - М.: Аспект пресс, 2000. - 346 с.

. Балдин К.В. Психология в торговле / К.В.Балдин. - М.: Проект, 2004. - 237с.

. Бизюкова И.В. Психология в торговле / И.В.Бизюкова.- М.: Бек, 1996. - 232 с.

. Бойко В.В. Социально-психологический климат коллектива и личность / В.В. Бойко. - М.: Мысль, 2000. - 349 с.

. Галкина Т. Организационные изменения: чем может помочь организационная культура / Т. Галкина // Кадровик. Кадровый менеджмент. - 2009. - №3. - С. 18.

. Гребень Н.Ф. Психологические тесты для профессионалов / Н.Ф. Гребень. - Минск: Соврем. шк., 2007. - 496 с.

. Кабаченко Т.С. Психология управления / Т.С. Кабаченко. - М.: Педагогическое общество России, 2002. - 423 с.

. Коломинский Я.Л. Психология взаимоотношений в малых группах / Я.Л. Коломенский. - М.: ТетраСистемс, 2000. - 361 с.

. Кондратьева, М.Ю. Социальная психология / М.Ю. Кондратьева. - М.: ПЕР СЭ, 2006. - 439 с.

. Коновалова В. Конфликты в организации: старые и новые проблемы / В. Коновалова // Кадровик. Кадровый менеджмент. - 2008. - №7. - С. 13-14.

. Кузьмин Е.С. Основы социальной психологии / Е.С. Кузьмин. - М.: Прогресс, 2000. - 384 с.

. Литвинов В.Н. Психологический климат и экономические показатели / В.Н. Литвинов. - М.: Просвещение, 2004. - 342 с.

. Платонов Ю.П. Психологические феномены поведения персонала в группах и организациях / Ю.П. Платонов. - М.: Речь, 2007. - 352 с.

. Платонов Ю.П. Психология коллективной деятельности: Теоретико-методологический аспект / Ю.П. Платонов. - М.: Мысль, 2002. - 181с.

. Рогов Е.И. Настольная книга практического психолога: Учеб. пособие: В 2 кн. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ВЛАДОС, 1999. - 480 с:

. Руденский, Е.В. Социальная психология / Е.В. Руденский. - М.: Прогресс, 2000. - 474 с.

. Снежко С. Неформальное отношение персонала / С. Снежко // Кадровик. Кадровый менеджмент. - 2008. - №10. - С. 5.

. Фатеев Н.М. Психолого-педагогическая подготовка руководителей - предпосылка создания благоприятного морально-психологического климата в коллективе / Н.М. Фатеев. - М.: Мысль, 2000. - 236 с.

. Фатеев Н.М. Социальная психология / Н.М. Фатеев. - М.: Мысль, 2004. - 361 с.

. Юнг К.Г. Психологические типы / К.Г. Юнг. - М.: Алфавит, 1992. - 264 с:

Приложение а

Текст опросника Т. Лири

Какой вы человек?

I. 1. Другие думают о нем благосклонно

. Производит впечатление на окружающих

. Умеет распоряжаться, приказывать

. Умеет настоять на своем

II. 5. Обладает чувством собственного достоинства

. Независимый

. Способен сам позаботиться о себе

. Может проявить безразличие

Ш. 9. Способен быть суровым

. Строгий, но справедливый

. Может быть искренним

. Критичен к другим

IV. 13. Любит поплакаться

. Часто печален

. Способен проявить недоверие

. Часто разочаровывается

V. 17. Способен быть критичным к себе

. Способен признать свою неправоту

. Охотно подчиняется

. Уступчивый

VI. 21. Благородный

. Восхищающийся и склонный к подражанию

. Уважительный

. Ищущий одобрения

VII. 25. Способен к сотрудничеству

. Стремится ужиться с другими

. Дружелюбный, доброжелательный

. Внимательный и ласковый

VIII. 29. Деликатный

. Одобряющий

. Отзывчивый к призывам о помощи

. Бескорыстный

I. 33. Способен вызвать восхищение

. Пользуется уважением у других

. Обладает талантом руководителя

. Любит ответственность

II. 37. Уверен в себе

. Самоуверен и напорист

. Деловит и практичен

. Любит соревноваться. 41. Строгий и крутой, где надо

. Неумолимый, но беспристрастный.

. Раздражительный

. Открытый и прямолинейный. 45. Не терпит, чтобы им командовали

. Скептичен

. На него трудно произвести впечатление

. Обидчивый, щепетильный. 49. Легко смущается

. Не уверен в себе

. Уступчивый

. Скромный. 53. Часто прибегает к помощи других

. Очень почитает авторитеты

. Охотно принимает советы

. Доверчив и стремится радовать других. 57. Всегда любезен в обхождении

. Дорожит мнением окружающих

. Общительный и уживчивый

. Добросердечный. 61. Добрый, вселяющий уверенность

. Нежный и мягкосердечный

. Любит заботиться о других

. Бескорыстный, щедрый. 65. Любит давать советы

. Производит впечатление значимости

. Начальственно-повелительный

. Властный. 69. Хвастливый

. Надменный и самодовольный

. Думает только о себе

. Хитрый и расчетливый. 73. Нетерпим к ошибкам других

. Своекорыстный

. Откровенный

. Часто недружелюбен. 77. Озлобленный

. Жалобщик

. Ревнивый

. Долго помнит обиды. 81. Склонный к самобичеванию

. Застенчивый

. Безынициативный

. Кроткий. 85. Зависимый, несамостоятельный

. Любит подчиняться

. Предоставляет другим принимать решения

. Легко попадает впросак. 89. Легко попадает под влияние друзей

. Готов довериться любому

. Благорасположен ко всем без разбору

. Всем симпатизирует. 93. Прощает все

. Переполнен чрезмерным сочувствием

. Великодушен и терпим к недостаткам

. Стремится покровительствовать. 97. Стремится к успеху

. Ожидает восхищения от каждого

. Распоряжается другими

. Деспотичный. 101. Относится к людям с чувством превосходства

. Тщеславный

. Эгоистичный

. Холодный, черствый. 105. Язвительный, насмешливый

. Злобный, жестокий

. Часто гневливый

. Бесчувственный, равнодушный. 109. Злопамятный

. Проникнут духом противоречия

. Упрямый

. Недоверчивый и подозрительный. 113. Робкий

. Стыдливый

. Отличается чрезмерной готовностью

. Мягкотелый. 117. Почти никогда и никому не возражает

. Ненавязчивый

. Любит, чтобы его опекали

. Чрезмерно доверчив. 121. Стремится снискать расположение каждого

. Со всеми соглашается

. Всегда дружелюбен

. Всех любит. 125. Слишком снисходителен к окружающим

. Старается утешить каждого

. Заботится о других в ущерб себе

. Портит людей чрезмерной добротой

Методика может быть представлена респонденту либо списком (по алфавиту или в случайном порядке), либо на отдельных карточках. Ему предлагается отметить те утверждения, которые соответствуют его представлению о себе, относятся к другому человеку или его идеалу.

Инструкция: «Перед вами набор характеристик. Прочтите каждую из них и поставьте знак «+» против тех определений, которые соответствуют вашему представлению о себе (если нет полной уверенности, знак «+» не ставьте). Будьте внимательны, старайтесь отвечать как можно более точно и правдиво».

Обработка и интерпретация результатов.

После того, как испытуемый оценит себя, подсчитываются баллы, по каждому из 8-ми октантов методики. Каждый плюс оценивается в I балл, таким образом, максимальная оценка уровня - 16 баллов, но она разделена на четыре степени выраженности отношения:

|  |  |
| --- | --- |
| 0-4 балла - низкая | адаптивное поведение |
| 5-8 баллов - умеренная |  |
| 9-12 баллов - высокая | экстремальное до патологии поведение |
| 13-16 баллов - экстремальная |  |

Полученные баллы переносятся на дискограмму (рис.2.1), при этом расстояние от центра круга соответствует числу баллов по данной октанте (от 0 до 16).

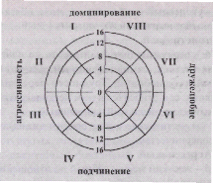


Рис. 2.1 Дискограмма [7, c. 361].

Концы векторов соединяются и образуют личностный профиль.

По специальным формулам определяются показатели по основным факторам: доминирование и дружелюбие.

Доминирование = (I - V) + 0,7  (VIII + II - IV - VI)

Дружелюбие = (VII - III) + 0,7  (VIII - II - IV + VI)

Качественный анализ полученных данных проводится путем сравнения дискограмм, демонстрирующих различие между представлениями разных людей. С.В. Максимовым приведены индексы точности рефлексии, дифференцированности восприятия, степени благополучности положения личности в группе, степени осознания личностью мнения группы, значимости группы для личности.

Каждому из 8-ми октантов соответствует тип межличностных отношений:. Авторитарный.

-16- диктаторский, властный, деспотический характер, тип сильной личности, которая лидирует во всех видах групповой деятельности. Всех наставляет, поучает, во всем стремится полагаться на свое мнение, не умеет принимать советы других. Окружающие отмечают эту властность, но признают ее.

-72-доминантный, энергичный, компетентный, авторитетный лидер, успешный в делах, любит давать советы, требует к себе уважения.

-8 - уверенный в себе человек, но не обязательно лидер, упорный и настойчивый.. Эгоистичный.

-16 - стремится быть над всеми, но одновременно в стороне от всех, самовлюбленный, расчетливый, независимый, себялюбивый. Трудности перекладывает на окружающих, сам относится к ним несколько отчужденно, хвастливый, самодовольный, заносчивый.

-12 - эгоистические черты, ориентация на себя, склонность к соперничеству.. Агрессивный.

-16 - жесткий и враждебный по отношению к окружающим, резкий, жесткий, агрессивность может доходить до асоциального поведения.

-12 - требовательный, прямолинейный, откровенный, строгий и резкий в оценке других, непримиримый, склонный во всем обвинять окружающих, насмешливый, ироничный, раздражительный.

-8 - упрямый, упорный, настойчивый и энергичный.. Подозрительный.

-16- отчужденный по отношению к враждебному и злобному миру, подозрительный, обидчивый, склонный к сомнению во всем, злопамятный, постоянно на всех жалуется, всем недоволен (шизоидный тип характера).

-12- критичный, необщительный, испытывает трудности в интерперсональных контактах из-за неуверенности в себе, подозрительности и боязни плохого отношения, замкнутый, скептичный, разочарованный в людях, скрытный, свой негативизм проявляет в вербальной агрессии.

-8 - критичный по отношению ко всем социальным явлениям и окружающим людям.. Подчиняемый.

-16 - покорный, склонный к самоунижению, слабовольный, склонный уступать всем и во всем, всегда осуждает себя и ставит на последнее место, приписывает себе вину, пассивный, стремится найти опору в ком-либо более сильном.

-12 - застенчивый, кроткий, легко смущается, склонен подчиняться более сильному без учета ситуации.

-8 - скромный, робкий, уступчивый, эмоционально сдержанный, способный подчиняться, никогда не имеет собственного мнения, послушно и честно выполняет свои обязанности.. оль [7, c. 370].

Приложение б

Текст опросника состояния агрессии Басса-Дарки

. Временами я не могу справиться с желанием причинить вред другим

. Иногда сплетничаю о людях, которых не люблю

. Я легко раздражаюсь, но быстро успокаиваюсь

. Если меня не попросят по-хорошему, я не выполню

. Я не всегда получаю то, что мне положено

. Я не знаю, что люди говорят обо мне за моей спиной

. Если я не одобряю поведение друзей, я даю им это почувствовать

. Когда мне случалось обмануть кого-нибудь, я испытывал мучительные угрызения совести

. Мне кажется, что я не способен ударить человека

. Я никогда не раздражаюсь настолько, чтобы кидаться предметами

. Я всегда снисходителен к чужим недостаткам

. Если мне не нравится установленное правило, мне хочется нарушить его

. Другие умеют почти всегда пользоваться благоприятными обстоятельствами

. Я держусь настороженно с людьми, которые относятся ко мне несколько более дружественно, чем я ожидал

. Я часто бываю не согласен с людьми

. Иногда мне на ум приходят мысли, которых я стыжусь

. Если кто-нибудь первым ударит меня, я не отвечу ему

. Когда я раздражаюсь, я хлопаю дверями

. Я гораздо более раздражителен, чем кажется

. Если кто-то воображает себя начальником, я всегда поступаю ему

наперекор

. Меня немного огорчает моя судьба

. Я думаю, что многие люди не любят меня

. Я не могу удержаться от спора, если люди не согласны со мной

. Люди, увиливающие от работы, должны испытывать чувство вины

. Тот, кто оскорбляет меня и мою семью, напрашивается на драку

. Я не способен на грубые шутки

. Меня охватывает ярость, когда надо мной насмехаются

. Когда люди строят из себя начальников, я делаю все, чтобы они не

зазнавались

. Почти каждую неделю я вижу кого-нибудь, кто мне не нравится

. Довольно многие люди завидуют мне

. Я требую, чтобы люди уважали меня

. Меня угнетает то, что я мало делаю для своих родителей

. Люди, которые постоянно изводят вас, стоят того, чтобы их «щелкнули по носу»

. Я никогда не бываю мрачен от злости

. Если ко мне относятся хуже, чем я того заслуживаю, я не расстраиваюсь

. Если кто-то выводит меня из себя, я не обращаю внимания

. Хотя я и не показываю этого, меня иногда гложет зависть

. Иногда мне кажется, что надо мной смеются

. Даже если я злюсь, я не прибегаю к «сильным» выражениям

. Мне хочется, чтобы мои грехи были прощены

. Я редко даю сдачи, даже если кто-нибудь ударит меня

. Когда получается не по-моему, я иногда обижаюсь

. Иногда люди раздражают меня одним своим присутствием

. Нет людей, которых бы я по-настоящему ненавидел

. Мой принцип: «Никогда не доверять «чужакам»

. Если кто-нибудь раздражает меня, я готов сказать, что я о нем думаю

. Я делаю много такого, о чем впоследствии жалею

. Если я разозлюсь, я могу ударить кого-нибудь

. С детства я никогда не проявлял вспышек гнева

. Я часто чувствую себя как пороховая бочка, готовая взорваться

. Если бы все знали, что я чувствую, меня бы считали человеком, с которым нелегко работать

. Я всегда думаю о том, какие тайные причины заставляют людей делать что-нибудь приятное для меня

. Когда на меня кричат, я начинаю кричать в ответ

. Неудачи огорчают меня

. Я дерусь не реже и не чаше, чем другие

. Я могу вспомнить случаи, когда я был настолько зол, что хватал попавшуюся мне под руку вещь и ломал ее

. Иногда я чувствую, что готов первым начать драку

. Иногда я чувствую, что жизнь поступает со мной несправедливо

. Раньше я думал, что большинство людей говорит правду, но теперь я в это не верю

. Я ругаюсь только со злости

. Когда я поступаю неправильно, меня мучает совесть

. Если для защиты своих прав мне нужно применить физическую силу, я применяю ее

. Иногда я выражаю свой гнев тем, что стучу кулаком по столу

. Я бываю грубоват по отношению к людям, которые мне не нравятся

. У меня нет врагов, которые бы хотели мне навредить

. Я не умею поставить человека на место, даже если он того заслуживает

. Я часто думаю, что жил неправильно

. Я знаю людей, которые способны довести меня до драки

. Я не огорчаюсь из-за мелочей

. Мне редко приходит в голову, что люди пытаются разозлить или оскорбить меня

. Я часто только угрожаю людям, хотя и не собираюсь приводить угрозы в исполнение

. В последнее время я стал занудой

. В споре я часто повышаю голос

. Я стараюсь обычно скрывать свое плохое отношение к людям

. Я лучше соглашусь с чем-либо, чем стану спорить

Ключ:

Опросник Басса-Дарки выявляет следующие формы агрессивных и враждебных реакций:

. Физическая агрессия (нападение) - использование физической силы против другого лица.

. Косвенная агрессия - под этим термином понимают как агрессию, которая окольными путем направлена на другое лицо - злобные сплетни, шутки, так и агрессию, которая ни на кого не направлена - взрыв ярости, проявляющийся в крике, топанье ногами, битье кулаками по столу и т.п. Эти взрывы характеризуются ненаправленность и неупорядоченностью.

. Склонность к раздражению - готовность к проявлению при малейшем возбуждении, вспыльчивости, резкости, грубости.

. Негативизм - оппозиционная форма поведения, направленная обычно против авторитета или руководства; это поведение может нарастать от пассивного сопротивления до активной борьбы против установившихся обычаев и законов.

. Обида - зависть и ненависть к окружающим, обусловленные чувством горечи, гнева на весь мир за действительные или мнимые страдания.

. Подозрительность - недоверие и осторожность по отношению к людям, основанные на убеждении, что окружающие намерены причинить вред.

. Вербальная агрессия - выражение негативных чувств как через форму (ссора, крик, визг), так и через содержание словесных ответов (угроза, проклятия, ругань).

Кроме того, выделяется восьмой индекс - чувство вины. Этот индекс выражает возможное убеждение обследуемого в том, что он является плохим человеком, поступает злобно, наличие у него угрызений совести.

Опросник состоит из 75 утверждений. По числу совпадений ответов респондентов с ключом подсчитываются индексы различных форм агрессивности и враждебных реакций

. Физическая агрессия : ответы "да" в вопросах 1, 25, 33, 48, 55, 62, 68; ответы "нет" в вопросах 9, 17, 41.

. Косвенная агрессия: ответы "да" в вопросах 2, 10, 18, 34, 42, 56, 63; ответы "нет" в вопросах 26, 49.

. Раздражение: ответы "да" в вопросах 3, 19, 27, 43, 50, 57, 64, 72; ответы "нет" в вопросах 11, 35, 69.

. Негативизм: ответы "да" в вопросах 4, 12, 20, 28; ответы "нет" в вопросе 36.

. Обида: "да" - 5, 13, 21, 29, 37, 51, 58; "нет" - 44.

. Подозрительность: "да" - 6, 14, 22, 30, 38, 45, 52, 59; "нет" - 65, 70.

. Вербальная агрессия: "да" - 7, 15, 23, 31, 46, 53, 60, 71, 73; "нет" - 39, 66, 74, 75.

. Чувство вины: "да" - 8, 16, 24, 32, 40, 47, 54, 61, 67.

Суммирование индексов 1, 2, 7 дает общий индекс агрессивности (ИА), 1, 3, 7- показывает уровень агрессивной мотивации, а суммирование индексов 6 и 5 - индекс враждебности (ИВ).

Приложение В

Таблица П -1 Результаты выявления форм агрессии у продавцов

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Имя продавца | Формы агрессии | | | | | | | |
|  |  | Физическая | Вербальная | Косвенная | Негативная | Раздражение | Подозрительность | Обида | Чувство вины |
| 1. | Анастасия А. | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2. | Мария Л. | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 3 | Светлана О. | 1 | 1 | 1 | 5 | 9 | 1 | 1 | 1 |
| 4. | Вероника П. | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 5. | Валентина Р. | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 8 | 2 |
| 6. | Галина П. | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 6 | 1 | 1 |
| 7. | Юлия Р. | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 8. | Жанна О. | 1 | 1 | 5 | 4 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| 9. | Светлана А. | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 5 | 2 |
| 10. | Ксения З. | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 11. | Наталья Ю. | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 7 | 1 | 1 |
| 12. | Ольга Л. | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 13. | Мария Н. | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 14. | Лариса З. | 1 | 1 | 7 | 4 | 10 | 8 | 2 | 1 |
| 15. | Клавдия Я. | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 7 | 1 |
| 16. | Татьяна Ф. | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| 17. | Зоя Б. | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 18 | Галина В. | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 19. | Зина И. | 1 | 2 | 8 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| 20. | Евгения В. | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 21. | Рая П. | 1 | 1 | 1 | 4 | 10 | 9 | 2 | 1 |
| 22. | Наталья О. | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 23. | Светлана О. | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 24. | Ирина С. | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 5. | Люся П. | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 26. | Наталья П. | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 27. | Елена В. | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 6 | 1 |
| 28. | Марина П. | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 29. | Лариса В. | 1 | 1 | 8 | 2 | 9 | 2 | 1 | 2 |
| 30. | Валентина О. | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 31. | Наташа Л. | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| 32. | Лариса О. | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| 33. | Даша П. | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 |
| 34 | Галина П. | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 8 | 8 | 1 |
| 35. | Наталья В. | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 36. | Анна Т. | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| 37. | Вероника П. | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 38. | Рита М. | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 39. | Галина Р. | 1 | 1 | 1 | 2 | 10 | 2 | 6 | 2 |
| 40. | Валерия Ж. | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 41. | Светлана Э. | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 42. | Анастасия Р. | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| 43. | Светлана Л. | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 44. | Мария С. | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 |
| 45. | Алла Х. | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| 46. | Татьяна П. | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 6 | 1 |
| 47. | Елена В. | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 48. | Ольга А. | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 49. | Лариса В. | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 |
| 50. | Ольга В. | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |

Приложение г

Таблица П -2 Результаты выявления типа межличностных отношений продавцов

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Имя продавца | Типы межличностных отношений | | | | | | | |
|  |  | Авторитарный | Эгоистичный | Агрессивный | Подозрительный | Подчиняемый | Зависимый | Дружелюбный. | Альтруистический |
| 1. | Анастасия А. | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 16 | 8 |
| 2. | Мария Л. | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 12 | 14 |
| 3 | Светлана О. | 2 | 15 | 4 | 3 | 15 | 2 | 3 | 1 |
| 4. | Вероника П. | 1 | 2 | 2 | 4 | 5 | 16 | 9 | 9 |
| 5. | Валентина Р. | 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 8 | 16 |
| 6. | Галина П. | 2 | 3 | 4 | 13 | 5 | 2 | 7 | 1 |
| 7. | Юлия Р. | 3 | 2 | 3 | 6 | 2 | 3 | 13 | 12 |
| 8. | Жанна О. | 15 | 3 | 1 | 1 | 14 | 6 | 2 | 1 |
| 9. | Светлана А. | 3 | 5 | 12 | 2 | 4 | 14 | 2 | 1 |
| 10. | Ксения З. | 2 | 3 | 4 | 2 | 6 | 3 | 12 | 15 |
| 11. | Наталья Ю. | 1 | 2 | 6 | 14 | 7 | 2 | 1 | 1 |
| 12. | Ольга Л. | 3 | 4 | 2 | 1 | 2 | 1 | 16 | 12 |
| 13. | Мария Н. | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 14 | 9 |
| 14. | Лариса З. | 14 | 16 | 5 | 16 | 16 | 1 | 1 | 1 |
| 15. | Клавдия Я. | 2 | 1 | 3 | 6 | 2 | 13 | 1 | 1 |
| 16. | Татьяна Ф. | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 9 | 16 |
| 17. | Зоя Б. | 1 | 3 | 1 | 3 | 1 | 1 | 13 | 9 |
| 18 | Галина В. | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 9 | 13 |
| 19. | Зина И. | 16 | 2 | 2 | 4 | 6 | 8 | 2 | 1 |
| 20. | Евгения В. | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 13 | 9 |
| 21. | Рая П. | 2 | 13 | 2 | 16 | 14 | 3 | 1 | 1 |
| 22. | Наталья О. | 3 | 1 | 3 | 1 | 3 | 1 | 16 | 9 |
| 23. | Светлана О. | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 15 | 11 |
| 24. | Ирина С. | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 16 | 12 |
| 5. | Люся П. | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 9 | 16 |
| 26. | Наталья П. | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 8 | 14 |
| 27. | Елена В. | 3 | 2 | 1 | 5 | 2 | 16 | 2 | 1 |
| 28. | Марина П. | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 14 | 9 |
| 29. | Лариса В. | 15 | 16 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 |
| 30. | Валентина О. | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 16 | 11 |
| 31. | Наташа Л. | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 12 | 16 |
| 32. | Лариса О. | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 14 | 9 |
| 33. | Даша П. | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 | 16 | 10 |
| 34 | Галина П. | 5 | 4 | 3 | 15 | 2 | 15 | 2 | 1 |
| 35. | Наталья В. | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 16 | 8 |
| 36. | Анна Т. | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 9 | 14 |
| 37. | Вероника П. | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 11 | 14 |
| 38. | Рита М. | 1 | 3 | 1 | 3 | 1 | 3 | 13 | 12 |
| 39. | Галина Р. | 6 | 15 | 4 | 5 | 2 | 14 | 2 | 1 |
| 40. | Валерия Ж. | 1 | 1 | 11 | 1 | 1 | 2 | 14 | 8 |
| 41. | Светлана Э. | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 8 | 13 |
| 42. | Анастасия Р. | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 7 | 16 |
| 43. | Светлана Л. | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 13 | 7 |
| 44. | Мария С. | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 16 | 8 |
| 45. | Алла Х. | 3 | 1 | 3 | 1 | 3 | 2 | 16 | 5 |
| 46. | Татьяна П. | 3 | 6 | 6 | 7 | 8 | 13 | 2 | 1 |
| 47. | Елена В. | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 15 | 6 |
| 48. | Ольга А. | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 7 | 15 |
| 49. | Лариса В. | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 14 | 4 |
| 50. | Ольга В. | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 8 | 14 |