



**СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ВОПРОСАМ
ФОРМИРОВАНИЯ ОСОЗНАННОГО ЧЛЕНСТВА В
ПРОФСОЮЗЕ**

**Гайдт Анна Юрьевна – ведущий специалист-социолог
УИЦ МФП**

Цели и задачи занятия

Цель занятия – выявление закономерностей социального процесса мотивации профсоюзного членства.

Задачи занятия – найти ответы на следующие вопросы:

- Что такое мотивация? Что такое профсоюзная мотивация?
- Что влияет на профсоюзную мотивацию?
- Как привлечь людей в профсоюз в современных условиях?

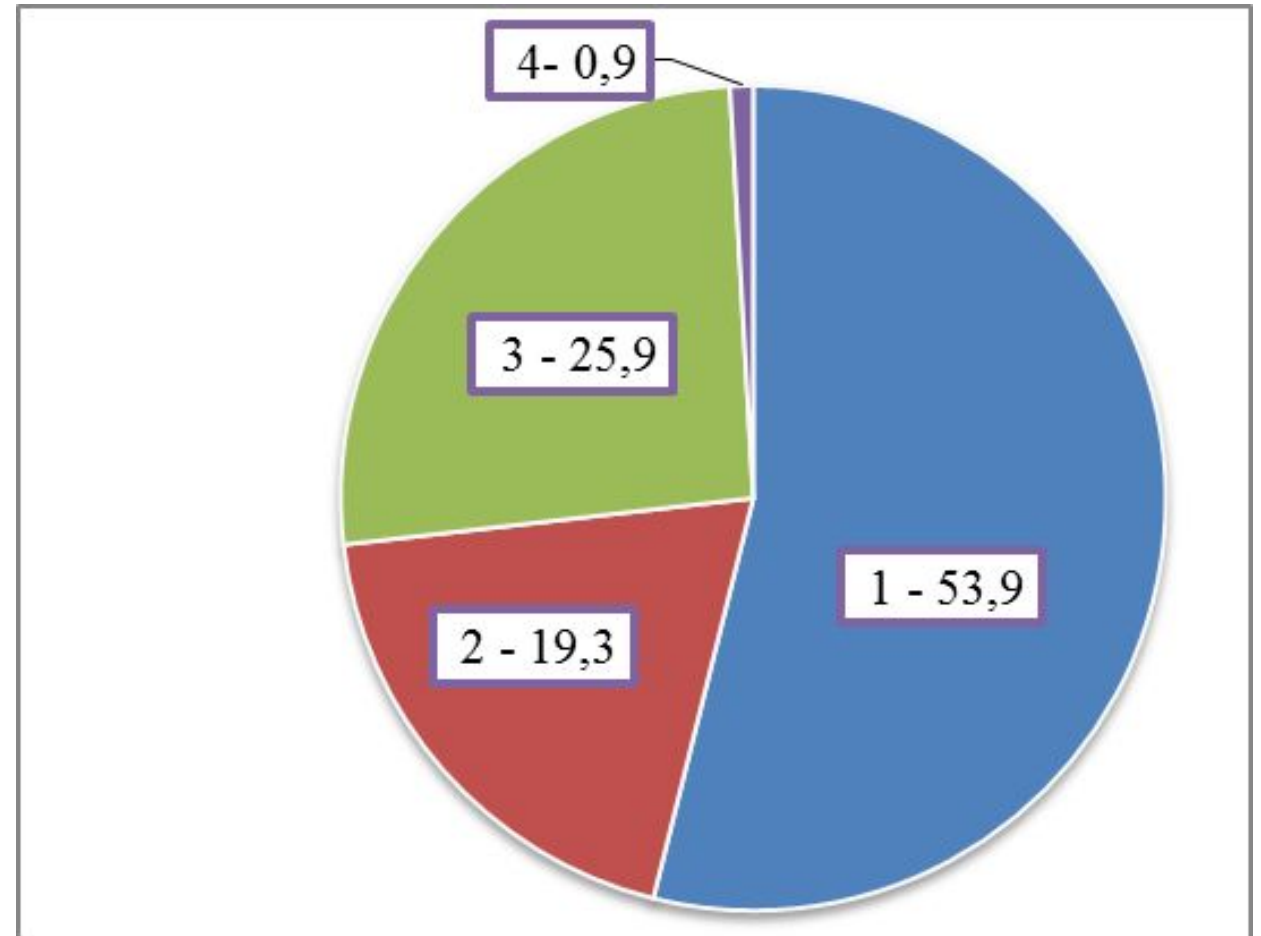




ЧТО МЫ ЗНАЕМ О МОТИВАЦИИ?

Насколько актуальна данная проблематика?

1. мотивация – это главный стратегический ресурс развития профсоюза;
2. актуальна, но в профсоюзном движении есть и более важные проблемы;
3. авторитет профсоюза как общественной организации снижается с течением времени, и противостоять этому сложно;
4. затрудняюсь ответить



Что такое мотивация?

- Повод, причина
- Побуждение к действию
- Объективная необходимость

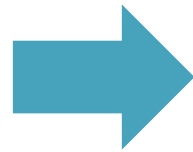
Что такое мотивация?

Что включает в себя понятие «мотивация»?

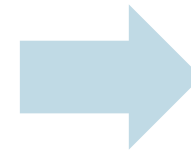
- **Потребность** – состояние нужды в определенных объектах или условиях, необходимых для жизни и развития организма, личности, социальной группы, общества в целом

Что мы знаем о потребностях?

Меняются с возрастом



**Зависят от воспитания
и психотипа**



**Зависят от личностных
достижений, неудач,
травм**



Ненасыщаемые потребности

- Стремление их удовлетворить не имеет чёткого предела
- Ненасыщаемость познавательного и духовного потребления заставляет человека развиваться, стремиться стать лучше

Что включает в себя понятие «мотивация»?

- **Интерес** – особое отношение к потребности, связанное с осознанием ее значимости и поиском способов удовлетворения

Что мы знаем об интересах?

**Потребность вызывает
желание обладать,
интерес - ознакомиться**

```
graph LR; A[Потребность вызывает желание обладать, интерес - ознакомиться] --> B[Сказывается не на желании, а на мыслях]; B --> C[Всегда эмоционально окрашен и осознан];
```

**Сказывается не на
желании, а на мыслях**

**Всегда эмоционально
окрашен и осознан**

Что включает в себя понятие «мотивация»?

- **Мотив** – движущая сила поведения; интерес, приведший к целенаправленной деятельности. Активное влияние на формирование мотива оказывают внешние побудительные причины (стимулы) и личностные установки человека

Что мы знаем о мотивах?



Какими мотивами руководствуются люди при вступлении в профсоюз?

Потребительские (дайте!)

Страховочные (защитите!)

Солидаристские (вместе мы сила!)

Карьерные (оцените!)

**Творческие
(я сумею!)**

Мотивационный процесс



Что такое мотивация?

- **Заинтересованность**
- **Приверженность**
- **Удовлетворённость**

Что такое «профсоюзная мотивация»?

- **Мотивация профсоюзного членства** – совокупность внешних и внутренних движущих сил (**стимулов**), побуждающих людей вступать в профессиональный союз и находиться в его рядах



ВНЕШНИЕ И ВНУТРЕННИЕ ФАКТОРЫ МОТИВАЦИИ

Что влияет на мотивацию профсоюзного членства (внешние причины)?

- **Изменение структуры занятости и социального состава работников**
- **Спад производства и падение уровня жизни**
- **Изменение характера труда и производства, системы найма работников**
- **Отношение власти к профсоюзам и общее падение престижа профсоюзной активности**
- **Реальные недостатки в работе конкретного профсоюза**
- **Господствующие в современном обществе ценности постмодернизма**

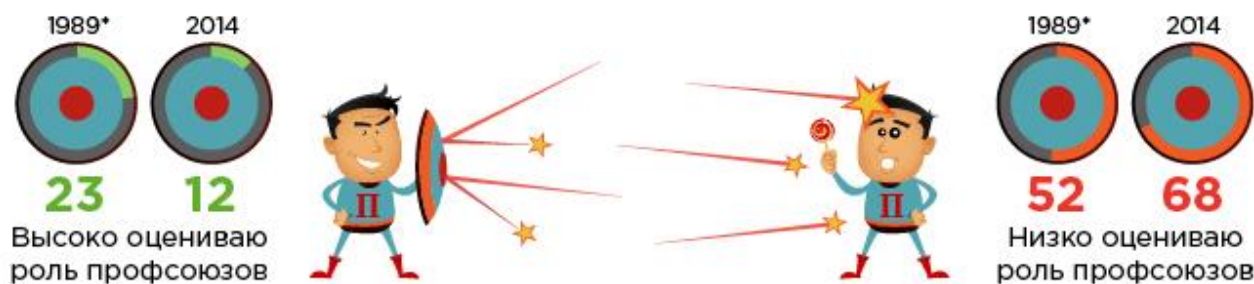
Эволюция задач профсоюзов

- **XIX век**
 - Безопасные условия труда
 - Повышение заработной платы
 - Долгосрочный трудовой договор
- **XX век**
 - Развитие системы социального страхования
 - Развитие системы социального партнёрства
- **XXI век**
 - Повышение качества жизни людей
 - Свобода выбора и саморазвитие
 - Обеспечение социальной сплочённости

ПРОФСОЮЗЫ В РОССИИ: ВЧЕРА И СЕГОДНЯ

Как Вы сейчас оцениваете роль профсоюзов в защите прав трудящихся в нашей стране?

(закрытый вопрос, один ответ, в %)



Возросла ли роль профсоюзов в защите прав трудящихся за последние три-пять лет или нет?

(закрытый вопрос, один ответ, в %)



* В 1989 г. массовый опрос проходил по репрезентативной всесоюзной выборке городского и сельского населения от 16 лет, объем выборки - 1019 респондентов

Профсоюзы Финляндии

- **Подавляющее большинство финнов (свыше 2 миллионов из почти 5,5) состоят в профсоюзах. Главные «проблемные» вопросы, за которые борются профсоюзы – минимальные размеры окладов, минимальный размер компенсации сверхурочной работы, время отпуска и т.д.**

Коллективные договоры в Финляндии

- Распространяются как на финских, так и на иностранных работников
- Предусматривается получение **альтернативного государственному пособия по безработице** в случае увольнения из кассы взаимопомощи
- Для этого работник должен быть членом профсоюза, по крайней мере, 6-10 месяцев и платить профсоюзные взносы – обычно 1-2% от брутто зарплаты. Выплаты по безработице же составят 60-80% всё от той же зарплаты – что обычно получается выше, чем государственное пособие по безработице

Трудовые отношения в Финляндии

- **Минна Хелле (42 года), представляющая Центральное объединение профсоюзов Финляндии (SAK), на ближайшие 4 года станет главным «национальным примирителем» (медиатором) трудовых споров в случае, если коллективный договор не может быть достигнут без стороннего посредничества!**

Профсоюзы Финляндии: какие задачи решают сегодня?



- **Центральное объединение профсоюзов Финляндии (SAK) требует равных условий труда для гендерных и сексуальных меньшинств!**
- **SAK призывает членов профсоюза повышать свою профессиональную квалификацию!**
- **SAK принимает участие в разработке изменений в пенсионном обеспечении Финляндии!**

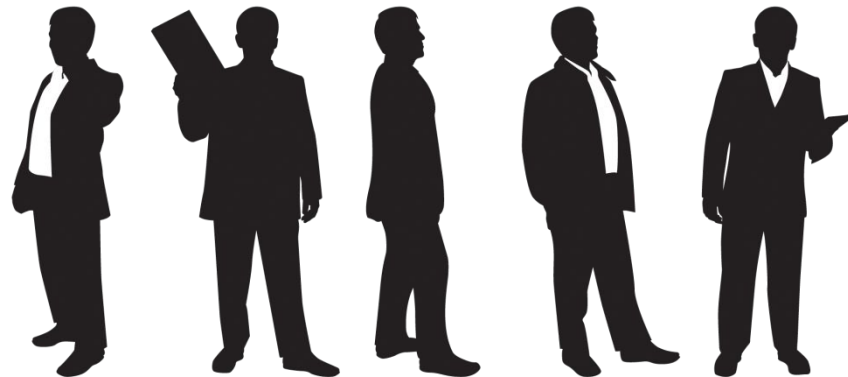
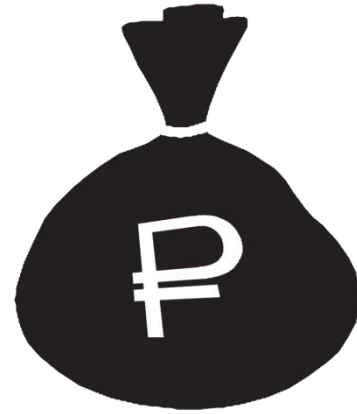
Пенсионная реформа в Финляндии

- До 2005 года финны выходили на пенсию в 59 лет, на данный момент на пенсию по старости можно выйти в 63 возрасте, на частичную пенсию можно выйти уже в 58 лет (работа на 0,5 ставки и 50% пенсии)

Пенсионная реформа в Финляндии

- Начиная с 2017 года пенсионный возраст будет поэтапно повышаться на 3 месяца каждый год и к 2027 году достигнет 65 лет
- Сотрудники, чей труд связан с большими физическими или умственными нагрузками, сохраняют право уйти на пенсию в 63 года

Понимание задач профсоюза определяет наше к нему отношение



Какие задачи решают современные профессиональные союзы?

- **Защита**
- **Занятость**
- **Зарплата**
- **Покровительство**
- **Посредничество**
- **Представительство**

Понимание задач профсоюза определяет наше к нему отношение



Понимание задач профсоюза определяет наше к нему отношение



Понимание задач профсоюза определяет наше к нему отношение



Что влияет на мотивацию профсоюзного членства (внутренние причины)?

- **Степень информированности о деятельности профсоюза**
- **Степень соотносимости идей и ценностей профсоюза с ценностями личности**
- **Оценка собственных возможностей участия в деятельности профсоюза и личных ожиданий от этой деятельности**
- **Степень доверия профсоюзным лидерам**

Что положительно влияет на мотивацию профчленства?

**Конкретные результаты работы
(47%)**

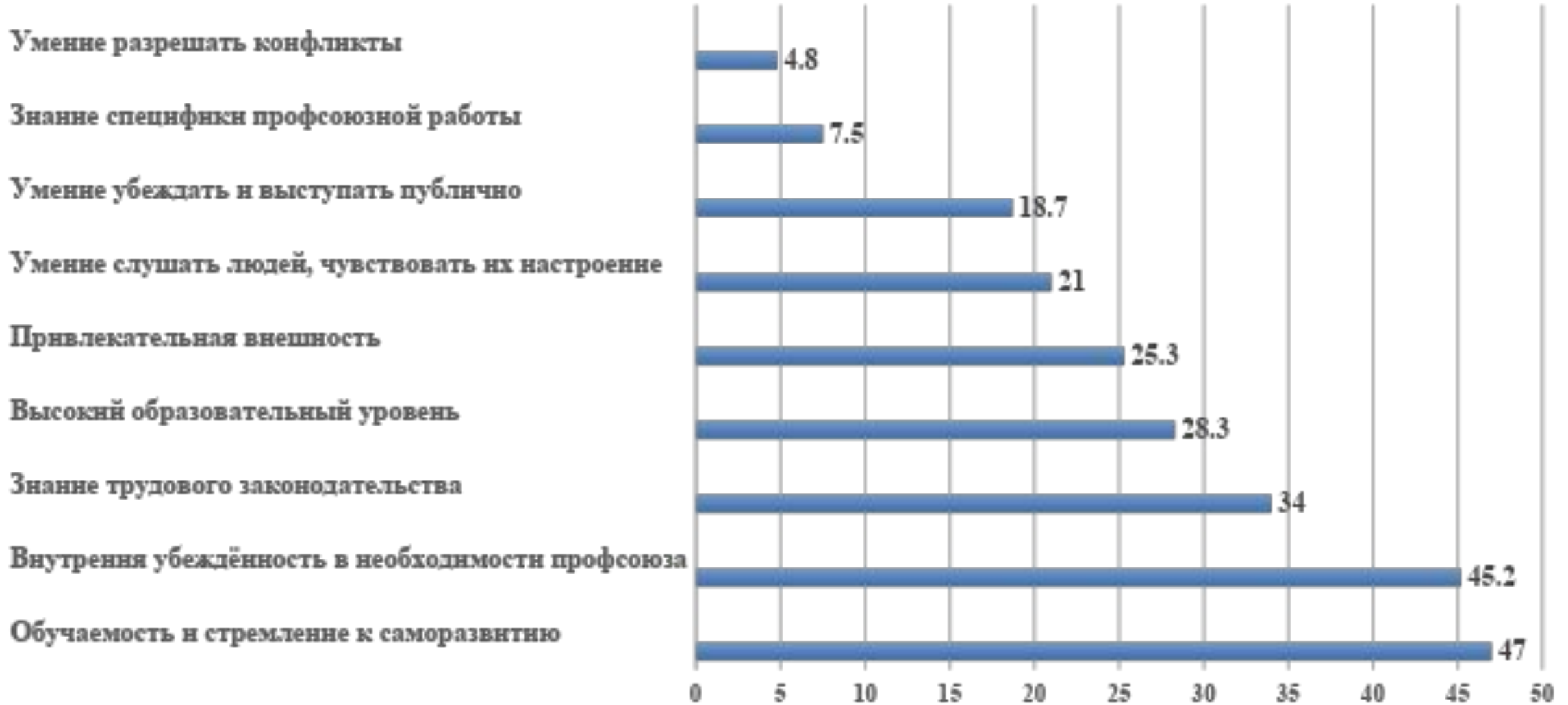
**Личная активность
председателя (45,2%)**

**Набор предоставляемых услуг
(37,3%)**

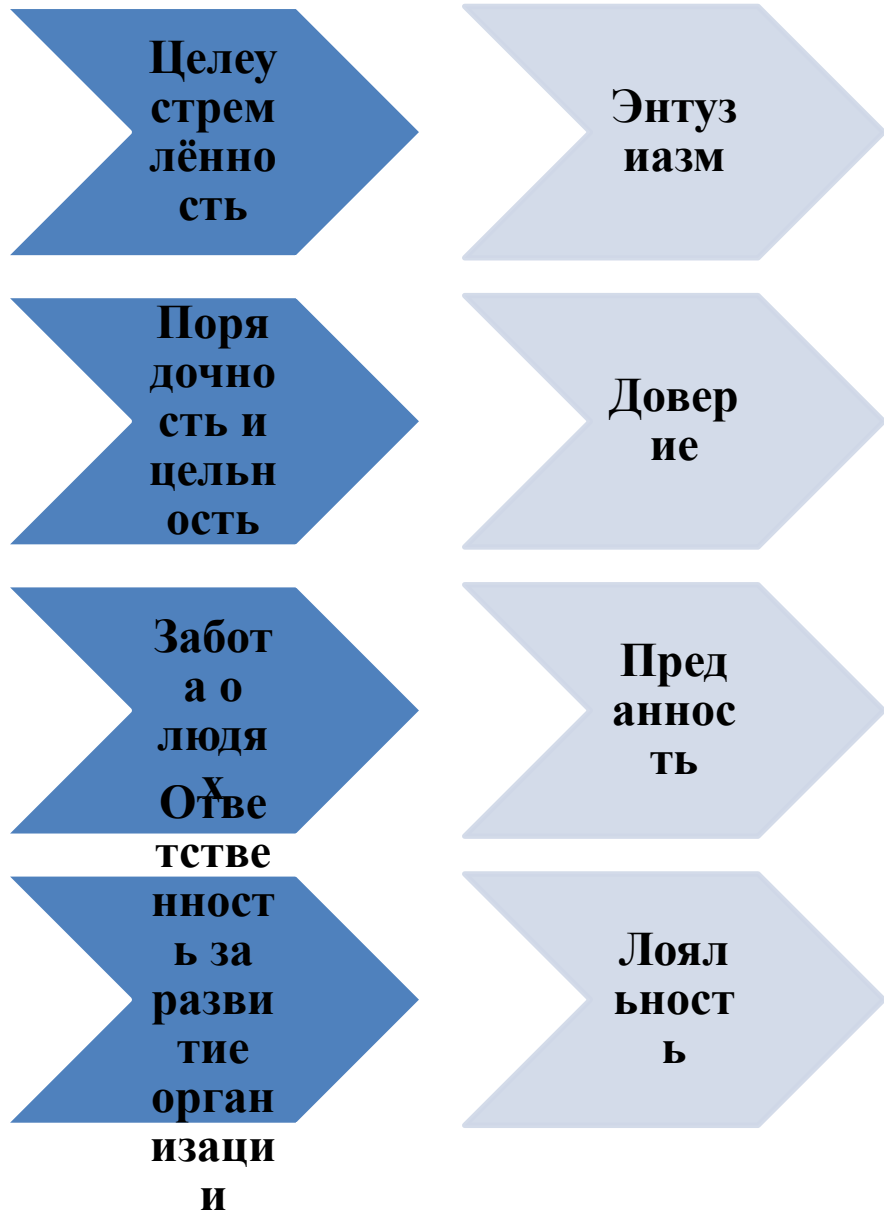
**Партнёрские отношения с
работодателем (27,7%)**

**Возможность бесплатного
обучения (21,1%)**

Какими качествами должен обладать современный профсоюзный лидер? (в процентах)



Ценности профсоюзного лидера и мотивация



Что отрицательно влияет на мотивацию профчленства?

**Молодые недооценивают,
взрослые – слишком много
ожидают (43,4%)**

**Невозможность участия в
управлении социальным
страхованием (34,9%)**

**Самоустранение некоторых
категорий работников (24,7%)**

**Нестабильность экономики
страны (22,9%)**

**Отсутствие единой системы
мотивации в ФНПР (19%)**



ИНДИВИДУАЛЬНОСТЬ ЧЕЛОВЕКА И МОТИВАЦИЯ



**Мотивация формируется в самом человеке?
Или её формирует профсоюз?**

Основные мотивационные типы личности

- **«Неспособен, но настроен»** – много энтузиазма, но имеет весьма «смутное» представление о профсоюзах. Нуждается в инструкциях – стиль влияния – **внушение**
- **«Неспособен и не настроен»** – есть определённые представления о профсоюзе, однако по объективным причинам человек демотивирован. Нуждается в поддержке – стиль влияния – **убеждение**

Основные мотивационные типы личности

- **«Способен, но не настроен»** – имеет необходимые знания и хорошо развитые навыки, однако не уверен в себе. Нуждается в дополнительной мотивации – стиль влияния – **соучастие**
- **«Способен и настроен»** – в целом положительно относится к профсоюзам, мотивирован, уверен в себе. Не требует особого внимания со стороны лидера – стиль влияния – **делегирование**

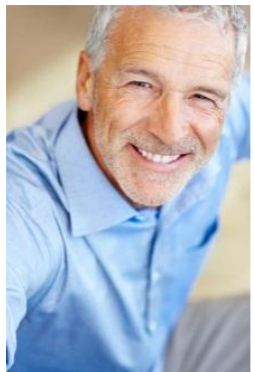
Типичные портреты будущих потенциальных членов профсоюза



Менеджер среднего звена, не старше 30 лет, женат, нацелен на карьерный рост



Девушка, не старше 30 лет, ничем особо не интересуется ни в жизни, ни тем более на работе (признаки NEET)



Специалист с большим опытом работы преимущественно на руководящих должностях, материально обеспечен



Специалист средних лет, замужем, двое детей, главная цель – обеспечение достойного уровня жизни семьи

Сложно или легко мотивировать молодёжь?

Легко

**Лишены стереотипов,
склонны к
изменениям**

**Подвержены
влиянию, креативны,
ждут новых
впечатлений и
возможностей**

Сложно

**Мыслят хаотично,
непоследовательны в
поведении, часто –
более активны в
Интернете**

**Снижено критическое
восприятие, не
обладают
достаточным
жизненным опытом**

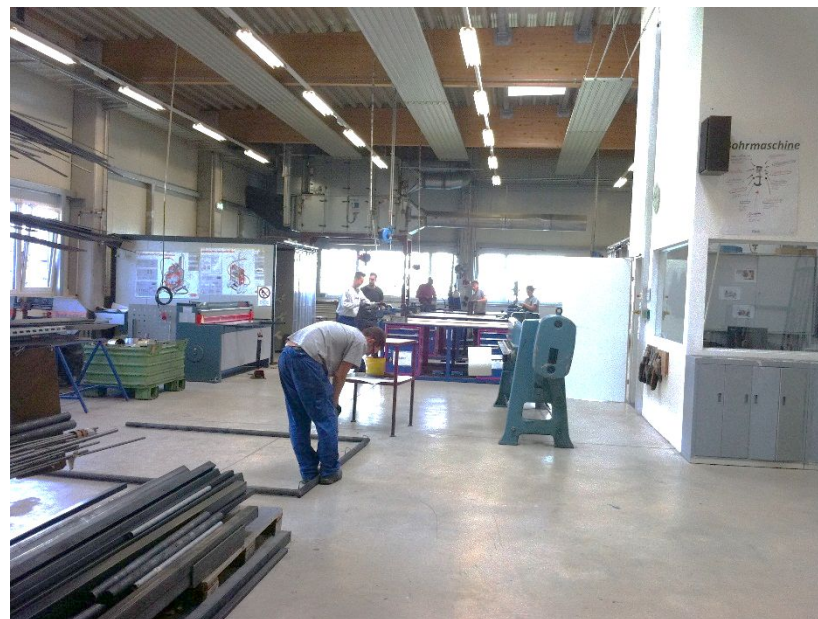
NEET-поколение, выбирающее безделье

- «Not in Employment, Education or Training» (не заняты, не учатся, не имеют профессиональной подготовки)

NEET-поколение, выбирающее безделье

- **Молодёжную безработицу** канцлер Германии Ангела Меркель в интервью «The Guardian» летом 2013 года назвала «пожалуй самой актуальной проблемой, с которой сталкивается Европа в настоящее время». В Европе более 5 млн безработной молодёжи до 25 лет

NEET-поколение, выбирающее безделье



Темперамент человека и мотивация

- Скорость (темпоритмы)
- Интенсивность эмоций
- Выносливость
- Чувствительность
- Степень открытости и закрытости

Темперамент человека и мотивация

- **Флегматик** – спокойный, сдержанный, способен накапливать неудовлетворённость, не любит инноваций, может работать в команде и самостоятельно, не стремится к лидерству
- **Сангвиник** – энергичный, часто – трудоголик, но находит время для отдыха, общительный, знает меру во всем, любит быть в центре внимания, считается толстокожим, но на самом деле принимает жизнь такой, какая она есть
- **Меланхолик** – чувствительный, сверхосторожный, боязливый, проницательный, хорошо чувствует людей, наблюдательный, быстро утомляется, не может работать в стрессе
- **Холерик** – открытый, прямой, общительный, активный интерес к людям и внешнему миру, выносливый, возбудимый, стремится к лидерству, эмоциональный, часто – максималист в оценках людей

Что мотивирует/ демотивирует флегматика?

- 1) Стабильность, надёжность настоящего и будущего;
- 2) Организационные традиции;
- 3) Работа, требующая усидчивости и внимания;
- 4) Признание успехов и похвала;
- 5) Хорошее рабочее место
- 1) Угроза немотивированного увольнения;
- 2) Работа, не позволяющая сосредоточиться;
- 3) Частые звонки и вызовы к руководству

Что мотивирует/ демотивирует сангвиника?

- 1) Ориентирован на высокий заработок;
 - 2) Возможности карьерной перспективы;
 - 3) Любит всё новое и прогрессивное;
 - 4) Возможность повышения профессиональной компетенции;
 - 5) Имиджевые атрибуты в работе;
 - 6) Корпоративные мероприятия, система дополнительных бонусов
- 1) Не привлекают организации, не развивающиеся, как бы «застывшие во времени»;
 - 2) Плохо реагирует на работу, не требующую проявления его личностных и профессиональных качеств

Что мотивирует/ демотивирует меланхолика?

- 1) Спокойная работа, не связанная с высоким уровнем ответственности;
 - 2) Хороший социальный климат, дружный коллектив, в котором ценятся взаимопонимание и поддержка;
 - 3) Уважение и доверие со стороны руководства;
 - 4) Отсутствие унижения, рисков, стресса и повышенного тона на работе
-
- 1) Деятельность, связанная с лидерством и ответственностью;
 - 2) Конфликты, выяснение отношений, отстаивание прав;
 - 3) Необходимость идти на риск, убеждать и прочая активность (быстро выгорает), ориентирован на поддерживающее общение;
 - 4) Невозможность проявить креативные способности

Что мотивирует/ демотивирует холерика?

- 1) Интересная работа с высокой интенсивностью;
 - 2) Креативная работа, принятие решений;
 - 3) Профессиональная конкуренция с организациями такого же уровня, возможности профессионального и карьерного роста;
 - 4) Постановка целей и их достижение;
 - 5) Сплочённая команда единомышленников
- 1) Давление со стороны руководства;
 - 2) Отсутствие публичной похвалы за успехи в присутствии коллектива;
 - 3) Карьера, власть мотивируют больше, чем заработная плата;
 - 4) Отсутствие развития в организации

Что мотивирует всех?

- **Привлекательность и стабильность компании**
- **Интерес к должностным обязанностям**
- **Достойная заработная плата**
- **Привлекательный социальный пакет**
- **Уважительное отношение руководства**
- **Признание заслуг и похвала**

Теория поколений в социологии

- **Поколение** – это группа людей, рожденных в определенный возрастной период, испытавших влияние одних и тех же событий и особенностей воспитания, с похожими ценностями

Какие поколения выделяют в российском обществе?

- 1) Поколение GI
- 2) Молчаливое поколение
- 3) Поколение Беби-Бумеров
- 4) Поколение X
- 5) Поколение Y
- 6) Поколение Z

Молчаливое поколение (1923-1943 г.р.)

- ***События, сформировавшие ценности:*** сталинские репрессии, Вторая мировая война, восстановление разрушенной страны.
- Ценности:*** преданность, соблюдение правил, законов, уважение к должности и статусу, честь, терпение

Поколение Беби-Бумеров (1943-1963 г.р.)

- ***События, сформировавшие ценности:*** советская «оттепель», покорение космоса, СССР – мировая супердержава, «холодная война», единые стандарты обучения в школах и гарантированность медицинского обслуживания. Психология победителей.
- ***Ценности:*** оптимизм, заинтересованность в личностном росте и вознаграждении, коллективизм и командный дух, культ молодости

Поколение X или «неизвестное поколение» (1963-1983 г.р.)

- ***События, сформировавшие ценности:*** продолжение «холодной войны», перестройка, война в Афганистане.
Ценности: самостоятельность (поколение «с ключом на шее»), индивидуализм, опора только на свой опыт, возможность выбора, нестандартность мышления, прагматизм, родина есть семья, ценят время

Поколение Y или поколение Сети (1983-2000 г.р.)

- ***События, сформировавшие ценности:*** распад СССР, теракты и военные конфликты, развитие цифровых технологий. Мобильные телефоны и интернет – их привычная действительность. Эпоха брендов.
- ***Ценности:*** в систему ценностей этой группы уже включены такие понятия, как гражданский долг и мораль, ответственность, но при этом психологи отмечают их наивность и неумение подчиняться. На первый план для поколения Y выходит немедленное вознаграждение

Поколение Z (родившиеся после 2003 года)

- **Новое поколение Z будет поколением замкнутых в своем внутреннем мире идеалистов-творцов**

Поколение Y – поколение брендов

- **Бренд** – ключевое понятие индустрии в XXI веке, сумма всех эмоций и ощущений, получаемых человеком при контакте с организацией (объединением, компанией) и её продуктами (услугами)

Бренд как инструмент управления людьми

Вера (убеждения)

Миссия

Внешние черты (символы)

Характер (истории, дела)

Стиль рекламы

Что такое миссия?



**ная формулировка главных сильных сторон объединения с установкой на будущее
ерены победить?**

ты были хороши в старые, добрые времена?

**тогане – лаконичной, легко запоминающейся фразе, выражающей суть миссии, часто в форме триады
обедил!»)**

Что такое миссия?

**Убежден
ие**

**Курить
вредно!**

**Практи
ка**

**Бросай
курить!**

Продукт

**Твое
здоровье
и
здоровье
окружа
ющих
улучши
тся!**

Бренд как инструмент управления людьми

Пусть другие толкуют о границах. Для нас границ нет. Пусть другие говорят о высоком риске. Мы не станем сидеть и ждать. Пока все осваивают один рубеж, Apple уже находится на пути к другому. И никогда не сворачивает назад!

Думай иначе! (Think Different!)



Стив Джобс – идейный вдохновитель и лидер компании

Рациональная, направлена на демонстрацию преимуществ, без акцентов на тематике, жанре, исполнении и игре

Убеждения и миссия Московской Федерации профсоюзов

- Консолидация сил, координация действий и взаимопомощь по представительству и защите трудовых и социально-экономических прав и интересов граждан
- «**Единство! Солидарность! Права человека труда!**»



Слоган Московской Федерации профсоюзов

- **Единство!**
 - **Убеждение в том, что все мы находимся в «одной ситуации»!**
- **Солидарность!**
 - **Активные коллективные действия по защите прав трудящихся!**
- **Права человека труда!**
 - **Трудовые и социально-экономические права не нарушаются!**

Бренд как инструмент управления людьми

Консолидация сил, координация действий и взаимопомощь по представительству и защите трудовых и социально-экономических прав и интересов граждан

Единство! Солидарность! Права человека труда!



История, примеры достижений

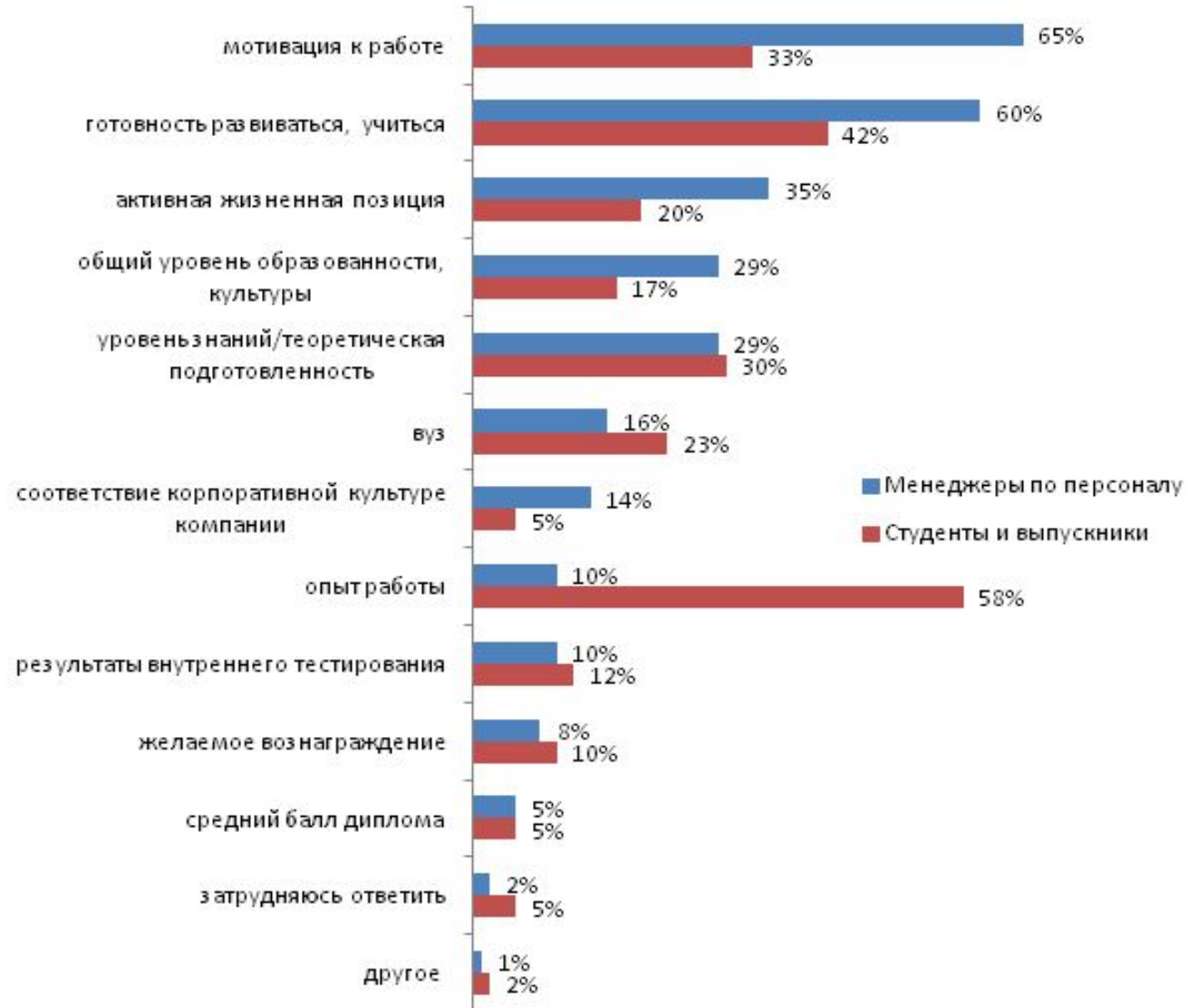
Рациональная, направлена на демонстрацию преимуществ, без акцентов на тематике, жанре, исполнении и игре

Работодатели не понимают поколение Y (исследование портала SuperJob от 26.06.2015, опрошено 1000 менеджеров по персоналу и 1600 молодых россиян)

Чем руководствуются работодатели при найме молодых специалистов?	Чем должны руководствоваться работодатели по мнению молодёжи (поколение Y)?
1) для 65% важна мотивация к работе	1) 58% молодых людей считают, что работодателей интересует в первую очередь опыт работы
2) для 60% – готовность развиваться и учиться	
3) для 35% – активная жизненная позиция	



Работодатели не понимают поколение Y (исследование портала SuperJob от 26.06.2015, опрошено 1000 менеджеров по персоналу и 1600 молодых россиян)

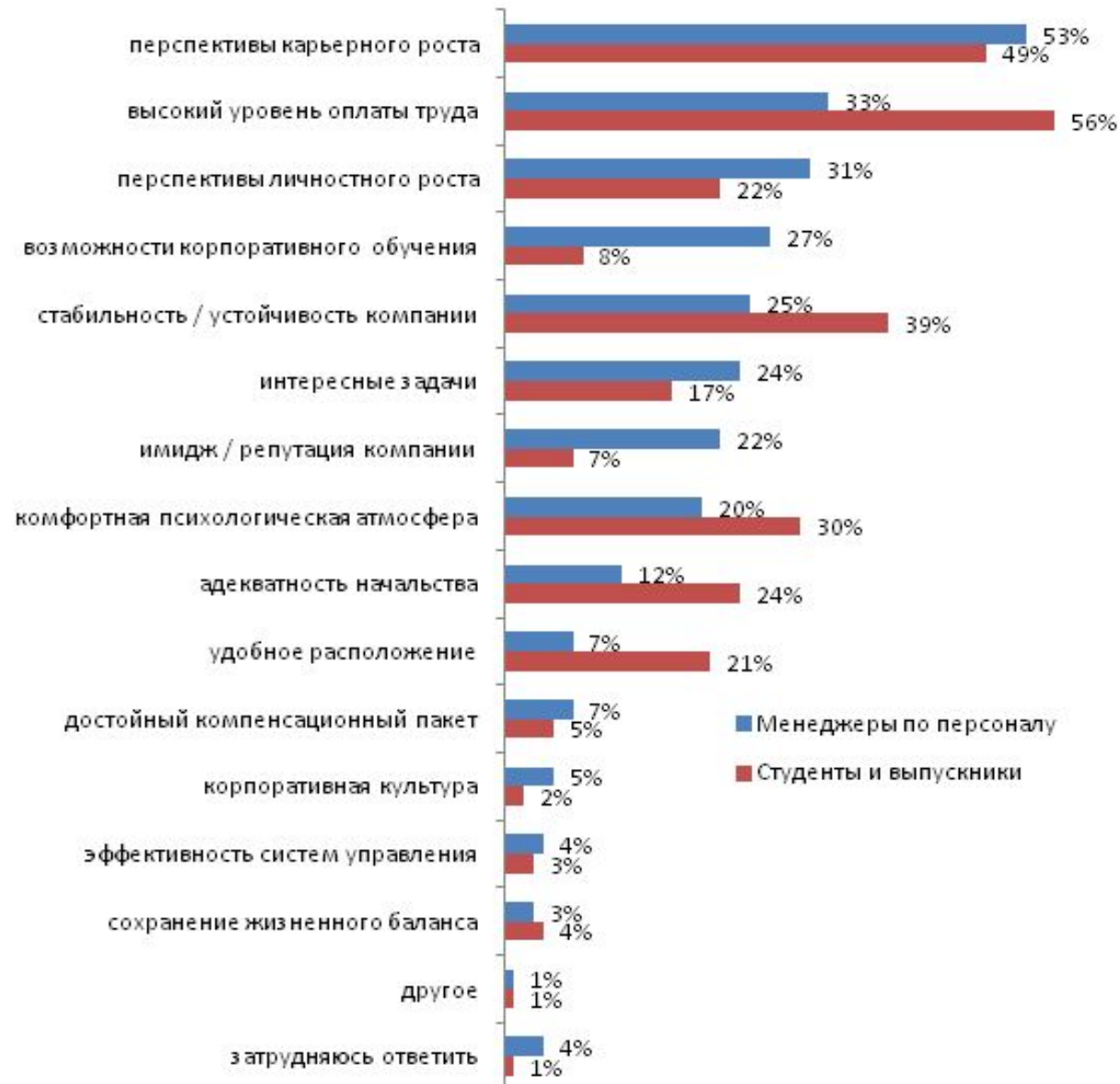


Работодатели не понимают поколение Y (исследование портала SuperJob от 26.06.2015, опрошено 1000 менеджеров по персоналу и 1600 молодых россиян)

Что думают работодатели об ожиданиях молодёжи в работе и карьере?	Что ожидает от работы молодёжь (поколение Y)?
1) 53% эйчаров считают, что молодёжь интересуется карьерный рост	1) 56% молодёжи ожидает высокой заработной платы
2) 33% работодателей убеждены, что молодёжь интересуют возможности личного роста	2) 49% молодёжи ожидает карьерного роста
3) 27% – возможности корпоративного обучения	3) 39% молодых людей хотят работать в стабильной компании
	4) 30% молодых специалистов стремятся работать в комфортной психологической атмосфере



Работодатели не понимают поколение Y (исследование портала SuperJob от 26.06.2015, опрошено 1000 менеджеров по персоналу и 1600 молодых россиян)



Отношение россиян к труду (в %, SuperJob, 15.09.2015)



- **Стабильность (47%)**
- **Карьера (39%)**
- **Обязанность (31%)**
- **Богатство (28%)**
- **Долг (20%)**
- **Развитие (19%)**
- **Успех (19%)**

Отношение россиян к труду (в %, SuperJob, 15.09.2015)



- Порядок (9%)
- Свобода (9%)
- Достоинство (8%)
- Счастье (4%)
- Радость (3%)
- Гармония (3%)

Отношение россиян к труду (в %, SuperJob, 15.09.2015)

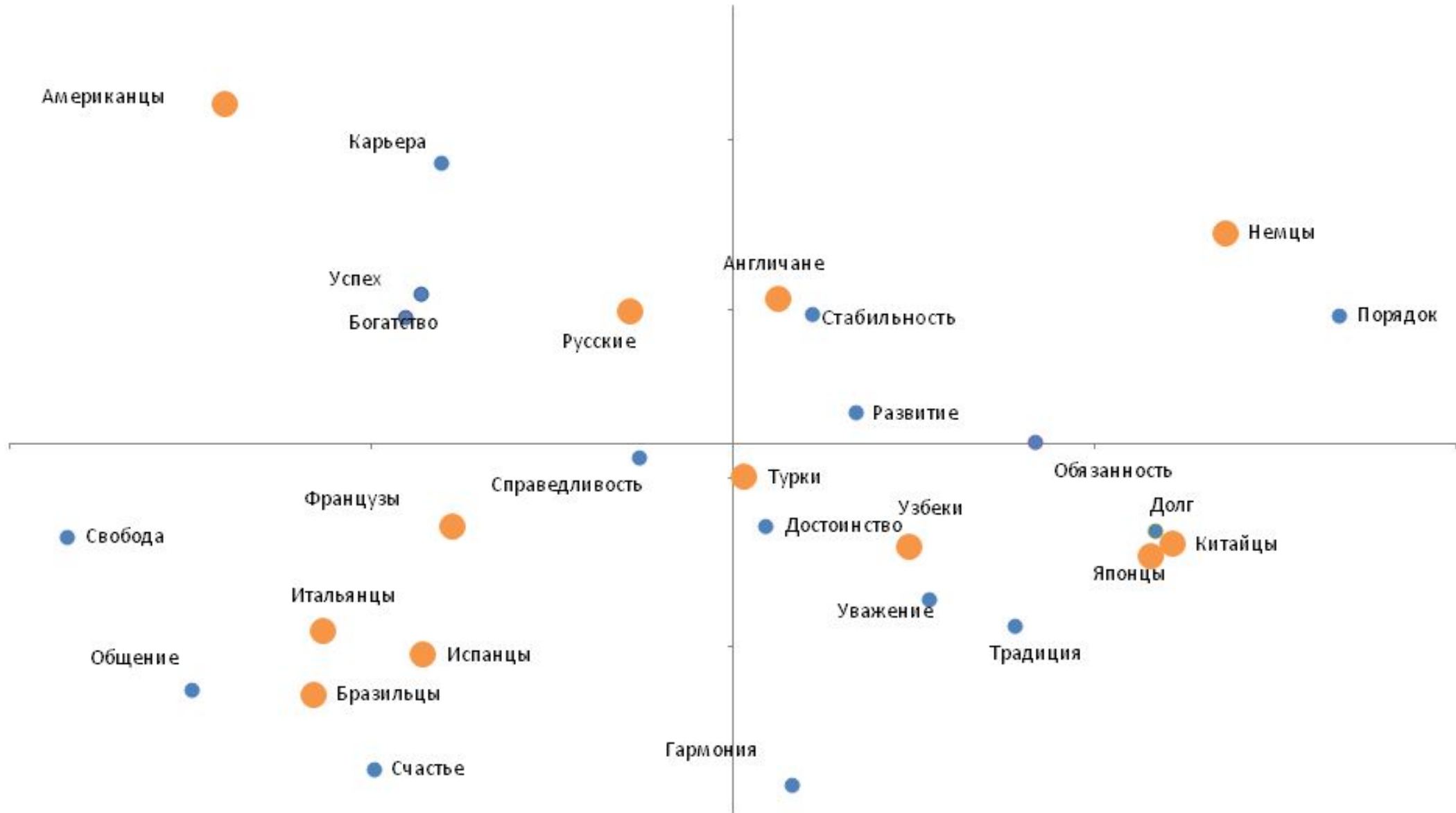
- **Нация:**

- 1) Стабильность (49%);
- 2) Карьера (39%);
- 3) Способ развития (19%)

- **Личное:**

- 1) Способ развития (48%);
- 2) Стабильность (47%);
- 3) Карьера (28%)

Отношение россиян к труду (в %, SuperJob, 15.09.2015)



Чего боятся россияне? (в %, опрос ФОМ, 26.03.2015)

- 20% - уничтожение лесов на планете
- 42% - здоровье близких
- 34% - безденежье
- 32% - угроза нападения других государств



**В ЧЁМ НАШИ МОТИВАЦИОННЫЕ
ПРЕИМУЩЕСТВА?**

Что мы можем предложить потенциальным членам профсоюза?

- **Профсоюз – это Ваш персональный защитник и выразитель коллективного мнения во взаимодействии и с работодателем, и с органами власти!**

Что мы можем предложить потенциальным членам профсоюза?

- **Коллективный договор – это:**
 - 1) уважение и учёт интересов сторон;
 - 2) справедливая оплата труда;
 - 3) лучшие условия труда;
 - 4) залог устойчивой работы предприятия (организации) в быстро меняющемся мире

На кого распространяются завоевания профсоюза?

- **На всех работников**
- **Только на членов профсоюза**

Из истории коллективного договора...

- Неравенство сторон трудового договора фиксируется ещё в **Средние века**
- Работодатель **в одностороннем порядке** мог добиться много, в то время как работники такого права не имели
- Такие возможности работодателя могли быть уравновешены только **коллективными действиями работников**

Из истории коллективного договора...

- **Первые коллективные договоры были заключены между мастерами и подмастерьями в Германии в 1351 и 1362 годах**

Из истории коллективного договора...

- **В Англии в 60-е гг. XIX века появляются первые соглашения на паритетных началах между работником и работодателем**
- **В 1906 г. во Франции законодательно закрепляется статус коллективного договора как источника трудового права**
- **Первые фабричные комитеты рабочих создаются в Германии в начале XIX века**

Из истории коллективного договора...

- **Коллективный договор никакого трудового отношения не устанавливает, он определяет только содержание тех рабочих договоров, которые могут быть в будущем заключены**
- **Ф. Лотмар, французский юрист**

Из истории коллективного договора...

- **Обязательное и всестороннее значение коллективному договору было придано в законодательстве Германии (1919) и Австрии (1919)**
- **Оговоренные в коллективном договоре условия труда можно было только улучшать, сам договор был не отменим**

Из истории коллективного договора...

- **В России первые коллективные договоры были заключены после крупной Бакинской забастовки в декабре 1904 г. между хозяевами и работниками каспийских нефтяных приисков. Золотой век теории и практики советского коллективного договора наступит позднее – 1920-е годы, начиная с 1922 – Декрет о коллективных договорах**

Кого должен защищать коллективный договор?

- **Коллективный договор имеет силу закона**
 - **США, Канада, Франция, Греция, Швеция, Испания, Бельгия, Нидерланды, Португалия**
- **Коллективный договор есть соглашение сторон**
 - **ФРГ, Дания, Норвегия, Швейцария, Россия**

Кого должен защищать коллективный договор?

- Коллективный договор распространяется только на членов профсоюза
 - Болгария, Новая Зеландия,
 - *Израиль*, ФРГ, Швеция,
 - Швейцария, Япония,
 - Бельгия, Ирландия,
 - Дания, Норвегия,
 - Финляндия, *Италия*
- Коллективный договор распространяется на всех
 - Испания, Франция,
 - Великобритания,
 - США, Россия

Почему коллективный договор нужен работникам и работодателям?

- Положительно влияет на мотивацию труда
- Нормативно-регулирующая функция (создание свода правил и норм организации)
- Интегративная функция (снижение уровня конфликтности, объединение коллектива)
- Коммуникативная функция (усиливает информационный обмен в организации и способствует взаимопониманию между работодателем и работниками)
- Для производственных и коммерческих структур способствует оптимизации налогообложения организации в части исчисления налога на прибыль (статьи 251, 255, 264, 270 Налогового кодекса РФ)

- **Напишите не менее 10 вариантов ответа на вопрос**
- **«Кто я?»**

Теория групповой идентичности С. Московичи

- **Групповые идентичности**
 - **Пол, возраст**

 - **Национальность,**
 - **религия, культура,**
 - **профессия,**
 - **гражданство**

- **Субъективные, «по интересам», по ролям**

Эффект принадлежности к группе

- **Человек, отождествляя себя с какой-либо группой, стремится оценить её положительно, поднимая таким образом статус группы и собственную самооценку**

Профсоюзный рефрейминг

- **Рефрейминг – избавление от неудачных психических шаблонов через изменение контекста или через изменение ценности содержания сообщения (следовательно и его восприятия)**



БЛАГОДАРИЮ ЗА ВНИМАНИЕ!