

Інтеріоризація — процес формування внутрішньої структури людської психіки за допомогою засвоєння соціальних норм, цінностей, ідеалів.

Основними сфери соціалізації є: спілкування, діяльність, самосвідомості. В результаті комунікації людина засвоює відповідні знання (загальнолюдські та спеціальні). А в процесі діяльності оволодіває досвідом. Сфера самосвідомості передбачає становлення “Я-концепції” індивіда, осмислення свого позиції в соціумі, засвоєння соціальних ролей, формування соціальної думки.

Соціальне виховання – це процес який супроводжує індивіда на протязі всього її життя. Соціальне виховання складова процесу соціалізації, що сприяє її успішності. Поняття соціалізація є значно ширшим поняттям, ніж соціальне виховання.

Отже, аналізуючи соціально-психологічні проблеми соціалізації особистості можна зробити такі **висновки**:

1. Соціалізація – це процес входження індивіда в соціум;
2. У сучасній науці процес соціалізації акцентується як процес засвоєння соціальних норм поведінки, цінностей, гармонійних стосунків;
3. Для успішної соціалізації необхідні соціальна адаптація та інтеріоризація;
4. Першочерговими сферами соціалізації є: спілкування, діяльність, самосвідомості.
5. Соціальне виховання складова процесу соціалізації, що сприяє її успішності.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Соціальна педагогіка: підручник / за ред. А. Капської. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 256 с.
2. Кон, И. С. Ребенок и общество : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / И. С. Кон. – М. : Издательский центр “Академия”, 2003. – 336 с.
3. Парыгин, Б. Д. Основы социально-психологической теории / Б.Д.Парыгин. – М.: Мысль, 1971. – 351 с.



Дембіцька В.В.

*студентка групи ПС-31 юридичного факультету
Тернопільського національного
економічного університету*

Науковий керівник: *к.психол.н., доцент кафедри
психології та соціальної роботи ТНЕУ*

Шаюк О.Я.

ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ ДО КУЛЬТУРИ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО СПІЛКУВАННЯ

Актуальність теми дослідження: Соціальний запит ставить високі вимоги до професійної підготовки психолога та визначає психологічну культуру майбутнього фахівця як одну з актуальних проблем сучасної психологічної освіти.

До її складу входить і культура мовленнєвого спілкування як її базовий структурний компонент. Ефективність роботи психолога значною мірою визначається вмінням спілкуватися з клієнтом, що передбачає щирий інтерес до людей, їхнього способу життя, емоцій, думок, вміння добирати правильні слова й тон, які забезпечують встановлення необхідного контакту, вміння слухати, терпіння. Тому, талант спілкування є найнеобхіднішою здатністю для професійної реалізації психолога.

Стан дослідженості проблеми: культуру соціально-психологічного спілкування та її вплив на ефективність роботи психолога розглядали такі науковці як М.О. Амінов, В.Г. Панок, Н.В. Чепелева, О.Ф. Копйов, О.Ф. Бондаренко, В.А. Семиченко, Н.Ф. Шевченко та інші.

Виклад основного матеріалу. Соціально-психологічне спілкування є складним процесом, тому що це основний засіб допомоги клієнту. Соціально-психологічне спілкування є багатоплановим процесом, адже психолог працює з різними віковими категоріями клієнтів та встановлює з ними контакт, вирішує різні типи проблем; на основі спілкування вивчає самого ж клієнта, його особливості, оточення з яким він взаємодіє та ін. Отже, суть спілкування полягає у налагодженні контакту між психологом та клієнтом, в результаті чого виникає довір'я, що є необхідною умовою для вирішення проблеми. До співпраці психолога з клієнтом спонукає потреба у спільній діяльності: з сторони клієнта – це потреба вирішити певну проблему, яка його хвилює; з сторони психолога – це допомогти клієнту знайти шлях вирішення проблеми [1].

Виділяють 3 сторони спілкування:

1. Комуникативна – це обмін інформацією психолога з клієнтом. Клієнт подає інформацію про: проблему, яка його хвилює та про те, що на його думку спонукало виникненню цієї проблеми; про себе та свої особливості; про найближче оточення; про свої почуття та переживання та ін. Психолог у процесі спілкування пропонує інформацію клієнту про: те, що на його думку спряло виникненню проблем; про можливі способи вирішення проблем; інформація про закони, які розкривають права та обов'язки; інформація про заклади в які можна звернутися по допомогу та ін.

2. Інтерактивна – це взаємодія між психологом та клієнтом. Тобто, вони один одного вислуховують, розуміють, йдуть на контакт, сприймають, поважають, між ними існує довіра.

3. Перцептивна – сприймання і розуміння людини людиною. Це проникнення у внутрішній світ клієнта: який характер; якими якостями володіє; які погляди на певні проблеми; мотиви життя та ін.

В залежності від того яке ставлення психолога до клієнта, до своєї діяльності, до самого себе психолог обирає ту чи іншу позицію в спілкуванні:

1. “Прибудова зверху” – психолог демонструє свою зверхність, самовпевненість, свою перевагу над клієнтом. Намагається показати, що він дуже обізнаний в різних питаннях, намагається запевнити клієнта, що він вирішить його проблеми, часто переконає клієнта в тому, що тільки він може вирішити цю проблему.

2. “Прибудова знизу” – психолог демонструє свою невпевненість у собі, своїх можливостях і навіть у можливостях спеціаліста такого як психолога, намагається

підкреслити, що проблема клієнта складна для вирішення та потребує дуже багато часу, зусиль, проявляє сумніви і у тому, що проблему клієнта можна вирішити.

3. “Прибудова поруч” – психолог проявляє свою зацікавленість у проблемі клієнта, демонструє бажання йому допомогти, підтримати, пропонує різні способи вирішення цієї проблеми, дає можливість з тих способів обрати найоптимальнішу для нього, приймаючи рішення прислухатися до думки клієнта, не байдужий до стану клієнта.

4. Позиція неучасті – психолог демонструє небажання взагалі спілкуватися з клієнтом, тим більше не вислуховує його, пропонує пізніше звернутися з своєю проблемою, демонструє свою зайнятість (поглядає на годинник, говорить що чекає важливого дзвінка).

Ефективності соціально-психологічного спілкування можуть перешкоджати і обмеження і бар’єри цього процесу. А саме:

1. Соціальні бар’єри – полягають в тому, що психолог спілкуючись з клієнтом використовує багато не зрозумілих клієнту термінів, наукових слів, будує дуже складні речення, зловживає різними цитатами. Це все ускладнює сприймання клієнтом тієї інформації, яку подає психолог.

2. Гностичні бар’єри – полягають в тому, що психолог не є особливо кваліфікований, немає достатньо знань, умінь і навичок, тому замість порад, які б мав запропонувати клієнту і які б мали конкретний характер користується загальними фразами.

3. Психологічні бар’єри – полягають в тому, що психолог відчуває страх перед аудиторією з якою повинен спілкуватися, страх перед конкретним клієнтом.

4. Фізичні бар’єри – полягають в тому, що психолог відчуваючи страх перед спілкуванням з клієнтом намагається “заховатися” за край шафи, відгородити себе кріслом чи столом, стати за трибуною. Таким чином психолог намагається зняти психологічне напруження використовуючи допоміжні засоби для того, щоб втримати рівновагу, не розгубитися.

Тому, виконання відповідних правил сприятиме ефективності спілкування психолога з клієнтом. Такими правилами є:

- спілкуючись з клієнтом постійно сприймати його реакцію;
- делікатна, толерантна поведінка психолога;
- вибір правильної позиції у спілкуванні – “прибудова поруч”;
- подолання бар’єрів у спілкуванні;
- виявляти зацікавленість проблемою клієнта;
- правило комунікативного етикету: порядок звертання молодшого до старшого, чоловіка до жінки, гостей до господаря, засоби звернення («ти», «Ви») і т.д;
- персоніфікований характер спілкування, розмова від імені власного «Я»: «Я вважаю», «Я думаю»;
- безоцінкове сприйняття клієнта та ін. [2].

Тому, говорячи про культуру соціально-психологічного спілкування, сформулюємо такі **висновки**:

1. Основний засіб допомоги клієнту - це соціально-психологічне спілкування;
2. Виділяють 3 сторони спілкування (комунікативна, інтерактивна та перцептивна) та позиції у спілкуванні (“прибудова зверху” , “прибудова знизу”, “прибудова поруч” , позиція неучасті);