Содержание

1. Ощущения. Виды и закономерности ощущений……................…………2
2. Морально-психологический климат трудового коллектива – его формирование……………………………………………………………......……5
3. Поведение в общественных местах…………………………….................8

Список использованной литературы…………………..................................….12

1. Ощущения. Виды и закономерности ощущений

Ощущения - это отражение конкретных, отдельных свойств, качеств, сторон предметов и явлений материальной действительности, воздействующих на органы чувств в данный момент.

Физиологическая основа ощущений – сложная деятельность органов чувств. И.П.Павлов назвал эту деятельность анализаторной, а системы клеток, наиболее сложно организованных и являющихся воспринимающими аппаратами, которые непосредственно осуществляют анализ раздражений, – анализаторами.

Ощущение, восприятие, мышление служат неразрывными частями единого процесса отражения действительности. Чувственное наглядное познание предметов и явлений окружающего мира есть исходное. Однако ощущая, воспринимая, наглядно представляя себе любой предмет, любое явление, человек должен как-то анализировать, обобщать, конкретизировать, другими словами, мыслить о том, что отражается в ощущениях и восприятиях.

Для возникновения ощущений необходимо прежде всего наличие воздействующих на органы чувств предметов и явлений реального мира, которые называются в этом случае раздражителями. Воздействие раздражителей на органы чувств называется раздражением. В нервной ткани процесс раздражения вызывает возбуждение. Возбуждение систем нервных клеток, наиболее совершенных по своей организации, при обязательном участии клеток коры головного мозга и дает ощущение.

Выделяют следующие основания классификации ощущений: I) по наличию или отсутствию непосредственного контакта с раздражителем, вызывающим ощущение; 2) по месту расположения рецепторов; 3) по времени возникновения в ходе эволюции; 4) по модальности (виду) раздражителя.

По наличию или отсутствию непосредственного контакта рецептора с раздражителем, вызывающим ощущение, выделяют дистантную и контактную рецепцию. Зрение, слух, обоняние относятся к дистантной рецепции. Эти виды ощущений обеспечивают ориентировку в ближайшей среде. Вкусовые, болевые, тактильные ощущения – контактные.

По модальности раздражителя ощущения делят на зрительные, слуховые, обонятельные, вкусовые, тактильные, статические и кинестетические, температурные, болевые, жажды, голода.

Охарактеризуем кратко каждый из названных видов ощущений.

Зрительные ощущения. Они возникают в результате воздействия световых лучей (электромагнитных волн) на чувствительную часть нашего глаза – сетчатку, являющуюся рецептором зрительного анализатора. Свет воздействует на находящиеся в сетчатке светочувствительные клетки двух типов – палочки и колбочки, названные так за их внешнюю форму.

Слуховые ощущения также относятся к дистантным и также имеют большое значение в жизни человека. Благодаря им, человек слышит речь, имеет возможность общаться с другими людьми. Все слуховые ощущения можно свести к трем видам – речевые, музыкальные, шумы.

Вибрационные ощущения. К слуховым ощущениям примыкает вибрационная чувствительность. У них общая природа отражаемых физических явлений. Вибрационные ощущения отражают колебания упругой среды. Этот вид чувствительности образно называют "контактным слухом.

Обонятельные ощущения относятся к дистантным ощущениям, которые отражают запахи окружающих нас предметов. Органами обоняния являются обонятельные клетки, расположенные в верхней части носовой полости. В группу контактных ощущений, как уже отмечалось, входят вкусовые, кожные (болевые, тактильные, температурные).

Вкусовые ощущения вызываются действием на вкусовые рецепторы веществ, растворенных в слюне или воде. Вкусовые рецепторы – вкусовые почки, расположенные на поверхности языка, глотки, неба – различают ощущения сладкого, кислого, соленого и горького.

Кожные ощущения. В кожных покровах имеется несколько анализаторных систем: тактильная (ощущения прикосновения), температурная (ощущения холода и тепла), болевая. Система тактильной чувствительности неравномерно распределена по всему телу. Но более всего скопление тактильных клеток наблюдается на ладони, на кончиках пальцев и на губах. Если прикоснуться к поверхности тела, затем надавить на него, то давление может вызвать болевое ощущение. Таким образом, тактильная чувствительность дает знания о качествах предмета, а болевые ощущения сигнализируют организму о необходимости отдалиться от раздражителя и имеют ярко выраженный эмоциональный тон. Третий вид кожной чувствительности- температурные ощущения – связан с регулированием теплообмена между организмом и окружающей средой.

О положении тела в пространстве сигнализируют статические ощущения. Рецепторы статической чувствительности расположены в вестибулярном аппарате внутреннего уха. Резкие и частые изменения положения тела относительно плоскости земли могут приводить к головокружению.

Особое место и роль в жизни и деятельности человека занимают интероцептивные (органические) ощущения, которые возникают от рецепторов, расположенных во внутренних органах и сигнализируют о функционировании последних. Эти ощущения образуют органическое чувство (самочувствие) человека.

2. Морально-психологический климат трудового коллектива – его формирование

Для того, чтобы самым общим образом охарактеризовать условия деятельности той или иной группы, ее внутреннюю обстановку, в последнее время часто используются понятия «социально-психологический климат», «морально-психологический климат», «психологический климат», «эмоциональный климат» и т.п. Применительно к трудовому коллективу иногда говорят о «производственном» или «организационном» климате. В большинстве случаев эти понятия употребляются примерно в идентичном смысле.

Социально-психологический климат группы представляет собой состояние групповой психики, обусловленное особенностями жизнедеятельности данной группы. Это своеобразный сплав эмоционального и интеллектуального – установок, отношений, настроений, чувств, мнений членов группы. Все это – отдельные элементы социально-психологического климата.

Рассматривая влияния, формирующие социально-психологический климат первичного производственного коллектива, выделим прежде всего факторы макросреды и микросреды.

В качестве важнейшего фактора макросреды, необходимо назвать общественно-экономическую формацию, в условиях которой осуществляется жизнедеятельность общества в целом и функционирование производственных коллективов. Организации, руководящие тем или иным предприятием, в соответствии с потребностями общества, осуществляют определенные управленческие воздействия, что является важным фактором влияния макросреды на социально-психологический климат основного производственного коллектива. В русле этих управленческих воздействий органы управления и самоуправления предприятия направляют и конкретизируют функционирование первичных и вторичных коллективов.

Обратимся теперь к факторам микросреды предприятия, то есть материальному и духовному окружению личности как члена первичного производственного коллектива. Эта микросреда представляет собой также "поле" непосредственного функционирования данного коллектива как целого.

Важной группой факторов микросреды, влияющих на социально-психологический климат первичного производственного коллектива, является предметно-вещная сфера его деятельности, то есть весь комплекс технических, технологических, санитарно-гигиенических и организационных элементов, которые входят в понятие "производственная (рабочая) ситуация".

Другую, не менее важную, группу факторов микросреды составляют воздействия, представляющие собой групповые явления и процессы, происходящие в первичном производственном коллективе. Эти факторы заслуживают пристального внимания в связи с тем, что они являются следствием социально-психологического отражения человеческой микросреды. Будем для краткости называть эти факторы социально-психологическими.

Начнем с такого фактора, как характер официальных организационных связей между членами первичного производственного коллектива, закрепленный в формальной структуре данного подразделения, возможные различия между типами такой структуры можно показать на основе выделенных Л. И. Уманским следующих "моделей совместной деятельности".

1. Совместно-индивидуальная деятельность: каждый член коллектива делает свою часть общего задания независимо от других.

2. Совместно-последовательная деятельность: общая задача выполняется последовательно каждым членом коллектива (конвейерное производство).

3. Совместно-взаимодействующая деятельность: задача выполняется при непосредственном и одновременном взаимодействии каждого члена коллектива со всеми другими его членами.

Наряду с системой официального взаимодействия на социально-психологический климат первичного производственного коллектива огромное влияние оказывает его неофициальная организационная структура. Безусловно, товарищеские контакты во время работы и по окончании ее, сотрудничество и взаимопомощь формируют иной климат, нежели недоброжелательные отношения, проявляющиеся в ссорах и конфликтах.

Конечно, при изучении факторов, влияющих на климат коллектива, следует учитывать не только специфику формальной и неформальной организационных структур, взятых обособленно, но и их конкретное соотношение. Чем выше степень единства его формальной и неформальной структур, тем позитивнее воздействия, формирующие климат коллектива.

Характер руководства, проявляющийся в том или ином стиле взаимоотношений между официальным руководителем и подчиненными, также воздействует на социально-психологический климат первичного производственного коллектива. Следует отметить, что управленческие отношения в целом обусловлены формой собственности на средства производства.

Следующий фактор, воздействующий на социально-психологический климат первичного производственного коллектива, обусловлен индивидуальными психологическими особенностями каждого из его членов. Сквозь призму этих личностных особенностей человека преломляются все влияния на него как производственного, так и непроизводственного характера. Отношения человека к данным влияниям, выражаемые в его личных мнениях и настроениях, а также в поведении, представляют собой его индивидуальный "вклад" в формирование социально-психологического климата коллектива.

3. Поведение в общественных местах

По мере изменений условий жизни человечества, роста образований и культуры одни правила поведения сменяются другими. То, что раньше считалось неприличным, становиться общепринятым, и наоборот. Но требования этикета не являются абсолютными: соблюдение их зависит от места, времени и обстоятельств. Поведение, недопустимое в одном месте и при одних обстоятельствах, быть уместным в другом месте и при других обстоятельствах.

Нормы этикета, в отличие от норм морали являются условными, они носят как бы характер неписаного соглашения о том, что в поведении людей является общепринятым, а что нет. Каждый культурный человек должен не только знать и соблюдать основные нормы этикета, но и понимать необходимость определенных правил и взаимоотношений. Манеры во многом отражают внутреннюю культуру человека, его нравственные и интеллектуальные качества. Умение правильно вести себя в обществе имеет очень большое значение: оно облегчает установление контактов, способствует достижению взаимопонимания, создает хорошие, устойчивые взаимоотношения.

Главное правило поведение в общественных местах - не забывать, что если бы каждый поступал, руководствуясь заботой только о своих удобствах и желаниях, то во многих случаях в результате этого возникла бы невозможность пользования театром, кино, музеем и т.д.

В театре и кино этикет требует сидеть спокойно, не клонясь то влево, то вправо, особенно если у вас пышная шевелюра или (в кино) высокий головной убор: тот кто сидит за вами будет вынужден все время следовать за вашими перемещениями.

На концертах не нужно подпевать или подсвистывать исполнителям или оркестру, отбивать такт ногами или дирижировать.

Обмен впечатлениями об исполнении номеров концерта нужно откладывать до антракта или хотя бы до конца номера, до аплодисментов, во время которых вы сможете в нескольких словах обменяться мнениями с собеседниками.

Если ваше место в середине ряда, то проходить к нему необходимо лицом к зрителям уже сидящим в этом ряду.

В магазинах следует соблюдать те же правила, что и в других общественных местах: не толкаться, не нарушать общего порядка, не стараться быть обслуженным вне очереди.

Нельзя, особенно за границей, самому перебирать и переставлять выставленные вещи, снимать их с полок, пробовать запоры закрывающихся изделий - все это должен продемонстрировать продавец. Если предмет очень заинтересовал вас и вы решили купить его - попросите разрешение самому проделать с ним, для ознакомления, необходимые манипуляции, но соблюдайте при этом осторожность.

В магазинах тканей и готовых изделий из них не следует усиленно перетирать пальцами выставленные образцы. На Западе даже очень вежливые продавцы при виде энергично трущего пальцами ткань покупателя сначала неодобрительно покашливают, а если этот процесс затягивается больше, чем 5-7 секунд, решительно останавливают его.

В магазинах готового платья и обуви не нужно приводить в отчаяние продавцов неосуществимыми требованиями или просьбами относительно желаемых вами сочетаний форм, расцветок, качества изделия, если таких товаров в магазинах не имеется.

В продовольственных магазинах нельзя трогать руками товары без упаковки. При посещении магазинов за границей во избежании недоразумений храните кассовый чек до выхода из магазина.

Социологи подсчитали, что в большом городе каждый человек проходит ежедневно на улице мимо нескольких тысяч людей. Совершенно очевидно, что нормы нашего поведения на улице приобретают большое общественное значение. При современном темпе жизни люди на улице обычно торопятся. Но то обстоятельство, что каждому "некогда", не дает никому ни права, ни оснований толкаться, наоборот, обязывает к тому, чтобы стараться не толкнуть кого-либо. Если же это нечаянно случиться - обязательно нужно извиниться.

Встречных нужно обходить со своей правой стороны, обгонять - так же.

Не следует на ходу балансировать руками, особенно если в них что-нибудь есть : зонт, трость, портфель и т.п.

Не останавливайте на улице знакомого, если он идет не один: не известно, понравится ли знакомство с вами человеку, которому ваш знакомы обязан будет вас представить, да и нужно ли это знакомство вам самому.

В обратном случае - если вы не один, но вам очень нужно остановиться для краткого разговора со встреченным вами на улице знакомым, предварительно спросите разрешение на это у вашего спутника и, в случае его согласия, представив его знакомому, можете переговорить с ним в присутствии вашего спутника. Очень невежливо отзывать встреченных вами знакомых от их спутников (кроме того вы можете натолкнуться на отказ) или отходить от своего спутника для разговора со встреченным знакомым.

На общественный транспорт распространяется общее правило хорошего тона: женщину, старшего и занимающего более высокое положение следует пропускать впереди себя. При выходе из транспорта поступают наоборот: мужчина и младший выходят перед женщиной и старшим. Это правило не работает, если речь идет о вышестоящих лицах, которые всегда проходят первыми. Это происходит потому, что выходящий первым помогает выйти второму, и правило становится бессмысленным, когда речь идет о субординации. Иными словами, подавать руку начальнику при выходе из транспорта не стоит (если он, конечно, не женщина).

Следует отметить, что тактичный и воспитанный человек ведет себя в соответствии с нормами этикета не только в общественных местах, но и дома.

Список литературы

1. Аникеева Н.П. Психологический климат в коллективе. - М.: Просвещение, 1989. - 223 с.
2. Кузин Ф. А. Культура делового общения: Практическое пособие. — 6-е изд., перераб. и доп. - М.: Ось-89, 2002.- 320.
3. Морозов А.В. Деловая психология. Курс лекций; Учебник для высших и средних специальных учебных заведений. СПб.: Издательство Союз, 2000. - 576 с.
4. Немов Р.С. Социально-психологический анализ эффективной деятельности коллектива. М., 1984, - 216 с.
5. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии – СПб: Издательство «Питер», 2000 – 712с.