

Тема «Социальная психология общения»

ВОПРОСЫ:

1. Общение. Функции и характеристики общения.
2. Стороны общения. Информационно – коммуникативная сторона общения и интерактивная.
3. Перцептивная сторона общения.
4. Психология межличностного воздействия

ЛИТЕРАТУРА ПО ТЕМЕ:

- **Андреева Г.М.** Социальная психология. – М., 1998 (или любое издание)
- **Немов, Р. С.** Психология: учеб. для студ. высш. учеб. заведений: в 3 т. / Р. С. Немов. – М., 2005. – Т. 1: Общие основы психологии.
- **Годфруа Ж,** Что такое психология? Том 2. – М., 1996 с. 71 (либо любое издание, глава «Человек и другие люди»)

1. Понятие, характеристики, виды общения

- **Общение** – взаимодействие субъект-субъектного вида двух или нескольких людей, при котором осуществляется обмен информацией, действиями и восприятие человека человеком как личности.

Основные характеристики общения.

1. *Безоценочность*
2. *Целостное восприятие*
3. *Признание прав*
4. *Взаимонаправленность.*
5. *Целенаправленность.*
6. *В общении осуществляется не только явный обмен мыслями, чувствами, но и скрытый обмен ценностями, личностными смыслами.*

Функции общения:

1. Общение – форма существования и проявления человеческой сущности.
2. Коммуникативно-связующая функция.
3. Общение – это необходимое условие возникновения и развития межличностных отношений.
4. Общение играет важнейшую роль в познании человеком других людей и самого себя.
5. Общение играет психотерапевтическую, подтверждающую роль в жизни человека любого возраста.

Виды общения:

1. Формальное общение (или в нашем случае ритуальное взаимодействие).
2. Примитивное общение (в нашем случае манипулятивное).
3. Формально-ролевое общение
4. Деловое общение
5. Межличностное общение (или интимно-личностное).
6. Светское общение.

2. Основные аспекты общения

Структура общения.

- **Коммуникативный**

Коммуникативная сторона предполагает обмен информацией.

- **Интерактивный**

Интерактивная сторона предполагает обмен действиями

- **Перцептивный**

Процесс восприятия и понимания человека

Коммуникативная сторона общения.

- Коммуникативная сторона общения, или коммуникация в узком смысле слова, состоит в обмене информацией между партнерами по общению.
 - **Коммуникация** (от лат. «общее, разделяемое со всеми») – процесс двустороннего обмена информацией, ведущей к взаимному пониманию.

Характеристики человеческой коммуникации (Г.М. Андреева):

1. активный обмен информацией;
2. воздействие, влияние партнеров по общению друг на друга;
3. коммуникативное влияние как результат обмена информацией возможно лишь тогда, когда человек, отправляющий информацию (коммуникатор), и человек, получающий информацию (реципиент), владеют единой или сходной системой кодирования и декодирования информации;
4. в условиях коммуникации могут возникать коммуникативные барьеры.

- **Коммуникативные барьеры** – это своеобразные психологические препятствия, которые реципиент устанавливает на пути нежелательной, утомительной или опасной информации (Б. Поршнева).

Выделяет три формы: *избегание, авторитет, непонимание.*

- М. Р. Битянова предлагает подразделить коммуникативные барьеры в зависимости от причин, их порождающих, на четыре вида: *фонетические, семантические, стилистические, логические.*

Г. М. Андреева различает коммуникативные барьеры социального и психологического характера.

- **Коммуникативные барьеры социального характера** могут возникать вследствие принадлежности людей к разным социальным группам.
- **Коммуникативные барьеры психологического характера** возникают чаще всего вследствие нетерпимости субъекта к индивидуальным особенностям, проявлениям партнера по общению.

Причинами плохой коммуникации могут быть:

- - *стереотипы* – упрощенные мнения относительно отдельных лиц или ситуаций, в результате нет объективного анализа и понимания людей, ситуации (рассмотрим в 4-м вопросе)
- - *предвзятые представления* – склонность отвергать все, что противоречит собственным взглядам
- - *плохое отношение* между людьми
- - *отсутствие внимания* и интереса собеседника
- - *пренебрежение фактами*, т.е. человек делает выводы при отсутствии достаточного количества фактов.
- - *ошибки в построении высказываний*
- - *неверный выбор стратегии и тактики общения.*

- **Тактика общения** – реализация в конкретной ситуации коммуникативной стратегии на основе владения техниками и знаниями правил общения.
- **Техника общения** – совокупность конкретных коммуникативных умений говорить и умений слушать.
- **Стратегии общения :**
 1. Открытое – закрытое
 2. Монологическое - диалогическое
 3. Ролевое (исходя из социальной роли) – личностное (общение «по душам»)

Средства коммуникации

- Любая информация передается посредством двух знаковых систем:

1. Вербальная (речевая) знаковая система.

Характеристики:

- Основное средство человеческой коммуникации;
- Уникальное средство присущее только человеку;
- Универсальное средство, с помощью которого можно передать любую информацию.

2. Невербальная (неречевая) знаковая система:

Характеристики:

- Дополнительное средство передачи информации;
- Средство для передачи эмоционального состояния, отношения к информации, к собеседнику, к ситуации общения.

Выделяют 4 группы:

1. Оптико-кинетические (жесты, мимика, пантомимика);
2. «Ай-контакт»;
3. Организация времени и пространства общения;

4. П

Перцептивная сторона общения

Социальная перцепция – восприятие так называемых социальных объектов, куда включаются личности, малые и большие группы.

Это сложный процесс, имеющий свою структуру и определенные этапы разворачивания.

В структуре социальной перцепции выделяют *3 компонента*:

- *наблюдатель* (тот, кто воспринимает)
- *наблюдаемый* (тот, кого воспринимают)
- *ситуация (контекст)* процесса восприятия.

Основные механизмы процесса восприятия:

- 1. **Механизмы формирования первого впечатления:** схема превосходства, схема внешней привлекательности, схема сходства.
- 2. **Механизмы стереотипизации.**
- 3. **Механизм каузальной атрибуции.**
- 4. **Механизмы понимания человека человеком:** идентификация, эмпатия, рефлексия, аттракция.

Стереотипизация – процесс формирования впечатления о воспринимаемом человеке на основе выработанных группой стереотипов, т.е. упрощенных устойчивых представлений о психике и поведении человека и общности людей.

- **Каузальная атрибуция** – процесс приписывания намерений, чувств, мыслей, качеств личности другому человеку в условиях дефицита информации с целью дать причинное объяснение поведения этого человека (Г.М. Андреева)

Процесс приписывания осуществляется двумя путями:

- - на основе собственного жизненного опыта
- - на основе социальных стереотипов, присущих человеку как представителю определенной социальной группы



**Роли
субъекта психологического воздействия**

организатор

исследователь своего процесса
воздействия

исполнитель
(коммуникатор)

пол

социальный статус

возраст

Факторы

профессиональная подготовлен-
ность к осознанию воздействия
на партнера по общению

психологическая подготовлен-
ность к оказанию воздействия
на партнера по общению



Реципиент

активный элемент системы воздействия

перерабатывает предлагаемую ему информацию

соотнотит предлагаемую ему коммуникатором информацию с имеющимися у него ценностными ориентациями и своим жизненным опытом

принимает решения

национальность

Характеристики объекта

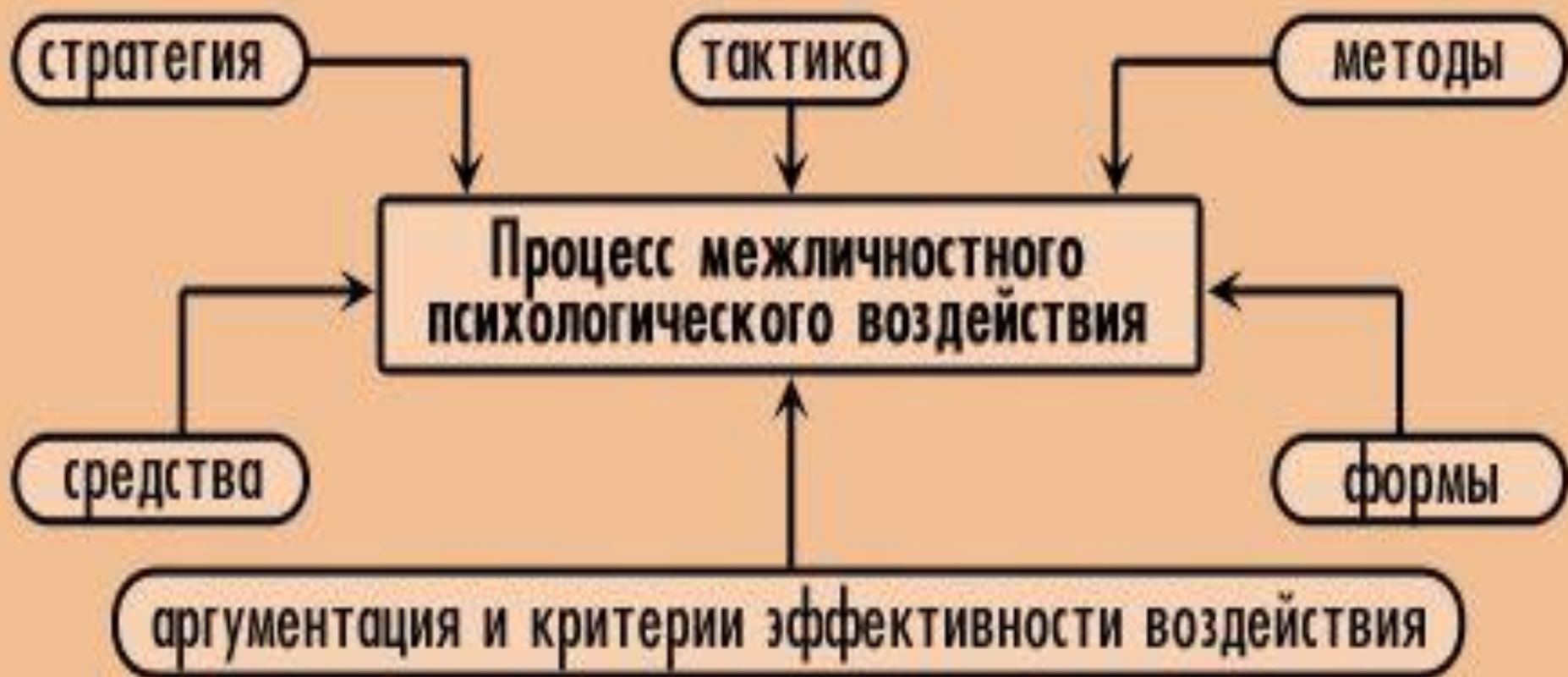
профессия

образование

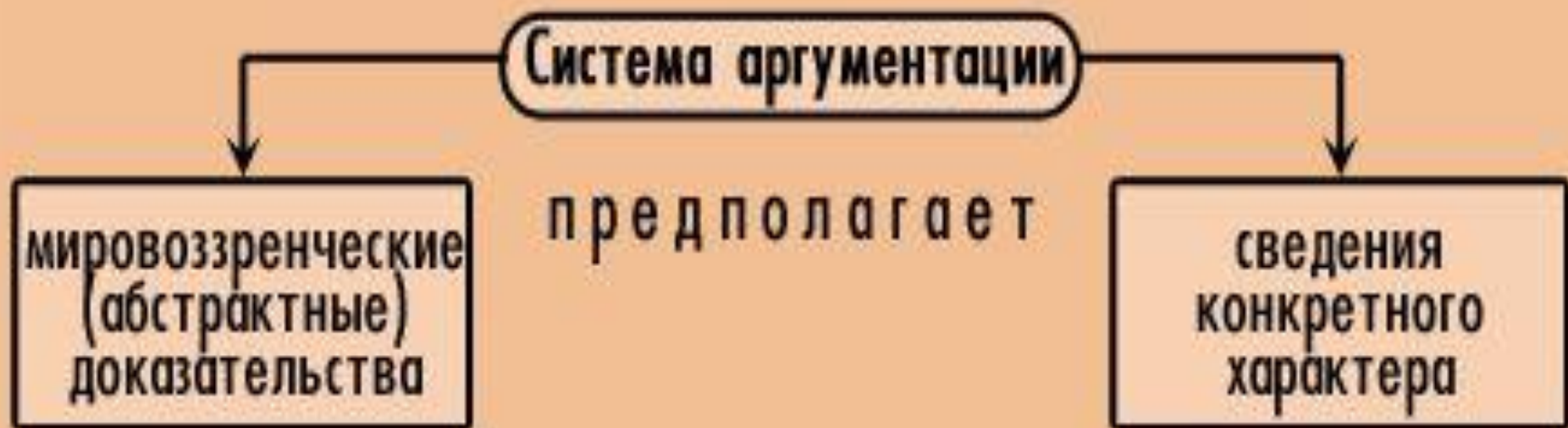
возраст

пол

опыт участия в коммуникационном обмене







Критерии эффективности воздействия

стратегические (отсроченные в перспективе, например мировоззренческие)

непосредственного воздействия на партнера (речевые высказывания, мимика и др.)

тактические (промежуточные)

изменение функциональных характеристик объекта

изменение психофизиологических характеристик объекта

изменение проксемических характеристик объекта

Промежуточные критерии эффективности межличностного воздействия

изменение вербальных характеристик объекта

изменение паралингвистических характеристик объекта

изменение поведенческих характеристик объекта

