

ТЕМА 4. ПСИХОЛОГИЯ МЕЖЛИЧНОСТНЫХ ОТНОШЕНИЙ

- 1. Понятие межличностных отношений.**
- 2. Классификация межличностных отношений.**
- 3. Формирование впечатления. Ошибки восприятия.**

ПОНЯТИЕ МЕЖЛИЧНОСТНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Живя в обществе, люди устанавливают социальные связи, т.е. вступают в общественные отношения. Особенность общественных отношений состоит в их безличном характере, т.к. субъектами выступают не конкретные люди, а исполнители конкретных социальных ролей.

Существование **межличностных отношений (МО)** внутри общественных отношений – это реализация безличных отношений в деятельности конкретных личностей, в актах их общения и взаимодействия.

Для **межличностных отношений** характерно наличие **эмоционально-оценочного компонента**, который основывается на чувствах, эмоциях, настроениях.

МО отличаются **индивидуальной избирательностью** и высокой **личностной значимостью**.

Основная составляющая межличностных отношений – симпатия и притяжение.

СИМПАТИЯ – эмоционально-положительная установка в отношении другого человека; всегда связана с переживанием удовлетворения от реального контакта с другим человеком.

ПРИТЯЖЕНИЕ связано с потребностью быть рядом с другим человеком; обычно притяжение связано с возникающей симпатией.

КЛАССИФИКАЦИЯ МЕЖЛИЧНОСТНЫХ ОТНОШЕНИЙ

По критерию группы, где возникают межличностные отношения:
официальные – неофициальные.

Официальные характеризуются тем, что они:

- складываются в официальной группе;
- закрепляются официально;
- контролируются группой или отдельными представителями группы.

Неофициальные характеризуются тем, что они:

- могут складываться, как в официальной, так и в неофициальной группе;
- не закрепляются официально;
- не регулируются документами.

По критерию вовлеченности в деятельность: деловые – личностные.

Личностные отношения:

- определяются потребностью в общении;
- определяются личностными качествами;
- характеризуются выраженностью эмоционально-оценочного компонента.

Деловые отношения могут совпадать с должностными обязанностями по инструкции и тогда они становятся официальными.

Деловые отношения:

- определяются целями совместной деятельности;
- носят инструментальный характер;
- эмоционально-оценочный компонент выражен очень слабо.

По уровню развития межличностные отношения делятся на:
отношения знакомства, приятельские, товарищеские, дружеские,
любовные.

Отношения знакомства – самые поверхностные отношения. Знакомыми называются люди, которых «знают в лицо», здороваются при встрече, обмениваются малозначительными сведениями. Связаны с минимальным включением в них личности субъекта. Количество знакомых у всех различно и зависит от общительности, от профессии, социального статуса, места жительства, возраста.

Приятельские отношения также возникают на основе кратковременного общения, могут сохраняться достаточно долго, не переходя в более глубокие отношения. В отличие от отношений знакомства в данный вид отношений включаются оценки и эмоциональные переживания; приятельские отношения носят неглубокий характер, т.к. только удовлетворяют потребность в интересном общении.

Товарищеские отношения – отношения людей, которые выполняют совместную деятельность, т.е. они более ориентированы на групповые цели. Связаны с сотрудничеством, с взаимопомощью и ответственностью. В данном виде отношений существуют требования к деловым, профессиональным и эмоциональным качествам личности, в этих отношениях возможна, но не обязательна симпатия. Если она возникает, то источником является совместная деятельность.

Дружеские – глубоко личностные отношения, характеризующиеся очень высокой избирательностью и доверительностью. Их основная функция состоит в том, что они удовлетворяют одну из важнейших человеческих потребностей в доверительном общении. Обычно дружеские отношения возникают из отношений знакомств и приятельских отношений при возникновении эмоциональной привязанности.

Особенности дружеских отношений:

- взаимная симпатия и потребность быть вместе;
- сознательное, добровольное раскрытие своего внутреннего мира другому;
- способность к пониманию другого через эмпатию (сочувствие);
- готовность принять партнера таким, какой он есть.

Дружеские отношения имеют половые различия. У мужчин дружба больше носит инструментальный характер (выполнение вместе какой-либо деятельности), у женщин – экспрессивный характер (эмоциональные переживания).

Развитие разнополых дружеских отношений может приводить к более близким отношениям – **любовным**.

Любовные (романтические и супружеские) отношения представляют собой высшую ступень развития межличностных отношений, являются условием личностного и психического здоровья человека.

Любовные отношения носят крайне избирательный характер, однако критерии выбора партнера очень индивидуальны.

В любовных отношениях присутствует переоценка положительных качеств партнера и недооценка его негативных качеств.

Данные отношения характеризуются специфическими эмоциональными переживаниями, а также поведенческими особенностями.

Выделяют два независимых **фактора**, которые присутствуют в любых взаимоотношениях: **власть** – способность силой заставить партнера сделать то, чего ты хочешь, и **статус** - желание партнера идти навстречу требованиям субъекта благодаря положительному отношению партнера.

Типы любовных отношений в паре (Т. Кемпер):

- 1. Романтическая любовь** (оба члена пары обладают статусом, и, поскольку каждый из них может «наказать» другого, лишив его проявлений своей любви, властью по отношению к партнеру);
- 2. Братская любовь** (основывается на взаимном высоком статусе и характеризуется низкой властью - отсутствием возможности к принуждению);
- 3. Харизматическая любовь**, в которой один партнер обладает и статусом и властью, другой - только статусом (например, учитель – ученик);
- 4. «Измена»** - один партнер обладает и властью и статусом, другой - только властью (например, супружеская измена, когда для партнера, вступившего в новые отношения, супруг сохраняет власть, но уже не вызывает желания идти ему навстречу);
- 5. Влюбленность** (один из партнеров обладает и властью и статусом, другой - не пользуется ни тем, ни другим, например, «безответная» любовь);
- 6. «Поклонение»** (один партнер обладает статусом, не обладая властью, другой не обладает ни статусом, ни властью). Возникает при отсутствии реального взаимодействия между членами пары, например, при влюбленности в литературного героя или в актера, знакомого лишь по фильмам;
- 7. Любовь между родителем и маленьким ребенком.** Один партнер здесь обладает высоким статусом, но низкой властью (ребенок), другой (родитель) - низким статусом, так как любовь к нему еще не сформировалась, но высоким уровнем власти.

ФОРМИРОВАНИЕ ВПЕЧАТЛЕНИЯ

При построении общения с другим человеком формируется **образ партнера**, при формировании которого важное значение имеет **первое впечатление о человеке**.

Степень объективности первого впечатления связана с вопросом о роли понимания ситуации общения для построения образа другого.

В конкретных условиях не нужно знать, какой человек «вообще», необходимо представлять себе, как он проявится в данной ситуации, чего от него ждать сейчас, при данных целях и задачах. Общение строится не «вообще», а «здесь и сейчас», и представление о партнере должно отражать эту реальность.

ВОСПРИЯТИЕ ЛЮДЬМИ ДРУГ ДРУГА

Содержание межличностного восприятия зависит от характеристик как субъекта, так и объекта восприятия, т.к. они включены в взаимодействие, имеющее две стороны: оценивание друг друга и изменение каких-то характеристик друг друга благодаря самому факту своего присутствия.

В обыденной жизни люди не знают действительных причин поведения другого человека или знают их недостаточно. Тогда, в условиях дефицита информации, они начинают приписывать друг другу причины поведения и сами образцы поведения.

Приписывание осуществляется либо на основе сходства поведения воспринимаемого лица с каким-то другим образцом, имевшимся в прошлом опыте субъекта восприятия, либо на основе анализа собственных мотивов, предполагаемых в аналогичной ситуации (действует механизм идентификации). Но так или иначе возникает целая **система способов** такого приписывания (атрибуции).

КАУЗАЛЬНАЯ АТТРИБУЦИЯ

Исследования каузальной атрибуции направлены на изучение попыток «рядового человека» понять причину и следствие тех событий, свидетелем или участником которых он является.

На первых порах исследования атрибуции речь шла лишь о приписывании причин поведения другого человека, то позже стали изучаться способы приписывания более широкого класса характеристик: намерений, чувств, качеств личности.

Сам феномен приписывания возникает тогда, когда у человека есть дефицит информации о другом человеке.

Мера и степень приписывания в процессе межличностного восприятия **зависит от двух показателей:**

- **от степени уникальности или типичности поступка** (типичное поведение предписано ролевыми образцами, поэтому легче поддается однозначной интерпретации. Уникальное поведение допускает много различных интерпретаций).
- **от степени его социальной «желательности»** (соответствие социальным и культурным нормам и сравнительно легко объясняемое).

Характер атрибуций зависит и от того, выступает ли субъект восприятия сам участником какого-либо события или его наблюдателем.

Гарольда Келли выделил три типа атрибуции:

- 1) личностная атрибуция (когда причина приписывается лично совершающему поступок);
- 2) объектная атрибуция (когда причина приписывается тому объекту, на который направлено действие);
- 3) обстоятельственная атрибуция (когда причина совершающегося приписывается обстоятельствам).

Наблюдатель чаще использует личностную атрибуцию, а участник склонен объяснить совершающееся обстоятельствами. Например, при приписывании причин успеха и неудачи участник действия «винит» в неудаче обстоятельства, в то время как наблюдатель «винит» за неудачу прежде всего самого исполнителя.

ВОСПРИЯТИЕ ЛЮДЬМИ ДРУГ ДРУГА

В теориях каузальной атрибуции уделяется внимание вопросу о роли установки в процессе восприятия человека человеком при формировании первого впечатления, которое может повлиять на последующую коммуникацию между людьми.

Влияние психологических особенностей участников общения на восприятие:

1. Влияние самооценки (характер оценки другого человека зависит от таких качеств оценивающего, как степень его уверенности в себе, отношение к другим людям. Если один из участников общения уверен, что его суждения о другом точно соответствуют действительности, то он обычно не заинтересован в получении обратной связи. В этом случае воздействие первого впечатления может оказаться решающим (эффект «человека-невидимки»). Не важно, что вы делаете или говорите, т.к. другой человек уже сделал о вас свое заключение, на которое невозможно повлиять.

2. Проецирование (познающий может приписывать человеку черты, которые в действительности присущи ему самому. Напр., испытуемые, в личности которых были ярко выражены упрямство и подозрительность, чаще замечали эти черты у других людей, чем испытуемые, у которых эти черты отсутствовали).

«ЭФФЕКТЫ» ВОСПРИЯТИЯ

1. **Эффект «ореола»** (тенденция воспринимающего преувеличивать однородность личности партнера, например, переносить благоприятное впечатление об одном качестве человека на все его другие качества).

Эффект «ореола» приводит к **ошибкам социального восприятия**:

1) Ошибки неравенства: люди склонны переоценивать различные качества тех, кто превосходит их по какому-то параметру, существенному для них. Схема восприятия такова: встречая человека, превосходящего нас по какому-то значимому для нас параметру, мы оцениваем его более положительно, чем если бы он был нам равен. Если же мы имеем дело с человеком, которого сами в чем-то превосходим, мы недооцениваем его. При этом, чем неувереннее чувствует себя наблюдатель в конкретной ситуации, тем меньше усилий нужно для запуска этой схемы. Так, в экстремальной ситуации люди часто готовы доверять тем, кого не стали бы слушать в спокойной обстановке.

2) Ошибки, связанные с внешней привлекательностью: нравится человек внешне или нет. Если нравится (внешне), то о нем складывается мнение как о хорошем, умном, интересном человеке — переоцениваются многие его данные. Существует стереотип привлекательности: что красиво – то хорошо.

3) Ошибки, образующиеся под действием фактора отношения к нам (люди, хорошо к нам относящиеся, оцениваются выше тех, кто относится к нам плохо).

2-3. Эффект «первичности» и эффект «новизны» (касаются значимости определенного порядка предъявления информации о человеке для составления представления о нем):

- **эффект «первичности»** зарегистрирован в тех случаях, когда воспринимается незнакомый человек;
- **эффект «новизны»** действует в ситуациях восприятия знакомого человека и заключается в том, что последняя, т.е. более новая, информация оказывается наиболее значимой.

4. Стереотипизация. Социальные стереотипы – основа формирования первого впечатления, а социальная стереотипизация – главный механизм этого процесса. Термин «социальный стереотип» был введен У. Липпманом в 1922 г. **Социальный стереотип** – это устойчивое представление о каких-либо явлениях или людях, которым пользуются как известным «сокращением» при взаимодействии с этим явлением.

Стереотип возникает на основе достаточно ограниченного прошлого опыта, в результате стремления строить выводы на базе ограниченной информации. Часто стереотип возникает относительно групповой принадлежности человека, например принадлежности его к какой-то профессии.

Неудачи в межличностной коммуникации часто случаются потому, что:

- 1) люди неверно и неточно воспринимают друг друга;
- 2) люди не понимают, что их восприятия неточны.

Удовлетворенность общением и в кратковременных, и в долговременных отношениях во многом зависит от степени адекватности и глубины межличностного восприятия.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!