



# Общение как понимание

Параграф 33 учить и пересказывать



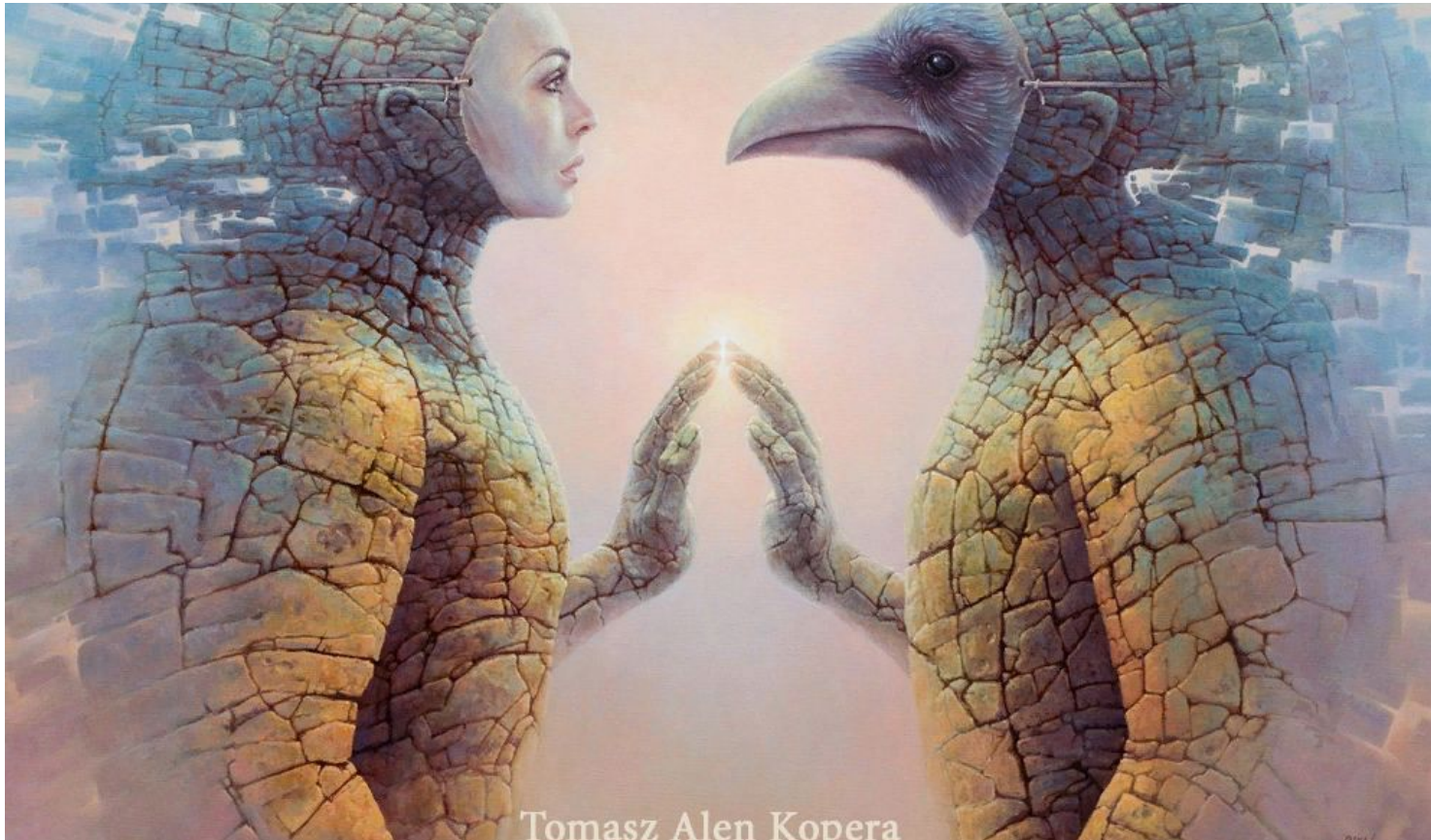
- План урока:
  - Как происходит восприятие
  - Стереотипы и «эффекты восприятия»

Проблемный вопрос: в чём же суть проблемы общения?



Очевидно, что эффективное общение невозможно без правильного восприятия, оценки, взаимопонимания партнёров. Процесс общения начинается с наблюдения за собеседником, его внешностью, голосом, особенностями поведения. Психологи говорят, что происходит восприятие одним человеком другого

- Социальная перцепция – процесс, который возникает при взаимоотношении людей друг с другом и включает восприятие, изучение, понимание и оценку людьми социальных объектов: других людей, самих себя, групп или социальных общностей
- Поскольку человек вступает в общение всегда как личность, постольку и он сам всегда воспринимается другими людьми как личность



Tomasz Alen Kopera

На основе внешней стороны поведения мы как бы «читаем» другого человека, расшифровываем его внутренний мир, особенности личности по внешним проявлениям (С. Л. Рубинштейн)

- Впечатления, которые возникают при этом, играют важную роль, регулируя процесс общения
- В ходе познания другого человека одновременно осуществляются и эмоциональная оценка этого другого, и попытка понять логику его поступков и строй мышления, а затем, уже на основе этого, построить стратегию своего собственного поведения

Таким образом, когда говорят о перцептивной стороне общения, то имеют в виду особенности восприятия не физических, а социальных объектов, к которым относятся формирование представления о намерениях, мыслях, способностях, эмоциях, установках

- Особенности процесса восприятия:

1. Объект не пассивен, по существу действуют два субъекта, и отношения носят субъективно-объектный характер. Каждый из субъектов стремится определённым образом представить себя, привлечь внимание, создать необходимое впечатление
2. Важную роль играет субъективная сторона, восприятия подвержены изменениям в зависимости от конкретных условий, настроения партнёров по общению. Нередко оценка сопровождается приписыванием партнёру тех свойств, которыми тот не обладает. Отсюда и ошибки в восприятии партнёров
3. Связано с эмоциональной стороной межличностных контактов. Люди преувеличивают достоинства того человека, который им нравится, и недостатки того, кто им не нравится

Механизмы социальной перцепции – способы, посредством которых люди воспринимают и определённым образом интерпретируют, понимают и оценивают друг друга:



Механизмы социальной перцепции – способы, посредством которых люди воспринимают и определённым образом интерпретируют, понимают и оценивают друг друга:

---

- «Встречают по одежке»
- Большое влияние на первое впечатление о человеке оказывает его внешний вид
- Одного и того же человека, одетого по-разному, оценивали по-разному. Зная «секреты» одежды, мы можем создать определённый образ
- Прежде, чем одеваться, вы должны решить, зачем, для кого или для чего вы это делаете.
- Важен цвет одежды. Цена одежды. Украшения.



2. Эмпатия – способ постижения эмоционального состояния другого человека, сопереживание, сочувствие, соучастие являются одной из важнейших характеристик личности

- Внутренний эмоциональный отклик позволяет нам понять состояние другого
- В некоторых случаях эмпатия носит индивидуальный, избирательный характер, когда отклик возникает на переживание не любого человека, а только очень значимого (родственника, друга)
- Эмпатия основана на умении правильно представлять, что происходит внутри другого человека, что он переживает, как оценивает окружающий мир





Эмпатические способности человека  
возрастают с ростом жизненного опыта.  
Формы эмпатии зависят от типа и характера  
межличностных отношений

- Формы эмпатии:
- Повторение – наиболее простой вид, когда один человек непосредственно, произвольно воспроизводит эмоцию другого
- Переживание (более сложная форма эмпатии) – основанные на ситуации, в которой находится другой человек
- Сочувствие, сопереживание (высшая форма) – выражены в способности человека откликаться на чувства другого, радоваться и печалиться вместе с ним и за него
- Чаще всего люди сочувствуют и сопереживают близким людям
- Отрицательные эмоциональные переживания другого человека (горе, печаль) легче вызывают эмпатию, чем положительные (радость, удовольствие). Разделить горе люди соглашаются скорее, чем радость



3. Аттракция (дословно – привлекать, притягивать) – представляет собой форму познания другого человека, основанную на возникновении к нему положительных чувств. Палитра этих чувств чрезвычайно разнообразна: от простой симпатии до глубокой любви

- Причиной возникновения положительных чувств партнёров по общению нередко бывает внешнее или внутреннее сходство
- Аттракция всегда индивидуально избирательна
- Эмоциональная привязанность чаще всего возникает на базе: общих интересов, ценностных ориентаций, чем симпатичнее человек, тем лучше понимаются его поступки



4. Казуальная атрибуция - феномен межличностного восприятия. Заключается в интерпретации, приписывании причин поведения другого человека. Бывает положительной и отрицательной

- Каждый из участников общения, оценивая другого, стремится построить определённую систему понимания причин поведения партнёра
- В обыденной жизни люди сплошь и рядом не знают действительных причин поведения другого человека или знают их недостаточно



У каждого человека есть свои привычные любимые способы или схемы причинности, то есть привычные объяснения чужого поведения:

- Личностная атрибуция (в любой ситуации находится конкретный виновник, но только не сам)
- Обстоятельственная атрибуция (виноваты обстоятельства, а не конкретный виновник)
- Стимульная атрибуция (человек видит причину случившегося в предмете, на который было направлено действия)



Атрибуция также бывает внутренней и внешней. Пытаясь определить черты личности другого человека, мы можем искать причину его поведения либо в его внутренних склонностях, либо, наоборот, в элементах ситуации, в которой он оказался

---

- Изучая процесс казуальной атрибуции, психологи установили различные закономерности
- Причину успеха люди обычно приписывают себе, а неудачи – обстоятельствам
- Характер и вид приписывания будет зависеть также и от того, какую роль выполнял человек, каково его личное участие в обсуждаемом событии
- Оценка события будет различна в случае, если человек был участником или наблюдателем
- Чем более значимо для нас событие, тем скорее мы склонны переходить от обстоятельственной и стимульной атрибуции к личностной

5. Идентификация – (буквально, уподобление себя другому) понимание другого человека через осознанное или бессознательное уподобление его характеристикам, ставя себя на место партнёра по общению

- Индейская поговорка: «Чтобы понять человека, нужно семь лун проходить в его мокасинах»
- Идентификация играет важную роль в профессиональном общении педагогов, психологов, следователей
- Чаще всего идентификация, сочетаясь с эмпатией, позволяет добиваться понимания, видения другого, постижения его мотивов и смысла деятельности, ставить себя на место другого



## 6. Социальная рефлексия – самовосприятие и интерпретация собственных действий и их влияние на впечатление других людей

- Человек в процессе социальной рефлексии предстаёт как бы в трёх позициях:
  - Каким я являюсь в действительности
  - Каким я вижу самого себя
  - Каким меня видит партнёр по общению
- 
- Когда одна группа людей стремится понять, как она оценивается другими, то рефлексия называется групповой

### СОЦИАЛЬНАЯ РЕФЛЕКСИЯ

Самовосприятие и интерпретация собственных действий и побуждений, своих особенностей и их влияния на впечатление других людей.



Стереотип- устойчивый образ какого-либо явления или человека, складывающийся в условиях нехватки информации. Это привычный нам взгляд, штамп, к которому мы обращаемся при взаимодействии с этим предметом

- Несмотря на то, что стереотипы не всегда точны, они позволяют нам существенно сократить время реагирования на изменяющуюся реальность, ускорить процесс познания
- Таким образом, стереотипы выполняют функцию упрощения и сокращения процесса восприятия другого человека
- Стереотипы представляют собой как бы прибор «грубой настройки» позволяющий человеку экономить психологические ресурсы





Каждый стереотип имеет свою сферу социального применения: используется при оценке групповой, национальной или профессиональной принадлежности человека

- В ходе стереотипизации мы классифицируем поведение окружающих и пытаемся объяснить причины путём отнесения к уже известным (или кажущимся известными) явлениям, то есть отвечающим социальным стереотипам





Наиболее популярны, живучи и далеко не всегда верны этнические стереотипы – образы типичных представителей определённых наций

- Даже не имея личного опыта, мы наделяем иностранцев строго фиксированными чертами внешности и особенностями характера
- Для нашей культуры характерны стереотипные представления о чопорности и худобе англичан, педантичности немцев, легкомыслии французов, эксцентричности итальянцев



# Велика живучесть профессиональных стереотипов, каждая профессия имеет свой штамп

- Есть и другая тенденция образования внутри профессиональных стереотипов
- В каждой профессии имеются свои стереотипы солдата, ученика, преступника, больного
- Исследования психологов показали, что в результате нахождения в профессии восприятие учителя изменяется: в его сознании формируется стереотипный образ идеального ученика



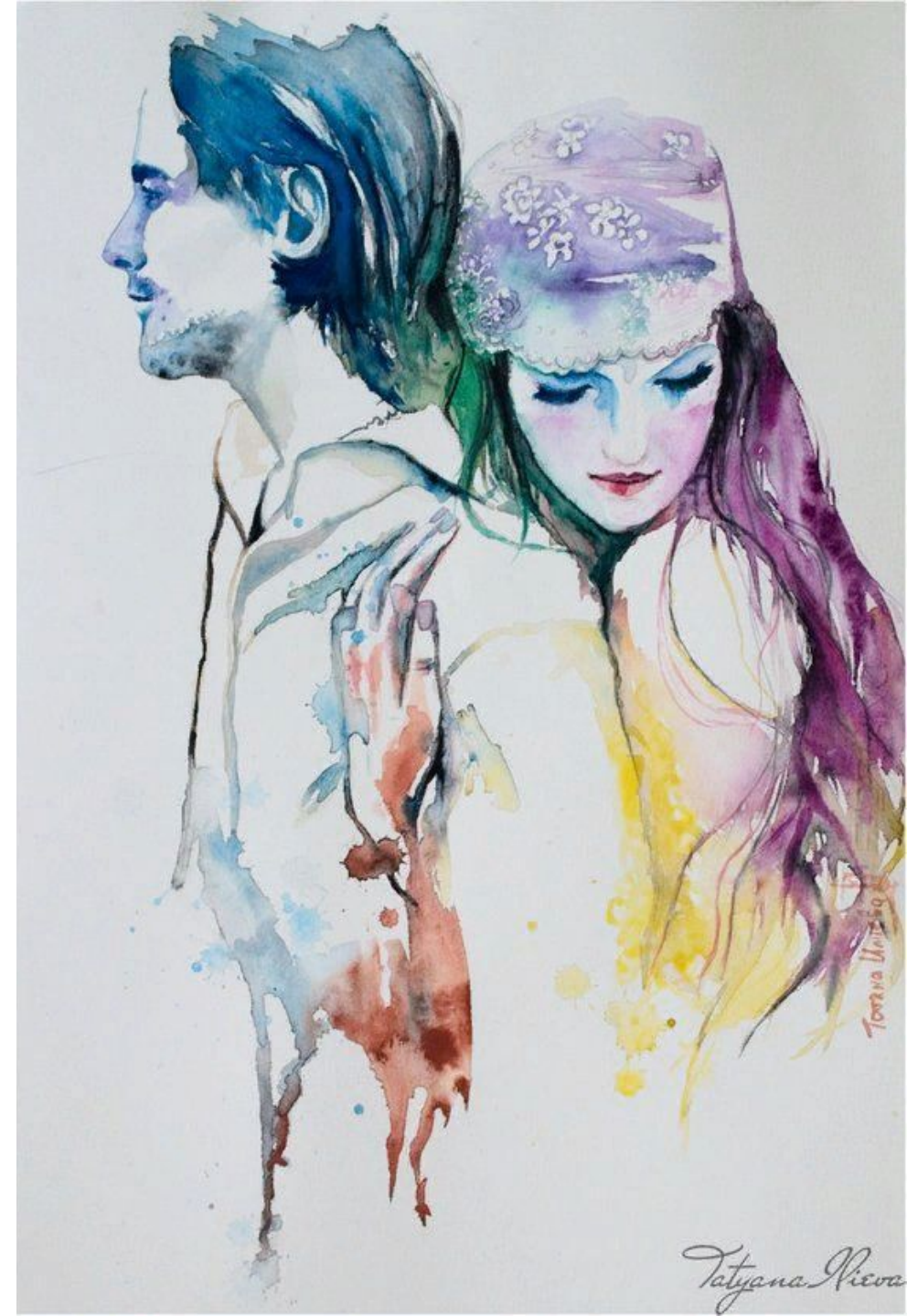
# Эффекты восприятия

- Природа эффекта ореола объясняется формированием специфической установки, отношения к партнёру по общению. Эта установка определяет направленное приписывание ему определённых качеств
- Если что-то нас необычайно волнует, приносит положительные эмоции, мы готовы слепо отвергать любую критику своего идола – что хорошо известно по влюблённым



# Эффекты восприятия

- Эффект ореола заключается в том, что любая информация, получаемая о каком-то человеке, накладывается на тот образ, который был уже создан заранее
- Этот образ, ранее существовавший, и выполняет роль ореола, мешающего видеть действительные черты партнёра по общению
- При формировании первого впечатления ореол может выступать в форме как положительной, так и отрицательной установке



# Эффекты восприятия

- Когда наблюдатель ощущает превосходство партнёра по какому-то одному, но важному для него параметру (ум, рост, материальное положение), он оценивает его значительно выше и по другим параметрам
- Если первое впечатление о человеке в целом благоприятно, то в дальнейшем всё его поведение, черты и поступки начинают переоцениваться. Мы отмечаем и преувеличиваем в основном лишь положительные моменты, а отрицательные не замечаем



В экстремальной ситуации происходит как бы снижение планки доверия, и люди часто готовы полностью согласиться с теми, кого не стали бы слушать в спокойной обстановке

- Когда кто-то ожидает неприятного столкновения с вами, ореол может носить отрицательный характер
- Уильям Икес провёл эксперимент с двумя парами: в одной паре давали предостережение. Что его партнёром будет один из самых недружелюбных собеседников. Люди старались быть дружелюбными и улыбались изо всех сил. Позже они выразили большое недоверие и неприязнь к нему. Негативное предубеждение побуждало видеть враждебность, скрывавшуюся за «его неестественной улыбкой»





Близким к эффекту ореола является эффект проекции, который возникает тогда, когда приятному для нас собеседнику мы склонны приписывать свои собственные достоинства, а неприятному – свои недостатки

- «Мы верим тому, чему хотим верить»
- Другим видом проекции является защитная – импульсы и чувства, неприемлемые, неприятные, приписываются другим людям (неграмотный человек радуется ошибкам других, трус радуется проблемам смелых)
- Часто зеркальная проекция наблюдается в конфликтных ситуациях. Обе стороны конфликта приписывают сходные добродетели себе, а пороки – своим противникам



Иногда слишком активное общение (предложение что-то сделать или отстаивать своё мнение в споре) приводит к обратному результату. Этот феномен получил название эффект бумеранга

- Людям свойственно подсознательно оказывать противодействие сильному давлению извне, в чём бы оно ни выразилось, так как воспринимается оно как покушение на их право свободного выбора.

