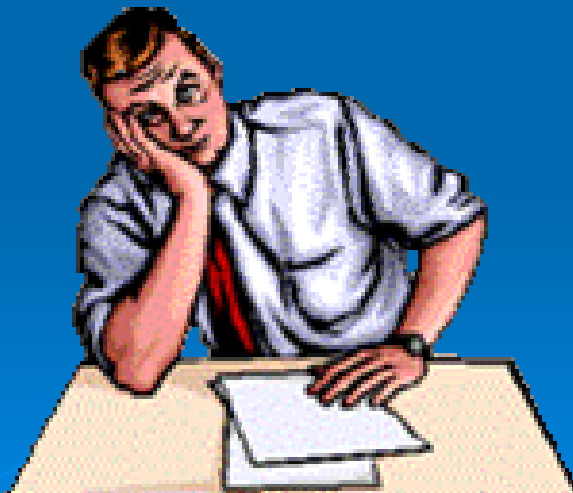


PSICOPATOLOGIA DEL MANAGEMENT



Definizione

Psicopatologia del Management:

studia le strutture distorte di personalità e di modalità del vivere organizzativo diffuse nelle aziende di oggi.



PRAGMATISMO

Si caratterizza per una modalità realizzativa che vede solo il risultato finale, saltando tutti gli step intermedi. Il risultato va raggiunto bene, in fretta e concretamente. Si ha poca pazienza con chi ha modi differenti di lavorare.

“Sei pagato per fare e non per pensare!!”



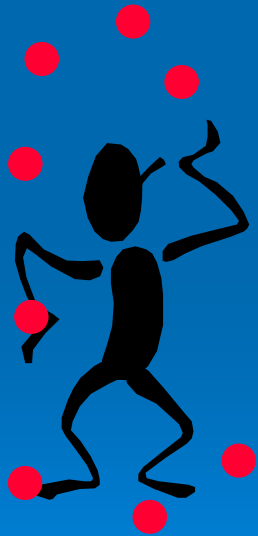
- Logico
- Razionale
- Privilegia il fare sul pensare
- Non sa ascoltare pareri diversi
- Efficace
- Finalizzato
- Deciso
- Irrigidisce gli schemi
- È concreto
- Rapido

Svantaggio per l'azienda: chiude ogni strada all'innovazione

BANALIZZAZIONE

E' un atteggiamento caratterizzato dalla tendenza a sminuire e rendere superficiale tutto ciò di cui si parla, aggrappandosi a luoghi comuni (frasi killer).

“Lancio il sasso e poi mi tiro indietro”!



Blocca il formarsi di pensieri o proposte da parte degli altri membri del gruppo assestandosi su piani di bassa qualità e demotivando il gruppo stesso.

Svantaggio per l'azienda: investe energie non per fare, ma per disfare.

SUPERFICIALITA'

E' aperto al dialogo, facilmente raggiungibile e disponibile, il superficiale si lascia coinvolgere in tutti i modi, dà ascolto a tutto ciò che gli altri dicono e può perciò essere pericolosamente influenzabile e vulnerabile.

“Scusa, non so perché l’ho fatto!”



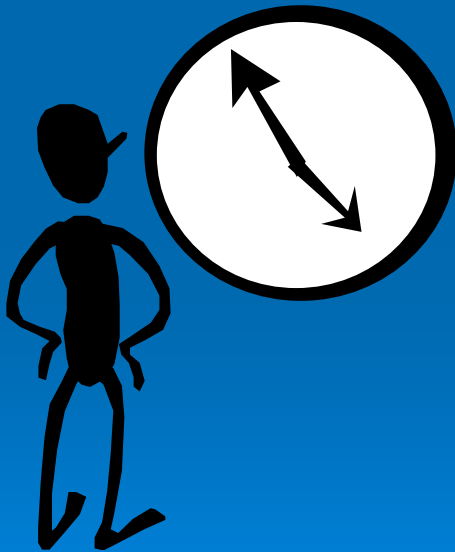
Il superficiale non è subito riconoscibile, ma emerge dopo un po' di tempo di lavoro speso insieme. Generalmente si tenta di dare spiegazioni ragionevoli al suo comportamento, ma spesso non ne esistono.

Svantaggio per l'azienda: non autonome, da seguire costantemente.

ASTORICITA'

Consiste nella mancanza di coscienza storica, di visione prospettica temporale, di previsionalità dei comportamenti, ragionano esclusivamente sul presente non tenendo conto delle cause e delle conseguenze.

“Cosa è successo? Cosa succederà?”

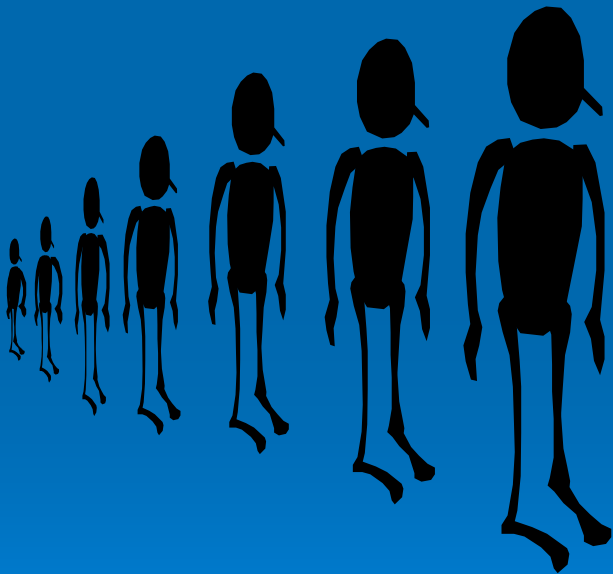


Sostiene di non saperne nulla perché nessuno lo tiene aggiornato, ma nessuno sforzo è volto ad accrescere la propria conoscenza degli eventi.

Svantaggio per l'azienda: non apprende dall'esperienza, facendo sempre gli stessi errori.

CONVENZIONALISMO

Il conformista sociale prova piacere nell'omologazione, nell'appartenenza al gruppo e nella dipendenza dallo stesso. Non si oppone mai, non critica mai l'azienda, la sua esistenza sta nell'essere invisibile.



“Yes, men!”

E' difficile da individuare perché farà di tutto per non emergere e non differenziarsi dalla massa. E' cordiale, amabile, collaboratore ideale per i capi autoritari e dogmatici.

Svantaggio per l'azienda: non si mette mai in gioco.

ATTIVISMO

Sono presi da mille cose, spesso accentratori e controllori, appaiono sempre in movimento, non hanno tempo per leggere o colloquiare, ma devono fare, produrre, darsi da fare. Infondono agitazione che spesso diventa di intralcio al lavoro da svolgere.

“Fare, fare e poi...fare!”



In alcuni casi si può associare all'indispensabilismo e quindi la persona si sente insostituibile, fondamentale alla vita dell'azienda rinunciando addirittura ai periodi di ferie.

Svantaggio per l'azienda: infonde stress negativo ai collaboratori privandoli di delega.

CONTRODIPENDENZA

Atteggiamento di dubbio e critica costante, di difesa e opposizione verso situazioni in cui è presente una valutazione e di rivolta verso qualunque evento che possa rappresentare una regolarizzazione.



“Non vengo mai apprezzato!”

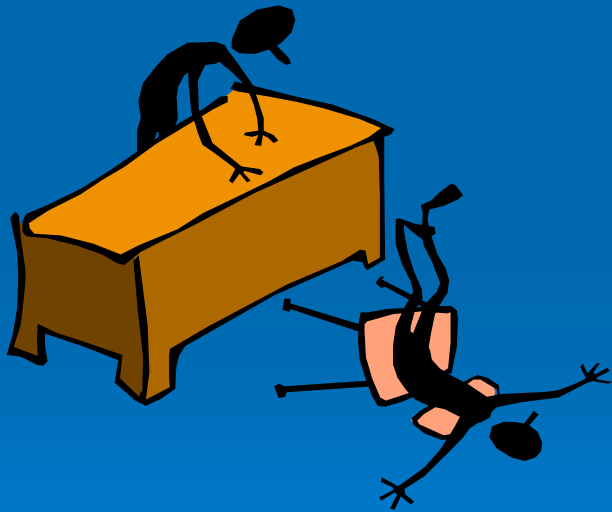
Sono persone che si collocano in una fase più vicina alla paranoia che allo stato di fusione (vedi lezioni precedenti). Difficilmente riusciranno a collocarsi adeguatamente all'interno di un gruppo di lavoro.

Svantaggio per l'azienda: sono dei sabotatori nei confronti di tutti coloro che gli si oppongono

OPPORTUNISMO E MACCHIAVELLISMO

L'opportunista tenta di non creare conflitti, di non essere mai riconosciuto come causa scatenante, lavorando nell'ombra. Il soggetto machiavellico colpisce per la freddezza, per la mancanza di valori personali; è calcolatore, manipolatore, razionale, utilitaristico, affascinato dalla gestione del potere.

“Prima io, e poi tutti !”

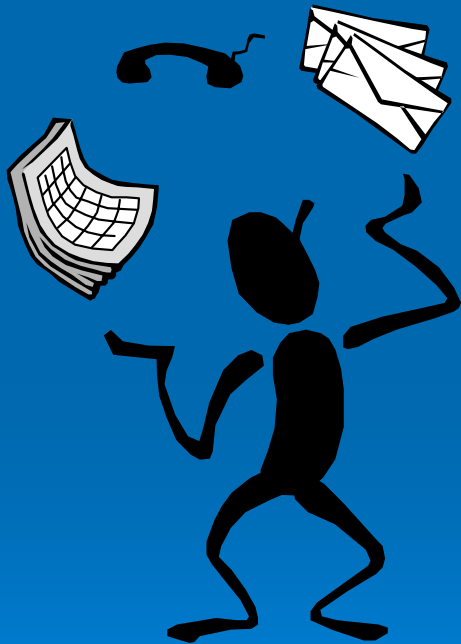


Possono essere estremamente utili se i loro obiettivi personali coincidono o si conciliano con quelli aziendali perché vi si dedicano con sforzo, impegno e determinazione, pronti a tutto pur di arrivare.

Svantaggio per l'azienda: fa prevalere i propri obiettivi a quelli dell'azienda

ASSENZA DI VALORI

L'assenza di un valore da assegnare al proprio operato rende la visione del lavoro come un dovere o un incidente di percorso, da cui non ci si può sottrarre e che, fortunatamente, un giorno finirà.



“Non mi importa di nulla!”

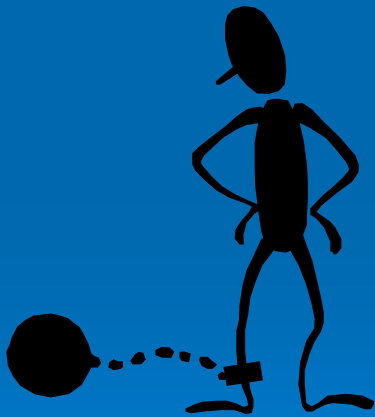
Non avendo valori personali, possono essere facilmente malleabili e possono assumere senza remore i valori aziendali.

Svantaggio per l'azienda: poco orientate alla mission e poco inclini ad esporsi personalmente.

DISTORSIONI ETICO SOCIALI

Portatori di dis-valori, ovvero valori che possono essere accettati in particolari sub-strati sociali o famigliari, ma che tendenzialmente sono rifiutati dalla società in generale.

“Io e la società siamo mondi a parte!”



Proprio perché portatori di valori negativi, sono adattabili anche a svolgere lavori tendenzialmente *sporchi*.

Svantaggio per l'azienda: *creano un inquinamento sociale nell'ambiente lavorativo.*

AUTOCENTRATURA

L'autocentratura è una forma primitiva di narcisismo e si manifesta con la scarsa capacità di considerare fatti, idee, eventi che siano in qualche modo lontani da loro.

“L'importante.....sono io!”



- Egoiste
- Sorde alle necessità degli altri
- Chiuse
- Concentrate su loro stessi
- Rigidi all'ascolto

Svantaggio per l'azienda: ignora i bisogni, le richieste ed i contributi che le altre persone possono portare al miglioramento dell'azienda.

VENDERE E ACQUISTARE

Cercano di convincere o persuadere i collaboratori al fine di creare consenso. Persone come merce, opinioni come prodotti sui quali porre un cartellino con il prezzo.

“Ognuno ha il suo prezzo!”

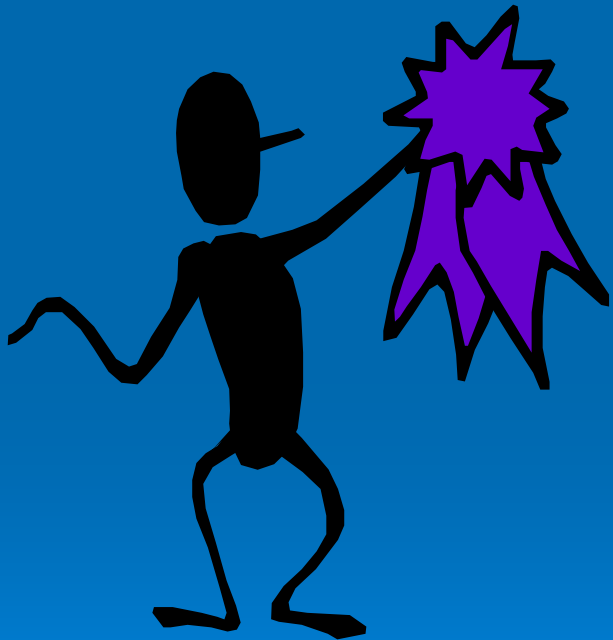


L'importante è raggiungere l'obiettivo, comprando i dissensi e vendendo anche motivazioni illusorie.

Svantaggio per l'azienda: lavorano facendo terra bruciata

MEGALOMANIA

Sono incapaci di vedere se stessi come causa di un fallimento, pensano in grande, non conoscono l'umiltà del vivere il lavoro quotidiano, sono intransigenti, invadenti.



“Sono tutto io!”

Scarsa coscienza dei loro limiti, pronti a spingersi sempre più in là per raggiungere il loro obiettivi che spesso sono sopra la propria portata.

Svantaggio per l'azienda: Il fallimento è sempre assicurato, è solo una questione di tempo

AGGRESSIVITA' DISTRUTTIVA

Manifestare l'aggressività attraverso l'odio, la voglia di distruggere o annientare, ostilità, competizione negativa. L'aggressività si acuisce contro i colleghi "diversi", contro i legami creativi, contro i gruppi di lavoro che hanno trovato un buon equilibrio.



“Ti distruggo!”

Possono essere scambiate per persone propositive, sanamente competitive e perciò particolarmente valorizzate.

Svantaggio per l'azienda: l'aggressività può rivolgersi contro chiunque, compreso il capo

INVIDIA

Non viene mai manifestata in modo diretto e lineare e quindi è spesso difficile individuare tale atteggiamento.

“Come sono contento per te!”



Può spesso diventare distruttiva, sia nei confronti delle persone all'interno dell'azienda sia verso le persone esterne

Svantaggio per l'azienda: pregiudicano la realizzazione di progetti

IMPOTENZA

Si sentono privi della potenza interiore per muoversi e per realizzare le attività; possono continuare ad esistere finchè saranno difesi o spalleggiati da persone più importanti.

“E’ inutile non ce la farò!”



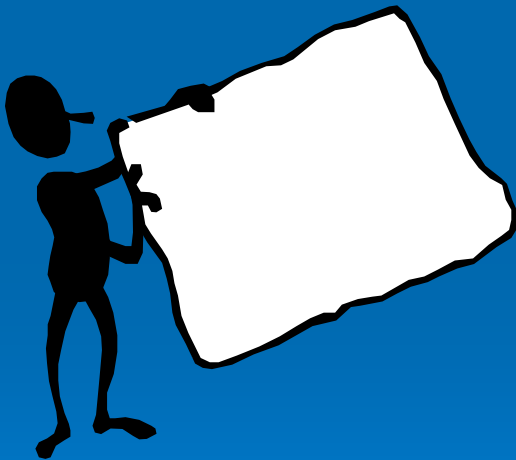
Possono funzionare bene se sorretti ma possono crollare nel momento in cui sono posti di fronte ad un compito da realizzare da soli.

Svantaggio per l'azienda: bassissimo senso dell'autoefficacia

ESSERE VUOTI

Tutto passa intorno a loro senza coinvolgerli più di tanto. Scarsa autoironia, disincantati, storicamente isolati ma affidabili nell'esecuzione dei compiti e nella sudditanza nei confronti del potere costituito.

“Nulla mi tocca !”



- Asettico
- Monotono
- Costanti
- Operano senza emozioni
- Non si lascia sedurre ne deludere

Svantaggio per l'azienda: scarsamente coinvolgibili emotivamente nei progetti dell'azienda

FALSE IDENTITA'

In questa categoria rientrano gli abili imitatori, quelli che si fanno strada copiando e recitando un copione. Poi vi sono coloro che cambiano maschera a secondo della convenienza; i contraffattori consapevoli e consenzienti e infine coloro che non hanno mai scoperto chi si nasconde dietro (dentro) loro stessi.



“Sarò chi dico di essere?”

Appaiono *come se* fossero vere, normali e reali .

Svantaggio per l'azienda: noi si conosce e può anche mutare repentinamente, a seconda delle opportunità.

IL PIACERE DI SOFFRIRE

Sono, e amano, rimanere incastrati in quel lavoro che da loro così tante sofferenze e grattacapi, impegnandosi a svolgere le loro faccende, tendono al mugugno e al borbottio, costantemente portati a rimuginare su ciò che non va.

“Nulla va mai come vorrei !”

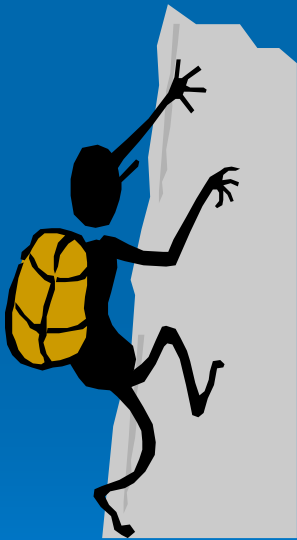


Qualunque consiglio verrà accolto con un'alzata di spalle e con espressioni di scetticismo

Svantaggio per l'azienda: se diventano capi possono trasferire questa mentalità ai propri collaboratori.

IL COSIDDETTO ADULTO

Sono quelle persone che apparentemente risultano capaci ma in fondo sono totalmente incapaci a far fronte delle vicissitudini della vita aziendale.

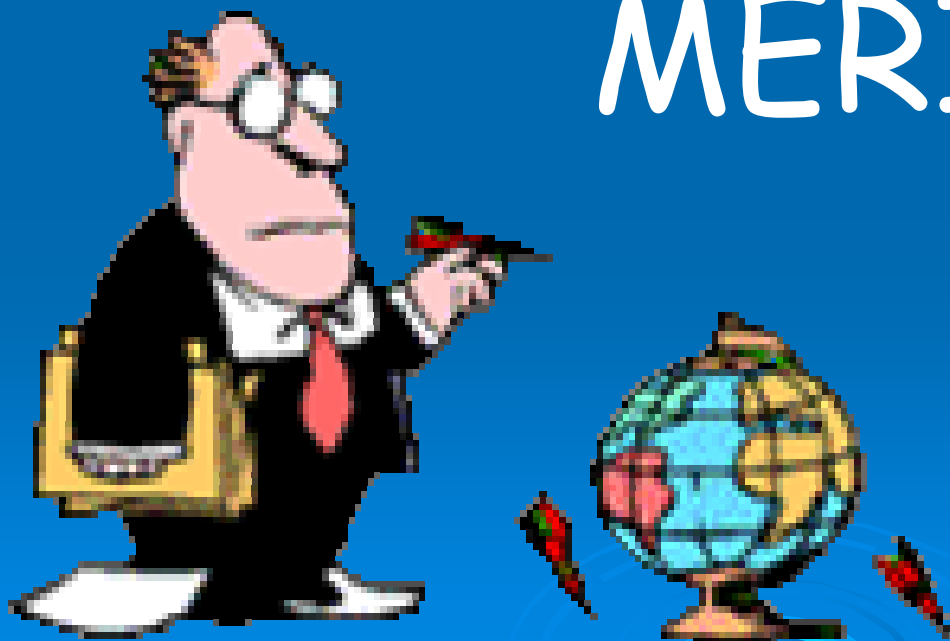


“Ci provo ma non ci riesco !”

Non riescono a risolvere problematiche più difficili rispetto al solito tran-tran.

Svantaggio per l'azienda: non facilita la crescita

OGNUNO HA IL
CAPO CHE SI
MERITA !!!!



UNA BUONA GIUSTIFICAZIONE