



Тема 4 Заняття1

СПІЛКУВАННЯ У СТРУКТУРІ СОЦІАЛЬНИХ І МІЖОСОБИСТІСНИХ СТОСУНКІВ

ПЛАН

1. Поняття спілкування у соціальній психології.
2. Розвиток спілкування в онтогенезі.

1. СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНА СУТНІСТЬ ФЕНОМЕНУ СПІЛКУВАННЯ. ФУНКЦІЇ СПІЛКУВАННЯ. ВИДИ ТА РІВНІ СПІЛКУВАННЯ.

Спілкування є необхідною умовою існування людини, найважливішим чинником її соціального розвитку (відображає потребу в об'єднанні, співробітництві).

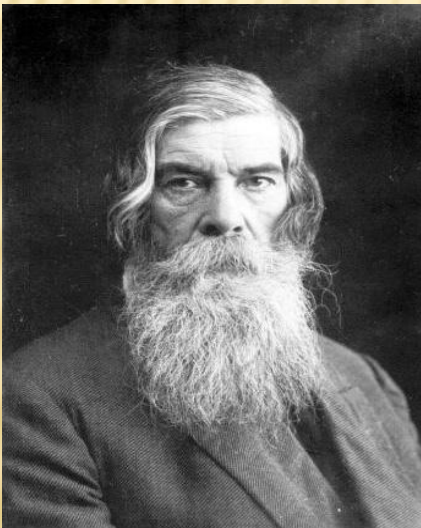
Підходи до поняття „С”:

- обмін думками, почуттями (Л.С, Виготський, С.Л. Рубінштейн).
- як різновид людської діяльності (Б.Г. Ананьєв, М.С. Каган, І.С. Кон, О.О.Леонт'єв).
- як специфічна соціальна форма інформаційного зв'язку (А.Д. Ірсул, Л.О. Резніков).



Спілкування – це взаємозв'язок між людьми, в ході якого виникає психологічний контакт, що виявляється в обміні інформацією, взаємовпливові, взаєморозумінні.

Проблему спілкування досліджували:



Володимир Бехтерєв



Володимир М'ясищев



Борис Ананьєв



Галина Андрєєва

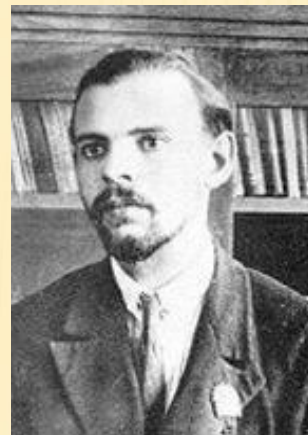
Проблему спілкування досліджували:



Олексій Бодальов



Світлана Кондратьєва



Костянтин Платонов



Олексій Леонт'єв



Анатолій Мудрик



Тамара Яценко



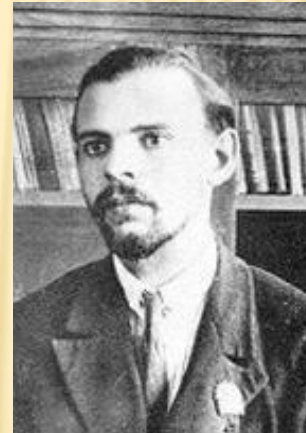
Микола Обозов

С – це особливості людської діяльності, що вказують на взаємозв'язок та взаємодію людей у процесі матеріального та духовного виробництва, сукупність соціальних відносин.

Вчені



Г.М. Андрєєва



К.К. Платонов

розмежовують поняття „спілкування” і „комунікація”. Термін **С** більше відображає психологічний контакт між людьми.

«КОМУНІКАЦІЯ»

Комунікація - ширше поняття, що передбачає зв'язок, взаємодію двох систем, в ході якої від однієї системи до іншої передається сигнал, що містить інформацію.



Спілкування – це завжди обмін інформацією між людьми.



Спілкування може здійснюватись як **безпосередньо** (лектор і студенти), так і **опосередковано** (перегляд телепередач, читання книг).



“Коли ми вивчаємо спосіб життя конкретного індивіда, ми не можемо обмежуватись аналізом лише того, що і як він робить, ми повинні досліджувати також і те, з ким і як він спілкується...”

С. Образцов з цього приводу писав:

«Зустріч із бізоном іспанської печери тому викликає таке хвилювання, що це зустріч не з твариною, а з людиною, яка намалювала бізона. Зустріч через тисячоліття. І зустріч це завжди особиста. Завжди зустріч двох».



Борис Ломов

1. СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНА СУТНІСТЬ ФЕНОМЕНУ СПІЛКУВАННЯ. ФУНКЦІ СПІЛКУВАННЯ. ВИДИ ТА РІВНІ СПІЛКУВАННЯ.

Види спілкування

Матеріальне С. – взаємовідносини і взаємодія у ході матеріально-практичної діяльності, поведінка людей в різних сферах суспільного життя.

Духовне С. – обмін різноманітною інтелектуально-емоційною інформацією за допомогою мови, невербальних засобів та засобів масової комунікації.

Міжособистісне С. (пряме, безпосереднє) – це такий різновид С, при якому люди одночасно виступають об'єктами і суб'єктами С настільки ж соціально, наскільки й індивідуальним явищем.

Масове С. має опосередкований, анонімний характер, спрямований не на певну особистість, а на великі і неоднорідні маси людей. Здійснюється найчастіше за допомогою засобів технічних зв'язків.

Види спілкування:

- Залежно від *контингенту* учасників спілкування буває:



міжособистісне

*особистісно-
групове*

міжгрупове

**1. СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНА СУТНІСТЬ ФЕНОМЕНУ СПІЛКУВАННЯ.
ФУНКЦІЇ СПІЛКУВАННЯ. ВИДИ ТА РІВНІ СПІЛКУВАННЯ.**

ЗАЛЕЖНО ВІД *ТРИВАЛОСТІ СПІЛКУВАННЯ* ПОДІЛЯЮТЬ НА

короткочасне

довготривале

**Залежно від *завершеності*
спілкування поділяють на**

завершене

незавершене

**1. СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНА СУТНІСТЬ ФЕНОМЕНУ СПІЛКУВАННЯ.
ФУНКЦІЇ СПІЛКУВАННЯ. ВИДИ ТА РІВНІ СПІЛКУВАННЯ.**

**ЗАЛЕЖНО ВІД СТУПЕНЮ *ОПОСЕРЕДКОВАНОСТІ*
*СПІЛКУВАННЯ ПОДІЛЯЮТЬ НА***

безпосереднє

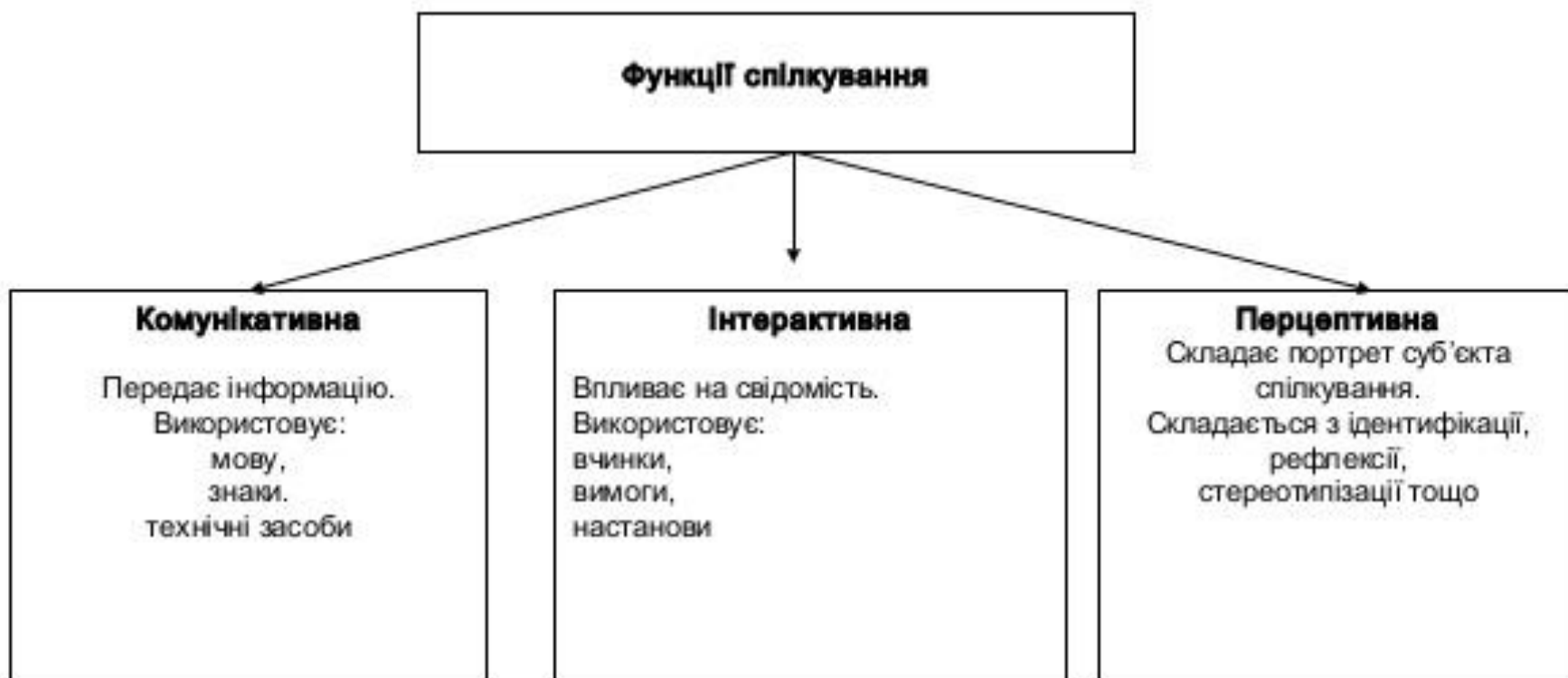
опосередковане





Функції спілкування

Функції спілкування (від лат. *functio* – виконання, здійснення) – це ролі й завдання, які воно виконує в процесі життєдіяльності особистості.



2. ПСИХОЛОГІЧНІ СПОСОБИ ВПЛИВУ В ПРОЦЕСІ СПІЛКУВАННЯ

Зараження

Навіювання

Паніка

Наслідування

Чутки

Мода

2. ПСИХОЛОГІЧНІ СПОСОБИ ВПЛИВУ В ПРОЦЕСІ СПІЛКУВАННЯ

Зараження – це неусвідомлювана, мимовільна схильність індивіда до певних психічних станів. Воно здійснюється через передачу психічного настрою, який має великий емоційний заряд, через загострення почуттів і пристрастей. Сила зростання пристрастей залежить від величини аудиторії і міри емоційної напруги людини, яка впливає на аудиторію. "Реакція зараження" виникає здебільшого у великих відкритих аудиторіях, коли емоційний стан підсилюється шляхом багаторазового "відображення" за принципом ланцюгової реакції (неорганізована спільність, натовп).



ПСИХОЛОГІЧНІ СПОСОБИ ВПЛИВУ В ПРОЦЕСІ СПІЛКУВАННЯ



Паніка – певний емоційний стан, різновид поведінки натовпу внаслідок дефіциту або надлишку інформації. Термін походить від імені грецького бога Пана, який гнівом викликав "шаленство стад", які під його впливом кидалися у вогонь чи прірву. Приводом для паніки є ситуація, шокуючий стимул, що перериває звичні форми поведінки. Щоб виникла паніка, стимул повинен бути або дуже сильним, або раніше невідомим. Реакція потрясіння, збентеження. Наслідок – неврівноважені, поквапливі рішення (відчуття гостроти заважає логічному осмисленню). Переляк одних позначається на інших. Велике значення має характер першою руху.

ПСИХОЛОГІЧНІ СПОСОБИ ВПЛИВУ В ПРОЦЕСІ СПІЛКУВАННЯ

Особливості поведінки в паніці:

- неадекватна оцінка ситуації, перебільшення небезпеки, прагнення втекти;
- підвищена метушливість, хаотизм, загальмованість;
- зниження дисципліни, працездатності;
- пошук ліків, алкоголю;
- прагнення одержання інформації (інтерес до чуток, новин).

ПСИХОЛОГІЧНІ СПОСОБИ ВПЛИВУ В ПРОЦЕСІ СПІЛКУВАННЯ

Причини паніки:

- фізіологічні (втома, депресія, голод, сп'яніння, безсоння, психічне потрясіння)



- психологічні (сильне здивування, раптовий

страх, велика невпевненість



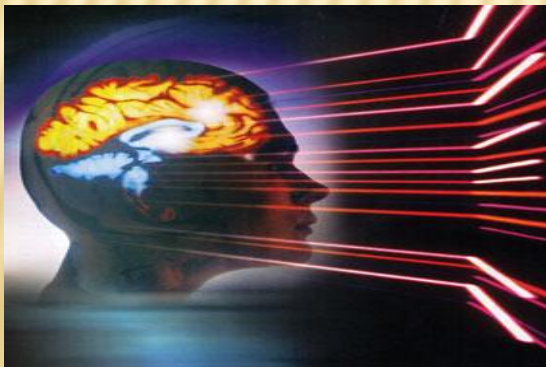
- соціально-психологічні (втрата довіри до керівництва, дефіцит або надлишок інформації).

ПСИХОЛОГІЧНІ СПОСОБИ ВПЛИВУ В ПРОЦЕСІ СПІЛКУВАННЯ

Навіювання – це процес психічного впливу на людину чи групу при послабленому усвідомленому контролі, некритичній оцінці змісту повідомлень, які сприймаються. Інша назва – сугестія (повчати, навіювати, радити):

- як стихійний компонент повсякденного спілкування;
- як спеціально організований різновид комунікативного впливу (через ЗМІ, рекламу, моду, релігію, політику).

Навіювання може здійснюватись за допомогою вербальних (слова, інтонація) і невербальних (жести, міміка) засобів. Воно може бути прямим і стихійним. Протилежним явищем є контрсугестія. Сприяють сугестії свята, бенкети, вживання алкоголю, тютюну, наркотиків, звичаї, традиції, ритуали.



ПСИХОЛОГІЧНІ СПОСОБИ ВПЛИВУ В ПРОЦЕСІ СПІЛКУВАННЯ

Наслідування – відтворення індивідом зовнішніх рис і взірців поведінки, манер, дій, вчинків. Під його впливом формуються навички діяльності, духовні цінності: ідеї, стани, нахили, манери поведінки.



ПСИХОЛОГІЧНІ СПОСОБИ ВПЛИВУ В ПРОЦЕСІ СПІЛКУВАННЯ

Мода (норма, правило, міра) – це форма стандартизованої масової поведінки людей, що виникає стихійно під впливом настроїв, смаків, захоплень, які домінують у суспільстві.

Мода поєднує, ідентифікацію і негативізм, уніфікацію та персоналізацію, наслідування та протиставлення. Вона виявляється у всіх сферах суспільного життя: економіці, політиці, мистецтві, побуті, спорті.

Мода пов'язана із смаками та звичаями. Для моди характерна динамічність, прагнення до швидкоплинності, новизни (разом з тим вона консервативна). Мода претендує на роль взірця. Наслідування моді позбавляє людину психологічних проблем вибору своєї поведінки.

ПСИХОЛОГІЧНІ СПОСОБИ ВПЛИВУ В ПРОЦЕСІ СПІЛКУВАННЯ



Чутки – це повідомлення, що походить від однієї або більше осіб, про позиції, які нічим не підтвержені. Завжди при цьому дотичним є актуальні для людини, групи потреби та інтереси. Очікування одержати задоволення від інформації є головним мотивом сприймання чуток.



Чутки мають дві характеристики:

- інформаційну (визначає об'єктивну міру вірогідності);
- експресивну (виявляє тип реакції, на яку вона розрахована).

ПСИХОЛОГІЧНІ СПОСОБИ ВПЛИВУ В ПРОЦЕСІ СПІЛКУВАННЯ

Види чуток:

чутки-страховище;

агресивна чутка;

чутка-бажання;

невірогідна чутка;

невірогідна чутка з елементами правдоподібності;

вірогідна чутка з елементами неправдоподібності;

правдоподібна чутка.



СТРУКТУРА СПІЛКУВАННЯ.

За характером впливу інформація може бути:

1) спонукальною (стимулює певні дії, висловлюється в наказі, проханні, інструкції, пораді).

Функції:

- активізація поведінки (спонукання до дії в наданому напрямку);
- інтердикція (заборона певних дій або небажаних різновидів діяльності);
- дестабілізація (порушення певних форм поведінки).

2) констатуючою і виступати у формі повідомлення (передбачає зміну поведінки не прямо, а опосередковано і поступово).

Залежно від спрямованості інформації (яка йде від комунікатора) виділяють такі види комунікації:

- аксіальна (від лат. – осьовий) – спрямовує свої сигнали до якогось окремого отримувача інформації (індивідуального чи групового);
- ретиальна (від лат. – мережа) – спрямована на багатьох реципієнтів, великі соціальні групи. Для вивчення ефекту впливу виокремлюють одиниці (елементи).

СТРУКТУРА СПІЛКУВАННЯ

Американський соціальний психолог Г.Лассуел виділяє 5 елементів для вивчення ефекту впливу:

- хто передає інформацію;
- що передається;
- як передається (за допомогою якого каналу);
- кому (аудиторія);
- з яким результатом (ефект впливу).



СТРУКТУРА СПІЛКУВАННЯ

Засоби комунікації

Передача інформації відбувається за допомогою **знакових систем**:

I. Вербальна (слово, словесний, усний) використовує мову як універсальний засіб людського спілкування.



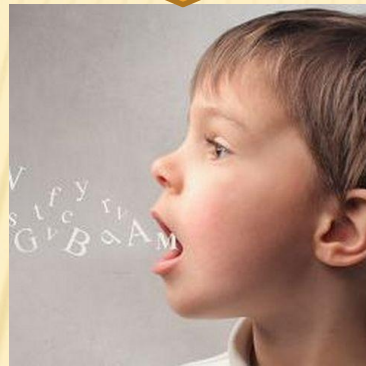
Засоби комунікації

Вербальна

МОНОЛОГІЧНЕ МОВЛЕННЯ



усне



діалогічне мовлення



письмове



зовнішнє

внутрішнє



II. Невербальна комунікація:

• **Оптико-кінетична система знаків** (використовує жести, міміку, пантоміміку).

Це сприймання загальної моторики різних частин тіла (рух – жестикуляція, обличчя – міміка, пози – пантоміміка). Загальна моторика відображає емоційні реакції людини. Ці проблеми вивчає кінетика.

Особливе значення має вираз обличчя, погляд (кути губ, нахмурювання або піднімання брів, зморщування чола). Як результат передається гама почуттів – від здивування до розчарування.



СТРУКТУРА СПІЛКУВАННЯ

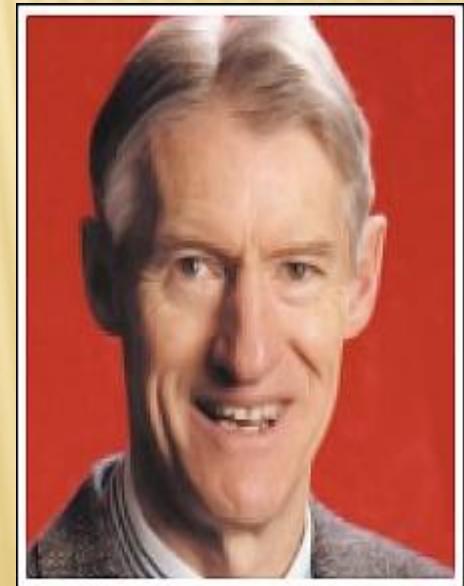


- **Контакт „очі в очі”** – має місце у візуальному спілкуванні. Досліджувалось в процесі інтимного спілкування.



- **Погляд** – ключовий елемент невербальної комунікації (виражає інтерес партнера до розмови). Бігаючий погляд найчастіше говорить про нудьгу, страх, почуття провини. Пильний погляд прямо в очі сприймається як ознака агресивності (у певних африканських країнах опускання очей, ознака поваги до співрозмовника).

Англійський дослідник М.Аргайл розробив «формулу інтимності». Міра інтимності залежить від дистанції спілкування).



Особливе значення візуальне спілкування має для дитини, яка передусім фіксує погляд на обличчі. Люди дивляться в очі переважно не більше 10 секунд (якщо довше, то це заважає зосередженню). Потім люди відводять погляд і зустрічаються очима час від часу. Якщо тема приємна то візуальний контакт відбувається краще. Охочіше дивитися на тих людей, хто подобається. Більше схильні до візуального контакту у жінки.

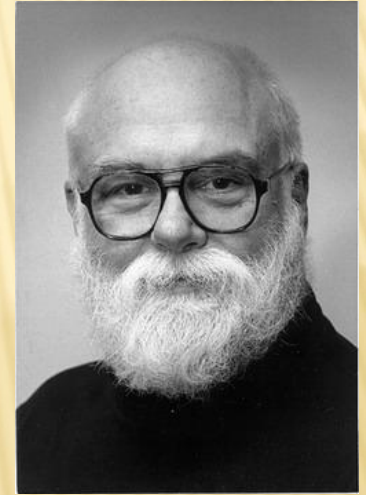
Невербальна комунікація:

- **Просторово-часова система** – передбачає розміщення партнерів один до одного.

Окрик в спину має негативне значення, обличчя до обличчя сприяє виникненню контакту.

Проксеміка (Е.Холл) вивчає норми просторової і часової організації спілкування («просторова психологія»).

Є специфічні набори просторових та часових констант – хронотопи («лікарняна палата», «вагонний супутник»).



✓ **Дистанція**

✓ **Орієнтація**



✓ Дистанція

Е. Холл описав норми наближення двох людей один до одного.

ПІнтимна відстань - від 0 до 45 см - на такій відстані спілкуються найближчі люди (підзона радіусом 15 см , в яку можна проникнути тільки за допомогою фізичного контакту – понадінтимна зона) (мати-дитина);

ПІперсональна - від 45 до 120 см - спілкування із знайомими людьми (куратор-група);

ПІсоціальна - від 120 до 400 см - при спілкуванні з чужими людьми і при офіційному спілкуванні (лектор-студенти);

ПІпублічна - від 400 до 750 см - на цій відстані можна обмінятися кількома словами або утриматися від спілкування, на такій відстані відбуваються виступи перед аудиторією (оратор-юрба).



✓ Орієнтація

- **Кутове розташування (дружня, невимушена бесіда).** Сприяє постійному **контакту очей і надає простір для жестикуляції.**



- **Позиція ділової взаємодії (пред'явлення, обговорення та вироблення спільних рішень).**

- **Паралінгвістична система** – це система вокалізації мовлення (якість голосу, діапазон, тональність). Наприклад, спокійний голос знімає напругу, збуджує інтерес, роздратований – викликає агресивність.
- **Екстралінгвістична система** – це включення пауз, покашлювання, сміх, темп мовлення.



- **Дотик** – це елемент невербальної комунікації по-різному застосовується у різних країнах. Наприклад, у ресторані Парижу за годину здійснюється до 110 дотиків, у Лондоні – жодного, у Джексонвілі (США) – 8.



У кожний із названих систем спостерігається певний код. Все залежить від того, наскільки код є зрозумілим. Мова йде про семантично значущу інформацію", яка оцінюється не на „вході", а на „виході”.

Невербальна комунікація є „додатком" до вербальної (7% інформації передається значенням слів, 38% – як слова вимовляються, 53% – виразом обличчя і іншими засобами).

Бар'єри спілкування

У ході передачі і прийому інформації спостерігаються певні втрати. При цьому інформація втрачається вже на межі перекодування думки у слово (межа нашої уяви) до 30%. Пізніше – активний мовний фільтр (словниковий запас комунікатора) 80% перекодованої інформації з думки у слова. Останнє – словниковий запас реципієнта (збіг словникового запасу) – сприймається до 70% висловленої інформації.



Бар'єри спілкування

Обсяг втрат залежить від уміння слухати і концентрації уваги

Фасцинація (загартування) – спеціально організовані засоби впливу для зменшення втрат семантично значущої інформації під час її сприймання, підвищення довіри до неї.

Подальші втрати інформації відбуваються за рахунок обмеженості обсягу пам'яті (~ 20% інформації залишається).

Будь-яка інформація сприймається через "фільтр" довіри чи недовіри

Необхідно навчитись слухати. Ми звикли користуватись монологічним мовленням, а не діалогічним (Бог дав людині 2 вуха і 1 рот).

Спілкування як взаємодія (інтерактивна сторона спілкування).
Типологія міжособистісної взаємодії.

ІНТЕРАКТИВНА ФУНКЦІЯ СПІЛКУВАННЯ

*У процесі спілкування люди обмінюються не лише інформацією,
але й різними діями.*

Інтеракція – аспект спілкування, виявляється в організації людьми взаємних дій, спрямованих на реалізацію спільної діяльності, досягнення певної спільної мети.

Внутрішня (змістовна): сукупність відносин особистості з соціальним середовищем:

- широкий аспект (соціальний);
- вузький (міжособистісний).

У широкому розумінні особистість є суб'єктом різноманітних відносин: **виробничих, релігійних, національних, моральних**. Такі відносини називаються соціальними (вони позбавлені індивідуальності, особистісної о виразу і відображають взаємодію не між конкретними особистостями, а між представниками різних соціальних груп; особистість вступає в такі відносини незалежно від своїх бажань і прагнень, симпатій чи антипатій.

Суспільні відносини, відбуваючись у внутрішньому світі особистості, набувають суб'єктивного відображення. Соціально-психологічний і особистісний аспекти суспільних відносин виявляються у поведінці людини, її мотивах, почуттях, настроях, оцінках.

Міжособистісні відносини формуються під впливом безпосередніх умов життєдіяльності людини, їхнього специфічною рисою є емоційна забарвленість. Почуття, які при цьому виникають:

- кон'юнктивні (зближують людей, об'єднують, виражають готовність співробітничати, спільно діяти);
- диз'юнктивні (роз'єднують людей, роблять взаємини напруженими, конфліктними).

Інтерактивність почуттів впливають на ефективність діяльності групи і є показником соціально-психологічного клімату групи.



Зовнішня (формальна) сторона взаємодії (обмін навичками, вміннями, є підґрунтям взаємодії матеріального, практичного аспекту С на відміну від інформаційного як обміну думками, почуттями, цінностями).

Різновиди взаємодії

1 група: дії, які сприяють організації спільної діяльності, забезпечують її інтеграцію, узгодженість, ефективність. Форми взаємодії: кооперація, згода, пристосування, співробітництво.

2 група: дії, які викликають конкуренцію, конфлікт, опозицію (дії, що призводять до неузгодженості спільної діяльності, зниження її ефективності).



Сприймання людини людиною позначають терміном „соціальна перцепція" (термін запропонований Дж. Брунером).



Олексій Олександрович Бодальов



Джером Сеймур Брунер

Соціальна перцепція (за О.Бодальовим) виступає регулятором спілкування. Людина при цьому враховує: ситуацію в цілому, саму себе в партнера (діагностування наявної ситуації). „Соціальна перцепція" передбачає сприймання намірів, думок, здібностей, емоцій, установок іншої людини.

Спілкування включає **взаєморозуміння та взаємопізнання** людей.

Взаєморозуміння. Його ефективність залежить від інформації, яку люди одержують один про одного.

Сприймання починається із зацікавленості іншими. Перше враження базується на сприйманні зовнішнього вигляду людини (обличчя, ріст, манера говорити, поведінка). Перше враження може частково чи повністю не збігатися з подальшими уявленнями.

Літературознавці у творах Л.Толстого нарахували **85 відтінків виразу обличчя і 97 – посмішки.**

Розуміти людину можна на двох рівнях:

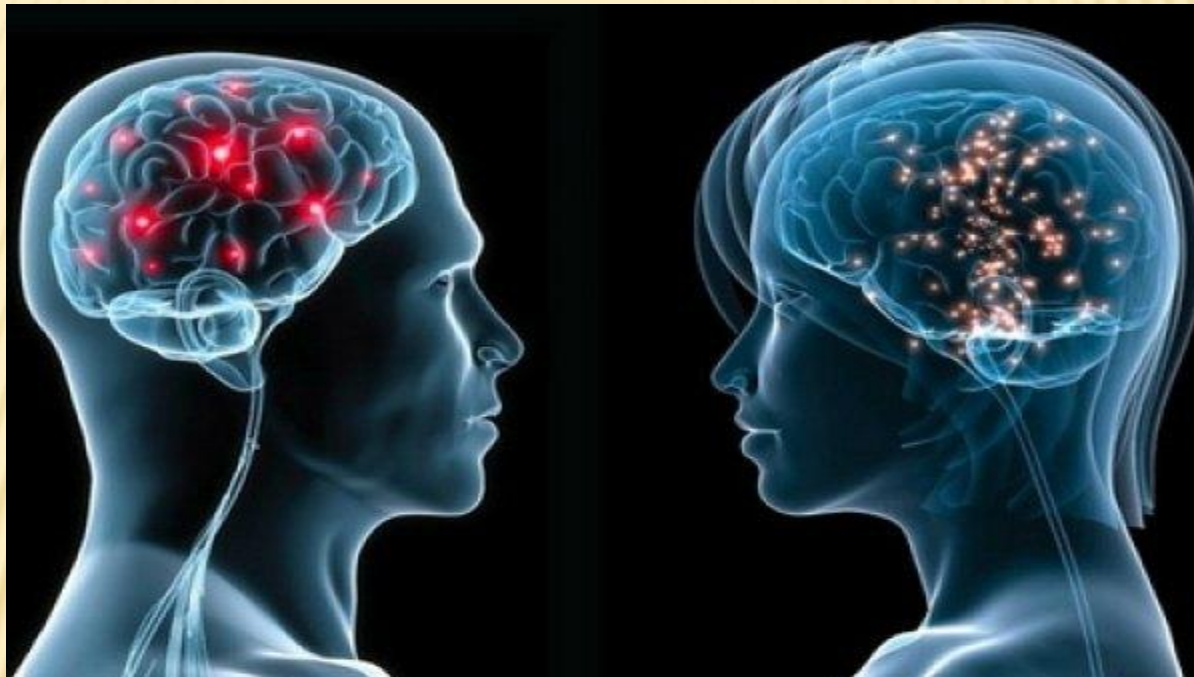
- 1) усвідомлення цілей, мотивів, установок іншої людини.
- 2) здатність прийняти ці цілі, мотиви як свої власні (відсутність у дітей, окремих дорослих).

Егоцентризм (я у центрі кола) – зосередженість індивіда тільки на власних інтересах та переживаннях, нездатність зрозуміти іншу людину, яка відрізняється від себе самої (найхарактерніше явище у дитячому та старечому віці. Подолання егоцентризму відбувається у процесі децентрації).

Основні механізми взаєморозуміння:



- а) **Ідентифікація**
- б) **Емпатія**
- в) **Рефлексія**



Ідентифікація (ототожнення) – уподібнення себе до іншої людини. (Поставити себе на місце іншого), запозичити найважливіші його характеристики.

Емпатія (співпереживання – особливий спосіб розуміння іншої людини, коли домінує не раціональне, а більш емоційне сприймання її внутрішнього світу (ситуація іншої людини не стільки „продумується”, скільки „відчувається”). Емпатичні почуття можуть бути адекватним і неадекватним переживанням об'єкта емпатій (чиєсь горе викликає в одних людей страждання, в інших радість).



Форми емпатії:

- Співпереживання – переживання індивідом тих почуттів, які відчуває інший (але це переживання звернене на себе).

- Співчуття – переживання негараздів іншого безвідносно до власного стану.

Механізм емпатії близький до ідентифікації, але у першому випадку можна ставитись до іншого зі співчуттям, але власної поведінки не змінювати.

Рефлексія (відображення, звернення назад) – усвідомлення індивідом того, як він сприймається партнером по спілкуванню (процес дзеркального відображення один одного, послідовне взаємновідображення).

Каузальна атрибуція – це своєрідна інтерпретація та оцінка людиною причин і мотивів поведінки інших на ґрунті буденного, життєвого досвіду. Каузальна атрибуція може стосуватись сприймання не тільки окремих людей, а й соціальних груп. Вона допомагає підвищити точність міжособистісного сприймання.



Установка (експеримент О. Бодальова) – певне настановлення на сприймання іншої людини.

Стереотипізація пов'язана зі стійким і спрощеним образом певного явища чи людини. Вони пов'язані з попереднім досвідом.

Наслідки:

- спрощення процесу пізнання іншої людини;
- упередження у її сприйманні.

Особливо поширеними є етнічні стереотипи (євреї, цигани).

На ґрунті стереотипів формуються ефекти міжособистісного сприймання:

- ефект ореолу (загальне сприятливе враження веде до позитивної оцінки всіх інших якостей людини і навпаки);
- ефект первинності (сприймається незнайома людина і під час її оцінки роль установки відіграє інформація, подана раніше);
- ефект новизни (у сприйманні знайомої людини новіша інформація стає найбільш значущою).